

СТИЛІСТИКА ГУМАНІТАРНОГО ЦИФРОВОГО ДИСКУРСУ НА ПРИКЛАДІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ВЕБСАЙТІВ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Вступ. Уявіть собі текст, який не просто інформує, а спонукає діяти. Він звертається безпосередньо до вас, закликає допомогти, натиснути, підтримати. Це гуманітарний меседж, захований у кнопках, заголовках, емоційних слоганах. Такі тексти формують ядро цифрових платформ благодійних організацій. Їх мета – не лише розповісти про проблему, а й викликати довіру, емпатію, бажання бути причетним. Але що відбувається, коли ці тексти переходять з однієї мови в іншу? Як перекладач зберігає інтонацію, емоцію, функцію?

Ці питання набувають особливої ваги в умовах активної цифровізації гуманітарної сфери. Благодійні організації дедалі частіше комунікують через вебресурси, а отже, перекладачам доводиться працювати з емоційним і соціально значущим меседжем у гіпертекстовому форматі. Зважаючи на те, що переклад вебтекстів як гіпертекстів вимагає не лише мовної, а й культурної та прагматичної адаптації, було визначено мету дослідження, яка полягає у встановленні стилістичних характеристик і проблем перекладу німецькомовних вебсайтів благодійних організацій.

Виклад основного матеріалу. Актуалізація стилістичних і перекладацьких проблем вебдискурсу вимагає врахування міждисциплінарної природи цього явища. Теоретичні підходи до вивчення стилістики цифрових текстів формуються на перетині лінгвістики, медіадосліджень, соціальних комунікацій та цифрових технологій [1, с. 27–28]. Німецькомовний гуманітарний вебпростір становить цікавий об'єкт

дослідження завдяки поєднанню високої текстової варіативності, розгалуженої культурної традиції та високих технологічних стандартів комунікації.

Комунікативна парадигма сучасного вебпростору зазнає якісних змін. По-перше, змінюється роль користувача: з пасивного споживача інформації він перетворюється на активного учасника комунікації. По-друге, мультимедійність та інтерактивність визначають принципову організацію контенту [2, с. 2–4]. Ці зміни безпосередньо впливають на стилістичну структуру тексту, лексичну динаміку та синтаксичні моделі. Дослідники відзначають зростання кількості англіцизмів і появу нових лексичних конструкцій, сформованих у межах цифрового середовища [3, с. 159].

Переклад таких текстів ускладнюється низкою чинників. По-перше, гіпертекстова структура передбачає нелінійність викладу та інтеграцію візуальних і функціональних елементів, які не завжди мають прямі мовні відповідники. По-друге, переклад з німецької мови українською передбачає адаптацію складної морфосинтаксичної структури, а також термінів і концептів, насичених соціокультурним значенням [4, с. 27–30].

З огляду на згадані трансформаційні зрушення в цифровому комунікативному середовищі, вебсайти благодійних організацій виступають не лише каналами інформування, а й інструментами афективного та соціального впливу. Їхній стилістичний ландшафт формує простір взаємодії між організацією і користувачем, а отже, вимагає уважного перекладацького опрацювання, особливо в умовах міжкультурної адаптації.

На прикладі сайту *Aktion Deutschland Hilft* чітко простежується модель мультирівневої структури, де головна сторінка виконує функцію навігаційного ядра. Вона поєднує текст, зображення та інтерактивні елементи, створюючи єдиний комунікативний простір. Стилiстика такого контенту балансує між нейтральною інформативністю й мовою залучення:

використання персоніфікованих імперативів («*Hilf jetzt – jede Spende zählt!*»), «*Deine Hilfe kommt an*») створює емоційний тиск на користувача, спонукаючи до миттєвої дії [5]. У перекладі українською ці вислови потребують не буквального, а функціонального підходу – збереження інтенції без надмірної експресії, характерної для українського публіцистичного стилю.

На сайті *Deutsches Rotes Kreuz* переважає інституційний стиль подачі, що виражено в логічній структурі, вертикальному меню та наявності розгорнутих описів проєктів. Тексти містять історії бенефіціарів, що вносить елемент особистісного залучення. Мовна стилістика поєднує офіційно-нейтральний тон із вкрапленнями емоційної адресності, що створює виклик для перекладача: складні синтаксичні конструкції мають бути адаптовані до більш динамічних і легких для сприйняття українських відповідників [6].

Сайт *UNO-Flüchtlingshilfe* ілюструє використання принципу візуального наративу. Тексти короткі, побудовані ритмічно, супроводжуються емоційними візуальними матеріалами. Заголовки типу «*Sie brauchen uns. Jetzt.*» не лише інформують, а й формують атмосферу терміновості та емпатії. Дослівний переклад таких конструкцій здатен втратити цей ефект, тому доцільним є прагматичний підхід, спрямований на відтворення впливу, а не лише структури [7].

Лексичний рівень гуманітарного вебдискурсу часто апелює до морально-етичних категорій. Так, на сайті *Misereor* використовуються конструкції на кшталт «*Die Welt verbessern. Gemeinsam. Mit Ihrer Hilfe.*», «*Setzen Sie sich mit uns für Gerechtigkeit ein!*», які формують ідентичність спільноти і стимулюють активну залученість [8]. У перекладі важливо не втратити цей колективний вимір участі, уникаючи формулювань, що можуть здаватися формальними чи відірваними від контексту солідарності.

Схожим чином працює і сайт *Caritas Deutschland*, де поширені

вислови на кшталт «gemeinsam helfen». Така лексика не лише підтримує меседж про єдність, а й виконує мобілізаційну функцію. У перекладі ж важливо не лише правильно передати зміст, а й зберегти стильову м'якість і відкритість, що характерна для німецького гуманітарного дискурсу [9].

Висновки. Гуманітарний вебдискурс функціонує як цілісна комунікативна система, у якій вербальні й невербальні елементи взаємодіють для досягнення максимальної емоційної та мобілізаційної ефективності. У цьому середовищі перекладач постає не просто як посередник між мовами, а як інтерпретатор цінностей, емоцій і культурних кодів. Від того, наскільки точно буде передано ритм, стиль і прагматичне навантаження оригіналу, залежить сприйняття гуманітарного послання у цільовій культурі. У цифрову добу переклад стає інструментом соціальної дії, а робота з текстами благодійної тематики – актом відповідального мовлення, що формує простір довіри, співпричетності та солідарності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Klosa A. Lexikografische Portale im Internet: Eine Übersicht über aktuelle Entwicklungen. Mannheim : Institut für Deutsche Sprache, 2008. URL: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/48/file/Klosa_Lexikografische_Portale_im_Internet_2008.pdf (дата звернення: 25.03.2025).
2. Sousa M. J., Marques C. G. (Eds.). Innovations and Social Media: Analytics in a Digital Society. Boca Raton, FL; Abingdon, UK : CRC Press, Taylor & Francis Group, 2022. URL: https://repositorio.ulisboa.pt/bitstream/10400.5/28400/1/9781003189848_preview.pdf (дата звернення: 06.04.2025).
3. Sereda N. A. Grammatische Schwierigkeiten beim Übersetzen der deutschsprachigen technischen Texte. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2021. № 47(3). URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v47/part_3/38.pdf (дата звернення: 06.04.2025).
4. Лисенко Г. Л., Баклан І. М., Чепурна З. В. Основи перекладу – міст

між теорією і практикою (німецько-український напрям) : підручник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2019. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/7fac0f13-6d22-4275-b9f7-32c86c499c3f/content> (дата звернення: 06.04.2025).

5. Aktion Deutschland Hilft : офіційний сайт гуманітарного об'єднання. URL: <https://www.aktion-deutschland-hilft.de/> (дата звернення: 07.04.2025).

6. Deutsches Rotes Kreuz : офіційний сайт Німецького Червоного Хреста. URL: <https://www.drk.de/> (дата звернення: 07.04.2025).

7. UNO-Flüchtlingshilfe : офіційний сайт організації. URL: <https://www.uno-fluechtlingshilfe.de/> (дата звернення: 07.04.2025).

8. Misereor : офіційний сайт організації. URL: <https://www.misereor.de/> (дата звернення: 07.04.2025).

9. Caritas : офіційний сайт організації. URL: <https://www.caritas.de/> (дата звернення: 07.04.2025).