

ZBIÓR
ARTYKUŁÓW NAUKOWYCH

FILOLOGIA, SOCJOLOGIA
I KULTUROZNAWSTWO.
NAUKOWE WYSZUKAJ

Sopot

30.10.2015 - 31.10.2015

Część 2

СБОРНИК
НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

ФИЛОЛОГИЯ, СОЦИОЛОГИЯ
И КУЛЬТУРОЛОГИЯ.
НАУЧНЫЙ ПОИСК

Сопот

30.10.2015 - 31.10.2015

Часть 2

U.D.C. 316+8.2+8.1.1.1.1.1 +8.0.1.8+082

B.B.C. 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: 00-728 Warszawa, ul. S. Kierbedzia, 4 lok.103

e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zl.): bezpłatnie

Zbiór raportów naukowych.

Z 40 Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej "Filologia, socjologia i kulturoznawstwo. Naukowe Wyszukaj " (30.10.2015 - 31.10.2015) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2015. - 68 str.

ISBN: 978-83-65207-46-3

Część 2

U.D.C. 316+8.2+8.1.1.1.1.1 +8.0.1.8+082

B.B.C. 94

Komitet Organizacyjny Konferencji:

1. W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;
2. A. Murza, (Zastępca Przewodniczącego), Ukraina;
3. В. Куц, д.т.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, Россия.
4. Р. Латыпов, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Россия;
5. L. Nechaeva, dr, Ukraina;
6. М. Ордынская, профессор, Южный федеральный университет, Россия.
7. A. Prokopiuk, dr, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Białymstoku, Polska;
8. A. Tsimayeu, dr, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, Belarus;
9. Е. Чекунова, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora jest zakazane. Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów. Pisownia oryginalna jest zachowana. Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour». Obowiązującym jest odniesienie do zbioru.

"Diamond trading tour" © Warszawa 2015

ISBN: 978-83-65207-46-3

SPIS /СОДЕРЖАНИЕ

SEKSCJA 22. FILOLOGIEŃ. (ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ)

1. Тиригулова Р.Х., Ибрагимова Э.Р.	5
ОЙКОНИМЫ-ФИТОНИМЫ ЗАКАМЬЯ В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ ОСВЕЩЕНИИ	
2. Чорна О.О, Христова О.Ф.	8
РЕАЛІЗАЦІЯ ТА СУТНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	
3. Орехова Л.И., Папушой Т.С.	11
ИМЕННЫЕ ЧАСТИ РЕЧИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ФУНКЦИОНАЛЬНО- СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	
4. Науменко У. В.	14
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА В ПОЛІКУЛЬТУР- НОМУ ПРОСТОРІ	
5. Колесник М.Ю.....	20
ПЕРЕКЛАД НІМЕЦЬКИХ АГРАРНИХ ТЕРМІНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	
6. Руденко М. А.	23
ЯДЕРНА ОСНОВА ПАРЦЕЛЬОВАНИХ РЕЧЕНЬ У ПОСТМОДЕР- НІСТСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ	
7. Олексій К.Б.....	26
ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ЕПІГРАФА ЯК ВИРАЖЕННЯ ЧИННИКА АДРЕСАТА В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ	
8. Попова Л.И.....	29
ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОГО ПЕРЕВОДА НА ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ)	
9. Сереброва Л.Н.	31
ПРОБЛЕМЫ ПОДБОРА ГРАММАТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА, СВЯ- ЗАННЫЕ С РАЗЛИЧНЫМИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯМИ О ГРАММАТИКЕ	
10. Балас І. А., Сидорук Г.І.....	33
ПРОФЕСІОНАЛІЗМИ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОГО МОВЛЕННЯ	
11. Котовські Г.Ф.....	37
СПОСОБИ ПЕРЕДАЧІ МОРФОЛОГІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ НІМЕЦЬКОГО ПАСИВУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	

12. Курилко О.В., Сидорук Г.І.	43
ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ІДІОМАТИКИ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ	
13. Дячук К.С., Сидорук Г.І.	47
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ	
14. Боровик К.Ю., Сидорук Г.І.	51
СТИЛІСТИЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ І СПОСОБИ ЇХНЬОГО ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ	
15. Зоренко К.О., Сидорук Г.І.	54
СПОСОБИ ДОСЯГНЕННЯ ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ	
16. Радченко Я.В., Сидорук Г.І.	59
ПЕРЕДАЧА СТИЛІЗОВАНОЇ ЛЕКСИКИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ	
17. Погукай К.Є., Сидорук Г.І.	62
ПЕРЕДАЧА ЗНИЖЕНОЇ ТА ТАБУЙОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ КІНОФІЛЬМІВ (НА ОСНОВІ ПЕРЕКЛАДІВ ФІЛЬМУ ТЕЙЛОРА ХЕКФОРДА «АДВОКАТ ДИЯВОЛА»)	
18. Дабагян І.М.	65
ПЕРЕКЛАДАЧ В ІНФОРМАЦІЙНУ ЕПОХУ: ІДЕАЛІЗАЦІЯ ТА РЕАЛЬНІСТЬ	
19. Гуменюк З.В.	67
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕКСТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ	



Тиригулова Р.Х., Ибрагимова Э.Р.

доценты, кандидаты филологических наук,
Елабужский институт
Казанского федерального университета,
г.Елабуга, Россия

ОЙКОНИМЫ-ФИТОНИМЫ ЗАКАМЬЯ В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ ОСВЕЩЕНИИ

Аннотация. В данном сообщении рассматриваются ойконимы-фитонимы Закамья Республики Татарстан. Описываются их тематические группы, структурные модели, происхождение.

Ключевые слова: ойконим, ойконим-фитоним, тематические группы, структурные модели, происхождение.

Key words: oikonym, oikonym-fitonym, thematic groups, structural models, the origin of the oikonyms.

Известно, что «ойконимы, т.е. собственные имена населённых пунктов: города, посёлка, деревни – хранят следы истории заселения территории, а также отражают характер социально-экономических отношений. Названия населённых пунктов образуются по разным мотивировочным признакам, но чаще всего – по природным богатствам территории» [1].

Целью нашего сообщения является характеристика ойконимов-фитонимов Закамья, содержащих информацию о растениях региона. Справедливо отмечено Р.Р. Гатауллиным, что названия растительного мира играют «значительную роль в номинации географических объектов» [2].

В ходе исследования нами выявлено 105 ойконимов с растительной тематикой. Они распределены по 6 тематическим группам.

Первую группу составляют наименования, образованные от названий деревьев: сосна, береза, осина, ель, вяз, дуб, ива (*Сосновка, Берёзовая Поляна, Осиновка, Елховка, Вязовка, Дубовка; Старое Имяново* (имән в переводе с татарского означает «дуб»), *Нижние Чершилы* (чырышы – ель), *Таллы-Куль* (тал – ива), *Новые Карамалы* (карама – вяз). Обнаружено 74 наименования, что составляет 70,5% от общего количества фактического материала.

Во вторую группу включены ойконимы, произошедшие от названий ягод: вишня, калина, малина, черемуха (*Вишнёвая Поляна, Малиновка, Калиновка, Черемушка, Чиялек* (чия – вишня), *Балан-Буляк, Баланлы* (балан – калина). Данная тематическая группа состоит из 11 ойконимов (10,5%).

Ойконимы, являющиеся наименованиями травянистых растений: трава (Травкино), камыш (*Камышлы*), *Курай Елга* (курай – дудник), *Сардали* (сәрдә – сныть), *Дубровка* и др. – представляют третью группу. Она включает 11 наименований (10,5%).

В следующие три группы ойконимов входят лексемы, образованные от названий: 1) цветов и цветущих кустарников: сирень, ромашка, пижма (*Русское Сирень-*

кино, *Старое Ромашкино*). Это 5 наименований (4,7%); 2) плодов: перец, орех, горох (*Ореховка, Перцовка, Гороховое Поле*). 3 наименования (2,8%); 3) овощей: лук (Луковское). 1 наименование (0,9%).

Как видим, в качестве основы для образования исследуемых ойконимов используются в основном названия деревьев и кустарников. Популярными в названиях населенных пунктов, распространенных по территории современного Татарстана, являются фитонимы *сосна* (28 наименований) и *береза* (21 наименование). Это объясняется, несомненно, тем, что *береза, сосна, дуб, калина, вишня* отражают биолого-географические особенности региона (леса занимают примерно 17% всей территории Татарстана, в прошлом это были большие лесные массивы), а также имеют большое хозяйственное значение.

Среди исследованного материала обнаружили ойконимы, в качестве наименования которых выступают слова, обозначающие лишь родовое понятие: *Яшельча* (овощ(и)); *Сарсак-Арема* (*арэма* в переводе означает заросли), *Чэчка, Чэчкэ* (*чэчэк* – цветок), *Куакбаш, Куаклы* (*куак* – кустарник).

Но есть такие названия, которые лишь со временем стали созвучными с растительной тематикой. Например, легенда гласит, что основателем деревни Старое Ромашкино был купец по имени Роман. По соседству же располагалась русская деревня, жители которой прозвали Романа Ромашкой, а село – Ромашкино.

При анализе наименований с точки зрения их словообразовательной структуры определено, что преобладают односоставные ойконимы-фитонимы (61%), которые делятся на большую группу простых (состоящих из одного имени существительного) и на меньшую группу составных (состоящие из двух слов (одно из которых – имя существительное), образованных сложением). Простые односоставные фитонимы также подразделяются на большую группу производных и малую группу непроизводных имен существительных.

Частотные способы образования русских по происхождению ойконимов-фитонимов – суффиксальный и префиксально-суффиксальный.

Наиболее распространенным в именовании небольших населенных пунктов является продуктивный суффикс **-овк-**: *Калиновка, Перцовка, Ореховка, Малиновка, Вязовка*. Нередко нарицательные слова при переходе в топонимическую категорию прибавляют суффиксы **-ин**, к примеру, *Ромашкино*, и **-ов-**, к примеру, *Сосново, Большое Елово*. Наименование *Сиренькино* образовано двумя суффиксами **-к-** и **-ин-**.

Отдельные фитонимы образованы при помощи суффиксов и префиксов. Например, от основы «береза» образован топоним *Подберезье*.

Всего аффиксальным способом словообразования среди односоставных наименований образовано 52% ойконимов-фитонимов от общего числа исследуемых объектов.

Односоставные ойконимы составляют большую группу названий на территории Республики Татарстан (61%): *Березняк, Перцовка, Камышинка, Камыш, Ореховка, Осинники, Травкино* и т.д.

Названия, состоящие из двух лексем (39%), оформлены в виде согласованных словосочетаний: *Зеленая Роцца, Сосновый Мыс, Сосновый ключ, Вишнёвая Поляна, Большое Подберезье, Малое Подберезье, Гороховое Поле* и др. – образованных по схеме «имя прилагательное + имя существительное».

Основную часть составляют прилагательные, указывающие на характерную в той местности растительность (53%): *Сосновый Бор, Вишнёвая Поляна, Берёзовая По-*

ляна, *Гороховое поле* и т.д. К ойконимам с прилагательными в значении пространственного расположения относятся *Нижний Наратбаши, Верхний Наратбаши* и т.д. (13%). Такие географические объекты традиционно располагаются по соседству друг от друга. Названия определяются визуальными качествами природных объектов (13%): *Большое Подберезье, Малое Подберезье* (обширность территориальной площади) и временной характеристикой (8%) – *Старое Ромашкино* (существовало Новое Ромашкино).

Обнаруживаются и названия с прилагательными, указывающими на национальный состав населения географического объекта (13%): *Чувашское Сиренькино, Русское Сиренькино*.

Интересными являются двуязычные образования названий, таких как *Сосновый Юраш, Нижний Наратбаши, Верхний Наратбаши*, в которых одно из составных слов принадлежит русскому языку, а второе – татарскому языку.

Татарские ойконимы-фитонимы не всегда имеют перевод на русский язык и для русскоговорящей части населения так и остаются в первоначальном звучании, к примеру, деревни *Ишнарлат, Очнарлат (Өчнарлат – “макушка сосны”), Чиялек, Каенса* («берёза»), *Каенсаз, Чэчэкле (Чэчэкле), Чэчке (Чэчкэ), Наратлык, Наратлы*. Выделяются синонимичные названия населенных пунктов: Вишневка – Чиялек, Березовка – Каенсаз, Сосновка – Наратлык, Калиновка – Баланлы, Вязовка – Карамалы и др.

Частотны наименования с русским словом или сочетанием слов с добавлением тюркского апеллятива «авылы» (деревня, поселок): *Сосновка авылы, Калинино авылы, Берёзовая Грива авылы, Ореховка авылы* и др.

В исследовании ойконимов-зоонимов Закамья отмечалось наличие этнолингвистических пластов: «тюркско-татарский, финно-угорский, славянский, монгольский и иранский» [2]. Анализ ойконимов-фитонимов позволяет утверждать, что они имеют преимущественно славянское (русское) и тюркское (татарское) происхождение.

Таким образом, в результате проведенного исследования удалось определить специфические черты ойконимов-фитонимов на территории Татарстана, выразившиеся в их тематическом, структурном и этимологическом своеобразии, а также свидетельствующие о многосторонности русско-татарских лингвокультурных отношений.

Литература:

1. Ибрагимова Э.Р., Тиригулова Р.Х. Ойконимы Закамья: этнолингвистический аспект // Сборник научных трудов SWorld. Материалы Международной конференции «Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте 2013. 17–26 декабря 2013 года». Выпуск 4. Т.34. Одесса: Куприенко С.В., 2014. С.39.
2. Гатауллин Р.Р. Историко-лингвистическое описание тюрко-татарской топонимии Южного Урала и Зауралья. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Казань, 2012. С.18.
3. Ибрагимова Э.Р., Тиригулова Р.Х. Ойконимы Закамья: этнолингвистический аспект // Сборник научных трудов SWorld. Материалы Международной конференции «Перспективные инновации в науке, образовании, производстве и транспорте 2013. 17–26 декабря 2013 года». – Выпуск 4. Т.34. Одесса: Куприенко С.В., 2014. С.39.

Чорна О.О

К.П.Н кафедри англійської мови
Мелітопольський державний
педагогічний університет

Христова О.Ф.

асистент кафедри англійської мови

РЕАЛИЗАЦІЯ ТА СУТНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Ключові слова: інтерактивні методи, індивідуальність, формування навичок, реалізація.

У сучасній освітній системі все більшого визнання набуває сутність використання інтерактивних методів під час різних етапів навчання, що в свою чергу спрямовується на пошук засобів і умов становлення людини як творця своєї індивідуальності. Перехід до навчання іноземній мові в початковій школі створює зовсім іншу психологічну ситуацію. Пошук оптимальних шляхів подолання складностей, що виникають у цій новій ситуації, повинен іти, насамперед, у плані вікової й педагогічної психології.

Це робить, у свою чергу, необхідним заново сформулювати ті основні психологічні функції, які має навчання на різних його послідовних етапах.

Однієї з найважливіших функцій навчання варто вважати формування навичок й умінь навчальної діяльності. Формування навичок й умінь навчальної діяльності нерозривно зв'язане ще із двома функціями навчання: оволодінням навчальним матеріалом і формуванням уміння вільного переходу від навчальної до ненавчальної діяльності, уміння переходити від рішення системи навчальних завдань до орієнтування в проблемних ситуаціях реальної дійсності, розпізнавання і рішення завдань, що виникають у ній. Кінцевою метою навчання завжди є реальне життя. Ми навчаємо бути повноцінним членом суспільства, Активно, грамотно й творчо брати участь у соціальній діяльності.

Гра поряд із працею й навчанням – один з основних видів діяльності людини, дивний феномен нашого існування. Гра як феномен культури навчає, виховує, розвиває, соціалізує, розважає, дає відпочинок, вносячи в зміст дозвілля нескінченні сюжети і теми. Російський письменник Ю. Нагібін так оцінює значення гри в дитинстві: «У грі виявляється характер дитини її погляди на життя, її ідеали. Самі того не усвідомлюючи, діти в процесі гри наближаються до рішення складних життєвих проблем».

К.Д. Ушинський (1824-1871), автор теорії духовного розвитку дитини в грі, уперше висунув ідею про використання гри в загальній системі виховання, у справі підготовки дитини через гру до трудової діяльності. К.Д. Ушинський стверджував, що в грі з'єднуються одночасне прагнення, відчуття і уявлення [6, 315]. У людській практиці гра виконує такі функції:

- розважальну (це основна функція гри – розважити, надихнути, розбудити інтерес);

- комунікативну: освоєння діалектики спілкування;
- самореалізації в грі як полігоні людської практики;
- терапевтична: подолання різних труднощів, що виникають в інших видах життєдіяльності;
- діагностичну: виявлення відхилень від нормативної поведінки, самопізнання в процесі гри;
- функцію корекції: внесення позитивних змін у структуру особистісних показників;
- міжнаціональної комунікації: засвоєння єдиних для всіх людей соціально-культурних цінностей;
- соціалізації: включення в систему суспільних відносин, засвоєння норм людського гуртожитку.
- Ігри мають чотири головні риси:
- вільна розвиваюча діяльність, що починається лише за бажанням дитини, заради задоволення від самого процесу діяльності (процедурне задоволення);
- творчий, значною мірою імпровізаційний, дуже активний характер цієї діяльності («поле творчості»);
- емоційна піднесеність діяльності, емоційна напруга;
- наявність прямих чи непрямих правил, що відбивають зміст гри, логічну послідовність її розвитку. Гра – унікальний феномен загальнолюдської культури, її джерело й вершина. Ні в яких видах діяльності людина не демонструє такого самозабуття, виявлення своїх психофізіологічних, інтелектуальних здатностей, як у грі. Гра – регулятор всіх життєвих позицій дитини. Школа гри така, що в ній дитина – і учень, і вчитель одночасно [3, 12]. Навчання дітей шкільного віку іноземній мові сприяє всесвітньому розвитку дитини в процесі вивчення мови, активному включенню в цей процес мислення, пам'яті, уяви, емоції, використання іншомовної мови для вираження й розуміння думки.

Залучення школяра за допомогою іноземної мови до іншої культури дозволяє йому усвідомити себе як особистість, що належить до певної соціокультурної спільності людей, з одного боку, а з іншого боку – виховує в ньому повагу й терпимість до іншого способу життя.

Правильно організовані уроки англійської мови, якщо вони досить емоційні, сприяють можливості зняти в дітей скутість, сором'язливість, допомагають розкряпачити дитини в його спілкуванні з дітьми й учителем.

У грі, у казкових ситуаціях розвиваються емоційна сфера дитини, пов'язана з гуманістичними устремліннями: допомагати слабким, рятувати тих, хто потрапив у лихо і т.д.

Раннє навчання іноземним мовам актуально в наш час, але щоб воно було успішним, учителям необхідно мати у своїй «педагогічній скарбниці» різні методичні прийоми. Допомагає гра, ігрові ситуації, створюючи прекрасні природні умови для оволодіння мовою, прилучаючи до миру дорослих, будучи способом пізнання.

Д.Б. Ельконін вважає, що гра виконує чотири найважливіших для людини функцій: засіб розвитку мотиваційно-необхідної сфери, засіб пізнання, засіб розвитку розумових дій і засобу довільної поведінки [4, 54].

Не можна забувати про наочність на уроках англійської мови. Вона стимулює створення значенневих образів. Всі засоби наочності (азербальні, ілюстровані, жести) створюють ефект присутності в якійсь конкретній ситуації, допомагають зберегти в пам'яті той зміст, якому потрібно їм передати й сприйняти. Для цього можна використовувати іграшки, картинки, посібник, маски, картки, таблички, доміно.

За допомогою гри добре опрацьовується вимова, активізується лексичний і граматичний матеріал, розвиваються навички аудіювання, усного мовлення.

Навчальні ігри допомагають зробити процес навчання іноземній мові цікавим і захоплюючим. Почуття рівності, атмосфера захопленості дають можливість учням перебороти незручність, скутість, зняти мовний бар'єр, утома.

Вивчення іноземної мови із психологічної точки зору – це складний процес формування в корі головного мозку нової мовної системи, що починає співіснувати й постійно взаємодіяти із уже виробленою системою рідної мови, випробовуючи на собі її інтерферуючий вплив. Навчальні ігри допомагають зробити процес навчання іноземній мові цікавим і захоплюючим. У будь-який вид діяльності на уроці можна внести елементи гри, і тоді навіть саме нудне заняття здобуває захоплюючу форму. Особливо це стосується аспекту навчання фонетики іноземної мови, адже звуки рідної і іноземної мови різняться між собою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Веренинова Ж.Б. Обучение английскому произношению с опорой на специфику фонетических баз изучаемого и родного языков. // Иностранные языки в школе. – 1994. №5. – с. 10 – 16.
2. Витлин Ж.Л. Эволюция методов обучения иностранным языкам в XX в. // Иностранные языки в школе. – 2001. №2 языки в школе. – 1998. №2. – с. 53 – 56.
3. Выготский Л.С. Мышление и речь. – Собр. соч. М.; Педагогика, 1982, Т. 2.
4. Гвоздева А.В., Сороковых Г.В. Индивидуальные особенности восприятия и познания при изучении иностранных языков. // Иностранные языки в школе. -1999. №5.-с. 73.
5. Стронин М.Ф. Обучающие игры на уроке английского языка. Пособие для учителя. Изд. 2-е – М.: Просвещение, 1984. – 112 с.

Орехова Л.И.

доцент, кандидат педагогических наук ЮНПУ

имени К.Д.Ушинского

Папушой Т.С.

студентка 3 курса филологического факультета

ЮНПУ имени К.Д.Ушинского

ИМЕННЫЕ ЧАСТИ РЕЧИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: именные части речи, функционально-семантический аспект, научные поиски, преподавание русского языка.

Key words: nominal parts of speech, functional and semantic aspect, scientific research, teaching Russian language.

Проблема изучения частей речи была и остается актуальной для лингвистов. Об этом свидетельствуют многочисленные научные поиски отечественных языковедов последних десятилетий, посвященные вопросам развития, выделения и классификации, семантики, словообразования, функционирования частей речи (М.Ф. Лукин, Д.А. Салимова, В.Г. Фатхутдинова, Л.И. Высоцкая, Ф.И. Панков, Д.Г.Демидов и др.). В системе частей речи именные части речи занимают особое место. Начиная с грамматик XVIII – XIX веков (М.В. Ломоносов «Российская грамматика» (1755), Н.И.Греч «Краткая русская грамматика» (1853), И.И. Давыдов «Опыт общесравнительной грамматики русского языка» (1853), А.Х. Востоков «Русская грамматика» (1874) и др.), в отечественном языкознании принято считать, что именные части речи занимают особое место среди других частей речи: для них характерна высокая частотность, распространенность, они представляют собой наиболее многочисленный класс слов. Одним из свойств именных частей речи считается их способность в условиях контекста замещаться тем или иным указательным словом, принадлежащим к четвертой части речи – местоимениям (А.А. Потенбня, Ф.Ф. Фортунатов, А.А. Шахматов, А.М. Пешковский, Л.В. Щерба, В.В. Виноградов, И.И. Мещанинов, А.Е. Супрун, М.В. Панов, Ю.С. Степанов, В.В. Лопатин и др.). Во второй половине XX века в лингвистической науке наблюдается смена акцентов в выборе подходов к изучению языковых единиц, в том числе и частей речи: переход от формальнограмматического и системно-структурного к этнолингвистическому, функционально-семантическому, лингвокультурологическому, ономазиологическому, когнитивному, подходам (Е.В. Клобуков, Е.С. Кубрякова, Е.В. Падучева, Н.Ю. Шведова, А.С. Белоусова, Н.Д. Арутюнова).

Перспективным и результативным является изучение частей речи в плане их функционирования в процессе коммуникации. В связи с этим актуальным является функциональный подход к изучению именных частей речи, которые обладают богатым функционально-прагматическим и коммуникативным потенциалом, которые позволяют им сыграть особую роль в создании связного высказывания на содержательном или структурном уровне. Функционально-семантический аспект

предполагает рассмотрение свойств и функциональных возможностей именных частей речи в структуре текста. Необходимость рассмотрения грамматических единиц с точки зрения текстового функционирования подтверждается целым рядом исследований как лингвистов (Л.М. Лосева, Г.Я. Солганик, О.А. Москальская, М.Б. Храпченко, Г.А. Золотова, В.Г. Так). Функциональный принцип изучения единиц языка способствует совершенствованию научно обоснованной методики обучения русскому языку. Это позволяет органически соединять два направления – освоение структурно-семантических признаков изучаемых явлений и формирование речевых умений учащихся. Следовательно, основным дидактическим средством в обучении русскому языку становится текст, поскольку именно в тексте единицы языка становятся коммуникативно значимыми, проявляют свои признаки, обнаруживают новые, текстообразующие функции. Особенно это важно при изучении таких частей речи, как имена существительные, прилагательные, числительные, местоимения, которые, как утверждают исследователи, могут активно выступать в качестве средства межфразовой связи в тексте.

Рассмотрим некоторые особенности функционирования именных частей речи в тексте. Важным средством осуществления в тексте лексических и грамматических связей являются имена существительные. Существительные употребляются в тексте как средство межфразовой связи для осуществления лексического повтора и синонимической замены. Лексический повтор особенно распространен в научном, деловом и публицистическом стилях. Это связано с устойчивостью терминологии, нежелательностью синонимических замен, вызванной стремлением к однозначности, точности смысла. Л.М.Лосева указывает, что повторение слов как средство межфразовой связи в стилистическом отношении может быть нейтральным, а может подчеркивать значимость сведений. Таким образом, повторение слов посредством существительных выполняет две функции: оно является средством межфразовой связи и стилистическим приемом, акцентирующим внимание на семантике повторяющихся слов и содержании предложений, в которых они находятся.

Довольно часто лексический повтор встречается в сочетании с местоименной заменой. Благодаря стилистической нейтральности, экономности средств выражения цепные связи с лексическим повтором и местоимениями распространены во всех стилях речи. Лексический повтор и местоименная замена могут связывать предложения в единое смысловое и структурное целое. Использование синонимической замены как средства межфразовой связи имеет не только непосредственно синтаксическое значение, но и позволяет выражать разнообразные смысловые отношения между предложениями, их экспрессивно-модальные оттенки. При этом немаловажное значение приобретают кроме языковых и контекстуальные синонимы.

Текстообразующими функциями обладают и имена числительные. В плане текстового функционирования среди именных частей речи числительные менее всего изучены. Как связующий элемент текста чаще всего выступают порядковые, собирательные числительные, а также количественные числительные в сочетании с существительными. Одни из них могут связывать только контактные предложения, другие могут связывать ряд предложений общим смыслом. Как средство межфразовой связи могут выступать также собирательные числительные от двое до семеро. При этом они употребляются как самостоятельно, так и в сочетании с определительным

местоимением – все трое, все шестеро и т.д. Как отмечают исследователи, любое числительное, употребленное в предложении без существительного, которое оно определяет в количественном отношении, притягивается по смыслу к этому существительному, вследствие чего оказывается одним из средств межфразовой связи.

Таким образом, опора на современные исследования в области лингвистики текста, функциональной грамматики позволяет раскрыть функционально-семантические особенности именных частей речи. Имена существительные в тексте могут выступать как средство межфразовой связи для осуществления лексического повтора, синонимической замены; имена числительные могут выполнять функцию текстового обобщения. Изучение функционально-семантических особенностей именных частей речи позволяет дать не только правильное представление о роли и значении этих частей речи в грамматической системе русского языка, но и добиться приобретения учащимися речевых навыков в построении связной речи.

Литература

1. Ипполитова Н.А. Текст в системе обучения русскому языку в школе. /Н.А. Ипполитова. – М.: Флинта, Наука, 1998. – 176 с.
2. Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика: Сложное синтаксическое целое / Г.Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1991. – 182 с.
3. Шакирова Л.З. Методика преподавания русского языка (на материале национальных школ) / Л.З.Шакирова, Р.Б.Сабаткоев. – СПб.: Просвещение; Казань: Магариф, 2003. – 351 с.
4. Янко-Триницкая Н.А. Русская морфология /Н.А. Янко-Триницкая. – М.: Русский язык, 1989. – 236 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА В ПОЛКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

Сучасне перекладознавство сформувалося як самостійна наукова дисципліна в основному в другій половині двадцятого сторіччя. Розширення міжнародних контактів у всіх сферах людського спілкування, що викликало різке збільшення потреби в перекладах і перекладачах, стало могутнім стимулом для росту теоретичних досліджень перекладацької діяльності.

Сучасне перекладознавство – результат міждисциплінарних досліджень, що використовують методи цілого ряду наук (літературознавства, когнітивної й експериментальної психології, нейрофізіології та етнографії).

Однак внаслідок багатьох об'єктивних і суб'єктивних причин більшість робіт в області теорії перекладу має більш-менш яскраво виражену лінгвістичну основу. Для успішного формування лінгвістичного перекладознавства існує цілий ряд важливих передумов:

У другій половині ХХ сторіччя мовознавство значно розширило область своїх інтересів. Від виняткової уваги до розвитку і структури мовних систем воно звернулося до широкого кола проблем, що визначають можливість використання мови як знаряддя думки і засіб мовної комунікації. У центрі уваги лінгвістів виявилася смислова сторона мовних одиниць і мовних витворів, зв'язок мови з мисленням, реальною дійсністю, із суспільством і культурою, з іншими знаковими системами. З'явилися нові лінгвістичні дисципліни та області дослідження, такі як когнітивна лінгвістика, психолінгвістика, соціолінгвістика, лінгвістика тексту, теорія мовних актів і т.п. Мовознавство перетворилося в справжню макролінгвістику – цілий комплекс лінгвістичних дисциплін, що вивчають усе різноманіття форм, способів, результатів і особливостей існування мови в людському суспільстві. Тільки така лінгвістика могла зайнятися теоретичним осмисленням сучасної перекладацької діяльності.

Виникла потреба в масовій підготовці професійних перекладачів, яка привела до створення численних перекладацьких шкіл і відділень, що в основному створювалися в університетах і інститутах іноземних мов. У ролі викладачів перекладу поряд із самими перекладачами виявилися університетські вчені-філологи і лінгвісти, що одні з перших усвідомили необхідність теоретичного осмислення перекладацької діяльності для розробки науково обґрунтованих навчальних програм.

У ХХ сторіччі усе більш важливе місце – і по обсягу, і по соціальній значимості – стали займати переклади текстів спеціального характеру – інформаційних, економічних, юридичних, технічних і т.п. (Якщо в художній літературі головне передати художньо-естетичні достоїнства оригіналу, то в таких перекладах на перший план виступили власне мовні проблеми). Тобто перекладач мусить вирішувати чисто лінгвістичні проблеми, обумовлені розходженнями в семантичній структурі й особливостями використання двох мов у процесі комунікації. А, отже, вивчити такі пе-

рекладацькі проблеми доцільно лінгвістичними методами.

В той час багато вчених, які зробили значний внесок у розвиток сучасного перекладознавства, не вважають себе лінгвістами, а деякі з них особливо підкреслюють обмеженість і неправомірність лінгвістичного підходу до дослідження перекладацької діяльності. Це обумовлюється тим, що перекладознавство – це особлива наукова дисципліна, що має багато інтердисциплінарних аспектів. Сама по собі одна лінгвістика не може розкрити всю багатогранність цього складного виду діяльності.

Основна мета вивчення перекладознавства полягає у створенні теоретичної бази, необхідної для успішного формування та подальшого розвитку навичок перекладацької діяльності, у підготовці до самостійної розробки окремих питань перекладознавства та ведення науково-дослідницької роботи.

Перекладні методи, механічно перенесені на живі мови, поділялись на граматико-перекладний та лексико (текстуально)-перекладний в залежності від того, який мовний аспект — граматика чи лексика — знаходився у центрі уваги при вивченні іноземної мови шляхом перекладу текстів на рідну мову.

Грамматико-перекладний метод був поширений в усіх країнах Європи, а його розквіт припадає на XVIII-XIX ст. У царській Росії він був основним офіційно визнаним методом аж до 1917 року. Представниками граматико-перекладного методу були І. Мейдингер (Німеччина), Г. Оллендорф (Англія).

Застосування граматико-перекладного методу протягом довгого періоду пояснюється традиціями, успадкованими від латинських шкіл, формальними загальноосвітніми цілями навчання, не пов'язаними з реальним іншомовним спілкуванням, можливістю використовувати малокваліфікованих викладачів.

Лінгвістичну основу граматико-перекладного методу складала ідея порівняльного мовознавства, згідно з якими мови не відрізняються у своїй основі і їх елементи можуть взаємозамінюватись. Так, відомий німецький лінгвіст В. Гумбольдт вважав, що метою викладання мови є повідомлення знань про її загальну структуру. Порівняльно-історичне мовознавство не мало значного впливу на методи викладання живих мов, оскільки свою увагу воно зосереджувало на стародавніх мовах, вважаючи їх вершиною мовного розвитку.

З психологічної точки зору перекладні методи можуть бути обґрунтовані даними асоціативної психології. Її вихідне положення полягало в тому, що всі психічні процеси розкладаються на окремі елементи, які потім з'єднуються у свідомості за законами асоціацій.

Вважаючи пам'ять одним із основних явищ психіки, представники граматико-перекладного методу будували навчання на основі запам'ятовування та зіставлення явищ у двох мовах. Положення про спільність мов і повний збіг понять за змістом та способом їх вираження дало представникам перекладних методів підставу вважати дослівний переклад одним із основних принципів навчання іноземних мов.

Представники граматико-перекладного методу брали за основу навчання окремі слова та речення, що ілюстрували певні граматичні явища, тобто граматичні правила мови, яка вивчалась.

Метою навчання в межах граматико-перекладного методу є навчання читання та перекладу текстів, переважно художніх, на рідну мову. В цьому вбачається загальноосвітня мета вивчення іноземної мови, а саме: розвиток логічного мислення

за допомогою граматичних вправ. У названих перекладних методах чітко виступає як основа навчання, так і основні засоби навчання: у граматико-перекладному методі — вивчення граматики та дослівний переклад, в текстурально-лексико-перекладному — вивчення мови на зв'язних здебільшого оригінальних текстах шляхом перекладу їх на рідну мову.

Найбільш відомими представниками текстурально-перекладного методу були Ж. Жакото (Франція), Д. Гамільтон (Англія), А. Шаванн (Швейцарія).

Назвемо основні принципи перекладних методів навчання іноземних мов:

1) писемне мовлення, яке представляє справжню мову, як основа навчання (розмовна мова вважалася на той час відхиленням від існуючої норми);

2) синтез і дедукція як найголовніші процеси логічного мислення, що зумовлюють заучування граматичних правил та слів і складання на їх основі речень, — у граматико-перекладному методі, а також аналіз як провідний процес логічного мислення і відповідно аналіз та дослівний переклад зв'язних оригінальних текстів — в текстурально-перекладному методі;

3) засвоєння мовного матеріалу шляхом перекладу та механічного заучування, а також застосування аналогії (в текстурально-перекладному методі), тобто на базі рідної мови.

Підручники, створені на основі текстурально-перекладного методу, знайшли особливо широке застосування в умовах самостійного вивчення іноземної мови. Найбільшою популярністю до теперішнього часу користуються підручники для самостійного вивчення мови Ш. Туссен-Лангенштейдта, які були створені для оволодіння майже всіма європейськими мовами. [9, с.286-288]

Сучасне перекладознавство включає в себе наступні складові: Переклад, адаптація. Поняття перекладу: класична категорія/ категорія-прототип/ кластер; типологія перекладу, теорії еквівалентності, трансформацій, стратегій; відношення між перекладами та їхніми цільовими мовами. Оцінка якості перекладу.

Головні завдання перекладознавства:

- концептуалізувати перекладознавство;
- визначити сутність перекладу, його методологічний апарат, типи, види, способи та прийоми;
- встановити вимоги до особи перекладача;
- встановити вимоги до якісного професійного перекладу;
- типологізувати види перекладу;
- класифікувати способи перекладу;
- охарактеризувати стильові особливості перекладів різних жанрів та типів текстів та ін.

Перекладознавство як сучасна наукова дисципліна спрямовано на дослідження закономірностей у співвідношенні між текстом мовою оригіналу (МО) і текстом мовою перекладу (МП), узагальнення висновків з конкретних досліджень у світлі наукових знань у синхронії і діяхронії, вдосконалення практичного перекладу шляхом застосування необхідних теоретичних знань.

У наш час перед перекладознавством постають такі конкретні завдання:

- розкрити сутність перекладу як складного багатогранного явища; встановити специфічні риси, які виокремлюють переклад з інших видів духовної діяльності

людини; визначити взаємозв'язки і форми взаємодії перекладу з іншими науковими дисциплінами;

– науково обґрунтувати процес перекладу і його результати; дослідити основні функції перекладу в суспільстві, обґрунтувати постійне підвищення ролі перекладу і його соціальну значущість, актуальність у сучасному житті;

– на основі практики встановити теоретичні основи, принципи і методи перекладознавства; встановити вимоги до особи перекладача, окреслити межі перекладацької компетенції; визначити вимоги до виконання усних і письмових перекладів різних видів і у такий спосіб підвищити професійний рівень сучасної перекладацької практики.

Сучасне перекладознавство характеризується різноманітністю теоретичних концепцій і методів дослідження. У межах перекладознавства вивчаються літературознавчі, лінгвістичні, етнографічні та інші аспекти перекладацької діяльності, на основі яких, оформилися такі сучасні напрями, як психологічне перекладознавство, літературне перекладознавство, етнографічне перекладознавство, історичне перекладознавство, і т. ін. [2, с. 5-6]. Найбільшої уваги перекладачів і науковців потребує лінгвістичне перекладознавство (або лінгвістика перекладу), яке досліджує лінгвістичні закономірності перекладу, особливості відтворення одиниць МО у МП і має безпосередню практичну спрямованість.

Професійна компетенція перекладача передбачає ознайомлення його з основними положеннями сучасного перекладознавства і формування вмінь та навичок використовувати їх на практиці. Вивчення праць вітчизняних й іноземних теоретиків перекладу складає суттєву частину підготовки майбутніх перекладачів-професіоналів.

За переліком актуальних питань перекладознавства на сьогодні можна чітко відстежити шляхи його подальшого розвитку, які, певною мірою, окреслюються міждисциплінарними зв'язками науки про переклад.

Теоретичні й методологічні основи перекладацької діяльності були тісно пов'язані зі світоглядом дослідників та методологією інших наукових галузей різних історичних періодів – філософії, філології, історії, політики, економіки та ін. Залежність від життя суспільства, тісний зв'язок з іншими науковими дисциплінами та сучасними течіями в суспільстві і літературі є необхідним для розвитку перекладознавства.

Значення і роль перекладу в житті суспільства перекладознавство з'ясовує опосередковано за допомогою соціології. Зв'язок перекладознавства з соціологією виникає з необхідності вивчення перекладу як з боку потреби суспільства в ньому, так і з боку реалізації його функцій у суспільстві.

У наш час на допомогу перекладачеві прийшли різні технічні засоби та ЗМІ, що, без сумніву, є значним кроком уперед. Дякуючи інтенсивному розвитку науково-технічного прогресу, кожен перекладознавець може самостійно і досить швидко провести такі статистичні дослідження тексту, які, ще десять років тому потребували багатомісячних зусиль наукових колективів.

На сучасному етапі від перекладача вимагаються високорозвинені розумові здібності, пам'ять, миттєва реакція на висловлене. На всіх суспільних рівнях переклад застосовується у таких його формах: 1) переклад, що здійснюється людиною; а)

письмовий (виконується перекладачем); б) усний, у вигляді тлумачення (відбувається при безпосередній зустрічі осіб); в) письмова та усна (при заключенні контрактів, договорів, офіційних угод); 2) комп'ютерний переклад (його можливості обмежені на сьогоднішній день); 3) змішаний переклад: а) автоматичний (більшість роботи виконує електронний перекладач, людина задіяна частково); б) традиційний (основну діяльність перекладача виконує людина; машинний переклад застосовується незначною мірою) [1, с. 46-49; 4, с. 82-83].

Діяльність перекладача суттєво впливає на суспільно-політичний розвиток суспільства. Без неї неможливий прогресивний розвиток політичних, економічних, соціальних, етнічних, міждержавних та інших відносин.

У процесі виконання перекладу відбувається двосторонній процес збагачення національної культури: з одного боку, це переклад іншомовних культурних надбань рідною мовою, а з іншого боку – переклад творів рідної літератури іншими мовами з метою популяризації і пропаганди національної культури.

Переклад використовується як універсальний засіб семантизації і перевірки знань: з перекладу починається вивчення іноземної мови, переклад є надійним засобом засвоєння знань, формування вмінь та навичок.

Проблема взаємодії мови і перекладу має й інший аспект. Переклад – це шлях встановлення і підтримання міжмовних контактів.

Серед дисциплін, які мають суттєве значення для комплексного вивчення перекладу, в першу чергу, слід назвати мовознавство і літературознавство. За допомогою перекладу можна ознайомитися з художніми і науковими творами іншомовних авторів.

Мовознавство збагачує переклад і перекладознавство новими методами дослідження мови, критеріями для проведення перекладацького аналізу текстів.

Методологічний апарат сучасного перекладознавства спирається на власне перекладознавчі, лінгвістичні і загальнонаукові методи й методики аналізу. Основними методами сучасного перекладознавства є комунікативний, семантичний і трансформаційний методи.

Історія методики навчання іноземних мов завжди була орієнтована на пошуки найбільш раціонального методу навчання. Вважається, що найдревнішим був натуральний метод, згідно з яким іноземна мова засвоювалась так, як дитина засвоює рідну мову – шляхом наслідування (імітації) готових зразків, багаторазового повторення їх та відтворення нового матеріалу по аналогії з вивченим.

Аналіз актуальних проблем перекладознавства, зарубіжної літератури, педагогічних підходів та інноваційних методів навчання дозволив зробити такі висновки: метою навчання перекладу є формування перекладацької, соціокультурної компетенції, навичок визначення й ефективного застосування комунікативних стратегій в реальних ситуаціях міжкультурної комунікації; у сучасному літературознавстві твори інтерпретуються і досліджуються за допомогою історико-біографічного, компаративного, герменевтичного методів.

Розвиток економіки і бізнесу неможливий без перекладацької діяльності. В Україні зазначені відносини набули особливої актуальності у 90-х рр. ХХ ст., коли в результаті державних перетворень були створені економічні та бізнесові структури на зразок зарубіжних, більш розвинених на той час країн світу.

Суспільне значення перекладу визначається насамперед тим, що саме шляхом перекладу відбувається розвиток і перекладу, і суспільства, завдяки перекладу та ЗМІ сучасні спільноти мають можливість триматися на майже однаковому рівні інформаційного забезпечення і розвитку. Зі змінами суспільного устрою і світогляду змінювалося й ставлення до перекладу, проте його значення і місце в суспільному житті нації завжди актуально.

Література:

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. – М.: ЛКИ. 2010. – 240 с.
2. Задорожная М.А. Основы общей теории и практики перевода (английский и русский языки как иностранные). – К.: Изд. КНЛУ. 2001. – 240 с.
3. Лилова А. Введение в общую теорию перевода. – М.: Высшая школа. 1985. – 256 с.
4. Лотман Ю.М. Структура художественного текста // Лотман Ю.М. Об искусстве. – СПб.: «Искусство – СПб». 1998. – С. 14 – 285.
5. Ревзин И.И., Розенцвейг В.Ю. Основы общего и машинного перевода. – М.: Высшая школа. 1964. – 243 с.
6. Семенец О. Е., Панасьев А. Н. История перевода. – К.: Лыбидь. 1991. – 365 с.
7. Терехова С.І. Вступ до перекладознавства. Сучасні проблеми і теорії. Діяльність перекладача. Основи техніки перекладу. – К.: Вид. КНЛУ. 2002. – с.
8. Яворська Г.М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс. Мова. Культура. Влада. – К.: Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні. 2000. – 286 с.
9. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник / Кол. авторів під керівн. С.Ю.Ніколаєвої. – К.: Ленвіт, 2002. – 328 с.

ПЕРЕКЛАД НІМЕЦЬКИХ АГРАРНИХ ТЕРМІНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Ключевые слова/ Keywords: запозичення / linguistic borrowings, іншомовна лексика / foreign–language vocabulary, special language / фахова мова.

Переклад один із найважливіших моментів розвитку людства. Завдяки перекладу люди однієї країни знайомляться з життям, культурою, побутом, історією, науковими та літературними досягненнями інших країн.

У ході розвитку науки і виробництва відкриваються нові явища, виникають нові поняття, що позначаються іменуваннями особливого роду – термінами. Під терміном тут розуміється слово чи словосполучення спеціальної форми вживання. Специфіка терміна, що відмежовує його від інших слів мови, полягає в особливому призначенні, функції терміна – по можливості чітко виражати спеціальні поняття. Отже, термін – це насамперед функціональна одиниця мови. Бернард Шоу з властивою йому дотепністю визначав термінологію як «змова присвячених», підкреслюючи тим самим замкнутий, різко обмежений характер поширення спеціальної лексики, що доступна лише обраним, присвяченим у специфіку тієї чи іншої галузі знання.

Не менш образно (Fach-Chinesisch) позначається ця властивість термінології в німецькій мові, та й саме слово «термін» (від лат. terminus – “границя”, “межа”) семантично маніфестує поняття обмеженості, відособленості. [1, с.192]

Вивчення термінів постійно перебуває у сфері наукових інтересів як фахівців у галузі термінології, так і лінгвістів. Мова динамічно розвивається і реагує на всі зміни, що відбуваються в інших сферах життя. Сільське господарство в цьому випадку не є винятком. У самому сільському господарстві відбуваються структурні зміни, пов’язані з розвитком технічної бази, зростанням спеціалізації і концентрації виробництва, появою нових галузей і технологій обробки сировини, проблемами, пов’язаними з екологічною ситуацією у світі. Все це вимагає опису структурно-семантичних властивостей термінів, вивчення їх у плані змісту і в плані вираження.

Проблемами утворення і перекладу термінів займалися такі вчені, як В.В. Віноградов, Г.О. Вінокур, О.І. Смірницький, О.С. Ахманова.

На сьогодні проблема перекладу складних аграрних німецьких термінів українською мовою є недостатньо дослідженою і вимагає вивчення різноманітних її аспектів.

Метою статті є аналіз особливостей перекладу складних аграрних термінів українською мовою.

Термінологія з агрономії і механізації сільського господарства завжди були і є важливою складовою частиною в лексичному запасі німецької мови. На її утворення впливають різноманітні фактори. Кожна галузь людських знань використовує ті

чи інші лексичні одиниці для забезпечення своїх потреб у необхідній кількості термінологічних лексичних одиниць [2].

У німецькій мові набули певного поширення термінологічні лексичні лакуни. Це, зокрема, такі лексичні одиниці, які можна розглядати в якості термінологічних лакун:

- *Getreide n.* – зернові культури
- *Schlepper m.* – трактор-тягач
- *Zapfwelle f.* – вал відбору потужності
- *Kalkung f.* – удобрення вапном
- *Entmisten n.* – прибирання гною [2]

Подібно до англійської мови більшість німецьких термінологічних одиниць не мають особливостей при передачі лексичного значення.

Так, наприклад:

- *Auslassventil n.* – випускний клапан
- *Einlassventil n.* – впускний клапан
- *Bruttoertrag m.* – валовий збір
- *Gräser pl.* – злакові [2]

У німецькій мові термінологізми утворюють складні іменники. Шар складних іменників є досить чисельним. Такі іменники є надзвичайно характерними для німецької мови. Рід складних іменників залежить від основного слова. До цієї категорії іменників належать такі термінологізми, як:

- *Kornfrüchte pl.* – зернові культури
- *Ackerkrume f.* – орний шар
- *Drillmaschine f.* – рядкова сівалка
- *Flächeneinheit f.* – одиниця площі
- *Bodenbearbeitung f.* – обробіток ґрунту

При вивченні термінології з механізації сільського господарства слід використовувати словничок термінів, що означають складові вузли певних сільськогосподарських машин німецькою мовою.

I

Der Traktor

der Rahmentraktor – рамний трактор

der Radtraktor – колісний трактор

der Kettentraktor – гусеничний трактор

der Halbkettentraktor – напівгусеничний трактор

der Halbrahmentraktor – напіврамний трактор

die Kupplung – зчеплення

das Kupplungsgehäuse – кожух зчеплення

das Wechselgetriebe – коробка передач

das Ausgleichsgetriebe – диференціал

das Kupplungsgehäuse – кожух зчеплення

II

der Schlepper – трактор-тягач

der Kettenschlepper – гусеничний трактор-тягач

der Radschlepper – колісний трактор-тягач

III

Der Pflug

der Pflugkörper – корпус плуга

das Pflügen – оранка

der Scharpflug – лемішний плуг

der Einscharpflug – однокорпусний плуг

der Mehrscharpflug – багатокорпусний плуг

IV

die Scheibe – диск

die Scheibenegge – дискова борна

der Scheibenpflug – дисковий плуг

die Riemenscheibe – пасова передача

Переклад – це відтворення оригіналу засобами іншої мови із збереженням єдності змісту і форми. Ця єдність досягається цілісним відтворенням ідейного змісту оригіналу в характерній для нього стилістичній своєрідності на іншій мовній основі.

Шлях до досягнення такої єдності не лежить через встановлення формальних відповідників. Співставлення засобів різних мов, навіть найбільш віддалених, можливе лише шляхом співставлення функцій, які виконують різні мовні засоби. Точніші, більш повніші переклади виходять тоді, коли перекладач не просто механічно підбирає слова, але усвідомлює і інтерпретує початковий текст. Переклад термінів – дуже відповідальна задача для перекладача. Перекладач повинен враховувати те, що кожна мова розвивається самостійно: в ній діють власні мовні реалії, закріплені культурно-історичні реалії, з'являються нові реалії, які ще не мають еквівалентів на момент перекладу на інші мови. Але і попри це перекладачеві доводиться перекладати матеріали, що містять і такі термінологічні особливості, з якими він не знайомий. Це означає, що незалежно від ступеня володіння перекладачем обома мовами, об'єму його фонових знань, він так чи інакше зустрінеться з неочікуваним в тексті оригіналу, що може бути лінгвістичними чи екстралінгвістичними реаліями. Враховуючи це перекладачеві потрібно знати і вміти користуватися (окрім словників) різними енциклопедичними довідниками.

ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко В. П. Русская терминология: опыт лингвистического исследования / В. П. Даниленко. – М.:Издательство «НАУКА», 1977. – 246 с.
2. Кондратюк С.Ю. Особливості вивчення англійської та німецької термінології з агрономії та механізації сільського господарства / С.Ю. Кондратюк // Вісник Житомирського державного університету. Вип. 39. Філологічні науки. – 2008, С. 203-208.
3. Великий німецько-український словник. Das Große Deutsch-Ukrainische Wörterbuch. / упоряд. В. Мюллер. – [Б. м.]: Вид-во: “Чумацький Шлях”, 2012.
4. Німецько-український, українсько-німецький словник + граматики / упоряд. О. Мазур. – Донецьк: [б. в.], 2012. – 224 с.

**ЯДЕРНА ОСНОВА ПАРЦЕЛЬОВАНИХ РЕЧЕНЬ
У ПОСТМОДЕРНІСТСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ**

У статті представлено практичне застосування методу безпосередніх складників у рамках аналізу парцельованих речень, наведених у творі, що відноситься до постмодерністської літератури.

Ключові слова: метод безпосередніх складників, структуралізм, постмодерністська література.

Key words: constituent method of analysis, structuralism, postmodern literature.

Постмодернізм – це світоглядно-мистецький напрям, що в останні десятиліття ХХ століття прийшов на зміну модернізмові. Однією з основних ознак постмодерністського тексту є прагнення поєднати або взаємодоповнити істини (часом полярно протилежні). Така ж тенденція простежується в стилістиці та композиції текстотворення: поєднання складних синтаксичних та парцельованих конструкцій, граматичний центр яких встановити неможливо [4].

Професор Н. В. Кондратенко досліджує синтаксис постмодерністської літератури. У своїй статті «Нові форми реалізації синтаксичного потенціалу мови в українському постмодерністському тексті» лінгвіст наголошує на порушеннях формально-граматичної організації, на використанні семантично аномальних конструкцій та на комунікативній актуалізації текстових компонентів в сучасній літературі. Ненормативність стає способом організації текстової тканини постмодерністського твору. Проте дослідниця не розглядає проблему встановлення ядерної структури речення. Це питання привернуло нашу увагу, оскільки синтаксис творів, що входять до постмодерністської прози є суттєво видозмінений синтаксис [2].

З метою встановлення ядерної структури речення ми використали метод аналізу за безпосередніми складниками, розроблений Л. Блумфілдом у ХХ столітті у межах проведених ним структуральних досліджень. Джерельною базою нашої роботи став психологічний етюд «Таємничий незнайомиць», що входить до складу роману письменниці-постмодерністки Л. П. Бондаренко «Тринадцята жінка Фрейда».

Аналіз речення за допомогою методу безпосередніх складників полягає у поступовому членуванні його на бінарні складники, що продовжується до неподільних складників. Речення поступово згортається до «ядерної» одиниці, тобто тієї, що лежить в основі його будови. Один із безпосередніх складників повинен бути ядром конструкції, а інший – периферійним елементом. Метод безпосередніх складників розкриває послідовність процесу породження речення та показує внутрішню підпорядкованість його складників [3].

Парцельована конструкція «До вас» [1, 44], наведена у тексті етюдю, має таке графічне представлення її аналізу:

до	в-	-ас
до	вас	
До вас.		

Речення складається з двох лексем та трьох морфем. Ядро встановити важко, оскільки наявні лише периферійні елементи.

«І не більше» [1, 46] – конструкція, що складається із трьох морфем та трьох лексем. Відсутній головний елемент, до якого кріпляться залежні. Тому знову констауємо відсутність ядра у реченні.

І	не	більше
і	не	більше
і	не більше	
І не більше.		

Слово «Спасибі» [1, 47], що входить до розряду формул ввічливості, оформлене у вигляді самостійного речення. Складається з однієї лексеми та повністю еквівалентної їй морфеми:

Спасибі
Спасибі.

Заперечні частки *ні* також оформлені у синтаксично самостійне речення «*Ні, ні*» [1, 50]. Наведені частки не можна поділити на морфеми, отже, речення складається з двох морфем, що є абсолютно еквівалентними двом лексемам, репрезентованим у синтаксемі:

ні	ні
Ні, ні.	

Дискусійним є питання аналізу наступного речення «*Вибачте мені*» [1, 48]. З однієї точки зору це парцельована конструкція без синтаксичного ядра, до складу якої входить дві лексеми та чотири морфеми. З іншого погляду наведений приклад є односкладним означено-особовим реченням, еквівалент головного члена в якому представлений особовим дієсловом теперішнього часу наказового способу другої особи множини доконаного виду.

вибач-	-те	мен-	-і
вибачте		мені	
Вибачте мені.			

Проблематичним є питання аналізу односкладних називних речень. У ролі ядра виступає іменний член конструкції. До нього кріпиться периферійний елемент, котрий є граматично самостійним членом та виконує певну функцію у реченні. Це можна простежити у наступних реченні «*Такий дивний!*» [1, 47] та «*Непогана...*» [1, 50]. Перший приклад – односкладне називне речення, до складу якого входить головний член еквівалентний підмету та означення. Речення складається з двох слів та чотирьох морфем:

так-	-ий	дивн-	-ий
такий		дивний	
Такий дивний!			

Останнє з вищенаведених речень є односкладним називним реченням, що складається з одного слова – еквівалента головного члена речення, що представлений прикметником. Речення складається з одного слова та двох морфем:

непоган-	-а
Непогана...	

Отже, парцельовані без'ядерні конструкції, оформлені у вигляді речень, складаються зі службових частин мови або вставлених конструкцій, що не виконують синтаксичної функції в реченні з точки зору традиційного погляду на граматику української мови. Переважно у реченнях такого типу вживаються службові частини мови, вставні конструкції, або яскравим є вираження прийменниково-займенникової репрезентації.

Література:

1. Бондаренко Л. П. Тринадцята жінка Фрейда: Роман. – Миколаїв : Видавництво Ірини Гудим, 2010. – 320 с.
2. Дегтярьова І. О. Стилiстичний потенцiал української постмодернiстської прози: дис. на здобуття наук. ступеня канд. фiлол. наук: спец. 10. 02. 01 «Укр. мова» / Ірина Олександрiвна Дегтярьова. – К., 2009. – 280 с.
3. Кононенко В. І. Текст і смисл: [монографія] / В. І. Кононенко. – Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпат. нац. ун-ту ім. Василя Стефаника, 2012. – 272 с.
4. Макаров М. Л. Основи теорії дискурса. – М. : Гнозис, 2003. – 280 с.

**ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ЕПІГРАФА
ЯК ВИРАЖЕННЯ ЧИННИКА АДРЕСАТА
В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ**

Ключові слова: епіграф, експліцитний, імпліцитний, вербалізація, інтертекстуальність.

Keywords: epigraph, explicit, implicit, verbalization, intertextuality.

Інтертекстуальним компонентом допоміжного тексту, одночасно орієнтованим на читача та на інші тексти, вважаємо епіграф. Епіграф як елемент допоміжного тексту завжди розміщений у препозиції щодо основного тексту і має яскраво виражений вторинний характер, його комунікативне призначення полягає, на думку І. М. Колегаєвої, у збільшенні комунікативного потенціалу мегатексту, поперше, за рахунок комунікативної вторинності, що виводить текст у загальнокультурний простір, а по-друге, за рахунок «виникнення додаткових змістових нюансів, що з'являються під час накладання змістових потенціалів епіграфа та основного тексту» [1, 83]. Епіграф характеризується як адресованістю читачам художнього твору, так і діалогічним зв'язком інтертекстуального характеру з іншим твором, що для нього є первинним. Апеляція до первинного твору зазначена в паспортизації епіграфа, напр.:...потім він вигадав новий спосіб запису слів, коли літери не вимальовувались послідовно одна за одною, а накладались одна на одну. Вже після дванадцятої літери на пергаменті виникав суцільний чорний квадрат. В. Єшкілев, Квадрати чорний та червоний (Л. Дереш. Архе). Епіграф становить по суті цитування іншого твору (здебільшого художнього), що має, на думку автора, безпосередній зв'язок з основним текстом. Автор розраховує на те, що читач самостійно встановить цей зв'язок.

Розрізняємо експліцитний (відкритий) та імпліцитний (прихований) зв'язок епіграфа з основним текстом. Експліцитний зв'язок обов'язково має зовнішні показники, що легко встановлюються з текстів епіграфа й тексту твору. Насамперед такий зв'язок вербалізований на рівні текстологічних паралелей між епіграфом і заголовковим комплексом, напр.: *Ми завжди прагнемо дістатись **забороненого** і бажаємо **недозволеного**. Овідій. «Мистецтво кохання»* (Ю. Покальчук. **Заборонені ігри**). У наведеному прикладі назва роману Ю. Покальчука «Заборонені ігри» і цитата з Овідія мають спільні лексичні елементи – ад'єктив «заборонений», що викликає певні семантичні паралелі та асоціації між епіграфом та основним текстом.

Експлікований зв'язок епіграфа з назвою твору переважно фіксується на рівні спільних лексичних елементів – слів або словосполучень, напр.: *У нього в голові була тріщина, і **трохи п'їтьми** увійшло в неї, що й привело його до смерті. Р Шилінг.*

Рікша-Привид (Л. Дереш. **Трохи пітьми**); *Тобі зозуля навесні / Кувала щастя, а мені / Вороння каркало сумне, – / Забудь мене, забудь мене... Пісня* (В. Шкляр. Залишенець. Чорний **ворон**). Для встановлення зв'язку достатньо лише кількох лексичних елементів, а зміст епіграфа-цитати вже розгортається в основному тексті художнього твору [2, 53]. Вербалізований зв'язок між епіграфом і назвою твору легко встановлюється читачами, тому здебільшого епіграфи цього типу не потребують додаткових витлумачень в основному тексті.

Імпліцитний зв'язок епіграфу й тексту простежити важко і не завжди можливо, тому здебільшого зв'язок має концептуальний характер. На перший погляд, цей зв'язок і не відчувається читачем, але, зрозуміло, що вибір епіграфа зумовлений певними причинами. Імпліцитний зв'язок ґрунтується на прихованій авторській інтенції, яка зумовлена особистими авторськими асоціаціями, подіями життя, настроєм тощо. Для встановлення природи імпліцитного зв'язку необхідно зробити складний тестовий аналіз твору. Так до роману Л. Дереша «Намір!» подано два епіграфи. Перший епіграф: *Смерть – це стріла, пушена в тебе, а життя – та мить, що вона летить до тебе* (Аль-Хусрі) імпліцитно пов'язаний зі змістом роману, де основні події розгортаються навколо очікуваної смерті бабці головного героя, від імені якого детально описано процес вмирання та спостереження за останніми тижнями життя людини. Другий епіграф, вербалізований мовою оригіналу, є цитатою з пісні російського рок-виконавця Бориса Гребенщикова: *Я не помню, как мы встали, как мы вышли из комнаты, Только помню, что идти нам до чистой звезды* (БГ). Цей епіграф становить другий змістовий аспект твору, він вказує на шлях людини – її життя, про яке власне і йдеться у творі.

Імпліцитний зв'язок між епіграфом та основним текстом зумовлений комунікативною настановою автора на читача-інтерпретатора, здатного до тлумачення авторського задуму й експлікації прихованих внутрішньо- та зовнішньотекстових зв'язків, напр.: *Не від того я помру, / Що на світі буде война. / А від того, що вона / Мого вірша не достойна*. Ярослав Довган (Ю. Винничук. Місце для дракона); *Нема на світі України, / Немає другого Дніпра... Т. Шевченко* (О. Ірванець. Стіна). Призначення та змістове навантаження таких епіграфів стає прозорим для адресата-читача лише після прочитання художнього тексту твору.

На змістовому рівні імпліцитний епіграф концентрує основну ідею художнього твору. Так, епіграфом до роману Ю. Андруховича «12 обручів» є цитата з Б.-І. Антонича, творчість якого концептуально організує текстовий простір роману: *Самотній друже, мов у ночі пояс, / ти в таємниці світу оповитий. / В цей вечір весняний ходи зі мною / в корчмі на місяці горілку пити*. Богдан-Ігор Антонич. У тексті постійно виникають алюзії і наявні цитати з творів Б.-І. Антонича, він є одним з героїв художнього світу автора. Вставлення семантичних зв'язків у такому разі потребує не лише прочитання тексту роману Ю. Андруховича, а й творів Б.-І. Антонича.

З огляду на це епіграф має подвійну орієнтацію – як зовнішню, виступаючи засобом міжтекстового зв'язку, так і внутрішню, скільки він скерований на ідейний зміст художнього тексту та авторську інтенцію. Завданням адресата є встановлення цього зв'язку між епіграфом та основним текстом, а також між основним текстом й первинним для епіграфа текстом.

Література

1. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации / И. М. Колегаева. – Одесса: ОГУ им. И. И. Мечникова, 1991. – 122 с.
2. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посіб. / І. М. Кочан. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 423 с.

ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОГО ПЕРЕВОДА НА ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ЭПОХУ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ)

Ключевые слова: перевод; иностранный язык; письменная речь; межкультурная коммуникация; информационные технологии.

Keywords: translation; foreign language; writing; intercultural communication; information technologies.

С появлением новых информационных технологий возникают новые типы текстов, которые недостаточно исследованы, а в некоторых случаях могут еще находиться в процессе развития. Разнообразные новые идеи, а также новые технические разработки вносят дополнительные изменения в форму таких текстов и в представление о таких текстах в целом. При этом возникают и новые проблемы, связанные с работой с подобной информацией, которая становится более многоплановой, многослойной, сочетающей письменные тексты, графические изображения, постоянные и изменяющиеся компоненты, ссылки на другую информацию и т.п. [1; 3].

С новыми типами информации связано возникновение сайтов, как видов предоставления текстовой и графической информации. Возможности ознакомления с содержанием информации, размещенной на сайте во всем мире мотивируют владельцев сайтов размещать информацию на разных языках. Многое зависит от содержания информации сайта: интересна ли будет информация для широкого круга потребителей, как она будет воспринята представителями других языков и культур. И если одни типы информации могут отвечать интересам и особенностям восприятия представителей многих языков и культур, то другие типы, даже в переводе, могут быть не восприняты, или же, помимо перевода, требовать дополнительную обработку с учетом особенностей восприятия людей другой страны. В связи с этим может возрастать роль переводчика и других специалистов межкультурной коммуникации [2]. Поскольку владелец сайта может быть заинтересован нести свою информацию в другие страны, возникает также ряд проблем, связанных с письменным переводом текстов на иностранный язык. Значение таких переводов в настоящее время возрастает в сравнении с ситуацией прежде, когда наблюдалась тенденция делать письменные переводы преимущественно с иностранного языка на родной язык переводчика. Письменные переводы на иностранный язык считались исключением, часто это был чисто информационный перевод без учета стилистических особенностей текста, а в некоторых случаях и литературной нормы языка. Обычно ожидали, когда в другой стране заинтересуются текстом и переведут его на свой язык. В эпоху информационных технологий ситуация меняется. Все большее практическое значение начинает приобретать письменный перевод на иностранный язык, по-

скільки возрастает мотивація нести свою інформацію в інші країни активно, а не ждати, поки її там виберуть і переведуть. В зв'язі з цим змінюються задачі перекладача, підвищується його мотивація в вивченні письмового іноземного мови в більш досконалому формі. Цьому можуть сприяти електронні засоби комунікації, дозволяючи більш широкий обмін інформацією з носіями мови і вивчення особливостей текстів на іноземному мови. Змінюється і роль вивчення граматики для перекладача, в особливості, тих її елементів, які необхідні для активної письмової мови. Це пов'язано з потребою складати тексти на іноземному мови більш доступно для читача, привабливо і естетично досконало, а також з урахуванням особливостей їх сприйняття, пов'язаних з національною культурою. З соціальної точки зору це вимагає змін норм і умов роботи перекладача, його підготовки і додаткового навчання. Підвищується значення письмових перекладачів не просто добре знайомих рідною і іноземною мови, а майстрів слова. Це породжує нові перспективи покращення мовної підготовки перекладача в напрямку досконалення письмової мови на рідному і, в особливості, на іноземному мови. Письмовий перекладач в такій ситуації може розглядатися вже як унікальний спеціаліст, а не як представник масової професії.

Выводы

Розвиток інформаційних технологій призводить до виникненню нових типів текстів і видів представлення текстів на різних мовах світу. Ріс інтерес до володіння інформацією нести свою інформацію представителям інших країн і культур, що викликає потребу перекладу таких текстів на іноземну мову і, при необхідності, їх обробки з урахуванням особливостей сприйняття представителів інших країн і культур. Публікація текстів в електронних засобах комунікації вимагає більш досконалої їх форми. Все це підвищує значення діяльності перекладачів письмових текстів і спеціалістів міжкультурної комунікації в напрямку досконалення письмової мови на іноземному мови.

Литература

1. Міщенко А.Л. Лінгвістика фахових мов та сучасна модель науково-технічного перекладу: монографія/ А.Л. Міщенко. – Вінниця: Нова Книга, 2013. – 448 с.
2. Сильман Т.И. Проблемы синтаксической стилистики. – Л.: Просвещение, 1967. – 152 с.
3. Kübler H.-D. Mythos Wissensgesellschaft/ H.-D. Kübler. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009. – 230 S.

**ПРОБЛЕМЫ ПОДБОРА ГРАММАТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА,
СВЯЗАННЫЕ С РАЗЛИЧНЫМИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯМИ О ГРАММАТИКЕ**

Ключевые слова: грамматика; иностранный язык; обучение; интерпретации; письменная речь.

Keywords: grammar; foreign language; teaching; interpretations; writing.

Грамматический материал наряду с лексикой необходим для изучения иностранного языка. «Неграмматические» методы обучения иностранному языку могут быть эффективны для освоения отдельных аспектов иноязычной речи, но они не могут охватить все многообразие речевой деятельности. Обучение чтению и письму, по мнению многих исследователей и практиков, невозможно без освоения соответствующего грамматического материала. Проблемным и дискуссионным является, однако, подбор грамматического материала для обучения. Здесь действительно может быть много вариантов и противоречий, которые зависят как от непосредственных условий обучения, так и от различных представлений о месте и роли грамматики в изучении иностранного языка. Круг явлений, относящихся к грамматике, определяется различными лингвистическими школами не вполне одинаково [1, с. 241]. Различные исследователи в разных ситуациях могут применять различные критерии для разделения лексических и грамматических явлений [1, с. 242]. Обсуждаются вопросы чрезвычайной сложности и противоречивости действительности, которую приходится исследовать грамматисту, идеализации практически каждой грамматической системы, к которой стремится автор такой системы. В то же время утверждают, что подобной формы (идеальности, стройности) грамматической системы в реальной действительности нет, что многие грамматические понятия не поддаются бесспорному определению, что они приблизительны, расплывчаты [2, с. 3].

Как пример таких грамматических понятий М.И. Стеблин-Каменский приводит даже такие распространенные и общеизвестные понятия как «грамматическое значение», «слово», «часть речи», «предложение», «существительное», «подлежащее» и т.д. [2, с. 4]. О проблеме терминологии в науках о языке, и, в частности, в исследованиях грамматических явлений, М.И. Стеблин-Каменский пишет: «Не случайно ... ни в одной другой науке нет такого соблазна увлечься созданием новых терминов и принять новые термины за новые по существу и ни в одной другой науке нет стольких лишних терминов, или терминов, основное назначение которых заключается в том, чтобы придать изложению более наукообразный, более ученый характер» [2, с. 4]. Грамматику подразделяют на различные виды, основными из которых можно назвать лингвистическую грамматику (теорию грамматики) и педагогическую (дидактическую) грамматику – систему грамматической информации, подготовленную для восприятия обучаемыми в процессе обучения иностранному языку, где целью явля-

ется не усвоение теоретических понятий, а решение многообразных задач языковой коммуникации [5]. С точки зрения обучения иностранному языку грамматика может рассматриваться также как внутренне присущая говорящему и слушающему система правил, лежащих в основе владения языком и которые должны формироваться в сознании учащегося при усвоении языка [4; 5]. Большое значение имеют исследования проблемы взаимодействия лексики и грамматики, имеющие теоретические и практические перспективы. Дискуссионной является проблема грамматической синонимии и многозначности языковых единиц [3, с. 158-159]. Грамматика имеет дело с абстракциями, обобщениями. Это могут быть обобщения способов словообразования или разнообразных отношений в падежных значениях, в соединениях слов и форм слов, в строении предложения [6, с. 113-114].

Выводы

В обучении иностранному языку большое значение имеет подбор грамматического материала. Особенно это важно при обучении чтению и письменной речи, в частности, на уровне литературной нормы. Однако при подборе грамматического материала наряду с проблемами, связанными с непосредственными условиями обучения, возникают проблемы, вытекающие из различных представлений о грамматике. К основным проблемам, имеющим значение для практического овладения иностранным языком, можно отнести проблему разделения лексических и грамматических явлений, проблему идеализации грамматических систем с учетом их отклонения от реальной языковой действительности и проблему интерпретации грамматических понятий как абстрактных явлений.

Литература

1. Булыгина Т.В. Грамматика// Большая советская энциклопедия. – М.: Изд-во «Сов. энциклопедия», 1972. – Т.7. – с.241-242.
2. Стеблин-Каменский М.И. Грамматика норвежского языка/ М.И. Стеблин-Каменский. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1957. – 242 с.
3. Харитоновна И.Я. Вопросы взаимодействия лексики и грамматики (на материале немецкого языка)/ И.Я. Харитоновна. – Киев: Вища школа, 1982. – 160 с.
4. Хельбич Г. Грамматика и преподавание иностранных языков// Иностранные языки в школе. – 1976. – №3. – с.28-34.
5. Черноватый Л.Н. Психологические и лингводидактические основы теории педагогической грамматики/ Л.Н. Черноватый. – Харьков: Основа, 1998. – 192 с.
6. Шведова Н.Ю. Грамматика// Лингвистический энциклопедический словарь/ В.Н. Ярцева (гл. ред.). – М.: «Сов. энциклопедия», 1990. – с.113-115.

Балас І. А.

Студентка 2 курсу

Сидорук Г.І.

к. філол. н., доцент

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

ПРОФЕСІОНАЛІЗМИ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОГО МОВЛЕННЯ

Ключові слова: професіоналізми, термін, вживання, лексична одиниця.

Метою статті є визначення різниці між професіоналізмами та термінами і окреслення сфери функціонування професіоналізмів.

Перш за все, необхідно визначити, які лексичні одиниці слід відносити до професіоналізму. Часто в процесі перекладу сленгові вислови, жаргонізми і деякі оказіональні неологізми можуть бути помилково віднесені до галузі професійної лексики, внаслідок чого нерідко виникає викривлене сприйняття смислового змісту і емоційного забарвлення вихідної пропозиції. У результаті помилкового переказу відбувається неввірна оцінка отриманого повідомлення реципієнтом, що провокує на неадекватну відповідь.

Лексикологія англійської мови включає три синонімічних терміна для позначення лексичних одиниць, що вживаються лише в окремих професійних і соціальних групах. Спочатку терміни *cant*, *slang* і *jargon* були взаємозамінні, але пізніше лексикографи спробували розмежувати їх. На сьогоднішній день професійна лексика переважно позначається терміном *jargon* в значенні (*technicalities of science, the professions and the trades...*).

Професіоналізми можна визначити як специфічну групу слів, пов'язаних з виробничою діяльністю людей, об'єднаних однією професією або родом занять.

На відміну від терміну професіоналізм не має чіткого наукового визначення, а самі професіоналізми не становлять цілісної системи. Якщо терміни — це, як правило, абстрактні поняття, то професіоналізми — конкретні, тому що детально диференціюють ті предмети, дії, якості, що безпосередньо пов'язані зі сферою діяльності відповідної професії, наприклад:

1. Слова та словосполучення, притаманні мові моряків: *кок* — *кухар*; *камбуз* — *кухня*; *кубрик* — *кімната відпочинку екіпажу*; *бак* — *носова частина корабля* тощо.

2. Професіоналізми працівників банківсько-фінансової, торговельної та подібних сфер: *зняти касу*, *підбити*, *прикинути баланс*.

3. Назви фігур вищого пілотажу в льотчиків: *штопор*, *бочка*, *петля*, *піке* та ін.

Здебільшого професіоналізми застосовуються в усному неофіційному мовленні людей певного фаху. Виконуючи важливу номінативно-комунікативну функцію, вони точно називають деталь виробу, ланку технологічного процесу чи певне поняття й у такий спосіб сприяють кращому взаєморозумінню. У писемній мові професіоналізми вживаються у виданнях, призначених

Найчастіше поява професіоналізмів в мові пов'язана з винаходом принципово нових, раніше не зустрічних об'єктів, для яких необхідно було підібрати назву. Професіоналізми можна до певної міри вважати термінами, однак слід розмежувати їх вживання. Позначення професійної лексики через поняття «термін» застосовано в більшій мірі по відношенню до спеціалізованої частини літературно-книжкової лексики. Більш широкий спектр виразів, що вживаються в усній розмовній мові і є специфічними для конкретної професійної сфери краще позначати поняттям «професіоналізми».

Відмінність професіоналізму від терміна проявляється також у його семантичній складовій. Так, смислова структура терміну зазвичай вибудована на основі логіки і видається достатньо ясною. Для термінів характерне широке поширення, вони включені в спеціалізовані словники, можуть зазнавати детермінізації і входити в повсякденне вживання. Професіоналізми в більшості випадків утворені на основі образних асоціацій, зрозумілих для певної групи людей, що працюють в даній сфері протягом досить тривалого часу. Утворення професіоналізмів відбувається за рахунок звуження значення слова, семантичної спеціалізації.

В якості ілюстрації вище викладеного можна навести приклад з книги Т. Драйзера *The Financier*:

«He sold to «realize» his profit, or if his margins were exhausted he was “wiped out.” A “bear” was one who sold stocks which most frequently he did not have, in anticipation of a lower price, at which he could buy and satisfy his previous sales. He was “short” when he had sold what he did not own, and he “covered” when he bought to satisfy his sales and to realize his profits or to protect himself against further loss in the case prices advanced instead of declining. He was in a “corner” when he found that he could not buy in order to make good the stock he had borrowed for delivery and the return of which had been demanded. He was then obliged to settle practically at a price fixed by these to whom he and other “shorts” had sold.»

Виділені слова належать до групи професіоналізмів, характерних для мови американських фінансистів. На перший погляд кожне з наведених слів – *“realise”*, *“wiped out”*, *“bear”*, *“short”*, *“covered”*, *“corner”* – є поширеними загальноновживаними лексичними одиницями. Однак, автор роз'яснює кожен професіоналізм, вказуючи, яке саме значення він вживає в даному професійному середовищі.

У професійних колах можуть також вживатися жаргонізми, характерні для даного соціального колу, але не є специфічними для конкретної професії. На відміну від них професіоналізми рідко вживаються поза робочого середовища і часто незрозумілі широкому колу людей.

Образний характер професіоналізмів проявляється в тому, що назви предметів і процесів, що відбуваються в даній галузі виробництва або унікальний для даного виду діяльності описуються на основі емоційно-образної асоціації, а не на логічних і смислових зв'язках. Наприклад, *tin-hat*, в буквальному перекладі означає «бляшаний капелюх» у військовій сфері є назвою сталевого шолома, або каски. Так само, *tin-fish* (дослівно «бляшана риба») – підводний човен; *block-buster* (дослівно «той, що змітає квартал») – особлива бомба, призначена для руйнування великих будівель.

Часто професіоналізми вживаються у газетних статтях, опублікованих у спеціалізованих виданнях і призначені для людей, що цікавляться даним видом

діяльності, сферою виробництва і т.д. У таких випадках професійні вислови не мають пояснень, оскільки передбачається, що читач в достатній мірі знайомий з предметом публікації.

Професіоналізми можуть також вживатися в художній і науково-популярній літературі для створення необхідного контексту і додання реченню більшої барвистості. У такому випадку професіоналізм виконує стилістичні функції, в той час як в оригінальному середовищі, тобто в професійному спілкуванні, вони не виконують таких функцій.

Прикладом вживання професіоналізмів в художній літературі може служити розповідь О. Генрі "The Duel", в основі сюжету якого лежить ідея боротьби між Нью-Йорком (Father Knickerbocker) і двома шукачами щастя, які прибули в це місто, для більш яскравого опису подій і додання емоційної напруги, автор використовує професійну лексику боксерів.

Також в художньому творі професіоналізми можуть використовуватися як засіб характеристики персонажа певної професії.

Наведемо, як приклад, наступне місце з чотирнадцятої пісні «Дон Жуана» Байрона, строфа XXXIII:

*And now in this new field, with some applause, He clear'd hedge, ditch, and double post, and rail, And never **craned**, and made but few "faux pas,"*

Слово *craned* є професіоналізмом. Значення його не зрозуміле для широкого загалу читачів, і тому автор дає пояснення: «*to crane*, – пише Байрон, – *вираз з кінного спорту, що позначає спробу найзника витягнути шию, щоб подивитися через паркан перш, ніж його перестрибнути*».

Отже При перекладі професійних текстів частіше використовуються варіанти розширеного перекладу – опису, перекладацький коментар, оскільки це дозволяє більш зрозуміло викласти смисловий зміст специфічного для певної сфери діяльності слова або вислови, не зрозумілого широкої аудиторії. Точний переклад тут не доречний.

Іноді для перекладу принципово нових професіоналізмів, що позначають технічне пристосування, або процес, можуть застосовуватися транскрипція і транслітерація, однак, при цьому вона може бути доповнена перекладацьким коментарем, або невеликим описом даного об'єкта або процесу.

У деяких випадках загальноновживане слово в певному контексті використовується для позначення предмета, який воно не означає в широкому сенсі, тоді таке слово також може бути віднесено до професіоналізму. Перекладач повинен звертати пильну увагу на контекст вживання слів і виразів, щоб уникнути помилок і не потрапити в пастку «хибних друзів перекладача».

Література:

1. Аракин В. Д. Англо – русский словарь: Ок. 36.000 слов/ Сост: В.Д. Аракин ; З. С. Выгодская; Н. Н. Ильина. – 11- е изд., испр. и доп. – М.: Рус. Яз., 1980. – 808с.
2. Бреус Е. В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: 3 – е изд. – М.: Изд – во УРАО, 2002. – 208 с.
3. Казакова Т. А. Практические основы перевода. Учебное пособие. – СПб Лениздат ; Издательство Союз, 2000. – 320 с.

4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр. Яз./ – М.: Высш. шк., 1990 – 253 с.
5. Сербиновская Н.В. Профессионализмы и профессиональные жаргоны в словарях и справочниках по маркетингу // Гуманит. и социал.-экон. науки. – Ростов н/Д, 2006. – № 3. – С. 139-14.

**СПОСОБИ ПЕРЕДАЧІ МОРФОЛОГІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ
НІМЕЦЬКОГО ПАСИВУ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ**

Ключові слова: пасивний стан, активний стан, морфологічна категорія, дієслівна парадигма, пацієнс, агенс

Keywords: passive voice, active voice, morphological category, verbal paradigm, patient, agent

Дієслівна парадигма у німецькій та українській мовах містить майже однаковий набір граматичних категорій: особи, числа, стану, способу, часу. Виняток становить доконаний\недоконаний вид, що характеризує перебіг дії за допомогою граматичних засобів в українській мові, проте відсутній у німецькій. Симетрична відповідність перерахованих категорій однак містить численні відмінності, якщо говорити про їхній обсяг і функціональне навантаження. Для прикладу, німецький кон'юнктив неспівставний із умовним способом української мови за кількістю форм і функцій. Значною є також невідповідність категорії стану, зокрема пасиву, в обох мовах. Контрастивний аналіз граматичних явищ звертає увагу на відмінності, а цим покращує якість перекладу і запобігає інтерферентним помилкам. Із цією метою розглянемо уважніше морфологічну категорію пасиву німецької мови і способи відтворення її в українській мові на прикладі роману Й.Рота «Йов» та перекладу, здійсненого Ю.Прохаськом.

Спершу постає питання: що слід розуміти під пасивом? Відповідь знаходимо у численних дослідженнях і теоріях, які інтерпретують цю категорію з різних позицій. Найбільш поширеною є теорія діатез [1; 2; 7], яка трактує інваріантне значення пасиву як невідповідність синтаксичного підмета і агенса. Зазначимо, що типологічні дослідження показали: пасив – не універсальна категорія, а суто мовна. Це похідна від активу категорія, що дає можливість відобразити ту ж саму позамовну ситуацію з іншого ракурсу. Категорія пасиву у різних мовах розвинена більшою або меншою мірою, існують також мови без пасиву. Німецька володіє великим арсеналом різнорівневих мовних засобів для вираження пасивного значення. Проте у даній статті не взято до уваги конкурентні форми німецького пасиву, а лише морфологічні, які у порівнянні із українською характеризуються високою частотністю вживання. Окрім реалізації основних функцій – вираження ознаки афікованості пацієнса та імплікації агенса – пасив впливає на тема-рематичне членування речення, когерентність тексту, уможливорює варіативність висловлювання. Усі ці моменти необхідно враховувати при перекладі, щоб досягнути семантичної і прагматичної рівноцінності досліджуваних одиниць. Відповідниками морфологічних форм німецького пасиву є типові для сучасної української мови засоби вираження пасивної семантики, на формування яких впливає також категорія виду: аналітичний пасив із формами на -но, -то у різних

часах (збудовано, було збудовано, буде збудовано) та синтетичні пасивні форми на -ся (будується, будувався, будуватиметься). Разом із тим зазначимо, що у сучасному українському мовознавстві досі точаться дискусії щодо доцільності вживання деяких синонімічних активних і пасивних конструкцій та надання одним із них переваг залежно від їхнього стильового призначення. [3; 4; 6] До того ж існують міжмовні розбіжності системного характеру у функціонуванні засобів вираження пасивної семантики. Це відсутність в українській мові еквівалентних пасивних структур, як наприклад, безособовий пасив від неперехідних дієслів або часте використання трискладових пасивних конструкцій із експлікацією носія дії, що є типовим для німецької мови. Усе це спонукає до перекладацьких трансформацій, зумовлює необхідність компенсації втрачених елементів шляхом використання комбінованих семантичних та лексико-граматичних перетворень. Загалом існує декілька способів передачі німецького пасиву на українську [5, 221]:

а) зрідка безособовим дієсловом (на **-ся**): *Hier wird abgelegt*: Тут роздягаються/знімають пальта;

б) переважно неозначено-особовою формою дієслова в активному стані (через **-ють**) у науково-технічному тексті: *Die Brammen werden nach Bochum gebracht und dort ausgewalzt*: Сляби доставляють до Бохума і там їх розвальцюють. У художній літературі натомість часто з'являються аналітичні конструкції з головним членом односкладного безособового речення: *im Nachbarzimmer wurde hell gelacht*: із сусідньої кімнати **було** чути / доносився дзвінкий сміх;

в) предикативним дієприкметником з формою на **-но**, **-то** (в різних часових формах): *darüber wird / steht in den Büchern geschrieben*: про це написано у книгах;

г) лексичним розгортанням дієслова в дієслівно-іменне словосполучення: *Zu dieser Zeit werden alle Seiten der Ausbildung allseitig vervollkommet*: На даний час відбувається всебічне вдосконалення професійної підготовки;

д) використанням недієслівних конструкцій (особливо при вживанні пасиву в підрядних реченнях): *Als die Brücke gebaut wurde, war der Verkehr nicht so intensiv*: На час будівництва мосту рух тут не був досить інтенсивним;

е) конверсивною заміною, за якою пасив замінює форму активу: *Die Gäste wurden vom Präsidenten empfangen*: Гостей прийняв президент.

Розглянемо можливості передачі морфологічної категорії німецького пасиву на українську мову на прикладі твору Й.Рота. У наведеному нижче реченні використано аналітичну форму із предикативним дієприкметником, що дало можливість зберегти структуру речення, його тема-рема-тичне членування. Увагу зосереджено навколо логічного об'єкта у функції підмета, який набуває нових ознак (1), або ж постає об'єктом і суб'єктом різних дій (2). Застосовані у перекладі лексико-граматичні засоби у першому прикладі перегукуються із Біблійним текстом,

(1) Acht Tage später **wurde es beschnitten und Menuchim genannt**.

На восьмий день **він був обрізаний і іменованій Менухімом**.

- (2) Sein gerader **Sinn war** auf die einfachen, irdischen Dinge **gerichtet** und vertrug kein Wunder im Bereich der Augen

Його прямиий **розум був спрямований** на прості, земні речі і не вірив в чудо, яке відбивалося в очах.

Одним із поширених засобів перекладу пасивної семантики постає активна форма дієслова в українській мові. Застосування заперечувального займенника у прикладі (3) і особового займенника у прикладі (4) у позиції синтаксичного підмета створює можливість для конверсії.

- (3) Diesen Schrei hörte man im ganzen Städtchen, aber man vergaß ihn sofort. Denn **die Stille**, die hinter ihm folgte, **wurde nicht mehr gehört**.

Крик цей чутний був по всьому містечку, але про нього швидко забули. **Бо ніхто вже не чув тиші**, що послідувала за криком.

- (4) »Du weißt besser als ich, denn du hast viel mehr gelernt, dass Gottes Schläge einen verborgenen Sinn haben. Wir wissen nicht, **wofür wir gestraft werden**.«

Ти знаєш краще за мене, так як більше мого навчався, що кара Божа має таємний сенс. Ми не знаємо, **за що Він нас карає**.

Безособова форма на -но використовується зазвичай у випадках, коли носій дії не відомий.

- (5) Viele tausend Sätze **sind geschrieben worden**, die überflüssigen merkst du dir alle!

Написано багато тисяч фраз, і ти помічаєш лише непотрібні!

Доречним є використання у перекладі безособової форми дієслова, коли дія виконується явищем природи. У таких словосполученнях логічний суб'єкт виражається орудним відмінком.

- (6) Die Kerzen beginnen zu flackern, als **würden** sie plötzlich von einem Wind **angeweht**.

Полум'я свічок почало майоріти, немов на них раптово **повіяло вітром**.

Різновидом граматичної трансформації є використання форми активу у третій особі множини, що є звичним для української мови.

- (7) Im besten Fall geriet Schemarjah heil und gesund ins Ausland. Im schlimmsten Fall wurde er an der Grenze **gefangen**, dann **hingerichtet** oder von den Grenzposten an Ort und Stelle **erschossen**.

У кращому випадку Шемаров міг виявитися живим і неушкодженим за кордоном. У гіршому ж випадку **його зловлять** на кордоні, потім **стратять**, а ні то його просто **застрелять** на місці на прикордонному пості.

- (8) **Sie wurden aufgerufen**, nach dem Alphabet, jeder kam an sein Gepäck, man durchstach es nicht mit spitzen Lanzen.

Їх викликали в алфавітному порядку, кожен підходив до свого багажу, але ніхто не протикивав багаж гострими спицями.

- (9) Den Schein zerknüllte sie in der einen Hand, mit der andern legte sie die Bilder auf den Tisch, neben den Brief. All dies dauerte ein paar Minuten, in denen immer noch **geschwiegen wurde**.

Документ вона зім'яла в одній руці, а іншою вона поклала фотографії на стіл, поруч з листом. Все це зайняло кілька хвилин, в яких всі все ще **мовчали**.

- (10) **»Wir sind genommen!«** sagte Jonas ohne Gruß.

– **Нас взяли**, – сказав Іона замість привітання.

Лексико-морфологічну трансформацію можна спостерігати у наступних прикладах:

- (11) Von dieser Viertelstunde und später von der Nacht, in der **die Gasflammen wieder ausgelöscht wurden**, versprach sich der Mann mit der blauen Mütze allerhand Wonnen.

Від цих п'ятнадцяти хвилин і від ночі, **коли знову згасне полум'я ріжків**, чоловік у синьому кашкеті очікував чимало приємного.

- (12) Nimm deine Liebe zusammen, die du bis jetzt für alle Kinder hattest, für diesen einen Enkel! Und du **wirst getröstet werden**.

Збери всю любов, яку ти плекав донині до всіх своїх дітей, віддай її онукові! **І ти знайдеш розраду**.

- (13) Mendel blieb einen Augenblick an der Schwelle. Obwohl **er** auf nichts anderes als **auf eine überraschende Freude vorbereitet war**, ergriff ihn doch die Angst, es könnte ein Unglück geschehen sein, ja, dermaßen war sein Herz an Unglück gewöhnt, dass er immer noch erschrak, selbst nach einer langen Vorbereitung auf das Glück.

Мендел нерішуче стояв на порозі. **І хоча він чекав тільки приголомшливої радісної звістки**, все ж у ньому ворухнувся страх перед можливим нещастям, адже серце його так звикло до нещастя, що він, хоч і довго готував себе до щастя, все-таки злякався.

- (14) Nur der Tee schmeckte anders, ranzig war er, amerikanischer Tee, obwohl **die Päckchen** in chinesisches Papier **gehüllt waren**.

Тільки **чай** мав зовсім інший смак, він був затхлим, американський **чай** в **пакетиках з цигаркового паперу**.

Можливість перекладу двоскладової пасивної конструкції на українську мову створює також пасивний дієприкметник, який уводить підрядне означальне речення.

- (15) Sie blickten zum Himmel und suchten das gekrümmte Silber des neuen **Gestirns**, das heute noch einmal **geboren wurde**, wie am Tage seiner Erschaffung.

Вони дивилися на небо і шукали там срібну дугу нового **світила, знову народженого** сьогодні, як у перший день свого створення.

Безособову пасивну конструкцію наступного прикладу перекладено взаємно-зворотнім дієсловом:

- (16) **Es wurde ausgemacht**, dass Mendel Singer sein Haus vor einfachen Zeugen der Familie Billes zur Benutzung übergeben würde, nicht vor dem Amt, denn das kostete Geld.

Домовились, що Мендл Зінгер передасть свій будинок у користування сімейства Біллес, яке буде посвідчено простими свідками, а не офіційним чиновником, так як це коштує грошей.

Морфологічна трансформація у наступному прикладі пов'язана із лексичною компенсацією. Разом із тим носія дії виражено родовим відмінком:

- (17) Den vierzehnten Abend der Seereise erleuchteten die großen, feurigen **Kugeln, die von den Leuchtschiffen abgeschossen wurden**.

На чотирнадцятий день подорожі, коли настав вечір, **спалахнули** величезні вогняні **кулі плавучого маяка**.

Зворотна форма дієслова використана у перекладі наступного речення, хоча можливим був би варіант:*ix висадили на берег*

- (18) Am Vormittag des fünfzehnten Tages **wurden sie ausgeladen**.

Вранці п'ятнадцятого дня **вони висадилися на берег**.

Підводячи підсумки, зазначимо, що для адекватного відтворення пасивної семантики у перекладі літературного тексту з німецької на українську використовуються перекладацькі трансформації. Це зумовлено системними розбіжностями між обома мовами. Зрозуміло, що на вибір варіанту перекладу певною мірою впливають перекладацькі преференції, проте на розглянутому прикладі все ж можемо окреслити набір засобів для передачі морфологічної категорії німецького пасиву на україн-

ську. До таких засобів належать: неозначено-особові й безособові конструкції, активні речення зі конверсією суб'єктно-об'єктних відносин, зворотні дієслова, пасивні дієприкметники, контекстуальні перифрази.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Адмони В. Г. Теоретическая грамматика немецкого языка. Строй современного немецкого языка. Москва: Просвещение, 1986. – 336 с.
2. Бондарко А.В. Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис. Л.: Наука, 1987. — 348 с.
3. Каранська М. У. Синтаксис сучасної української літературної мови: навч. пос.. К.: Либідь, 1995. – 312 с.
4. Коваль А. П. Науковий стиль сучасної української літературної мови. Структура наукового тексту. К.: Вид-во Київського ун-ту, 1970. – 307с.
5. Кияк Т.Р., Науменко А.М., Огуй О.Д. Перекладознавство (німецько – український напрям): підручник. Київ: Видавництво – поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 543с.
6. Русанівський В. М. Структура українського дієслова. – Київ: Наук. думка, 1971. – 315 с.
7. Helbig G., Buscha J. Deutsche Grammatik. München: Verlag Enzyklopädie, 1996. – 718 S.

ІЛЮСТРАТИВНА ЛІТЕРАТУРА:

Рот Й. Йов. Роман простого чоловіка. Фальшива вага. Історія одного айхмістра / Пер. з нім. Ю. Прохасько. – Київ: Критика, 2010.

Roth J. Hiob. Roman eines einfachen Mannes. Kommentiert von Heribert Kuhn. – Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2011.

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ІДІОМАТИКИ
В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

Ключові слова: ідіома, переклад, фразеологізм, класифікація.

Key words: idiom, translation, phraseologism, classification.

Протягом багатьох тисячоліть в усному та писемному мовленні ідіоматичні одиниці мають широку популярність. Правильне використання ідіом увиразнює та надає нового семантичного забарвлення мові. Відкритим і невіршеним залишається питання правильного і адекватного їх перекладу. У вітчизняному перекладознавстві ще не існує комплексного дослідження і остаточного вирішення багатьох проблем, пов'язаних з особливостями перекладу англійських ідіом. Треба зазначити, що світ ідіоматичних виразів англійської мови великий і різноманітний, тому неможливо охопити їх всі, щоб висвітлити на їхньому прикладі особливості перекладу. Однак він безумовно заслуговує на увагу і детальніше дослідження.

Мета роботи полягає в тому, щоб проаналізувати та висвітлити основні способи перекладу ідіоматичних виразів. Термін «ідіома» походить від давньогрецького слова «*idiōma*», що означає «особливість, своєрідність». За визначенням О. Селіванової, ідіомами вважаються лише такі «стійкі словосполучення, семантика яких не виводиться зі значень її складників, а інтегрована ними формально; виникає внаслідок втрати мотиваційних відношень» [5; с. 173]. Протягом довгого часу у вітчизняному мовознавстві існувала традиція називати ідіоми «фразеологічними зрощеннями». У В.В.Виноградова є ґрунтовна класифікація фразеологічних одиниць, у якій розрізняються три типи фразеологізмів: фразеологічні єдності, сполучення і зрощення. Мовознавець вважав, що фразеологічні зрощення характеризуються невмотивованістю складу зворотів (тобто з суми складових таких фразеологічних одиниць неможливо дізнатися про загальний зміст одиниці) та абсолютною семантичною єдністю компонентів. [1, с.45-46]

Фразеологічною єдністю розуміється сполучення, у якому зберігається ознака семантичної роздільності складових частин, а, звідси, і часткова вмотивованість загального значення. Під фразеологічним сполученням мається на увазі зворот, утворений внаслідок поєднання фразеологічно зв'язаних значень слів. Фразеологічне зрощення – це найскладніша стійка сполучка; її неподільне значення не залежить від значення окремих компонентів [7]. На початку 60-х років ХХ ст. на зміну структурно-семантичній класифікації прийшла функціональна класифікація фразеологізмів. На основі функції фразеологічних одиниць вони були поділені на дві великі групи:

- 1) номінативні фразеологізми (виконують суто номінативну функцію);
- 2) номінативно-експресивні фразеологізми (крім номінативної, виконують ще й експресивну функцію, допомагаючи мовцеві висловити певні емоції, своє ставлення до ситуації тощо).

Перша група охоплює, по-перше, стійкі словосполучення, які мають семантичну цілісність номінації на основі власних лексичних значень компонентів. Також до неї належать словосполучення, створені на основі переносного значення одного з компонентів, та стійкі дієслівні сполучення.

Друга група містить семантично модифіковані фразеологізми зі структурою словосполучень та речень [3; с. 15]. Зазначимо, що ідіоми – особливий тип поєднань. Основною їх особливістю є «часткова або повна невідповідність плану змісту, плану вираження, що визначає специфіку ідіоми» [2; с. 127] і безумовно матиме вплив на вибір засобів чи прийомів і способів перекладу. Примітною ознакою практично будь-якої мови є наявність декількох рівнів фразеологізмів, однак не усі вони загальновідомі, користуються широкою популярністю і зафіксовані словниками. Деякі з них використовуються лише певними групами носіїв мови і відсутні в словниках. Основне завдання – вміти розпізнати ідіому в тексті, відрізнити стійку сполуку від нестійкої. Іноді перекладачеві доводиться відновлювати ідіоми, що зазнали авторської трансформації, і передати досягнутий ними ефект. Ще однією неминуchoю складністю є національно-культурні відмінності між близькими за значенням ідіомами в різних мовах. Співпадаючи за змістом, вони виконують різні функції і мають різне стилістичне забарвлення. З метою досягнення еквівалентності запропоновано такі способи їх перекладу:

1. Описове пояснення значення. Якщо англійська ідіома не має в українській мові еквіваленту або аналогу, а дослівний переклад є малозрозумілим, перекладачеві необхідно відмовитись від передачі образності та використовувати описовий переклад – з поясненням змісту ідіоматичної одиниці за допомогою вільного сполучення слів. *If you want to be a member of this club, you are to abide by.* – *Якщо ти хочеш стати членом цього клубу, ти мусиш дотримуватися правил.* *I wouldn't offend you for all the tea in China.* – *Я б ніколи тебе не образив, якою б не була причина!* [7; с. 160].

2. Транслітерація з поясненням, тобто додатковим знанням, необхідним для розуміння ідіоми. Такий спосіб досить зручний для перекладу більшості фразеологічних одиниць із власними назвами, оскільки сприяє формуванню в свідомості читача певного уявлення, яке буде з'являтися щоразу, коли читач чи слухач натраплятиме на відповідний антропонім. Так, наприклад, ідіома *honest Abe* – *чесний Ейб* мусить супроводжуватися уточненням, що мова йде про Авраама Лінкольна, шістнадцятого президента США. У такому разі перекладач повинен володіти фоновими знаннями, щоб зробити адекватний переклад [6].

3. Еквівалентний переклад – такі образні фразеологічні одиниці в рідній мові, які повністю відповідають по змісту якому-небудь англійському фразеологізму і які базуються на одному з них образі перекладаються за допомогою еквівалентів: *early bird* – *рання пташка*; *to stew in one's own juice* – *варитися у своєму соку*; *to be born under a lucky star* – *народитися під щасливою зіркою*; *to pour oil on the flames* – *підлити масла у вогонь* [8].

4. Фразеологічні аналоги. Кількість образних ідіом, які співпадають за змістом та образністю в обох мовах, порівняно невелика. Значно частіше виникає потреба використовувати українську ідіому, аналогічну за змістом англійській, але

побудовану на іншому образі: *a drop in the bucket* – *капля у морі*; *a fly in the ointment* – *ложка дьогтю в бочці з медом*; *it is raining cats and dogs* – *лє як з відра* [3].

Використання відповідного аналогу забезпечує такий же адекватний переклад англійської ідіоми, як і у випадку існування фразеологічного еквівалента: *Haven't seen him for ages. Last time he broke the bank at the casino and walked away with a lot of money.* – *Сто років його не бачив. У минулий раз він зірвав великий куш і пішов звідти з карманами, повними грошей.*

5. Дослівний переклад (калькування) ідіом. Іноді перекладач, намагаючись зберегти образність оригіналу при перекладі ідіоми, для якої немає ні еквіваленту, ні аналогу в рідній мові, вдається до дослівної передачі образу. Такий спосіб може застосовуватись у випадку, коли в результаті калькування отримуємо вираз, образність якого легко сприймається реципієнтом та не порушує норми української мови. Дослівний переклад не є фразеологічним перекладом, бо не використовує готові ідіоми в мові перекладу, а кожного разу створює новий образний зворот, не властивий рідній мові, хоч і зрозумілий: *to grind (one, something) to powder* – *розтерти, стерти на порошок (когось, щось)*; *to keep a dog and bark oneself* – *тримати собаку, а лаяти самому, love me, love my dog* – *любиш мене, люби і мою собаку* [7].

6. Контекстуальні заміни при перекладі полягають в спробі знайти таку українську ідіому, яка, не відповідаючи точно значенню англійської, з достатньою точністю передає її зміст у даному контексті: *fetch and carry for* – *бути на побігеньках*, *to work one's fingers to the bones* – *працювати не покладаючи рук*, *to pull foot* – *рвати кізми (швидко тікати)* [4].

Окрім проблеми розрізнення ідіоми, перекладач стикається з національно-культурними відмінностями між схожими за змістом ідіоматичними одиницями у двох різних мовах. Співпадаючи по змісту, ідіоми можуть мати різне стилістичне забарвлення, різну образну основу, різну емотивну функцію.

Маючи справу з фразеологічними одиницями, перекладач повинен не лише знати обидві мови, але й вміти аналізувати стилістичні та культурно-історичні аспекти вихідного тексту у порівнянні з можливостями мови, яка перекладається. За відсутності безпосередніх відповідників ідіому можна перекласти аналогічною ідіомою, що має спільне значення з вихідною. Проте варто пам'ятати, що схожі за значенням, але різні за формою ідіоми у різних мовах мають різне емоційно-асоціативне забарвлення і не завжди взаємозамінні. У будь-якому випадку під час роботи з ідіомами, перекладач, окрім власної пам'яті, може покластися на тлумачні фразеологічні словники.

Проблема перекладу ідіом завжди була актуальною, оскільки існує певна асиметричність у співвідношенні значень ідіоми та значення самого вислову, і тому дуже важко зберегти специфіку кожної ідіоми при перекладі її на іншу мову. Серед способів перекладу ідіом ми виокремили такі: описове пояснення значення; транслітерація з поясненням, тобто додатковим знанням, необхідним для розуміння ідіоми; еквівалентний переклад; фразеологічні аналоги; дослівний переклад (калькування) ідіом; переклад шляхом контекстуальних заміни. Варто зазначити, що маючи справу з ідіомами, перекладач повинен не лише знати обидві мови, але й вміти аналізувати стилістичні та культурно-історичні аспекти вихідного тексту у порівнянні з можливостями мови, яка перекладається.

Література:

1. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. Казакова Т.А. Практические основы перевода / Т.А. Казакова. – СПб.: Союз, 2000. – 320 с.
3. Кунин А.В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины. Англо-русский фразеологический словарь./А.В.Кунина. – М.: Русский язык, 1967. – 1260 с.
4. Савицкий В.М. Английская фразеология: проблемы моделирования / В. М. Савицкий. – Самарск. Гос. ун-т. – Самара: Изд-во Самарск. Ун-та, 1993. – 171 с.
5. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
6. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры: опыт исследования / Ю.С. Степанов. – М.: Языки русской культуры, 1997. – 824 с.
7. Korunets I. Theory and Practice of Translation / Ilko Korunets. – Vinnytsia: Nova Knyha, 2000. – 446 с.
8. Типи ідіом:[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nashe-chtivo.ru>

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Реклама є невід'ємною частиною нашого життя. Вона розвивається і стає все більш популярною. Ми чуємо її на радіо, телебаченні, у пресі та засобах масової комунікації. В США вона відіграє життєво важливу роль локомотиву економічного зростання, а багато рекламних продуктів порівнюються до справжніх шедеврів мистецтва реклами.

З огляду на поширеність реклами дослідження особливостей перекладу письмових рекламних текстів є дуже актуальними. Зокрема, і для самого розвитку реклами такі дослідження є не менш важливими. У статті розглянуто особливості перекладу рекламних текстів з англійської мови на українську. Матеріалами дослідження стали рекламні повідомлення і слогани, взяті з британського та американського рекламного середовища.

Мета даної роботи полягає в дослідженні англомовних письмових рекламних текстів та особливостей їх перекладу.

Є кілька типів текстів рекламних повідомлень:

- інформаційні;
- нагадувальні;
- великі;
- переконуючі.

Інформаційні тексти мають бути прості і лаконічними. Нагадувальні – короткими. Переконуючі тексти повинні містити багаторазове повторення назви товару. Великі тексти у емоційній формі зосереджують увагу до достоїнствах товару.

Серед безлічі класифікацій рекламних текстів можна назвати три найбільш традиційних, заснованих на виключно наступних критеріях:

- рекламований об'єкт;
- цільова аудиторія;
- ЗМІ – реклама носій.

Основними елементами рекламних текстів як у щитах, і у листівках, є і зображення, з яких реклама повідомляє людини певну ідею, інформацію. Текст викладає пропозиції, а зображення доповнює його зоровим чином, повторюючи його зміст.

Також рекламні тексти поділяються залежно від спрямованості на певну аудиторію: підлітків, молодих жінок, ділових покупців, та ін.. Спрямованість рекламного тексту на цільову аудиторію тісно взаємозалежна з об'єктом реклами: так, реклама, орієнтована на молодих забезпечених жінок, зосереджена, переважно, на предметах дорогої косметики, парфумерії, модного одягу. На спрямованість реклами також впливає мова і стиль рекламного повідомлення. Так, реклама косметики і парфумерії тоді здебільшого характеризується вишуканим стилем, багатьма словосполученнями та іншими засобами виразності, що дає тексту цілком особливе звучання.

Значний вплив на ефективність, зрозумілість реклами має доцільне використання лексичних засобів мови. Дуже важливо при перекладі рекламного тексту з інших мов не втратити прихований сенс рекламного повідомлення, так як для кожної держави притаманні свої звичаї, соціальні комунікації, норми і канони спілкування. Для досягнення адекватності нерідко буває необхідно адаптувати як змістову частину тексту, так і його форму, що часто носить компромісний характер. Реклама повинна «звучати», бути насиченою і гранично короткою.

Переклад рекламного тексту відрізняється від перекладу художніх творів не тільки комунікативним напрямом, а й за формою та мовними засобами. У процесі перекладу таких текстів перекладачеві доводиться вирішувати лінгвістичні проблеми, обумовлені розходженнями в семантичній структурі й особливостях використання двох мов у процесі комунікації, так і проблеми соціолінгвістичної адаптації тексту.

Зазвичай рекламний текст складається з слогану, заголовку, основного рекламного тексту та фрази відлуння. Не завжди у тексті присутні всі складові, так як це не є обов'язковим. Хоча, наявність рекламного заголовка є майже обов'язковою. Присутність інших частин визначається видом товару (послуги) й залежить від деяких інших характеристик. Щоб передати соціолінгвістичні особливості іноземної реклами перекладач вдається до адаптації, це ж використовується і задля уникнення банальності. Причиною є те, що прості на перший погляд англійські фрази, можуть втрачати своє смислове навантаження при прямому перекладі [5]. Як наслідок, слід підбирати більш адекватний варіант, який краще виражає зміст всієї рекламної кампанії.

Часто у перекладацькій роботі з рекламними текстами не враховуються специфічні лінгвістичні та культуро-лінгвістичні характеристики, що може значно вплинути на зміст при перекладі. Здійснюючи переклад, слід пам'ятати про особливу комунікативну спрямованість рекламних повідомлень. Досягти еквіваленту між перекладом та оригіналом перекладач зможе лише відшукавши специфічні засоби для передачі змістових і стилістичних складових оригіналу. Саме цим і визначається комунікативний ефект реклами. Слід знати, що на відміну від української синтетичної, англійська мова носить аналітичний характер, тому зміст фрази, який англійською передається змінами формальних характеристик слів, українською можна передати сполучивши зміст декількох слів. Тому часто для рекламних текстів знаходять їх семантичний еквівалент, а не перекладають [7, с. 24].

На основі вище сказаного можна виділили наступні стратегії перекладу рекламних повідомлень: 1) відсутність перекладу; 2) прямий переклад; 3) адаптація; 4) ревізія.

Розглянемо детально кожен спосіб перекладу, щоб розкрити їх специфічні особливості. Досить поширеною стратегією є відсутність перекладу. Якщо говорити про продукти з виключно апелятивною функцією, (парфуми, алкогольні напої, прикраси) то зазвичай такі рекламні тексти залишають без перекладу, тому що мета рекламного повідомлення досягається, насамперед, за рахунок фотоефектів. Досить часто іноземні компанії, які представляють свою продукцію на українському ринку, залишають свої рекламні слогани без перекладу. Наприклад: *Gucci – Gucci by Gucci* [8]. *Honda – The Power of Dreams*. *Canon – You can Canon*. *Land Rover – Go Beyond* [3]. З наведених вище прикладів випливає, що більш успішно в україномовному середовищі існують неперекладні слогани без складних конструкцій [1, 5]. Іншомовний слоган має право на існування, але при цьому слід взяти до уваги певні умови. Перш за все

цільова аудиторія кампанії має володіти англійською мовою. Також слоган повинен «звучати» для того, щоб він легко сприймався споживачем і запам'ятовувався.

При прямому перекладі найменше звертається увага на особливості культури мови-перекладу, тому його слід використовувати дуже обережно. [2; 5]. Доречним він буде, при передачі великої кількості інформації, наприклад, у рекламі технічної продукції:

Office Standard 2007. Providing homes and small businesses with the software essentials they need to get tasks done quickly and easily. Download the 2007 Microsoft Office release, test it in your browser or buy it today. Office Standard 2007.

Надання домашнім користувачам і власникам дрібних підприємств найнеобхідніших засобів офісного програмного забезпечення, потрібного для швидкого та легкого виконання різних справ. Завантажте випуск Microsoft Office 2007 або випробуйте його у своєму браузері [9].

Потрібно зазначити, що прямого перекладу також зазнають рекламні слогани, а не тільки великі за обсягом тексти. Наприклад:

Adidas – Impossible is nothing. Неможливе можливе.

Kenzo – The world is beautiful. Світ прекрасний.

Carlsberg. Probably the best beer in the world. Мабуть, найкраще пиво в світі.

I'm loving it. Mc Donalds : Я це люблю. Макдональдз [10].

Також варто звернути увагу на те, що при перекладі деяких слоганів був використаний прийом дослівного перекладу:

My world. My style. My Ecco. Мій світ. Мій стиль. Мій Ecco [3]. Panasonic, Ideas for life. Панасонік. Ідеї для життя.

Бувають ситуації, коли просто перекласти фразу не можливо, через різноманітні причини. Тоді перекладач повинен замінити вихідний текст, пристосовуючи його до норм мови перекладу. Саме тут ми маємо справу з адаптацією. Принцип дії цього способу полягає в тому, що фотоматеріал може зберігатись, але текст адаптується відповідно до особливостей мови-перекладу. Частіше за все перед закордонною компанією-рекламодавцем постає проблема адаптації оригінального рекламного тексту. Причина тут у типологічних розходженнях української й англійської мов. Адже зміст фрази, яка в англійській мові виражається через зміни формальних характеристик слів, в українській передається через сполучення змісту декількох слів [5; 7]. Найчастіше ця стратегія використовується в туристичній рекламі. У досліджуваних рекламних текстах були знайдені такі приклади адаптації:

TouchWiz. Personalization is just a touch away. Створи свій індивідуальний стиль свого телефону простим дотиком.

Same space outside, more space inside. Менший ззовні, більший всередині. Relax. You wear Braska. Релакс. Ти в Braska. Geox. Breathe. Geox. Взуття, що дихає [3].

Наступна стратегія перекладу рекламного тексту – ревізія. Вона являє собою створення зовсім нового рекламного повідомлення. Фотоматеріал може зберігатися, але це ризиковано, адже візуальне зображення і текст мають відтворювати єдиний рекламний концепт. Ревізія при перекладі реклами застосовується досить широко:

Mazda CX-9. Big Yet Agile. Mazda CX-9. Грай на повну. TouchWiz: Imagine customizing your touchscreen. Нові слова – нові технології. Тачвіз... віджети... дрег'н'дроп.

Everything in one touch. Смартфон, в якому є все. Дуже часто, як приклад наводиться неординарна вигадка компанії «Volkswagen», яка рекламувала свій новий автомобіль «Volkswagen Polo».

Український слоган звучав як «Моя друга Ройовина». Ось так, використавши гру слів, компанія замінила оригінальний слоган «Polo. Small but tough», який звучав для українців звучав зовсім не особливо і важко запам'ятовувався [7].

За результатами дослідження ми виявили, що переклад рекламних текстів має деякі особливості, а саме:

Для того щоб перекласти текст найбільш ефективно, слід гармонічно поєднувати цілий ряд екстралінгвістичних складових. Щоб реклама не втратила свій зміст, силу свого впливу її не слід перекладати дослівно. При перекладі рекламних текстів на інші мови необхідно враховувати етичні, психологічні характеристики аудиторії й споживача, специфіку мови й культуру країни, для якої даний текст призначений. Краще користуватись загальноповживаною лексикою, якщо люди, для яких призначений рекламований продукт з різних категорій, тоді реклама буде зрозумілою і доступною кожному. Вибір того чи іншого способу або прийому перекладу залежить від багатьох факторів. Це і характер перекладного тексту, і аудиторія споживача рекламної продукції, і особливості психології перекладача, його прихильність до певної літературної традиції. Перекладач, використовуючи всі теоретичні знання, повинен зробити все можливе для адекватного перекладу та передачі комунікативної функції оригіналу.

Література:

1. Бандуля Т. Переклад рекламного слогану як перекладознавча проблема [Електронний ресурс] / Т. Бандуля // Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – Філологічні науки / Актуальні проблеми перекладу – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2013/Philologia/6_137859.doc.htm
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) М., «Международ. отношения», 1975
3. Швейцер А.Д. Теория перевода (статус, проблемы, аспекты). М., 1988.
4. Кирмач У. К. Особливості національних, культурних, ментальних та гендерних характеристик при перекладі іншомовних рекламних текстів / У.К. Кирмач, М. М. Літвінова // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 9(220). – С. 161.
5. Корреспондент // КП-Паблікейшнс. – 2008. – №49. – 86 с.
6. Малишенко А. О. Переклад слоганів в англомовному рекламному дискурсі / А. О. Малишенко // Вісник ХНУ. – 2011. – № 793. – С. 188 192.
7. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 364 с.
8. Gucci [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.gucci.com/int/home>
9. Microsoft [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://office.microsoft.com/ru-ru/http://office.microsoft.com/ru-ru/>.
10. McDonald's [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.mcdonalds.com/us/en/home.html>

СТИЛИСТИЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ І СПОСОБИ ЇХНЬОГО ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Стаття присвячена одному з найважчих видів перекладу – перекладу рекламних текстів. При перекладі реклами знань іноземної мови недостатньо. Якщо людина з легкістю перекладає складну технічну інструкцію, то це не означає, що можна так само якісно перекласти рекламну статтю. Перекладачеві реклами потрібно вміти думати творчо і уявно. Метою перекладу рекламних текстів є не лише передача суті рекламного продукту, але й зацікавлення потенційних покупців.

Кожен перекладач повинен дотримуватися певної стратегії при перекладі рекламних текстів. Можемо чітко визначити, що буквальный переклад застосовується вкрай рідко, оскільки у рекламі важливою є не форма тексту, а образність.

Слоган для реклами шоколадного батончика *Bounty* «*A taste of paradise*» можна перекласти дослівно «Смак раю», або «Райський смак». В даній рекламі перекладачі добре підібрали емоційне і виразне слово «насолода», замість загальноприйнятого «смак». Такі слова–підсилювачі є невід’ємною частиною успішної реклами.

Невдалі переклади рекламних текстів все ж зустрічаються, причому досить часто, хоча від реклами залежить успіх компанії.

При перекладах рекламних повідомлень, особливо слоганів, використовується вільний переклад або адаптація, оскільки тут важливо враховувати національні і культурні особливості аудиторії. Слоган пива *Carlsberg*: «*Carlsberg – probably the best lager in the world*» українською мовою звучить так: «*Carlsberg – краще пиво у світі*». У цьому прикладі хоч і збережена форма слогану, але слово *лагер* замінено словом *пиво*, оскільки *лагер* (назва, яку англіїці використовують для означення світлого пива) ми застосовуємо досить рідко [3].

В деяких випадках слоган залишають без перекладу мовою оригіналу. Це необхідно для того, щоб підкреслити іноземне виникнення і якість товару. Наприклад: «*Volkswagen. Das Auto*» або «*Nike. Just do it*».

Такий спосіб не є ціле направленим не потрібно використовувати довгі слогани при перекладах, а лише короткі і максимально лаконічні, зі значеннями, які будуть зрозумілими більшості аудиторії.

Часто в рекламних текстах використовується рима, а отже, перекладачеві важко передати їх зміст у віршованій формі, зберігаючи суть реклами. Наприклад: «*Gillette. The best a man can get*» – «*Gillette. Кращого для чоловіка не існує.*»

Наведемо ще один приклад для того щоб передати форму реклами, це слоган для реклами миючого засобу *Mr. Proper* (в англійських країнах – *Mr. Clean*). В оригіналі він звучить так: «*Mr. Clean will clean your whole house and everything that's in it*». При перекладі була спроба створити мотив оригінального слогану: «*З Mr. Proper веселіше, у будинку чисто вдвічі швидше!*», однак значення змінене.

Дослівний переклад слоганів застосовується час від часу й іноді він є досить вдалим. Слоган *M&M's* «*Melt in your mouth, not in your hands*» означає «Розтане в роті, а не в руках». Наприклад: *Kit Kat*: «*Have a break...Have a Kit Kat*» – «Є перерва... є *Kit Kat*»; *LG*: «*Life's Good*» – «*Життя прекрасне*».

Можна навести також декілька прикладів вільного перекладу. Рекламний слоган напою *Sprite* в оригіналі звучить так: «*Obey your thirst*», складно перекласти буквально, тому нам знайомий є такий варіант: «Не дозволяй собі засохнути».

Переклад реклами прального порошку *Persil* «Один раз *Persil* – завжди *Persil*» можемо назвати не зовсім вдалим, адже з самого початку було втрачене значення: «*Persil Washes Whiter*» [2].

Щодо перекладу рекламних текстів, можемо виділити деякі рекомендації, знаючи такі особливості реклами:

- часткове застосування дієслів в наказовому способі ((*buy, try, see, feel, taste, do, enjoy*);
- велика кількість емоційно забарвлених прикметників і прислівників (*best, revolutionary, extra-, super*);
- звертання до покупця;
- застосування різних стилістичних прийомів, таких як метафора, порівняння, епітети, рима.

Передача стилістичних одиниць – одне з важливих завдань перекладу. Йому слід приділяти особливу увагу. Існують певні стилістичні вимоги, яким повинен відповідати переклад, тобто нормативні правила, які характеризують тексти аналогічного типу в мові перекладу. До цих потреб можемо віднести:

1. Суттєву відповідність. В залежності від стилю і напрямку перекладу перекладач повинен завжди досягати того, щоб перекладений текст відображав справжню суть оригіналу. До суттєвої відповідності відносяться стилістична точність, адекватність і повнота.

2. Грамотність. Основна потреба полягає в тому, щоб текст відповідав загальним нормам української та іноземної мов. Як правило, пропонується відсутність стилістичних, граматичних і орфографічних помилок.

3. Лексичну і стилістичну відповідність. Пропонується підбір еквівалентів термінів оригіналу, пошук аналогів скорочень та абrevіатур, коректна транслітерація. Загальний стиль перекладного тексту і стиль оригіналу не повинні розходитися у сприйманні. Для технічних перекладів характерними є ознаки точності фраз, відсутність емоційно-забарвлених слів, структура простих речень, безособовість [2].

У кожному реченні є виражені слова-підсилювачі, які привертають увагу аудиторії. В українській рекламі часто використовують вищеперераховані особливості, тож можна сміливо застосовувати ті самі дієслова (приходьте, насолоджуйтесь, купіть, спробуйте), яскраві прикметники (унікальний, супер, краще) і звернення до потенційного покупця.

Основним критерієм розуміння характерних рис рекламної підмови є здатність правильно сприймати та адекватно перекладати рекламні тексти і назви торговельних марок. Як відомо, існує декілька основних підходів до розуміння перекладацької еквівалентності.

Пошук варіанту адекватного перекладу рекламних текстів ускладнюють такі

лінгвістичні риси:

– наявність лексичних одиниць, які мають декілька значень; стилістична забарвленість лексики;

– вживання лексики, для посилення образності, не у прямому значенні; численне вживання ідіом.

Семантика переважної більшості слів рекламного тексту позитивна. Аби привернути увагу споживача, використовуються такі засоби:

а) комбінування в одному тексті слів, які належать до різних стилістичних шарів (техніцизми, розмовна лексика, неологізми, поетика);

б) ад'ективація. [4]

Також часто зустрічається слогани без перекладу на іншу мову. Це є дуже поширеним в наш час. Таке явище можна зустріти при перекладі парфумів чи алкогольних напоїв. Наприклад: «Gucci by Gucci». Таким чином можна сказати, що слогани без перекладу є частиною вигляду реклами, а тому часто такі слогани привертають нашу увагу. Але слід мати на увазі, що неперекладений слоган може бути незрозумілим для більшості аудиторії.

При виборі способу перекладу важливим фактором є аудиторія (за необхідності адаптувати текст) або мета реклами (якщо потрібно зробити акцент на тому, що товар є імпортом, то слід залишити його назву без перекладу. Якщо ж потрібно викликати позитивні емоції у споживача, доречним буде використання стилістично забарвлених слів).

В будь-якому випадку переклад рекламних текстів – це творчий процес, який вимагає великих розумових та креативних зусиль, часу та натхнення – іноді над одним лише слоганом перекладач може працювати тижнями.

Найкращим способом перевірити, чи вдалося правильно перекласти рекламу, є перечитування її самому собі. Можна комусь із знайомих дати прочитати (не називаючи себе перекладачем). Потім запитати, чи бажають вони придбати рекламний товар. Їхня відповідь свідчить про те, наскільки якісним чи невдалим є переклад [1].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бархударов Л. С. Уровни языковой иерархии и перевод / Л. С. Бархударов. Тетради переводчика, № 6. М., 1969. – с. 65
2. Бреева Л. В. Лексико-стилистические трансформации при переводе [Електронний ресурс] // Сайт belpaese2000.- Режим доступу: <http://www.belpaese2000.narod.ru/Trad/trasform01.htm>, вільний. – Загл. з екрану.
3. Прозоров В. Г. Основы теории и практики перевода с английского языка на русский / В. Г. Прозоров. М., 1998. – с. 234
4. Бондаренко О. М. Особливості перекладу рекламних текстів [Електронний ресурс] // Сайт <http://istznu.org>.- Режим доступу: http://istznu.org/dc/file.php?host_id=1, вільний. – Загл. з екрану.

СПОСОБИ ДОСЯГНЕННЯ ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

Ключові слова: еквівалентність, адекватність перекладу, переклад.

Key words: equivalence, adequacy of translation, translation.

Однією з основних вимог до перекладача є подання перекладу, який буде повноправним стосовно перекладного тексту. Перекладач повинен досягнути максимальну еквівалентність перекладу, зберігаючи при цьому стиль письма, відношення автора до написаного, він має донести до читача переклад у тій формі, яку задав йому автор. Досягнення адекватності перекладу є найважливішим чинником визнання перекладу як такого. Щоб називатися еквівалентним, переклад має сприйматися так само, як і оригінал.

А що ж таке адекватність перекладу?

Адекватність – 1. Відповідність вибору мовних знаків на мові перекладу тій зміні кінцевого тексту, яка обирається в якості основного орієнтира процесу перекладу. 2. Таке співвідношення вихідного і кінцевого текстів, при якому послідовно враховується мета перекладу. Терміни адекватність і адекватний орієнтовані на процес перекладу. 3. Спирається на реальну практику перекладу, яка часто не допускає вичерпній передачі всього комунікативно-функціонального змісту оригіналу. Адекватність виходить з того, що рішення, прийняте перекладачем, нерідко носить компромісний характер [7; с.14].

Адекватний переклад – 1. Адекватний і повноцінний переклад обумовлює правильну, точну і повну передачу особливостей і змісту першотвору, і його мовні форми з урахуванням всіх особливостей структури, стилю, лексики та граматики в поєднанні з бездоганною правильністю мови, на яку робиться переклад. 2. Повноправна заміна. 3. Відтворення єдності і форми оригіналу засобами іншої мови. 4. Переклад, що викликає у іншомовного одержувача реакцію, відповідну до комунікативної установки відправника [7; с. 14-15].

Переклад – 1. Під словом «переклад», як один з видів складної мовної діяльності людини, зазвичай мається на увазі або сам процес перекладу, або результат діяльності перекладача – усний чи письмовий текст, висловлювання. Так як процес перекладу (і його результат) протікають у двомовній ситуації, коли в процесі спілкування беруть участь дві мови, тобто міжмовної ситуації, то можна визначити переклад як процес міжмовного перетворення або трансформації усного або письмового тексту, пред'явленого на одній мові, в текст (усний чи письмовий) іншою мовою. Якщо мова являє собою природно існуючу комунікативну систему, то переклад – це суть передача інформації, що міститься в даному творі мови, засобами іншої мови. Крім цього визначення, переклад може визначатися як передача думок (почуттів, емоцій), висловлених на одній мові, засобами іншої мови, або як заміна текстового

матеріалу на одній мові еквівалентним текстовим матеріалом на іншою мовою, або як процес мовної комунікації, що протікає в двомовній ситуації, тобто такій ситуації, коли комунікативна діяльність протікає в кодах двох різних знакових систем [7; с. 137-139].

Мета роботи полягає в тому, щоб проаналізувати складність передачі перекладу якомога точніше без спотворення змісту.

Маючи на увазі еквівалентність слід розуміти намагання зберегти відносної змістової, семантичної, стилістичної і функціонально-комунікативної інформації, що міститься в перекладному тексті та у перекладі. Еквівалентність оригіналу і перекладу – це максимально близька тотожність, що міститься в тексті. На еквівалентність перекладу також впливає походження тексту перекладного документу та можливість передачі змісту мови перекладу. Найважливішою задачею перекладу є максимальна точність передачі змісту. Зміст є каркасом усього тексту на який будуються стильові, граматичні, лексичні та інші компоненти, без яких переклад не є можливим. З цього випливає, що місія перекладача полягає в максимальному повній передачі змісту оригіналу [4; с. 245].

У перекладознавстві часто наголошується те, що головним визначальним принципом еквівалентності тексту є комунікативно-функціональна ознака. При трактуванні комунікативно-функціональної еквівалентності говориться про те, що перекладач готує переклад таким чином, щоб його сприйняття чіачем збігалось зі сприйняттям читачів оригіналу. Іншими словами, в ідеалі сам перекладач не повинен привносити в текст свої зауваження, притаманні його національності чи регіональній особливості, відмінного від сприйняття цього повідомлення тим одержувачем, якому воно було адресоване. Насправді сприйняття перекладача і будь-якого з одержувачів оригінального тексту не здатне виявитися однаковим у зв'язку з різними особистими, культурними і соціальними причинами.

Мета перекладу полягає не в підгонці тексту під чиесь сприйняття, а в збереженні змісту та інших особливостей оригіналу. І якщо ця мета буде досягнута, то і сприйняття перекладу в мовному середовищі перекладу буде відносно рівним сприйняттю оригіналу в мовному середовищі оригіналу. Визначальним не є сам текст, а його комунікативна функція та умови реалізації.

В залежності від типу перекладу є різні види відносної еквівалентності:

Офіційно-ділові тексти повністю орієнтовані на передачу змісту. Звернення, зачини тексту, послідовність викладу, кінцівки документів в кожній мові підпорядковуються суворим правилам риторики, вони містять значну кількість мовних штамів.

У мові перекладу зберігається композиція оригіналу, але самі мовні штампи можуть відрізнитися, збігаючись за змістом. При перекладі іноді доводиться вдаватися до дослівного викладу. Прийом дослівного перекладу нерідко використовується в дипломатичних документах, де кожне слово вляється важливим та невід'ємним.

Відносність еквівалентності названих текстів визначається відмінностями в мовних кліше, в риторичних структурах, можливістю появи елементів буквалізму та стилістичної нейтралізації тексту перекладу, а також розбіжністю характеристик нейтрального стилю в різних мовах.

Зовсім інша ситуація з газетними та журнальними публікаціями. Як пра-

вило, для них характерне використання значного числа кліше, стереотипних фраз, газетних штампів, політичних термінів і понять, соціальних реалій. У деяких публікаціях використовуються придумані журналістами влучні слова, використовується жаргон та просторіччя.

У цьому випадку перекладач прагне насамперед передати точний соціально-політичний сенс таких публікацій і їх суспільну спрямованість. Для цього йому доводиться “коригувати” стиль першотвору під газетно-журнальний стиль мови перекладу. Відмінності між оригіналом і перекладом виникають за рахунок різниці в стилі газетно-журнальних публікацій і пояснень в перекладі, якщо частину тексту неможливо перекласти дослівно або замінити відповідником. Через це переклади зазвичай виявляються багатослівнішими від оригіналу.

Ступінь відносної еквівалентності наукових текстів залежить від їх типів і видів. Цікавим є те, що чим більш формалізований науковий текст, а це відбувається насамперед у природничих науках, тим більше еквівалентний його переклад. Переклади деяких праць з математики, хімії або біології, що складаються з стереотипних фраз, які вводять відповідні формули, виявляються майже тотожними оригіналу. При перекладі наукових праць головне – передати думку, логіку думки, послідовність міркування. Для цього нерідко доводиться в перекладах міняти синтаксичний лад фраз оригіналу, знижувати емоційну тональність, якщо вона є в оригіналі.

Іноді рівень еквівалентності в перекладах спеціальних праць знижується за рахунок опису трактування термінів або навіть неточностей в розумінні цих термінів.

Отже, рівень відносної еквівалентності перекладів наукової літератури обумовлюється деякими граматичними трансформаціями, логічними і термінологічними уточненнями та роз’ясненнями, які залежать від характеру наукової праці.

У художньому перекладі (особливо віршованому) існують свої особливі закони еквівалентності оригіналу. Переклад може лише наближуватись до оригіналу. У художнього перекладу є свій творець, свій мовний матеріал і своє життя у мовному, літературному і соціальному середовищі, що відрізняється від середовища першотвору. Художній переклад породжується оригіналом, залежить від нього, але в той самий час має відносну самостійність, оскільки стає фактом мови, на яку він перекладений. Тому освоєння одного і того ж твору в різних культурах має свою специфіку, свої відмінності, свою історію. Таким чином, не тільки оригінал і переклад розрізняються характером осмислення, соціальним значенням і репутацією, але й різномовні переклади одного й того ж літературного джерела.

З усього сказаного можна зробити висновок, що, незважаючи на прагнення перекладача відтворити якомога повніше змістовну, емоційно-експресивну і естетичну цінність оригіналу і домогтися рівновеликого з оригіналом впливу на читача, йому, перекладачеві, можна розраховувати лише на відносну еквівалентність художнього перекладу тексту оригіналу, еквівалентність впливу оригіналу та перекладу на читача будуть відносними в ще більшому ступені.

Переклад релігійних текстів пов’язаний зі сформованою традицією відтворення сакральних творів, для якої характерні використання богословської термінології, усталених зворотів і штампів, архаїзація текстів, інтерпретація символів. Тому перекладачі звертаються до сталих штампів та зворотів у своїй мові, що робить переклад наближеним до оригіналу, але не тотожним.

Види перекладу:

а) Еквівалентний переклад – переклад у якому зберігається максимальна ідентичність усіх рівнів змісту текстів оригіналу і перекладу..

б) Буквальний переклад – той, еквівалентність якого є лише на рівні мовних знаків, не враховуючи інформацію, передану на інших рівнях змісту. Так, якщо англійське словосполучення *to begin with*, у реченні *Peter came too late, to begin with.*, буде перекладено як *Пітер прийшов занадто пізно, починаючи з* – то це буде буквальный переклад, тоді ж ми потребуємо переклад на рівні словосполучення – *Почнемо з того, що Пітер прийшов занадто пізно* [1; с. 56].

в) Вільний переклад – переклад ключової інформації без урахування формальних і семантичних компонентів вихідного тексту. «Ось кілька прикладів такого роду перекладу з повісті Дж. Селінджера “Над прірвою у житті” в перекладі Р. Райт-Ковальової:

Some things are hard to remember.

Буває, що нізащо не можеш згадати, як усе було.

I was too depressed to care whether I had a good view or not.

Коли настрій кепський, чи не все одно, що там за віконцем.

I'm lonesome as hell.

Мене туга заїла» [5].

Зауважимо, що вільний переклад зручніший та зрозуміліший, ніж буквальный – вільний переклад виключає спотворення змісту тексту. Його найвагомим недоліком являється те, що зміст перекладного тексту передається не дослівно точно, тобто втрачається вагома кількість інформації вихідного тексту, також вихідний текст трансформується там, де ці трансформації можна було б уникнути. Навіть у вищенаведених прикладах перекладів, які виконувалися професіоналами, з'являється незначне спотворення сенсу в порівнянні з вихідним текстом.

Зрозуміло, теза про перевагу вільного перекладу буквальному не є абсолютною – слід також брати до уваги й жанр першотвору. Якщо при перекладі художньої літератури вільний переклад зустрічається нерідко, то при перекладі офіційних, юридичних і дипломатичних текстів вільний переклад абсолютно неприпустимий.

При перекладі будь-яких текстів, переклад, до якого має наближуватися перекладач максимально, є переклад еквівалентний. На практиці ми не можемо з 100 відсотковою точністю визначити, чи саме еквівалентним являється переклад. Правильніше буде говорити про різного ступеню еквівалентності перекладу, про наближення перекладу до ідеалу.

У роботі ми розглянули види та способи досягнення еквівалентності перекладу та намагалися пояснити, як можна уникнути спотворення змісту тексту використовуючи той чи інший вид перекладу.

Література:

1. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В.С. Виноградов. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. Грабис Р., Барбаре Д., Бергмане А. Словарь лингвистических терминов. – Рига, 1963. – 268 с.

3. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 253с.
4. Латышев Л.К. Курс перевода (эквивалентность перевода и способы ее достижения) / Л.К. Латышев. – М., 1981. – 352 с.
5. Марчук Ю.Н. Прикладное языкознание // Актуальные проблемы российского языкознания: 1992 -1996 гг. К XVI Международному конгрессу лингвистов. Париж, июль 20 – 25, 1997 г. – М., 1997. – 253 с.
6. Федоров А.В. Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – М., 1983.
7. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь/Л.Л. Нелюбин. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.

Радченко Я.В.

Студентка

Сидорук Г.І.

к.філол. н., доц.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ПЕРЕДАЧА СТИЛІЗОВАНОЇ ЛЕКСИКИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

У лексикології слова вивчаються з точки зору їх значень, стилістичного забарвлення, вживання в мові походження. Залежно від мети спілкування ми вибираємо з усього різноманіття мовних засобів найбільш дієві, виразні. Відбувається своєрідний відбір мовного матеріалу, його організація, а це призводить до появи у мові певних стилів.

Переклад — це відтворення оригіналу засобами іншої мови із збереженням єдності змісту і форми. Ця єдність досягається цілісним відтворенням ідейного змісту оригіналу в характерній для нього стилістичній своєрідності на іншій мовній основі. Шлях до досягнення такої єдності не лежить через встановлення формальних відповідників. Зіставлення засобів різних мов, навіть найбільш віддалених, можливе лише шляхом зіставлення функцій, які виконують різні мовні засоби. Звідси точність перекладу полягає у функціональній, а не формальній відповідності оригіналу.

При перекладі не лише не передається ціннісна картина, а повністю змінюються оціночні сенсорні метафори. Окрім того, текст, як відображення концептуальної картини світу автора, не може бути цілком едентичним з концептуальною картиною світу читача.

Емоційна забарвленість та експресивність як усної, так і письмової мови в значній мірі створюється різними емфатичними, граматичними та лексичними засобами, а іноді й тими і іншими водночас. Різні засоби вираження емфаз зустрічаються навіть у тих стилях писемного мовлення, які не мають емоційної забарвленості; такі, наприклад, як стиль наукової прози чи офіційно-діловий стиль. Але, звичайно, особливо часто зустрічається емфаза в художній літературі, в ораторському та газетно-публіцистичному стилях. Цей аспект є недостатньо вивченим у мовознавстві та перекладознавстві, що й обумовлює актуальність даної статті. (Емфаза (грец. *Emphasis* – виразність, зображення) – це напруженість мови, посилення її емоційної виразності, виділення якогось одного елемента за допомогою інтонації, повторення, звернень, запитань, тощо [4, с. 14].)

Проблемою перекладу стилістично забарвлених лексичних одиниць займалися багато вчених і перекладачів. У кожного з них були свої погляди на адекватну передачу стилістично забарвлених одиниць, і, відповідно, кожним з них пропонувалися свої способи перекладу художнього тексту. Щоб отримати правильний літературний переклад, необхідно звертати увагу на такі фактори, як семантика лексичної одиниці, контекст, забарвлення та особливості вживання.

Питання перекладу стилістично забарвленої лексики українською мовою завжди посідало значне місце серед низки теоретичних та практичних проблем, котрим займаються лінгвісти, перекладознавці та германісти України. У галузі лінг-

вістики цією проблемою цікавилось багато провідних науковців, але у сучасному перекладознавстві все ще не сформовано єдиного підходу до перекладу лексичних засобів художнього твору. Переклад стилістично забарвленої лексики представляє великі труднощі. Не дивлячись на існування великої кількості різної літератури, присвяченій даній проблематиці, слід зауважити, що ця проблема буде актуальна завжди. При її вивченні постійно будуть перебувати нові рішення, висуватися все нові теорії та точки зору [6, с. 45].

Термін «стилістично забарвлена, або емоційно-експресивна лексика» розглядається як лексика, що несе в собі емоційну оцінку по відношенню до об'єкта, який містить в собі емоційний фон [2, с. 20]. До складу стилістично забарвленої лексики належать слова, які в своєму значенні містять позитивну чи негативну оцінюваність і позначають відчуття, настрої, процеси [3, с. 22]. Тобто, емоційною називається категорія слів, яка, крім об'єктивного лексичного значення, містить і значення суб'єктивне – ставлення мовця до висловленої думки. І хоч суб'єктивне значення та емоція – різні поняття, як і лексичні способи їх реалізації, чимало оцінних слів можуть бути віднесені до емоційної лексики. Особливий інтерес для багатьох лінгвістів при дослідженні стилістично забарвленої лексики становлять прикметники, адже будучи найскладнішими структурами, вони характеризуються, на думку деяких дослідників, „розмитою сферою значення” [1, с. 46] та „широкою смислової структури” [9, с.153]. Стилістичним засобом для передачі експресивного забарвлення є конотація, тобто додаткові семантичні або стилістичні значення, відтінки, які накладаються на основне значення, вона додає багатозначності сенсу лексичних одиниць і додає їм певного емоційного заряду. Конотації є загальнозрозумілі, загальнозживані (медові гречки, золоті литаври, біль слова) і авторські, незвичайні і маловідомі, які властиві поетичній мові (карий світ, вишнево-чорні коні, грім солодкий). При перекладі стилістично забарвленої лексики варто використовувати принцип еквівалентного перекладу. Це значить, що стилістично забарвлену лексичну одиницю оригіналу слід перекладати стилістично забарвленою лексичною одиницею в мові перекладу. У випадках, коли це неможливо, необхідно обов'язково компенсувати загублене емоційне забарвлення. Так, наприклад:

Damn, I've lost the game! – *Прокляття, я програв гру.* [2]

Darn, he is so boring – *Чорт, він такий нудний* [2]

Oh! I've finally done it! – *О, нарешті я закінчив!* [2]

Ohh... so I should buy her a present – *О... Значить, мені варто купити їй подарунок* [2].

Hi! What an unexpected meeting! – *Привіт! Яка несподівана зустріч!*

Переклад стилістичних прийомів, що несуть образний заряд твору, часто викликає труднощі у перекладачів через національні особливості стилістичних систем різних мов. Всі лінгвісти підкреслюють необхідність збереження образу оригіналу в перекладі, справедливо вважаючи, що передусім перекладач повинен намагатися відтворити функцію прийому, а не сам прийом. При передачі стилістичних фігур мови – порівнянь, метафор, метонімії – перекладачу щоразу потрібно вирішувати: доцільно зберегти образ, що лежить в їх основі, або ж замінити його іншим при перекладі. Причиною заміни можуть бути особливості українського слововживання, сполучуваність слів та ін. Перекладачу необхідний стилістичний аспект, адже без нього не

може вийти гарного, звучного перекладу. Саме стилістичний аспект демонструє не лише переклад з мови оригіналу на мову перекладу, а й показує майстерність перекладача. Експресія при перекладі надає більшої виразності вихідному тексту. Для того, щоб мова відповідала основним стилістичним вимогам, була виразна, точна, стилістично вмотивована, а використані засоби були максимально доцільними для вираження даного змісту в конкретному контексті, перекладачу потрібно обов'язково добре володіти стилістичними ресурсами обох мов і знати їх стилістичні норми [1].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вольф Е.М. Грамматика и семантика прилагательного / Е.М. Вольф. – М., 1978. – 199с.
2. Голикова Ж. А. Перевод с английского на русский Learn to translate by translating from Russian into English. [Текст] / Ж. А. Голикова. – М.: Новое знание, 2007. – 287 с.
3. Конкульовський В. В. До проблеми перекладу кінотекстів комедійного жанру / В.В. Конкульовський // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – № 16 (227). – Ч. I. – 2011. – С. 35-39.
4. Мальцев В.А. К вопросу о вывлении эмоциональной лексики в английском языке. – В кн.: Вопросы лексикологии и грамматики иностранных языков / В.А. Мальцев. – Минск, 1963. – С. 22.
5. Никифоров А.С. Эмоции в нашей жизни / А.С. Никифоров. — М.: Советская Россия, 1978. — 216 с.
6. Розен Е.В. Подростково-молодежный словесный репертуар (на материале современного немецкого языка) / Е.В. Розен. – М.: Прогресс, 2001. – 190 с.
7. Генрі О. Королі і капуста: Пер. з англ. – Харків: Фоліо, 2008. – 315 с.
8. Henry O. Selected stories. New York: The Odyssey Press, 1922. – 282 p.
9. Уфимцева А.А. Типы словесных знаков / А.А. Уфимцева. – М., 1974. – С. 153.
10. http://www.rusnauka.com/6_NITSHB_2011/Philologia/6_80415.doc.htm
11. <http://englishforpeople.org.ua/grammer/interjections/20-2013-03-05-22-37-06.html>
12. <http://studopedia.org/3-116458.html>

Погукай К.Є.

Студентка

Сидорук Г.І.

к.філол. н., доц.

Національний університет біоресурсів
і природокористування України

**ПЕРЕДАЧА ЗНИЖЕНОЇ ТА ТАБУЙОВАНОЇ ЛЕКСИКИ
В ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ КІНОФІЛЬМІВ (НА ОСНОВІ ПЕРЕКЛАДІВ
ФІЛЬМУ ТЕЙЛОРА ХЕКФОРДА «АДВОКАТ ДИЯВОЛА»)**

Сучасні літературні твори та кінофільми різноманітних жанрів характеризуються прагненням письменників та сценаристів досягти натуралізму та наблизити образи героїв своїх творів до реального життя. З цією метою автори часто використовують емоційно забарвлену лексику, яка змогла б відобразити почуття більш реалістично. Це прагнення у свою чергу призвело до збільшення у використанні зниженої та табуйованої лексики.

До зниженої лексики належать, в першу чергу, сленг, просторіччя, діалекти та професійний жаргон, які активно використовуються різними верствами населення у повсякденному житті. Тож сучасна кіноіндустрія швидко підхопила настрої людей і максимально наблизила до реального життя манеру висловлювання тих чи інших героїв. Табуйована лексика присутня у фільмах різноманітних жанрів, від романтики до фільмів жахів, і, не зважаючи на неоднозначне ставлення до неї, не можна заперечувати, що саме ця присутність зумовлює популярність багатьох робіт. Але важливо зазначити, що присутність сленгу та табуйованої лексики може викликати труднощі під час перекладу фільмів з англійської мови. Деякі перекладачі вважають за потрібне знизити експресивний рівень тих чи інших висловлювань, в той час як інші можуть використовувати занадто експресивні переклади. Але у обох випадках це може призвести до спотворення змісту оригіналу.

Щоб зрозуміти, яким чином краще за все можна передати настрої та стиль автора, потрібно ознайомитися з різними типами перекладу. В. М. Комісаров виділяє п'ять типів перекладу – адекватний, еквівалентний, точний, буквальний та вільний, які в свою чергу характеризуються більшим чи меншим ступенем деталізації. [1; с. 232]

Першим з названих є адекватний переклад, яких характеризується своєю прагматичністю та максимально можливим рівнем еквівалентності, за якого зберігаються жанрово-стилістичні вимоги до подібних текстів. [1; с. 233] Еквівалентний переклад це такий, що відтворює зміст оригіналу на одному з рівнів еквівалентності. Варто зазначити, що будь-який переклад має бути еквівалентним, та не всякий еквівалентний переклад може бути визнаним адекватним, а лише той, що відповідає усім нормам. [1; с. 234] Наступним є точний переклад, в якому еквівалентно відтворена лише предметно-логічна частина змісту оригіналу при можливих відхиленнях від жанрово-стилістичної норми. Еквівалентний переклад завжди повинен бути точним, а точний переклад за визначенням лише част-

ково еквівалентний. [1; с. 234] Буквальний переклад за визначенням неадекватний і допускається лише в тих випадках, коли перед перекладачем поставлене прагматичне завдання відтворити в перекладі формальні особливості побудови висловлювання в оригіналі. У таких випадках буквальний переклад може супроводжуватися поясненнями або адекватним перекладом, що розкриває справжній зміст оригіналу. [1; с. 234] Останній тип перекладу, зазначений Комісаровим, це вільний переклад. Він виповнений на більш низькому еквівалентному рівні. Вільний переклад може бути визнаний адекватним, якщо він відповідає іншим нормативним вимогам перекладу і не пов'язаний з істотними втратами в передачі змісту оригіналу. [1; с. 235]

Згідно зі словником української мови слово «сленг» означає «жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення». [3; с. 350] Перш за все проблема полягає у тому, що більшість сленгу – це так звана безеквівалентна лексика, тобто та, одиниці якої не мають регулярних відповідників у мові, на яку робиться переклад. Але наявність таких лексичних одиниць зовсім не означає, що їх значення неможливо передати у перекладі або те, що вони перекладаються з меншою точністю.

Проблему перекладу табуованої та зниженої лексики ми пропонуємо розглянути на матеріалах декількох офіційних російських перекладах фільму Тейлора Хекфорда «Адвокат диявола». Обидва переклади відзначаються присутністю яскравих емоційно забарвлених висловлювань, і у багатьох випадках вони схожі одне на одного. Наприклад, вираз «*Hell away from me!*» у обох випадках перекладається як «*Пошел к чёрту!*», в той час як у випадку з фразою «... *keep the fuck away from me*» перший переклад виявився більш експресивним («... *отвали от меня к чёрту*») за другий («... *держишь от меня подальше*»). Далі ми б хотіли розглянути декілька поєднань слова «hell» з іншими лексичними одиницями. Так, поєднання «*Hell away from me!*» у перекладі на російську звучить як «*Пошел к чёрту!*», але це ж саме слово у фразі «*Hell of a job today*» вже сприймається як «*Адский денечек сегодня*». Об'єднання «hell of a» – це ідіома, пояснення якої в Cambridge Dictionaries Online звучить як «*extremely, or extremely big (informal helluva)*» [4], а у іншому онлайн-словнику, The Free Dictionary, визначення цієї ідіоми має більш ширше значення – «1. a very good/bad person or thing; 2. a very difficult activity or bad thing». [5] Тож зважаючи на те, що існує декілька пояснень однієї й тієї ж ідіоми, можна зробити висновок, що переклад є правильним та адекватним. Також варто зазначити, що у другому варіанті перекладач вирішив не використовувати експресивну лексику взагалі, і тому «*Hell of a job today*» набуло форми «*Закончили работу*». У даному випадку відбулися істотні втрати у змісті оригіналу, що є недопустимим.

Наступне слово – «damn» – є універсальним, як зазначає Urban Dictionary, а саме «one of those words you can use in any situation. In any conversation, you can just pop in and say “damn,” and people will know exactly what you’re talking about». [6] Але навіть при використанні цього слова перекладач має перевіряти правильність його перекладу у словосполученнях. Як наприклад «*Damn straight!*» у першому перекладі – «*До дна*», а у іншому – «*Я присоединяюсь*». Тож який з цих варіантів правильний? В Urban Dictionary це словосполучення означає спосіб погодитися з кимось/чимось. [6] Отже, другий варіант перекладу можна вважати коректним, на відміну від іншого.

Особливу цікавість представляють емоційно-забарвлені значення англійського прислівника «fuck» та дієслова «to fuck». Cambridge Dictionaries Online дає декілька визначень: «fuck 1. (Exclamation) used when expressing extreme anger, or to add force to what is being said; 2. to have sex with someone». [4] У більшості випадків можна говорити саме про використання цього слова у першому його значенні, тобто для підсилення висловлювань, а не про статевий акт. Як приклад можна представити такі цитати з фільму:

«... *keep the fuck away from me!*» – «... *отвали от меня к чёрту!*»

«*Not fucking guilty!*» – «*Ни хрена он не виновен!*»

«*I had a fucking panic attack...*» – «*Я сходила с ума...*»

«*You better be every fucking inch as good as he says you are!*» – «*И не дай Бог, если ты окажешься хуже, чем он о тебе говорит!*»

Та знову ж таки не можна забувати про те, що у поєднанні з іншими частинами мови слово «fuck» може мати абсолютно інше значення. Так, «*Fuck off!*», відповідно до The Free Dictionary, пояснюється як «to go away; to get out of place; to beat it» [5], а онлайн-словник Multitran дає декілька перекладів даного словосполучення, серед яких є «отвали; от...ись». [2] Цей вираз є досить експресивним, і у офіційних перекладах він не був замінений на свій бляклий відповідник «вы меня достали», що й призвело до уникнення будь-яких втрат емоційного забарвлення під час перекладу.

Слід підкреслити важливість пошуку відповідної лексики для перекладу фільмів з англійської мови, особливо у сфері табуйованої та зниженої лексики, оскільки у деяких випадках зниження рівня експресивності того чи іншого виразу або неправильне їх тлумачення може призвести до спотворення змісту оригіналу. Найгіршою серед таких втрат є втрата стилю автора чи режисера, адже у такому випадку може бути змінена сама ідея, вкладаєна у монологи героїв.

Література:

1. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 253с.
2. Мультитран [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.multitran.ru>
3. Словник української мови / І.С. Назарова, О.П. Петровська. – К.: «Наукова думка», 1978. – 916 с.
4. Cambridge Dictionaries Online [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org/>
5. The Free Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thefreedictionary.com/>
6. Urban Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.urbandictionary.com/>

ПЕРЕКЛАДАЧ В ІНФОРМАЦІЙНУ ЕПОХУ: ІДЕАЛІЗАЦІЯ ТА РЕАЛЬНІСТЬ

Ключевые слова: переводчик; информационное общество; идеализации; профессиональная деятельность; результаты работы.

Ключові слова: перекладач; інформаційне суспільство; ідеалізації; професійна діяльність; результати роботи.

Keywords: translator; information society; idealization; professional activity; working data.

Різноманіття умов та можливостей діяльності людей, яке зростає з розвитком інформаційних технологій та засобів транспорту, а також пов'язаних з цим інших факторів, що обумовлюють всесвітнє явище, яке отримало назву «глобалізація», викликає підвищений інтерес до нових і до вже давно існуючих тем. Однією з таких тем є професійна діяльність людини. Увагу у дослідженнях та на практиці привертають питання професійної успішності в умовах появи нових можливостей та різних змін. У зв'язку з цим досліджуються особливості професійної діяльності представників різних професій [1; 2]. В даній роботі ми розглядаємо деякі аспекти роботи перекладача, професії, яка завжди характеризувалась різноманіттям умов і можливостей. А саме: особливості роботи у нестандартних умовах, проблеми співвідношення ідеалізованих умов та уявлень, пов'язаних з роботою перекладача та реальних ситуацій.

Діяльність перекладача різноманітна та багатогранна. Він зустрічається з різними людьми, які мають різні характери, знання, досвід, потреби, зацікавлення. Перекладач працює в різних умовах, часто важких і неритмічних. Така праця може бути дуже напруженою і ненормованою, оскільки не завжди розроблені нормативи розумової діяльності, тим більш, якщо це пов'язано з роботою перекладача [наприклад, 1]. Перекладач, як правило, поступово набуває досвід організації своєї роботи, самостійно визначає періоди активної діяльності та відпочинку. Це має для нього значення навіть у таких випадках, коли неможливо самостійно визначати час та умови роботи, оскільки робота перекладача багато в чому залежить від бажань, планів, необхідності замовників.

Перекладач також може опинитись у ситуації, коли потрібно працювати у нестандартних умовах. Нестандартні умови у професії перекладача можна класифікувати з різних точок зору. В роботі розглядаються умови роботи, пов'язані з незнайомою для нього тематикою текстів, які потрібно перекладати. В подібній ситуації перекладач може прийняти замовлення або ж відмовитись від нього. Проте різноманітні фактори часто мотивують перекладача працювати з текстами незнайомої йому (у різних обсягах) тематики. Для прийняття рішення у такій ситуації враховуються ступінь необхідності виконання роботи, потреба у точності перекладу, наявність необхідного часу для підготовки до перекладу тексту незнайомої тематики

тощо. Потрібно також враховувати наявність необхідних довідкових матеріалів або можливостей їх придбання, наявність відповідних фахівців, які можуть консультувати за необхідною тематикою або ж перевірити переклад, редагувати його. Мають значення також можливості безпосереднього спілкування з необхідними фахівцями-консультантами або можливості встановлення з ними контактів за допомогою технічних засобів зв'язку. При цьому відіграє значну роль необхідний обсяг консультацій і потреба в залежності від конкретної ситуації або у переважно вербальних консультаціях, або у ознайомленні з основними предметами та поняттями теми за допомогою графічної інформації, моделей або дійсних предметів у статичній або у динамічній формі. Консультація з фахівцем може здійснюватись у формі монологу, а також бути двосторонньою, коли у процесі консультування домінує спілкування у формі бесіди або запитань та відповідей. Можна вважати найоптимальнішою комбіновану консультацію, де мають місце різні види інформування.

Сучасні засоби комунікації значно полегшують інформування. Але реальна дійсність може бути далекою від ідеалізованих уявлень та рекомендацій щодо роботи перекладача. До факторів, що порушують відносно ідеалізовані схеми перекладацької діяльності можна віднести місце, де здійснюється переклад, час, необхідний для виконання перекладу, а також вартість перекладу, яка визначається з урахуванням зусиль та ресурсів, потрібних для виконання перекладу та можливостей замовника. Ці фактори в основному визначають умови роботи перекладача, а також певні відхилення від ідеалізованої якості перекладу (відхилення окремих елементів тексту перекладу від літературної норми або певних стилістичних вимог, характерних для конкретного типу тексту). Деякі елементи тексту можуть бути не перекладені, окремі складні терміни та вирази – подані у тексті перекладу більш узагальнено, ніж у вихідному тексті (прийом генералізації).

Розвиток інформаційних технологій сприяє розширенню як необхідності перекладу, так і можливостей перекладача. Але не слід ідеалізувати такі можливості. В деяких випадках спостерігаються відхилення від ідеалізованих уявлень і рекомендацій щодо роботи перекладача. Різноманітні фактори впливають на якість тексту перекладу, яка може бути знижена до певного рівня, з чим може погоджуватись і замовник перекладу.

Література

1. Мирам Г.Э. Профессия: переводчик / Г.Э. Мирам. – Киев: Ника-Центр, Эльга, 1999. – 158 с.
2. Małgorzewicz A. Die Kompetenzen des Translators aus kognitiver und translationsdidaktischer Sicht/ A. Małgorzewicz. Wrocław: WUW, 2012. – 326 S.

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕКСТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ:
КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ**

Ключевые слова: информационные технологии; тексты; коммуникация; контролируемый язык; отклонения от нормы.

Ключові слова: інформаційні технології; тексти; комунікація; контрольована мова; відхилення від норми.

Keywords: information technologies; texts; communications; controlled language; deviations.

У зв'язку зі змінами у розвитку інформаційних технологій виникають зміни у різноманітті текстової інформації. Завдяки швидкості представлення інформації та зростанню її кількості змінюються особливості її сприйняття. Зростає зацікавленість створювати та читати письмові тексти на різних мовах. Великі обсяги інформації у електронній формі, а також накопичена людством інформація в паперовій формі, що зберігається у бібліотеках та архівах, потребують оптимізації процесів пошуку інформації та ознайомлення з нею. Це може здійснюватись як за допомогою розвитку здібностей людей (вивчення мов, швидкочитання тощо), так і за допомогою технічних засобів (систем автоматичного пошуку інформації та перекладу тощо). В той же час виявляються та досліджуються наявні та перспективні можливості технічних засобів для роботи з інформацією. Але очікування, пов'язані із автоматичними системами розпізнавання текстів, не завжди виправдовуються. Комп'ютерні системи обробки інформації або автоматичного перекладу не можуть виконувати окремі види завдань, які може виконати тільки людина, зокрема людина з спеціальною підготовкою. Системи комп'ютерної обробки текстів також можуть бути надто складними, потребувати значної спеціальної підготовки від користувача (підготовки в галузі комп'ютерних наук і одночасно підготовки у галузі лінгвістики та у сфері знань за спеціальною тематикою тексту). Виникає система «людина-комп'ютер», в якій в залежності від завдання потрібна у різних співвідношеннях участь і людини і комп'ютера. І навіть у таких умовах результат не завжди задовольняє. В багатьох випадках велику роль відіграють спеціальна підготовка та особисті якості людини.

З метою оптимізації комп'ютерної обробки тексту намагаються також створювати вихідні тексти, які мають прості речення, стандартизовані граматичні структури та більш однозначні слова та терміни. Виникає так звана контрольована мова [2, с. 263]. Завдяки вживанню контрольованої мови робота над текстами оптимізується за рахунок «уніфікації» термінології, стилістичних норм і граматичних правил генерування тексту та користування єдиною базою лінгвістичних ресурсів [2, с. 265]. Така «контрольована мова» має свої переваги і недоліки [2, с. 281-284]. Безумовно, в реальній живій мові з великою кількістю багатозначних мовних засобів не усі думки можна висловити за допомогою обмеженої кількості стандартизованих граматичних струк-

тур та стилістичних прийомів. «Контрольована мова» більш підходить для створення нескладних, типових, стандартизованих текстів, орієнтованих, як правило, на конкретну галузь знань або практики. В реальному житті часто буває важливіше висловлювати конкретні думки та ідеї у формі, яка буде сприйнята великою кількістю людей, позитивно ними оцінена, запам'ятається та зацікавить. В таких випадках значну роль відіграє емоційна складова висловлювань, їх гармонійність та ритмічність. Інколи з метою досягнення особливої виразності може бути допустимим певне відхилення від літературної норми, що може розглядатися як літературний прийом [1, с. 9-10]. Спостерігаються також випадки зловживання можливостями мови. Такі ситуації відомі під назвами «псевдонаукова мова», «науковий жаргон», коли з метою створення враження більшої солідності або науковості тексту використовують маловідому або «модну» термінологію, часто на основі іншомовних запозичень, яка, як правило, має у мові загальноновживані та загальноприйняті відповідники. Також для такої «псевдонаукової мови» можуть бути характерними багатослівні, довжелезні речення, які важко сприймаються при читанні. Такі особливості мовної практики оцінюються негативно [3]. Подібні явища нечіткого викладу матеріалу можуть бути частково виправдані тільки у випадках опису нових, складних ідей, коли ще не виникли стійкі, загальноновживані форми висловлення за відповідною тематикою. Але таких випадків не так багато, оскільки серйозні, складні ідеї виникають у науці порівняно нечасто [3].

Триває зростання обсягів інформації, зокрема, у формі письмових текстів, які потребують відповідного опрацювання. Технічні засоби не завжди можуть задовольнити всі потреби, які виникають при роботі з інформацією. Необхідним є також додатковий розвиток знань та здібностей людини. Існують спроби створення спрощених, уніфікованих текстів, що може бути ефективним для досягнення окремих комунікативних цілей, але не відповідає потребам реальної мовної практики з її різноманіттям мовних засобів. Великі можливості створення та поширення текстів пов'язані також із зниженням якості деяких текстів, що ускладнює роботу з ними як з боку людини, так і за допомогою технічних засобів.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної девіатології/ Ф.С. Бацевич. – Львів: ЛНУ ім. Ів. Франко, 2000. – 236 с.
2. Міщенко А.Л. Лінгвістика фахових мов та сучасна модель науково-технічного перекладу: монографія/ А.Л. Міщенко. – Вінниця: Нова Книга, 2013. – 448 с.
3. Селігей П.О. Науковий жаргон: основні ознаки та причини появи/ П.О. Селігей, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні, КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2003. – 56 с.