

ZBIÓR
ARTYKUŁÓW NAUKOWYCH

*FILOLOGIA, SOCJOLOGIA I KULTUROZNAWSTWO.
OSIĄGNIĘCIA NAUKOWE, ROZWÓJ, PROPOZYCJE*

Warszawa (PL)

29.09.2016 - 30.09.2016



РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС
НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ

Science Index



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

Zbiór artykułów naukowych.

Z 40 Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej " *Filologia, socjologia i kulturoznawstwo. Osiągnięcia naukowe, rozwój, propozycje*" (29.09.2016 - 30.09.2016) - Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2016. - 120 str.

ISBN: 978-83-65608-14-7

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». Obowiązkowym jest odniesienie do zbioru.

nakład: 50 egz.

"Diamond trading tour" © Warszawa 2016

ISBN: 978-83-65608-14-7

WSPÓŁORGANIZATORZY:

Virtual Training Centre "Pedagog of the 21st Century"
Global Management Journal

KOMITET ORGANIZACYJNY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;

A. Murza, (Zastępca Przewodniczącego), MBA, Ukraina;

Z. Čekerevac, full professor, "Union - Nikola Tesla" University Belgrade, Serbia;

A. Горохов, к.т.н., доцент, Юго-Западный государственный университет, Россия;

A. Kasprzyk, Dr, PWSZ im. prof. S.Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Polska;

A. Malovychko, dr, EU Business University, Berlin – London – Paris - Poznań, EU;

L. Nechaeva, PhD, Instytut PNPU im. K.D. Ushinskogo, Ukraina;

M. Ордынская, профессор, Южный федеральный университет, Россия;

S. Seregina, independent trainer and consultant, Netherlands;

A. Tsimayeu, PhD, associate Professor, Belarusian State Agricultural Academy, Belarus;

J. Turlukowski, dr, Uniwersytet Warszawski, Polska.

KOMITET NAUKOWY:

W. Okulicz-Kozaryn (Przewodniczący), dr. hab, MBA, profesor, Akademia im. Jana Długosza w Częstochowie, Polska;

С. Беленцов, д.п.н., профессор, Юго-Западный государственный университет, Россия;

Jadwiga Glumińska-Pawlic, dr. hab, profesor, Uniwersytet Śląski, Polska;

Р. Латыпов, д.т.н., профессор, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Россия;

И. Лемешевский, д.э.н., профессор, Белорусский государственный университет, Беларусь;

M. Mitrega, dr. hab, profesor, Uniwersytet ekonomiczny w Katowicach, Polska;

J. Rotko, dr. hab, profesor, Instytut Nauk Prawnych PAN, Polska;

T. Szulc, dr. hab, profesor, Uniwersytet Łódzki, Polska;

Е. Чекунова, д.п.н., профессор, Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

SPIS /СОДЕРЖАНИЕ

1. Абламская Е.В.	7
КОЛОРИСТИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА В СТРУКТУРЕ ХУДОЖЕ- СТВЕННОГО ДИСКУРСА	
2. Грущак О.	11
ОСОБЛИВОСТІ ПАРЕМІЙНОЇ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ AMICITIA / ДРУЖБА В ЛАТИНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	
3. Karpina E. S.	15
DEVELOPMENT OF THE HISTORICAL NOVEL GENRE IN THE WORLD LITERATURE	
4. Сидорук Г.І., Олійник Ю.	18
УСТАЛЕНІ СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ПЕРЕ- КЛАДІ	
5. Байко В. А.	21
СПЕЦИФИКА ПЕЙЗАЖНЫХ ОПИСАНИЙ В ТЕКСТЕ ДЕТЕКТИВ- НОГО РОМАНА СТИВЕНА БУТА «THE CORPSE BRIDGE»	
6. Ермейчук Н.А.	26
К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ГИПЕРБОЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИБЛЕЙСКОМ ТЕКСТЕ	
7. Козуб Л. С.	29
СПЕЦИФИКА ВЗАМОДІЇ ПРОСОДИЧНИХ ЗАСОБІВ І СТРУКТУРНО- ЗМІСТОВОЇ ПОБУДОВИ ТЕКСТУ	
8. Хомчак О. Г., Абрамович І.М.	32
АСОЦІАТИВНО-ВЕРБАЛЬНА МОДЕЛЬ КОНЦЕПТУ <i>КОХАННЯ</i>	
9. Сидорук Г.І., Дімітрієва М.О.	34
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ	
10. Івануса О.С.	37
МОВНА КАРТИНА СВІТУ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІ- ДЖЕННЯ	
11. Сидорук Г.І., Коломієць І.	43
ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ АНГЛОМОВНИХ СЛОГА- НІВ УКРАЇНСЬКОЮ ТА РОСІЙСЬКОЮ МОВАМИ	
12. Сидорук Г.І., Сокурець Д.	47
ВЖИВАННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ АРТИКЛІВ ТА ІНШИХ ДЕТЕРМІНАТИ- ВІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ	

13. Петришин О.Л., Лужецька О.М.....	50
FEATURES OF UKRAINIAN-ENGLISH PROSODIC INTERFERENCE	
14. Герман В. В.....	56
НАРОДНА ФРАЗЕОЛОГІЯ В КОНФЕСІЙНІЙ МОВІ П. КУЛІША ТА П. ГРАБОВСЬКОГО	
15. Сидорук Г.І., Бондар Р.О.	59
ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ	
16. Сидорук Г.І., Савостьян Я.С.....	62
ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФРАЗОВИХ ДІЄСЛІВ ТА ЇХНЄ ФУНКЦІОНУВАННЯ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	
17. Сидорук Г.І., Сергієнко Т.А.	65
ФУНКЦІЇ ТА МІСЦЕ ПАРОНІМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	
18. Ольховська Н. С.....	68
ВІДТВОРЕННЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АГРАРНИХ ТЕКСТІВ	
19. Агеєв Є., Ольховська Н. С.	72
СИНТАКСИЧНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ТА ПРИРОДООХОРОННОЇ ТЕМАТИКИ	
20. Ветріщенко А., Ольховська Н. С.	77
ВІДТВОРЕННЯ СКОРОЧЕНЬ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АГРАРНИХ ТЕКСТІВ	
21. Сидорук Г.І., Кравчук Н. Б.	81
АДАПТОВАНИЙ ПЕРЕКЛАД НАЗВ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ	
22. Сидорук Г.І., Малиш В.О.	84
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ОФІСНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ	
23. Александров Є.С.....	87
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІДІОМАТИЧНИХ ВИРАЗІВ	
24. Сидорук Г.І., Гуща Ю.А.	89
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ПРЕСИ	
25. Сидорук Г.І., Заєць Б.В.....	92
ПРОБЛЕМА «НЕПЕРЕКЛАДНОСТІ» І ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	
26. Сидорук Г. І., Лахман М. Л.	95
ФОНОВІ ЗНАННЯ У ВИМІРІ СУЧАСНОЇ ФІЛОЛОГІЇ	

27. Сидорук Г.І., Пісгун О.О.....	98
ВИДИ КОМПЕНСАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ	
28. Сидорук Г. І.....	101
СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ В МЕРЕЖЕВИХ АНГЛО- МОВНИХ ЛЕКСИЧНИХ ТА ГРАФІЧНИХ АБРЕВІАТУРАХ	
29. Сидорук Г.І., Закатей Ю.В.....	104
ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНІ СЛОВА В СУЧАСНІЙ ЗАРУБІЖНІЙ МУ- ЗИЦІ	
30. Сидорук Г.І., Сусло Т.А.....	107
ПРОБЛЕМИ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ГЕОГРАФІЧНИХ НАЗВ	
31. Зайнулїна Ю.І., Сидорук Г.І.....	110
ЕМФАТИЧНА ФУНКЦІЯ ІНВЕРСІЇ В ОРИГІНАЛІ ТА ПЕРЕКЛАДІ	
32. Сидорук Г.І., Сухляк В. Ю.....	113
КАЛЬКУВАННЯ, ОПИСОВИЙ ПЕРЕКЛАД ТА ПІДСТАНОВКИ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНОЛОГІЇ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ	
33. Сидорук Г.І.,Кравченко О.....	116
ШЛЯХИ АСИМІЛЯЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ	

Абламская Е.В.

доцент, кандидат филологических наук
Николаевский национальный университет
имени В.А. Сухомлинского

КОЛОРИСТИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА В СТРУКТУРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА

Ключевые слова / Keywords: колоратив, поэтический дискурс, Эмиль Январёв, Леонид Вышеславский / *kolorativ, poetic discourse, Emil Yanvarëv Leonid Vysheslavsky.*

«Поэтический текст – это не просто один из способов языкового мышления, номинации и деятельности человека. Поэтический текст – это единица духа, знак духа; это явление не столько языковое, сколько – при глубоком восприятии его – нечто необъяснимо драгоценное, как язык, время и жизнь» [2, с.403].

Лингвистический анализ поэтического текста можно проводить с разных позиций. Однако нас в большей степени интересует индивидуально-авторское использование слов со значением цвета, поскольку цвет является компонентом культуры, он окружён системой ассоциаций, смысловых значений, толкований. Он – воплощение разнообразных нравственно-эстетических ценностей. В науке существуют различные подходы к изучению слов-цветообозначений. Среди них наиболее известными и актуальными являются: антропологический (Б. Берлин, П. Кей), психологический (И. Рош, Н.В. Серов, Б.А. Базыма), гендерный (Р. Т. Лакофф, Е. В. Мишенькина) и лингвокультурологический (А. Вежицкая, Л. И. Исаева, Ш. К. Жаркынбекова и др.). Каждый из данных подходов крайне важен для изучения и понимания колористики в том или ином художественном тексте.

Своеобразие поэтического текста обусловлено спецификой самой поэтической речи, где слово, выделенное стиховой структурой, раскрывает всю свою многоплановую «биографию» вплоть до значений, приобретённых в окружающем контексте. Поэты, используя слова-цветообозначения, добиваются того, чтобы ярче и нагляднее проявились выразительные возможности, заложенные в слове. Несомненно то, что у каждого автора своя индивидуальная палитра цветов. Также не исключены совпадения в предпочтениях определённых колоративов. Поэтому важно определить форму выражения того индивидуального смысла, который является результатом сложного процесса восприятия, анализа и отражения мира автором. В этом и состоит интерес рассмотрения и сопоставления колоративов, использованных в поэтическом дискурсе. Нами было выбрано для сопоставительного анализа поэтическое наследие известных поэтов современности Эмиля Январёва и Леонида Вышеславского, чьё творчество на сегодняшний день исследовано недостаточно.

Поэзии Э. Январёва чужда ложная красивость, отсюда и полемический «прозаизм» его стихотворений, и сюжетное их построение, и обращение к событиям, ставшим для нас уже историей. Певец богатого и разнообразного мира человеческой лич-

ности, Э. Январёв совершенно владел мастерством улавливать именно те черты, за которыми в воображении читателя возникают и совершенствуются сами собой те или иные картины. У него было поразительное умение сочетать язык улицы с языком поэзии, создавать некий тонкий органичный сплав, в результате чего всяческие бытовые мелочи становятся фактом литературы, а заоблачные вершины поэзии оказываются заселёнными весёлыми, колоритными и очень симпатичными людьми. Человек, время, родной край – вот масштаб взаимопроникающих измерений, в которых жил его лирический герой. Благодаря обилию колоративной лексики, читатель осознаёт масштабность поэтической мысли поэта, которая вмещала в себе высокий моральный тонус, стремление воли и независимости человеческого духа [3, с.19].

Творчество Леонида Вышеславского во многом отличается от поэзии Эмиля Январёва. Приметная особенность дарования Леонида Вышеславского – соединение точного, даже изысканного слова, почти выверенного математически, со свободным дыханием стиха. Его слово – отшлифованное и легко выдыхаемое, в соединении с точностью воплощения замысла с неожиданным отблеском спонтанной метафоры. Вся сущность поэзии Вышеславского заключается в культивируемом отношении к красоте мира, в подвижническом выискивании её обыденности бытия, в освещении всего сущего на земле живым теплом человеческого сердца [1, с.5].

Выбранные нами для анализа сборники стихотворений Январёва датируются 1971г. («Настоящее время»), 1979 г. («Школа взрослых») и 2006 г. («Подлинник»). В свою очередь сборники Вышеславского вышли в свет в 1970 г. («Чудовиденье»), 1972 г. («Лоно») и 1979 г. («За голубым кордоном тишины»). Данные собрания стихотворений охватывают практически одинаковый период жизни и творчества обоих поэтов.

В трёх стихотворных сборниках Э. Январёва было найдено 192 цветообозначения.

Сборник «Настоящее время» насчитывает 105 колоративов, среди которых отмечаем преимущество следующих цветов – белого и синего: белый цвет (символ «контрреволюции», также используется для описание животных и одежды человека) составляет 36,2% употреблений, синий цвет (описание природы, находим в стихотворениях о раздумьях и созерцании мира) – 18%. Кроме них, Январёв использует такие хроматические тона, как золотой, синий, красный, зелёный, коричневый.

Использование данных светлых и спокойных цветов в поэзии явно связано с благоприятным периодом в жизни и в творчестве мастера слова, со спокойствием и умиротворением в душе поэта.

В стихотворном сборнике «Школа взрослых» обнаруживаем 48 слов-цветообозначений. Основными цветами сборника могут считаться белый (для описания природы и внешнего мира, внешности человека, времени суток и описания небосвода) – 41,7%, чёрный (для описания военного прошлого родины поэта в тёмных тонах, для изображения зданий, деревьев, реки) – 18,8% и жёлтый (для описания родного края и окружающей действительности) – 16,7%. Таким образом, видим явные отличия в системе колоративов. Использование данных цветов характеризует поэта как радостного, активного (белый и жёлтый цвет), но заметно влияние прошлого в виде грустных и ранищих душу воспоминаний.

Сборник «Подлинник» насчитывает всего 39 колоративов. Базовыми цветами стихотворений, вошедших в сборник, являются ахроматические: белый (символ

чистоты, красоты, правды, справедливости, радости, добра и света) – 41% и чёрный (описания природы, птиц, внешности человека, а также характеристика прошедшей любви) – 23%. Книга стихов «Подлинник» вышла после смерти поэта – это последние стихотворения мастера слова, написанные в последние годы жизни, в 2000 – 2001 гг. Поэт остался верен себе в главном: его стих крепок и точен, основан на подлинных, а не придуманных движениях души, о чём свидетельствует преобладание белого цвета. Однако многие стихи проникнуты предощущением неизбежного ухода, горечью расставания, светлой мудрой печалью – активное использование чёрного колоратива.

Цветовая палитра напрямую зависит от происходящего вокруг поэта. В годы войны в его стихах преобладает красный и чёрный цвета и их оттенки; в путешествиях в молодость и стихах о Николаеве – жёлтый и голубой с различными оттенками. В стихах позднего периода – серый, синий. Частотность употребления цветов под конец творческого пути поэта становится всё меньше. В последних сборниках их обнаружено совсем мало.

В трёх стихотворных сборниках Леонида Вышеславского было найдено 168 цветообозначений. Сборник «Чудовиденье» насчитывает 47 колоративов, среди которых близкие поэту белый и чёрный цвета. Белый цвет (символ размышления поэта над вечными понятиями добра и зла) составляет 49%, а чёрный (описания природы, окружающей поэта среды) – 31,9% от всех цветообозначений в сборнике. Выбор автором именно таких цветов может свидетельствовать всё же о позитивном, жизне-радостном начале мастера слова (белый цвет). Возможно, активно используя в своих стихотворениях не спектральные, а ахроматические цвета, в частности чёрный цвет, поэт стремится скрыть свой внутренний мир от окружающих.

В стихотворном сборнике «Лоно» было обнаружено 58 цветообозначений. Именно ахроматические цвета также стали основой данного сборника. Но семантика цветов и оттенков отличается от других сборников. Так, слова, характеризующие яркость и белый цвет (48,3%) символизируют душевное состояние лирического героя, придают некую таинственность и космизм стихотворениям. Чёрный цвет и его оттенки (27,7%) характеризуют абстрактные понятия, а также философское осмысление жизни. В данный период творчества бело-чёрная палитра связана не со скорбью или печалью автора, а с контрастным изображением действительности, с космизмом поэзии. Чёрный цвет всегда бросает вызов, чтобы человек попытался освободить свою сущность. Иными словами, человек должен пройти через чёрное, чтобы познать, как много в нём белого.

В сборнике «За голубым кордоном тишины» обнаружено 64 колоратива. Частотными цветами, которые использованы в стихотворениях, являются белый и колоративы, характеризующие яркость (описания природы, окружающего мира) – 46,8%, и чёрный и его оттенки (характеристика философских понятий жизни и смерти) – 29%. Таким образом, в данном сборнике перед нами предстаёт также бело-чёрная палитра.

Несмотря на то, что поэт до последних дней жизни вёл активную творческую жизнь, общался с выдающимися современниками, много путешествовал, был в водовороте общественных и литературных событий, выступал на поэтических вечерах, печатал новые произведения, основными цветами его трёх сборников выступают преимущественно белый и чёрный. Возможно, любовь поэта к игре в шах-

маты наложила чёрно-белый отпечаток на его поэзию (в плане цвета, а также чёткости, стройности и выверенности стиха). А может, тема космоса так повлияла на цветовую палитру.

В поздний период творчества Вышеславского отмечаем более активное использование цветоименований. Обнаруживаем использование хроматических цветов голубой и синий, хотя и в небольшом количестве.

Сравнительная характеристика цветописи в поэтических сборниках Эмиля Январёва и Леонида Вышеславского выявила общие и отличительные черты в использовании колоративов в творчестве обоих поэтов.

В поэзии Эмиля Январёва колоративы встречаются чаще, чем в творчестве Леонида Вышеславского – 192 против 167. Цветовую палитру трёх сборников Январёва можно охарактеризовать как бело-чёрно-синюю. В то время как Вышеславский предпочтение отдавал только ахроматическим цветам: белому и чёрному.

Несомненно, есть отличия в семантическом наполнении колоративов авторами. У Январёва белый цвет (38,5%) является олицетворением чистоты, красоты, правды, справедливости, радости, добра и света, жизни, развития и процветания, а у Вышеславского белый цвет (47,9%) символизирует космос, звёзды, таинственность, а также противостояние добра и зла. Чёрный цвет (17,2%) у Эмиля Январёва использован для описания природы, птиц, внешности человека, а также для характеристики прошедшей любви. У Леонида Вышеславского чёрный цвет (29,3%) участвует в описании природы, философских понятий жизни и смерти, а также других абстрактных понятий. Синий цвет (15,1%) в поэзии Январёва связан с воспоминаниями о детстве и путешествиях как символах мира и спокойной жизни. Он ассоциируется у писателя с любимым городом, душевным спокойствием. Малочастотный синий цвет (10,8%) у Вышеславского чаще встречается в воспоминаниях и описаниях родного края, ассоциируется у писателя с мудростью жизни.

С точки зрения частеречной принадлежности слов-цветообозначений, отметим, что Январёв использовал преимущественно имена прилагательные, глаголы, имена существительные и наречия. Вышеславский, напротив, активнее выражал цвет существительными, глаголами и их особыми формами, прилагательными и наречиями.

Таким образом, поэзии Январёва свойственна описательность и динамика конструкций (прилагательные и глаголы), а творчеству Вышеславского, с одной стороны, свойственна статика (существительные), а с другой стороны, противоположная ей динамика описания (глаголы). Отметим явное преобладание наименований не собственно цветов, а их оттенков в поэзии Вышеславского, а также превалирование хроматических цветов в творчестве Январёва, что свидетельствует о явной сдержанности в использовании цветописи Л. Вышеславским.

Литература

1. Вышеславский Л. Н. Избранные произведения в 2-х т. – Т. 1: Стихи / Предисловие И. Драча. – К. : Дніпро, 1984. – 253 с.
2. Казарин Ю. В. Филологический анализ поэтического текста : учеб. для вузов / Ю. В. Казарин. – М. : ГРИФ, 2004. – С. 403.
3. Костюк Л. Эмиль Январёв среди книг и друзей / Л. Костюк // Вечерний Николаев. – 2006. – 3 окт. – С. 3.

Олена Грущак

Викладач кафедри романської філології
та компаративістики
Дрогобицького державного
педагогічного університету
імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ПАРЕМІЙНОЇ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ АМІСІТІА / ДРУЖБА В ЛАТИНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

У статті проведено аналіз особливостей паремійної вербалізації концепту АМІСІТІА / ДРУЖБА в латинській та українській мовах. У роботі виявлено та окреслено універсальне та національно-марковані компоненти досліджуваного концепту в латинській та українській мовних картинах світу.

Ключові слова: концепт, лінгвокультура, паремія.

Keywords: concept, linguoculture, pareomia.

Постановка проблеми. У житті як окремого індивіда, так й у житті суспільства загалом питання, що стосуються міжособистісних стосунків, завжди мали та матимуть надалі особливе, першочергове значення. Тому не можна не погодитись із тим, що концепт АМІСІТІА / ДРУЖБА належить до ключових морально-етичних концептів, і хоч, будучи цінністю універсальною, має неоднакове для кожного народу змістове наповнення, що відрізняється національно-культурною специфікою. Кожний етнос має свої уявлення про зміст та сутність дружби, про місце цього явища у житті людини; має свої уявлення про те, хто є справжнім другом, а хто – ні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Даний концепт неодноразово ставав об'єктом лінгвістичних досліджень. На матеріалі російської мови концепт ДРУЖБА досліджували О. Д. Шмелев, О. О. Арапова, Л. В. Садчікова, О. Ю. Лукашкова, Р.М. Гайсіна; група мовознавців, серед яких О. М. Лунцова, Н. Ю. Толчина, Н. С. Хван, М. О. Хізова, О. С. Осипова, проводила порівняльний аналіз концепту в російській та англійській мовах; О. С. Донцова досліджувала національно-культурну специфіку концепту АМІСІТІА / ДРУЖБА на матеріалі англійських та українських паремій.

Мета даної наукової розвідки – проведення зіставного аналізу концепту АМІСІТІА / ДРУЖБА, вербалізованого паремійними одиницями латинської та української мов; визначення універсального та національно-культурної специфіки уявлень про дружбу в носіїв вище вказаних мов. Об'єкт дослідження становлять прислів'я і приказки, що репрезентують концепт АМІСІТІА / ДРУЖБА у паремійних корпусах латинської та української мов. Предметом вивчення є особливості мовної репрезентації універсальних та колективних уявлень про дружбу, об'єктивованих у пареміях вище вказаних мов. Матеріалом для дослідження послужили латинські й українські паремії, відібрані з паремійних та фразеологічних словників, довідників, добірок.

Виклад основного матеріалу. Наш аналіз розпочнемо з однієї із найбільш чисельних груп паремій, в яких йдеться про сутність важливого поняття у житті лю-

дини та суспільства – про сутність дружби. Для давніх римлян дружба – це велике чи щобільше найвище благо (*Amicitia est magnum bonum, Maximum bonum est amicitia*), вона є смыслом життя (*Vitae sal amicitia*), невід’ємною його складовою (*Sine amicitia vita nulla est* (Без друга нема життя), *Amicus magis necessarius est quam ignis et aqua* (Друг більш необхідний, ніж вогонь та вода). Відсутність друга як для римлян, так і для українців асоціюється з негативними емоціями та переживаннями людини, із сумом, напр. лат.: *Vita sine amicus tristitia est* (Життя без друзів – сум), *Tristis eris si solus eris* (Ти будеш сумним, якщо ти будеш самотнім); з тугою, напр. укр.: *Без вірного друга велика туга / Без друга в житті туга*; з почуттям самотності, з емоційною порожнечею чи навіть з горем, напр. лат.: *Vae soli* (Горе самотньому); *Unus vir nullus vir* (Одна людина [все одно що] ніхто). В українських прислів’ях відсутність друга представлена такими образами, як їжа без солі, дерево без коріння: *Людина без друга – що їжа без солі. Людина без друзів – що дерево без коріння*. Підтвердженням того, що в ієрархії цінностей дружба посідає високе місце, цінується вище усіх матеріальних та духовних благ, є такі латинські й українські паремії: лат.: *Amicus {fidus} optima vitae possessio* / укр.: *Вірний приятель – то найбільший скарб; Дружба – найбільший скарб; Скарб – не друг, а друг – скарб; Дружба та братство – найбільше багатство*. Пояснення прислів’їв лат.: *Nummis praestat carere quam amicis* (Краще бути без грошей, ніж без друзів) та укр.: *Добре братство миліше, ніж багатство можна знайти в іншому латинському прислів’ї: Nummis potior amicus in periculis* (У небезпеках друг цінніший, ніж гроші).

Із згаданих вище прислів’їв бачимо, що у дружбі найбільш цінується вірність, що однак є дуже рідкісним явищем: укр.: *Приятелів тьма, а вірного нема* та лат.: *Amicus fidus rarus est* (Вірний друг – рідкісний), *Vulgare amici nomen, sed rara est fides* (Слово друг поширене, але вірність є рідкісною), *Amicus verus rara avis est* (Справжній друг – рідкісний птах), *Fidi sunt modici licet agglomerentur amici* (Хоч друзів ціла купа, проте вірних жменька). Як бачимо, для давніх римлян якісно змістовне наповнення дружніх відносин є значно важливішим за їх кількісне представлення [3, 59]. Етноспецифічною маркованістю також відзначаються й українські прислів’я, в яких йдеться про те, що у ролі найкращого друга виступає жінка: *Нема кращого друга, як вірна супруга/подруга; Нема вірнішого приятеля, як добра жінка; Чоловік та жінка – одна спілка*. Імплицитно позитивна оцінка тут передається словами «добра», «вірна». Проте, беручи до уваги сімейну/родинну спорідненість, суб’єктами дружніх стосунків, окрім дружини, найчастіше є батьки: *Три друга: батько, мати та вірна жінка*.

Продовжуючи тему національно специфічних компонентів досліджуваного концепту, слід згадати про те, що у свідомості давніх римлян широко поширеною була думка про те, що одним із основних підґрунть дружби була рівність, що: а) становила її сутність: *Amicitia aequalitas* (Дружба – це рівність); б) була необхідною умовою: *Inter pares amicitia* (Дружба [можлива] між рівними); *Inter dominum et servum nulla amicitia est* (Між господарем і рабом ніякої дружби не буває); *Vive et amicitias regum fuge* (Живи і уникай дружби з царями); *Firmissima est inter pares amicitia* (Найміцніша дружба серед рівних); в) була її джерелом: *Similitudo morum amicitiam creat* (Подібність характерів породжує дружбу); г) а як не джерелом, то результатом: *Amicitia pares aut accipit, aut facit* (Дружба або приймає рівних, або їх робить такими); *Amicitia similes invenit aut facit* (Дружба подібних знаходить або робить такими) [3, 60].

Універсальною є така ознака концепту ДРУЖБА, як взаємовплив суб'єктів дружніх стосунків. Це виражено однією із найбільш чисельних груп паремій, що вербалізують досліджуваний концепт в українській та латинській мовах. Для прикладу можемо навести загальновідоме прислів'я: укр.: *З ким поведешся, того й наберешся* / лат.: *Сum quo aliquis iungitur, talis erit* (Хто з ким зійдеться, таким і буде) або укр.: *Біля чого потрешся, того і сам наберешся*. Слід зазначити, що вектор взаємного впливу може бути діаметрально протилежним – цей вплив може носити як позитивний, так і негативний характер, оскільки: укр.: *З добрим поживеш – добро переймеш, а з лихим зійдеши – того й наберешся*; *Хто до кого пристає, таким і стає* / лат.: *Сum bonis bonus eris, сum malis perverteris; a same – з добрими людьми будеш добрий, а з поганими зіпсуєшся*. Ми «відображаємося в своїх друзях», «уподібнюємося» [4, 178] до тих, хто знаходиться поруч з нами, з ким проводимо багато часу, напр. лат.: *Noscitur ex sociis* (Людину пізнаємо по його товаришам). Найбільш репрезентативною є група паремій, у якій йдеться про величезний негативний вплив навіть на добру, порядну людину: лат.: *Bonos mores corrumpunt congressus* (Погане товариство псує й найкращі звичаї); *Ex vili socio fit vitiosus homo* (Порочний товариш псує і добру людину) та укр.: *Погана компанія і доброго чоловіка зіпсує; Лихий доброго псує*. Ця група паремій представлена чималим синонімічним рядом: лат.: *Claudi vicinus claudicat ipse brevi* (Сусід кульгавого невдовзі сам починає кульгати); *Potum compunctum cito corrumpit sibi iunctum* (Зіпсоване яблуко швидко псує сусіднє); *Morbida facta pecus totum corrumpit ovile* (Одна хвора вівця заражає всю овечу отару). Не дивно, що в пареміях мігиться заклик: укр.: *З добрим дружись, а лихих стережись* та лат.: *Сum his versare qui te meliorem facturi sunt* (Спілкуйся з тими, хто зробить тебе кращим); *Versare cum iis, qui facere meliorem queunt* (Спілкуйся з тими, хто може зробити тебе кращим).

Дружбу можна вважати дружбою, істиною, справжньою, лише після того, як вона буде випробувана. Індикаторами істинності дружби є:

а) нещастя, біда: укр.: *Друзі пізнаються в біді; Як прийде туга, пізнаєш друга*; лат.: *Amicum, an nomen habeas, aperit calamitas* (Маєш ти друга чи лише пусте ім'я – виявляє нещастя); *Amici probantur rebus adversis* (Друзі перевіряються у нещасті); *In angustis amici apparent* (Друзі пізнаються у біді); *Amicus certus in re incerta cernitur* (У час непевний друга видно певного / Вірний друг пізнається в біді); *Amicos res optimae pariunt, adversae probant* (Достаток додає друзів, біда їх перевіряє); що виражене українськими лексемами «біда», «туга» та латинськими: «calamitas», «res adversae», «res incerta»;

б) погіршення матеріального становища: укр.: *Друзі – до чорного дня*; лат.: *Donec eris felix, multos numerabis amicos, // Tempora si fuerint nubila, solus eris* (Поки щасливо живеш, то й рахунку не матимеш друзям, // А спохмурніє твій день – бути самотнім тобі); *Si res lassa (laxe) labat, it idem amici collabascunt* (Якщо становище похитнеться, то зразу ж друзі розбігаються);

в) зубожіння: лат.: *Inopi nullus amicus* (У бідного немає друзів); *Mendico ne parentes quidem amici sunt* (В убогого немає ні батьків, ні друзів); *Simul ac quis misertus est, memoria interiiit* (Як тільки хто збідніє, то ніхто про нього не пам'ятає);

г) складні життєві ситуації: укр.: *Коли загорівся мій стіг, я познайомився з моїми друзями*; На бенкеті всі приятелі – брати; при горі ж і нещасті – нікого нема; В лиху годину узнаєш вірну людину; лат.: *Amicos res secundae parant, adversae probant* (Друзів створює щастя, а випробує – нещастя);

д) час: лат.: *Multi modii salis simul edendi sunt, ut amicitiae munus expletum sit* (Не одну мірку солі треба з'їсти разом, щоб дружба стала дружбою); *Nemini fidas, nisi cum quo prius modium salis absumpseris* (Нікому не вір, хіба що ти з ним з'їв діжку солі); для акцентування чинника часу у даних прислів'я вживається фразеологізм «з'їсти діжку / мірку солі».

Верифікація істинності дружби належить до універсальних ознак досліджуваного концепту, до яких також належать шанобливе ставлення до старих, перевірених друзів, напр.: лат.: *Novos amicos dum paras, veteres cole* / укр.: *Нових друзів набувай, а старих не забувай*; лат.: *Calles antiquos serves veteres et amicos* (Шануй старі стежки і давніх друзів); та укр.: *Для приятеля нового не пускайся старого; та обережне ставлення до нових друзів*, напр.: укр.: *Весінній сніг та новий друг не надійні; Весняний лід оманливий, а новий друг ненадійний*.

Висновки. Здійснивши порівняльний аналіз латинських та українських паремій, що вербалізують концепт АМІСІТІА / ДРУЖБА, можемо прийти до висновку, що представники даних лінгвокультур мають здебільшого подібні уявлення про дружбу. Такі ознаки, як ціннісність та надзвичайна рідкісність справжньої, вірної дружби; випробування дружби (наприклад: часом, нещастям чи погіршенням матеріальної ситуації); підтримка у складних моментах життя тощо, є універсальними для досліджуваних лінгвокультур. Однак, слід зауважити, що існує і такий пласт паремій, в яких проявляються розбіжності у світосприйнятті представників досліджуваних етносів. До прикладу, у давніх римлян важливою ознакою дружби була рівність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Англо-український фразеологічний словник / [авт.-уклад. К. Т. Баранцев]. – К. : Знання, 2005. – 1056 с.
2. Бабичев Н. Т. Словарь латинских крылатых слов / Н. Т. Бабичев, Я.М. Боровский. – М. : Русский язык, 1988. – 960 с.
3. Грушак О. Репрезентація концепту АМІСІТІА в латинських пареміях / Олена Грушак // *Zbiór raportów naukowych. „Literatura, socjologia i kulturoznawstwo. Problemy, osiągnięcia, innowacyjność, praktyki, teoria»*, (29.04.2015 – 30.04.2015) – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2015. – str. 58 – 63.
4. Грушак О.М. Вербалізація концепту amicitia/friendship в латинській та англійській мовах (на матеріалі паремій) / Олена Грушак // *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. – Дрогобич : Посвіт, 2015. – Вип. 13. – С. 169 – 175.
5. Крылатые латинские выражения / [Авт.-сост. Ю. С. Цыбульник]. – Харьков : Фолио; М.: Эксмо, 2007. – 992 с.
6. Латынь на все случаи жизни / [сост. С. Барсов]. – М. : Издательство АСТ ; Издательство Астрель ; Издательство «Транзиткнига», 2005. – 431 с.
7. Подосинов А. Б., Белов А. М. *Lingua Latina*. Русско-латинский словарь. – 3-е изд., испр. / А. Б. Подосинов, А. М. Белов. – М. : Флинта: Наука, 2002. – 376 с.
8. Прислів'я та приказки: Людина. Родинне життя. Риси характеру/ Упоряд. М. М. Пазяк. – К.: Наук. Думка. 1990. – 528 с.
9. Цимбалюк Ю. В. Латинські прислів'я і приказки / Ю. В. Цимбалюк. – К. : Вища школа 1990. – 436 с.

Karpina E. S.

postgraduate student,

Gorlovka Institute of Foreign Languages

SHEI "Donbass State Pedagogical University"

DEVELOPMENT OF THE HISTORICAL NOVEL GENRE IN THE WORLD LITERATURE

Keywords: historical fiction, historical novel, historical event, historical fact, models of the historical novel.

Ключевые слова: историческая беллетристика, исторический роман, историческое событие, исторический факт, модели исторического романа.

The historical novel occupies a very important place in the system of genres of the historical fiction. A famous Scottish writer Sir Walter Scott is considered to be the father of the modern historical novel in the European literature.

The genre of the historical novel is much older than it is usually thought. Some contemporary philologists are inclined to believe that its origins should be found in the creative works of the French novelists of the XVII–XVIII centuries [2, 1-2]. During this time in France two trends of the historical fiction were developing simultaneously – particular history and secret history. The representatives of the first trend depicted the life of the fictional characters against the background of the real historical events, while the representatives of the second one showed the life of the outstanding historical figures but in the interpretation of the historical events they used the artistic imagination.

Walter Scott combined in his creative method two different, almost contradictory ways of writing historical novels which were in fact the mirror image of one another. Thus, due to the artistic experiment of the writer the genre of the historical novel was given the "second birth" [2, 4].

One of the writer's innovations was giving the role of protagonists to the fictional characters. Rendering the historical events Walter Scott tried to recreate the historical colour as exactly as possible but at the same time he made use of the artistic imagination and represented little known episodes from the life of the eminent persons. He worked out his own approach to the depiction of the historical events and created the model of the modern historical novel.

At the beginning of the XIX century both history and the historical novel became parallel modes of representing reality. Creating the historical novels was considerably stimulated by the development of realism and romanticism in the field of literature [1, 5].

Both a historian and a historical novelist recreate in their works traditions, customs and culture of a certain epoch which helps them to reconstruct the past, but a novelist should go further than a historian. In order to influence the reader and to realize the author's message he can represent the life not only of the real historical characters but also the fictional ones, change the chronological sequence of the historical events. A historian deals with certain facts which are given to him as the material for his research and a novelist creates them himself.

The historical novel is synthetic by nature as the concrete historical facts and the writer's creative imagination are combined in it. Thus, the peculiarity of the genre lies in the intersection and interaction of two modes of narration: historical, which is grounded on the extraliterary reality, and fictional. The correlation of fact and fiction in the historical novel and also the question concerning its right for existence conditioned by the intermediate position between literature and history are of great interest for the researchers who study the nature of genre [4, 7].

In all periods of the development of the historical novel there were certain reasons which made the writers deviate from the well-known historical facts and use fiction [4, 190].

In the process of its development the historical novel underwent numerous transformations as all the West European writers who worked in this genre took as a basis the Walter Scott's type of the historical novel but they introduced into it their authors' and national peculiarities. It resulted in the emergence of a great number of models of the historical novel within the bounds of literature of each country.

The representatives of French romanticism developed successively Walter Scott's innovations which led to the appearance of the Franco-Scottish model of the historical novel. The model was realized in two story types: "pretenders in sanctuary" (where a deposed monarch returned from the place of sanctuary to reclaim his throne) and "siege" novels in which a siege of a certain town was depicted [2, 5-6]. They understood these types as competing alternatives which were difficult to combine in the same novel.

It is the Franco-Scottish model with its two well-established story types that became the most widely recognized version of the modern historical novel, though it went through the authors' transformations quite often.

The French historical novel has its peculiarities which are conditioned to a large extent by the events of the history of France, mainly those of the year 1830 [3, 16]. Under the influence of Walter Scott's creative work three models of the historical novel emerged in the French literature between the 1820s and 1830s.

In the first model the focus was shifted from the fictional characters to the historical ones. In the novels of the second model, despite the precise indication of the action's time frame, a specific historical plot was replaced by the portrayal of the mores and the general atmosphere of a certain epoch. In the novels of the third model the past was used only as a background against which the breathtaking adventures took place and the issues of historicity were of little importance. All these models of the French historical novel were successfully developed by the Russian novelists.

General tendencies of the development of the Russian historical novel are basically similar to those in other major European literatures. The national peculiarities of the genre come to the fore only when it concerns the subject matter of the novel and its interpretation.

The first Russian historical novel is "Yury Miloslavsky, or the Russians in the Year 1612" by M. N. Zagoskin.

The debatable issue of the Russian literature of the XIX century was the distinction between the novel and the tale and, consequently, defining the genre which a creative work belonged to.

Literary critics usually single out eight major topics which dominated in the Russian historical novels written during the imperial age: early Rus; the rise of Moscow; Ivan the Terrible; the Time of Troubles; Peter the Great; the Napoleonic Wars; the age of empresses

(about half of the novels dedicated to this topic deal with the reign of Catherine the Great); "Little Russian" novels [4, 30]. The Time of Troubles and the Patriotic War of 1812 occupy a special place in this list since they open the history of the genre in the Russian literature. Their prominence is also explained by patriotic considerations of the authors who often represented in their novels numerous triumphs of the Russian army.

The 1830s in the history of the Russian novel are often called "the epoch of Walter Scott" [4, 34]. Out of the great multitude of the Russian historical novels of this period the only "true" adaptation of the Scottian model is "The Captain's Daughter" by A. S. Pushkin [4, 39].

Two models of the historical novel appeared in Russia practically simultaneously. The novels of the first model had as their subject the life of the historical personages while in the novels of the second one a significant epoch in history was represented [4, 35].

N. A. Polevoy made an effort to depart from Walter Scott's model and introduced a new term in literature by saying that his works were not conventional historical novels but byls, or, in other words, true stories [4, 36]. N. V. Gogol's novel "Taras Bulba" is very close to V. Hugo's "Notre-Dame de Paris" with its weakening of the historical chronotope and concentration on the medieval customs. The adventure historical novel which is associated in the world literature with the name of Alexandre Dumas-père was practised in the 1830s by R. M. Zotov. In his novels, which abounded in numerous historical characters and events, incredible exploits were depicted [4, 36].

A separate niche is occupied by the so-called "lubok" novels. The traditions of high art are expressed in them in a primitive form that's why they are placed somewhere between literature and folklore. Lubok novels can be called pseudohistorical as they contain no historical component. I. N. Glukharev's "Olga Miloslavskaya" is considered to be a novel of this type.

The Scottian model of the historical novel was most frequently employed by M. N. Zagoskin, though also with certain transformations [4, 37]. Other authors of this time did not try to stick to a specific model while writing their historical novels. In their opinion, combining the elements of different models in one novel was more reasonable. For instance, I. I. Lazhechnikov was not interested in preserving the purity of particular models and modified them according to his artistic goals.

The model of the historical novel offered by the "Scottish Wizard" in the age marked by the fascination with history was widely used by the Russian novelists of this period but underwent numerous transformations which resulted in the emergence of the national peculiarities of the Russian historical novel.

References:

1. Hamnett B. *The Historical Novel in Nineteenth-Century Europe: Representations of Reality in History and Fiction* / B. Hamnett. – N.Y. : Oxford University Press, 2011. – 332 p.
2. Maxwell R. *The Historical Novel in Europe, 1650–1950* / R. Maxwell. – N.Y. : Cambridge University Press, 2009. – 323 p.
3. Samuels M. *The Spectacular Past: Popular History and the Novel in Nineteenth-Century France* / M. Samuels. – Ithaca, N.Y. : Cornell University Press, 2004. – 280 p.
4. Ungurianu D. *Plotting History: the Russian Historical Novel in the Imperial Age* / D. Ungurianu. – Madison : The University of Wisconsin Press, 2007. – 335 p.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Олійник Ю.

студентка,

Національний університет

біоресурсів та природокористування

України (Київ)

УСТАЛЕНІ СЛОВСПОЛУЧЕННЯ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ПЕРЕКЛАДІ

Ключові слова: англійські фразеологізми, способи перекладу, ідіома, калькування.

В англійській мові часто використовують не тільки слова, але і словосполучення особливого типу – вони завжди функціонують з тим самим набором компонентів і мають цілісне значення. Такі словосполучення називають фразеологічними зворотами, або фразеологізмами, фразеологічними одиницями (ФО). Вони досліджуються в спеціальному розділі мовознавства – фразеології.

Фразеологічний зворот – це усталене в складі і структурі, відтворюване предикативне чи непередикативне сполучення слів, що характеризується в більшому чи меншому ступені цілісністю і ідіоматичністю значення [1, с. 345].

Питання перекладу фразеологізмів дуже важливі не лише для практики, але й для теорії перекладу. Їх переклад викликає значні труднощі, оскільки існують як стійкі фразеологічні звороти.

Серед дослідників перекладу фразеологізмів можемо назвати В.Виноградова, А. Федорова, О. Куніна, В. Гака, О. Чередниченка, М. Алефіренка, Р.Зорівчак, Л. Авксентьєва, О. Смирницького, Т. Дьоміну та ін.

За словами В. Козубай, серед чинників, які беруть участь у формуванні й розвитку фразеологізмів, провідна роль належить семантиці, тому що мовна абстракція найбільш яскраве втілення знаходить у семантичній трансформації –лінгвістичному процесі, який лежить в основі фразеологізації. Урахування особливостей різних форм семантичної трансформації та їх впливу на розвиток фразеології дуже важливе, особливо якщо мати на увазі, що рівень мовної абстракції – поняття, не стабільне в часі. Це пов'язане, головним чином, з активними лінгвістичними процесами, характерними для розвитку фразеологічних одиниць (виникнення нових значень, фразеологічна деривація, дефразеологізація, тощо). Ці процеси, викликаючи ті чи інші зміни в семантичній структурі фразеологічної одиниці, здатні одночасно змінити ступінь мовної абстракції цієї одиниці. Варто зазначити, що абстрагування значення фразеологізму не можна зіставляти, тим більше ототожнювати з мовним абстрагуванням, що є в основі самого процесу фразеологізації [3, с. 151].

В. В. Виноградов виділив три типи фразеологізмів:

1. Фразеологічні зрощення або ідіоми – немотивовані одиниці, які виступають як еквіваленти слів: to go between (бути посередником), a quiet wedding (негучне весілля), to be dead with cold (промерзнути до кісток).

2. Фразеологічні єдності – мотивовані одиниці з єдиним цілісним значенням, яке виникає із злиття значень лексичних компонентів: *horn of plenty* (повна чаша), *to rise to the occasion* (бути на висоті), *to do somebody proud* (надавати честь комусь).

3. Фразеологічні сполучення – звороти, в яких у одного з компонентів фразеологічно пов'язане значення, яке виявляється лише у зв'язку з чітко визначеним колом понять та їх мовних значень. Наприклад: набирати страху, давитися зі сміху [2, с. 67].

В свідомості носія мови значення фразеологічних зворотів повинні закріплюватися така само, як і значення звичайних слів, оскільки внутрішня форма здатна лише на відносну, а не на точну підказку значення фразеологізму, а в окремих випадках взагалі не може його мотивувати, наприклад, *врізати дуба, під мухою, казанська сирота* та ін. Отже, у сучасній мові не кожна внутрішня форма є пояснювальною. Це важливо й для перекладу – у мовленні фразеологізми відтворюють своє значення, а не значення окремих слів, їх внутрішня форма нейтралізована. Носії мови сприймають саме значення фразеологізму і всі його контекстуальні відтінки. Подібне відбувається й зі словом у мовленні, адже ніхто в звичайному спілкуванні не задумується над внутрішньою формою слів *пароплав, чорнило, снігопад, завчасно* та ін. І ніхто навіть не вважає за потрібне в перекладі передати внутрішню форму слова. На цю форму можуть звернути увагу лише під час калькування – як словотвірний прийом, гру слів в науковому аналізі. У такому разі навряд чи можна передати образну й структурну адекватність того чи того фразеологізму при перекладі. Ця вимога, за В. Виноградовим, практично не виконується, а теоретично необґрунтована [4, с. 183]. Перекладач зобов'язаний шукати змістову, експресивну й функціонально-стилістичну відповідальність фразеологізму в оригіналі, а не шукати відтворення внутрішньої форми такої словесної одиниці.

Отже основними способами перекладу фразеологізмів можна назвати:

1. Найкращий спосіб – передати фразеологізм фразеологізмом. Це можливо тоді, коли англійська та українська мови запозичили фразеологічний зворот з інших мов: *Strike while the iron is hot.* – Куй залізо, поки гаряче;

2. Переклад фразеологічним аналогом, тобто використання в українській мові фразеологічних одиниць, які мають те саме значення, але які побудовані на іншому образі. При такому перекладі слід враховувати, що український образ повинен бути нейтральним щодо національного забарвлення: *Can the leopard change his spots?* – Природу не виправиш. Горбатого могила справить. Фразеологічні еквіваленти також поділяються на дві групи: повні еквіваленти та часткові еквіваленти. Багато фразеологізмів взагалі не мають еквівалентів у інших мовах. Ми можемо перекладати такі фразеологізми за допомогою калькування або описового перекладу.

При перекладі калькою (тобто спробою скопіювати англійський образ і створити свою фразеологічну одиницю) варто пам'ятати, що образ повинен бути зрозумілим, метафоричне, переносне значення повинно виходити з прямого значення.

Проте, під час перекладу фразеологізмів перекладач зустрічається з деякими труднощами: розуміння того, що перекладач має справу саме з фразеологічним зворотом, адже існують словосполучення, які в одному контексті можуть виступати вільними словосполученнями, а в іншому – фразеологічними зворотами, тому перекладач може пропустити той факт, що перекласти потрібно саме фразеологічний зворот. У випадку, коли в мові перекладу відсутній еквівалент і потрібно обрати один з

без еквівалентних перекладів, то головне завдання тут – вибрати правильний. При наявності кількох еквівалентів в мові перекладу необхідно приймати рішення, який з них краще вжити у відповідному контексті. Фразеологічні звороти можуть нести в собі національно-культурні аспекти, і найголовніше завдання в цьому випадку – зберегти національний колорит і не замінити фразеологізмом еквівалент, який несе в собі вже зовсім інші культурні реалії. Фразеологічний зворот може мати еквівалент в мові перекладу, а контекст його вживання не дозволяє зробити таку заміну [5, с. 187].

О. Кунін пропонує ще одну класифікацію, у якій виокремлює такі види перекладу фразеологізмів: 1) фразеологічний еквівалент – наявний в мові оригіналу адекватний фразеологічний зворот, що збігається зі зворотом в мові перекладу за змістом і образністю; 2) фразеологічний аналог – стійке словосполучення, яке за значенням адекватне в мові оригіналу, але образність у мовах оригіналу та перекладу збігаються частково; 3) описовий переклад – переклад, який відтворює зміст фразеологізму мови оригіналу вільним словосполученням у мові перекладу (описовий переклад застосовують тоді, коли в мові відсутні еквіваленти та аналоги); 4) антонімічний переклад – переклад фразеологізму з негативним значенням за допомогою стверджувальної конструкції або навпаки в мові перекладу; 5) калькування – застосовують тоді, коли перекладач хоче наголосити на образності фразеологізму, або коли фразеологізм мови оригіналу неможливо перекласти за допомогою інших видів перекладу; 6) комбінований переклад – застосовують тоді, коли фразеологізм мови перекладу не передає того ж значення, що й фразеологізм мови оригіналу, у такому разі дають калькований переклад, а потім – описовий переклад і аналог мови перекладу для порівняння [6, с. 125–138].

Висновки:

Отже, перекладач повинен, перш за все, зберегти початкове значення фразеологізму, зберегти його національний колорит та емоційне наповнення.

В перекладі потрібно намагатися перекласти фразеологізм фразеологізмом, а коли цей прийом неможливий то підібрати правильний відповідник в українській мові, або досягти правильного перекладу за допомогою калькування.

Література:

1. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. – Л.: ЛГУ. 1963 – 345 с.
2. Городникова М. Д. О модуле существования фразеологизмов / М. Д. Городникова // ИЯШ. – № 3. – 1973. – С. 56-57.
3. Козубай В. Взаємозв'язок між мовною абстракцією і семантичним перетворенням фразеологічної одиниці // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2007. – № 32. – С. 151–153.
4. Виноградов В. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. Виноградов. – М.: Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
5. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. / Я. И. Рецкер – Москва: Междунар. отношения, 1974. – 216 с.
6. Кунин А. Курс фразеологии современного английского языка: учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков / А. Кунин. – 3-е изд. – Дубна: Феникс+, 2005. – 488 с.



Байко В. А.
аспирантка
ФГАОУ ВО ЛО Ленинградский
государственный университет
им. А.С. Пушкина,
Россия

СПЕЦИФИКА ПЕЙЗАЖНЫХ ОПИСАНИЙ В ТЕКСТЕ ДЕТЕКТИВНОГО РОМАНА СТИВЕНА БУТА «THE CORPSE BRIDGE»

В статье исследуется специфика пейзажных описаний в детективном тексте. На фоне основных функций пейзажных описаний как текстовой единицы рассматривается функция актуализации основного жанрового признака. Стилистический анализ пейзажных описаний проведен на материале произведения Стивена Бута, в тексте которого изучается набор языковых средств, направленных на выражение основного жанрового признака — интриги расследования.

Ключевые слова: пейзажное описание, детективный текст, лингвостилистические средства, жанровый признак, стилистический анализ

Key words: literary landscape description, crime text, linguostylistic tools, genre feature, stylistics analysis

В данной статье предлагается рассмотреть специфику функционирования пейзажных описаний в детективном тексте. До недавнего времени детективный жанр привлекал внимание в основном литературоведов. Изучению детективного жанра посвящены работы отечественных и зарубежных исследователей: А.Г. Адамова [1], Г.А. Анджапаридзе [2], С.П. Бавина [5], Н.Н. Вольского [8], А.З. Вулиса [9], Т. Тодорова [20], Ch. Rzepka [19], John G. Cawelti [17], P. Messent [18].

В лингвистической науке последние исследования посвящены анализу особенностей функционирования прецедентных феноменов в детективном дискурсе [13], выявлению текстотипологических особенностей англоязычного детектива XX века [6], изучению когнитивной модели детективного дискурса [7], дискурсивного

пространство детективного текста [12], концептуально-структурного пространства детективных рассказов [15].

Актуальность исследования заключается в том, что изучению пейзажных описаний в детективном тексте не уделялось достаточного внимания, в основном пейзаж изучался в поэзии и романной прозе.

В литературоведении исследователи по поэтике детектива следующим образом определяют детектив как литературный жанр, например А.Г. Адамов характеризует детектив как: «такой роман, жизненным материалом которого является тайна некоего опасного и запутанного преступления и весь сюжет, все события развиваются в направлении ее разгадки» [1].

Таким образом, детективный текст — это всегда ситуация непосредственного общения автора и конкретного читателя на уровне соучастия в поиске разгадки преступления с высокой степенью сюжетной напряженности.

Говоря об исследованиях произведений детективного жанра, можно отметить, что при всем многообразии подходов и методов его анализа, остаются неизменными родовые признаки: преступление — расследование — разгадка: «Родовые признаки жанра, его принципиальная схема — единственное, что остается неизменным на протяжении десятилетий. Детектив содержит преступление, расследование и разгадку [5, 4]. Следовательно, лингвостилистические средства и все структурные компоненты текста направлены на достижение главной цели — на актуализацию интриги расследования.

Посредством использования отдельных художественных элементов описания природных явлений формируется пространственно-временная организация текста. Анализируя механизм развития сюжета литературного произведения, Л.М. Крупчанов обращает внимание на роль описания природы: «Пейзаж — одно из средств развития действия, один из его этапов, элементов сюжета, то есть он может органически входить в развитие действия художественного произведения» [14, 268].

Определяя доминирующий жанровый признак детективного текста, нужно отметить его организационно-структурную особенность. Ядром повествования всегда будет интрига интеллектуального расследования, а окружающее ядро информационное пространство выполняет атрибутивную функцию, зачастую формализованную схематичными образами. Второстепенность художественно-описательной составляющей в детективной прозе проявляется и в выборе сериальной модели повествования, где описание главных персонажей и событийной атмосферы требуется только в начальных текстах. Последующие сюжетные композиции эпизодов данной серии не отвлекают читателя на излишние художественные детали, позволяя ему сосредоточиться на самом процессе интеллектуальной догадки.

Таким образом, содержательной стратегией текста детективного жанра можно назвать нагнетание последующих драматических эпизодов с возможным перерастанием их в новое преступление и оценка их с точки зрения общечеловеческих норм.

При исследовании пейзажных описаний в произведении устанавливается, прежде всего, вокруг каких тем и идей концентрируется образность, и какова их стилистическая функция. И.В. Арнольд определяет стилистическую функцию «как выразительный потенциал взаимодействия языковых средств в тексте, обеспечивающий передачу наряду с предметно-логическим содержанием текста также зало-

женной в нем экспрессивной, эмоциональной, оценочной и эстетической информации» [3, 47]. По мнению Т.Ф. Гостевой, данная функция реализуется с помощью стилистических средств посредством их специфических качеств: «Стилистические средства, маркирующие пейзажные описания, осуществляют коннотационное представление содержания, способствуют формированию эксплицитной и имплицитно-информационной структуры текста» [11, 7].

На примере детектива Стивена Бута «The Corpse Bridge» рассмотрим, как жанровый признак детективной прозы актуализируется посредством пейзажных описаний через набор языковых средств, которые направлены на интригу расследования.

Следует отметить, что в самом заглавии «The Corpse Bridge» автором используется прием выдвигения, предложенный И.В. Арнольд [3], где деталь пейзажа выступает вместе с функционально не сочетаемым прилагательным «Corpse», что служит маркером, предупреждающим читателя о том, что мир романа будет подан через парадоксальные образы. Это заглавие вызывает у читателя определенные ассоциации будущего расследования еще до начала чтения.

Для удержания внимания читателя и вовлечение его в интригу расследования автор вводит элементы мистицизма, что возбуждает интерес читателя. С этой целью в описаниях картин природы используется лексика с оттенками загадочности и таинственности: «*curiously shaped hills*», «*The hills were strange too*», «*Their shapes looked unnatural*»; также автор нередко сравнивает природный ландшафт с экзотическими животными, применяя в качестве изобразительного средства сравнение: «*Their shapes looked unnatural like animals or artificial constructions from the ancient past; Chrome Hill was clearly the body of an ancient dinosaur, a dragon sleeping in the Derbyshire landscape*» [16, 50]; «*Above the mist the humped backs of Chrome Hill and Parkhouse Hill were lit by the sun, like whales breaking the surface*» [16, 265] и предметами: «*High Wheeldon looked like a Derbyshire pyramid, a transplant from Egypt*» [16, 129].

Стивен Бут в описании природы передает гнетущую, пугающую атмосферу того места, где происходят преступления, используя стилистически окрашенную лексику: «*skeletal outline, dying brambles, dying leaves, fading light, ghastly, unreal, strange, mysterious and enigmatic landscape, bare and rugged landscape, derelict field, difficult surfaces, rough grazing land, coarse grass, harsh environment, muddy surface*».

Автор создает через состояние разрухи местных селений мрачную и зловещую атмосферу, на фоне которой происходят антисоциальные действия, используя эпитеты: «*roofless shells, shrunken village, grim place*» и сравнение: «*buildings lay damaged and rotting, like a set of broken teeth; an odd little collection of houses, like a chunk of an urban council estate sliced off and dumped in the countryside*» [16, 325].

Для удержания внимания читателя и вовлечение его в интригу расследования автором в пейзажных описаниях используется экспрессивность отрицания. Под экспрессивностью вслед за И.В. Арнольд будем понимать «такое свойство текста или части текста, которое передает смысл с увеличенной интенсивностью и имеет своим результатом эмоциональное или логическое усиление, которое может быть или не быть образным» [4, 99]. В данном произведении экспрессивность на уровне словообразования усиливает эмоциональность нагнетания последующих драматических эпизодов с использованием лексики с отрицательными префиксами: «*dislodged*,

unimpressive, disturbing, unrecognizable, unnatural, unnerving, untidy, disproportionately, disabled, unwelcome, disused».

В описательных моментах природы автором вводятся вопросительные предложения, вызывающие у читателя эмоциональный фон определенной направленности, что также вовлекает его в интригу расследования. Здесь уместно будет упомянуть высказывание И.Р. Гальперина о значении вопросительных предложений: «Вопросительное предложение в монологической речи является средством привлечения внимания читателя или слушателя к утверждению, которое следует за вопросом. Иными словами такие предложения — средство придания высказыванию эмфатического оттенка» [10, 213].

Например, автор дает зарисовку отдаленной фермы, рассуждая вместе с читателем о том, что может происходить в таком месте: «*It was one of the most remote farmsteads in the area. Even the narrow back road over the eastern slope of the moor seemed like the back of beyond. He [Cooper] found a cattle grid and a muddy entrance to a track, which wandered away over the brow of the moor, apparently leading nowhere. He wouldn't have known it was the right place, except for a small sign on the fence. Bagshaw Farm. ... Who knew what kind of activities went on here, where no one would see them?*» [16, 232].

Автор предлагает читателю версию возможности совершения убийства на холме: «*The very top of Parkhouse Hill felt almost razor sharp. With that vertical drop on one side, you wouldn't want to lose your footing on a day like this. He imagined two people up here together. It would be so easy, wouldn't it?*» [16, 265].

Отсутствие обозначенной на карте дороги вызывает у читателя ряд предположений определяющих дальнейший ход расследования: «*And of course there had been a third coffin road, at least. He could see it on the map as it approached the bridge from the north. But where did it originate?*» [16, 267].

Вопросительное предложение усиливает темп повествования, подводя читателя к кульминации расследования: «*The moon was so bright it had created a ring of colours through the prism effect of the fog, like a circular rainbow. Well, a rainbow was supposed to be a sign, a portent that something was about to happen, or a direction to a pot of gold. But a rainbow at night seemed all wrong. Was it an omen of something terrible about to happen?*» [16, 355].

Как видно из приведенных выше фрагментов автор использует вопросительное предложение в широком диапазоне его стилистических возможностей. В одном случае — это оценочное описание местности, в другом — вариант возможного действия или акт интеллектуального расследования. Таким образом, обращаясь с вопросом к читателю, автор постоянно удерживает его внимание на процессе расследования.

Так же, автором используется полисиндетон для уплотнения сюжетного времени и нагнетания напряженности: «*But then the noise came again and he saw the river. He could see the surges of water bubbling over the rocks, sucking and gurgling through gaps and crevices in the riverbed. He saw the muddy bank and the skeletal outline of a stunted tree growing on the water's edge. And something else*» [16, 18].

В рассмотренных фрагментах пейзажные описания являются средством выражения основного жанрового признака — интрига расследования. Таким образом, специфика пейзажных описаний в детективном тексте выражается на уровне текста через прием выдвигения в названии произведения, на лексическом уровне через изобразительные средства: эпитет, сравнение, метафора и олицетворение, на уровне

словообразования выражается через отрицательные префиксы. На синтаксическом уровне — модель вопросительных предложений, полисиндетон. Исходя из проведенного анализа, можно утверждать, что пейзажные описания являются средством актуализации основного жанрового признака в текстах детективной прозы.

Литература

1. Адамов А.Г. Мой любимый жанр – детектив: [Электронный ресурс]. 2002-2016. – Режим доступа: <http://detective.gumer.info/text01.html> (Дата обращения: 19.07.2016).
2. Анджапаридзе Г.А. Не только о детективе Текст.: сб. ст.: монография. сост. Г.А. Анджапаридзе. М.: Вагриус, 2003. – 382с.
3. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. М.: Флинта: Наука, 2002. – 384с.
4. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования): учеб. пособие. Л.: «Просвещение», 1981. – 295с.
5. Бавин С.П. Зарубежный детектив XIX века. (в русских переводах). Попул. библиогр. энцикл. М.: Кн. палата, 1991. – 206с.
6. Варлакова Е.А. Текстотипологические характеристики англоязычного детектива XX века: дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2012. 194с.
7. Ватолина Т.Г. Когнитивная модель детективного дискурса: дисс. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2011. 209 с.
8. Вольский Н.Н. Легкое чтение. Работы по теории и истории детективного жанра: Монография. Новосибирск.: Изд. НГПУ, 2006. – 280с.
9. Вулис А. Поэтика детектива // Новый мир. 1978. – № 1. С. 244 – 258.
10. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. М.: USSR: Либроком, 2014. – 375с.
11. Гостева Т.Ф. Лингвостилистические особенности и текстообразующий потенциал пейзажных описаний в американской прозе XIX-XXI вв.: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2007. 21с.
12. Дудина И.А. Дискурсивное пространство детективного текста: дисс. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2008. 259с.
13. Завьялова Г.А. Особенности функционирования прецедентных феноменов в детективном дискурсе: дисс. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2014. 185с.
14. Крупчанов Л.М. пейзаж / Введение в литературоведение: учебник для бакалавров. Под общ. ред. Л.М. Крупчанова. М.: Изд-во Юрайт, 2015. – 479с.
15. Филистова Н.Ю. Структура и семантика детективного нарратива: на материале текстов английских и русских рассказов: дисс. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2007. 203с.
16. Booth St. The Corpse Bridge. Shere Books; First Edition, 2014. – 392p.
17. Cawelti, John G. Canonization, Modern Literature, and the Detective Story / John G. Cawelti // Theory and practice of classic detective fiction, Jerome Delamater, etc. Hofstra University, 1997. P. 5-17.
18. Messent, P. The Crime Fiction Handbook. John Wiley & Sons Ltd., 2013 – 272p.
19. Rzepka C.J. Detective Fiction. Malden, MA: Polity, 2005 – 280p.
20. Todorov, Tz. The Poetics of Prose Text. Ithaca, NY.: Cornell University Press, 1977. – 49p.

Ермейчук Н.А.

аспирант

Ленинградский

государственный университет

им. А.С. Пушкина

К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ГИПЕРБОЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ БИБЛЕЙСКОМ ТЕКСТЕ

Ключевые слова: изобразительно-выразительные средства, гипербола, регулятивная функция, Библия короля Якова, Новый международный перевод

Keywords: figural means of expression, hyperbole, regulative function, King James Version, New international Version

Язык связан с конкретными этапами формирования предметного мира, он должен быть рассмотрен в соотношении «язык-мир», в котором реализуется функция – быть средством идеализации действительности [4, 112]. При исследовании картины мира, закрепленной в языке, в той его части, которая организована стилистическими приемами, необходимо учитывать прежде всего их роль [4, 174]. В данной статье объектом исследования является гипербола.

Определение лингвистического статуса гиперболы остается спорным вопросом, так как «границы между видами тропов и различного рода фигурами речи провести затруднительно» [4, 174]. Э.У. Буллингера относит гиперболу к фигурам речи, называет и определяет ее самостоятельным приемом [10, 423]. А.А. Потемкина также считает гиперболу фигурой, но «фигурой по отношению к метафоре, которая не может быть соподчинена с тропами» [3, 253]. Г. Г. Хазагерова, учитывая, что «в основе гиперболы лежит метафора», все-таки относит ее к тропам [8, 217]. В энциклопедическом словаре гипербола определяется как «поэтический прием: троп на основе преувеличения» [7, 144].

Таким образом, гипербола – это изобразительно-выразительное средство преувеличения, в основе которой лежит оценка явлений или образов, имеющих свой аналог в первичной реальности. Гипербола подчеркивает субъективность создаваемого образа, значительность явлений, ценность каких-то отдельных вещей, их свойства, размеры [6, 60], она «акцентирует важное» [4, 183].

В задачи данного исследования входило выявление роли гиперболы в диахронии в англоязычных библейских текстах.

Так, например, в John (Иоанн) 4:39, гипербола выступает своего рода доказательством утверждения самарянки об Иисусе и несет в себе эмоциональную убедительность:

KJV: He told me **all** that ever I did

NIV: He told me **everything** I ever did

В приведенных примерах лексическими средствами гиперболизации

Результаты выборки гиперболических выражений «all the dust» и «all the land» с помощью программы textus.pro

Гиперболические выражения	Библия короля Якова		Новый международный перевод	
	Ветхий завет	Новый завет	Ветхий завет	Новый завет
All the dust	1	0	1	0
All the land	72	4	17	1

выступают «обобщенные слова, так называемые универсальные знаки» [4, 119] или «кванторные слова» [2, 253] “all” и “everything”.

Анализ текста Библии короля Якова (KJV) и Нового международного перевода (NIV) позволяют сделать вывод о наличии гиперболических «натуромортных» [1, 67] выражений, которые эксплицируют «большое количество» в сочетании со словом «all», например, «all the dust» и «all the land» (табл.).

Набор гиперболических выражений широко представлен в Ветхом Завете, а в Новом Завете прослеживается их снижение, что свидетельствует об упрощении языка. Так, в Ветхом Завете в KJV насчитывается около семидесяти двух гиперболических выражений «all the land», а в Новом Завете их всего четыре. Сравнивая два англоязычных перевода в плане употребления данных гиперболических выражений, необходимо отметить, что в NIV слово «all» заменяется словом «whole» или «entire», а иногда вообще не употребляется. Например, в Ветхом Завете в книге Exodus (Исход) 8:17 в англоязычном переводе KJV в одном предложении содержится сразу два гиперболических выражения, в NIV одно из них «all the land» переходит в «the land», смысл при этом не теряется, но исчезает экспрессивная окраска и выразительность:

KJV: **All the dust** of the land became lice throughout **all the land** of Egypt.

NIV: **All the dust** throughout the land of Egypt became gnats

В следующем примере гиперболы в Genesis (Бытие) 2:24 употребляется глагол «to leave»:

KJV: Therefore shall a man **leave his father and his mother**

NIV: That is why a man **leaves his father and mother**

Намеренное преувеличение в выражении «leave his father and his mother» не означает, что человек должен забыть и не заботится о своих родителях, наоборот, Всевышний призывает любить и уважать отца и мать. В данном случае речь идет о браке, о стремлении связать мужа и жену в единое целое, то есть гипербола выполняет регулятивную функцию.

Средством выражения гиперболы может быть и существительное. Так в следующем примере в Ветхом Завете в 1 Samuel (Первой книге Самуила) 5:12 – это слово «cry» (плач):

KJV: **The cry of the city** went up to the heaven

NIV: **The outcry of the city** went up to heaven

В этом случае «cry» (плач) воспринимается как «коллективное действие и ассоциируется со страданиями» всего города [5, 779]. Стоит отметить, что в NIV употребляется «outcry», где «out» является морфологическим признаком гиперболы, наличие которого можно увидеть, например, и в NIV в Ветхом Завете книги Job (Иаков) 6:3:

NIV: It would surely **outweigh the sand of the seas**

В KJV в этом же предложении вместо слова «outweigh» употребляется прила-

гательное в сравнительной степени «heavier», которое тоже оказывает максимальное воздействие на адресата:

KJV: It would be **heavier than the sand of the sea**

Аналогична ситуация и в книге Ветхого Завета в 2 Samuel (Второй книге Самуила) 1:23, но прилагательные в сравнительной степени используются в двух вариантах англоязычных переводов Библии:

KJV: They were **swifter** than eagles, they were **stronger** than lions

NIV: They were **swifter** than eagles, they were **stronger** than lions

Итак, гипербола в англоязычных переводах Библии выполняет регулятивную и экспрессивно-выразительную функции. При этом она является мощным инструментом создания языковой картины мира в библейских текстах, через нее «раскрываются те или иные знания и представления» [9, 79], она придает мыслям необычную форму и яркую эмоциональную окраску.

Литература

1. Борисенко, Ю.И. Механизм образования гиперболы в русской речи / Ю.И. Борисенко // Мир науки, культуры, образования. – 2011. – № 1 (26). – с.67-69
2. Крысин, Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике / Л.П. Крысин. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 888 с.
3. Потебня, А.А. Полное собрание трудов: Мысль и язык /Подготовка текста Ю.С. Рассказова и О.А. Сычева. Комментарии Ю.С. Рассказова. – М.: Издательство «Лабиринт», 1999. – 300 с.
4. Серебренников, Б.А. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Поставалова и др. – М.: Наука, 1988. – 216 с.
5. Словарь библейских образов / Под ред. Л. Райкена, Дж. Уилхойта, Т. Лонгмана, СПб., 2005. – 1426 с.
6. Тагарова, Т.Б. Языковые средства выражения гиперболы в улигере «Алтан Шаггай» / Т.Б. Тагарова // Magister dixit – 2014. – №1 (13) – с.57- 65
7. Терра-лексикон: Иллюстрированный энциклопедический словарь. – М: ТЕРРА, 1988. – 672 с.
8. Хазагеров Г.Г. Риторика / Г.Г. Хазагеров. – Ростов на Дону: Феникс, 2004. – 384 с.
9. Яковенко, Е.Б. Библейский человек глазами лингвиста / Е.Б. Яковенко // Человек – 2007. – №1. – с.79-92
10. Bullinger, E. W. Figures of speech used in the Bible London; New York: Eyre & Spottiswoode; E. & J. B. Young & Co. – 1898.- 916 p.

Козуб Л. С.

кандидат філологічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
м. Київ

СПЕЦИФІКА ВЗАМОДІЇ ПРОСОДИЧНИХ ЗАСОБІВ І СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВОЇ ПОБУДОВИ ТЕКСТУ

Ключові слова / Keywords: соціолінгвістичні особливості / sociolinguistic peculiarities, просодичні засоби / prosodic means, експериментально-фонетичне дослідження / experimental phonetic study, англійська комерційна телереклама / English television commercial, інваріантна й варіантні інтонаційні моделі / invariant and variant intonation patterns.

Однією з найважливіших методологічних вимог щодо експериментально-фонетичного вивчення просодичної організації тексту виступає необхідність співвіднесення закономірностей взаємодії просодичних засобів із специфікою структурно-змістової побудови досліджуваного тексту.

Для виконання цієї вимоги під час проведення лінгвістичних досліджень, об'єктами яких виступають, як правило, тексти різних типів і форм, часто виникає необхідність у поглибленні й систематизації уявлень про їхню структуру. Внаслідок цього, у багатьох наукових працях з експериментальної фонетики питання класифікації структурно-змістових ознак досліджуваних текстів набуває особливої актуальності. Із цієї причини не є винятком й започатковане нами експериментальне вивчення соціолінгвістичних особливостей просодичної організації англійських комерційних телерекламних текстів.

Аналіз наукових праць, присвячених дослідженню текстів різних видів реклами показав, що в них існує певне розмаїття поглядів на номенклатуру структурних ознак рекламних текстів взагалі та телереклами зокрема. Так, у загальному випадку, до композиційної структури рекламного тексту можуть бути віднесені і вербальні, і невербальні компоненти. Наприклад, Дж. Ліч [4, с. 59] найбільш типовими структурними ланками рекламного тексту вважає заголовок, ілюстрації, основний текст рекламного оголошення, підпис рекламодавця (назву марки, зображення товару) і оперативну довідку (адресу фірми, номери телефонів тощо). На відміну від нього, Н.В. Попок [2, с. 112] вирізняє такі компоненти: зображення, заголовок, початок, корпус тексту, слоган, кінцівку і товарний знак.

На рівні поглибленого розгляду структури рекламного тексту Е.В. Ромат [3, с. 96] виокремлює із її складу: слоган, початок, інформаційний блок, довідкові відомості та ехо-фразу, функціональна вага якої є, на наш погляд, досить важливою. Виділяючи у структурі тексту реклами заголовок, слоган, підзаголовок, початок, інформаційний блок, завершення, довідкові відомості, підписи і коментарі та графічну частину Т.М. Лівшиць [1, с. 114] додає до них коду, як завершальний елемент рекламного тексту, що допомагає споживачеві зробити кінцевий висновок про необхідність скористатися товаром чи послугою.

Зіставлення наведених поглядів свідчить про те, що ознаки віднесені безпосередньо до рекламного тексту можуть бути структуровані щонайменше на два ієрархічні рівні, оскільки поняття “вступ”, “основна частина”, “інформаційний блок” тощо характеризують власне структурні ознаки тексту, а поняття “кода”, “слоган”, “ехо-фраза”, “довідкові відомості” скоріше мають бути віднесені до лінгвістичних засобів передачі змісту. При цьому поняття типу “інформаційний блок” здатне виконувати перехідну функцію від структурної частини блоку до змісту лінгвістичних засобів його наповнення. Виходячи з цих міркувань, нами було обґрунтовано відповідну схему дворівневої систематизації структурних елементів та лінгвістичних засобів передачі змісту телерекламного тексту наведену на рис.1.

На верхньому ієрархічному рівні схеми зазначено традиційний мінімум структурних елементів рекламного тексту: 1. початок, 2. основна частина, 3. завершення. Під кожним з них у прямокутниках, наведених штриховою лінією, вказано блоки лінгвістичних засобів, за допомогою яких оформлюється зміст відповідних структурних елементів. Другий рівень охоплює конкретні лінгвістичні засоби передачі смислу, що використовуються у процесі формування змісту кожного блоку.

Так, вступний блок може бути сформовано щонайменше з двох альтернативних засобів: вступної фрази або вступної інформації, що складається більше ніж з однієї фрази. Інформаційний блок також може складатися з одного або з двох видів лінгвістичних засобів: із основної інформації та слогана.

На основі аналізу змісту телерекламних текстів нами було встановлено, що рекламний девіз або слоган повторюється в більшості повідомлень відіграючи, тим самим, роль константи всієї рекламної кампанії, тобто набуває ознак постійної характерної риси, яка поряд з товарним знаком визначає обличчя фірми, ідентифікує її. Наприклад: *Nescafe. One thing leads to another; The Vauxhall Astra SRI. Handles life beautifully; Imodium Plus. To stop diarrhoea before diarrhoea stops you; Kodak. Share moments. Share life; Tomas Sanderson. A little luxury, a lot of pleasure; CNN. Be the first to know.* Таким чином, слоган сприяє впізнаваності товару, фірми, марки, а саме опосередковано впливає на збільшення рівня продажу, попиту на той чи інший вид послуг.

Щодо лінгвістичних засобів передачі змісту заключно-довідкового блоку, то їхня номенклатура охоплює коду, ехо-фразу, довідкові відомості. Під кодою рекламного тексту розуміють завершальне висловлювання, що підштовхує споживача зробити кінцевий висновок про необхідність скористатися товаром чи послугою. Прийнято розрізняти пряму і непряму коду. Пряма кода виражається спонукальним реченням, лексичне наповнення якого містить заклик скористатися послугою, купити товар, здійснити якусь дію, вигідну рекламодавцю. Наприклад: *See for yourself; Profit from it; Don't leave home without them; Share your experience; Do it now; Call Hill House Hammond today...and ask for low cost Home and Contents Insurance.*

Непряма кода, яка наводить адресата на думку про необхідність здійснити певну дію відносно предмета реклами, виражається за допомогою стверджувальних речень. Нею, зазвичай, супроводжуються повідомлення про ціну, якість, новизну, унікальність предмета реклами, тобто про такі його параметри, які впливають на рішення здійснити покупку, скористатися послугою тощо [1, с. 59-61]. Прикладом такої коди можуть слугувати висловлення типу: *This is the only place to experience movie's passion and interaction; Now all BTCellnet customers can use their mobiles abroad.*

Особливість функціонального призначення ехо-фрази полягає у повторенні слогана чи головної думки рекламного повідомлення з метою їхньої чіткої фіксації у свідомості слухача. Довідкова інформація, якою, зазвичай, закінчується рекламне повідомлення, вказує на адресу фірми, її контактні телефони, умови надання пільг тощо.

Вище ми зазначали, що результати експериментально-фонетичного вивчення просодичної організації англійської комерційної телереклами слід співвідносити із специфікою структурно-змістової побудови її тексту. З метою скорочення обсягу експериментальних досліджень за умов забезпечення потрібної адекватності отримуваних результатів виникає необхідність визначення оптимального мінімуму найбільш типових варіантів структурної побудови текстів англійської комерційної телереклами, придатних для опису відповідними інваріантами просодичних моделей.

Обґрунтовані таким чином структурно-змістові ознаки здатні виконувати роль основи для розробки програми та методики експериментально-фонетичного дослідження закономірностей взаємодії просодичних засобів актуалізації текстів англійської комерційної телереклами. Запропоновану матрицю альтернативних варіантів структурно-алгоритмічних схем взаємодії лінгвістичних засобів передачі змісту тексту телереклами доцільно використовувати під час аналізу інших видів та форм реклами.

Література

1. Лившиц Т. Н. Реклама в прагмалінгвистическом аспекте / Т. Н. Лившиц. — Таганрог : ТГПИ, 1999. — 212 с.
2. Попок Н. В. Лингвистические характеристики рекламных текстов (на материале испанского языка): Дис... канд. филол. наук: 10.02.05 / Н. В. Попок. — Минск, 1991. — 192 с.
3. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. — К. : ИСИО Украины — НВФ “Студцентр”, 1996. — 224 с.
4. Leech G. N. English in Advertising. A Linguistic Study of Advertising in Great Britain / G. N. Leech. — L. : Longman, 1966. — 210 p.

Хомчак О. Г.

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української мови
Мелітопольського державного
педагогічного університету
імені Б. Хмельницького,
Абрамович І.М.
студентка

АСОЦІАТИВНО-ВЕРБАЛЬНА МОДЕЛЬ КОНЦЕПТУ КОХАННЯ

Ключевые слова: символ, концепт, образ, інтерпретація, контекст

Key words: concept, context, image, interpretation, symbol

Вивчення асоціативного значення слова стало сьогодні одним з найбільш популярних і розроблених напрямів у дослідженні вербальних асоціацій. Асоціативний експеримент є одним із домінуючих методів дослідження концептів культури. Оскільки вивчаючи асоціації, ми «апелюємо до неусвідомлюваного, глибинного шару нашої психіки» [2, с. 192].

Суть асоціативного експерименту полягає в тому, що респондентам пропонується записати асоціативну реакцію, породжену на певні слова-стимули. Нами був проведений асоціативний експеримент серед студентів 1-4 курсів філологічного факультету Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького, який здійснювався протягом 2014-2015 років. В експерименті взяло участь 300 студентів.

Інформантам було запропоновано дати асоціативну реакцію на слово-стимул *кохання*. Асоціативне поле досліджуваного концепту після завершення обробки отриманих результатів набуло такого вигляду:

КОХАННЯ (300):

► *почуття 97; щастя 39; ніжність, серце 21; сім'я 18; радість 16; кохана людина 15; тепло 13; біль, вірність, зітхання, хлопець 10; вічність, розуміння, пристрасть 8; взаємини, взаємне, довіра, життя, турбота 7; мрія, повага, сльози, щире 6; діти, емоції, мама, пара, поцілунки 5; близькі люди, дівчина, весна, закохані, зрада, любов, чисте 4; відданість, людина, романтика, підтримка, чоловік, щирість 3; відвертість, вірші, доброта, друзі, душа, ненависть, нерви, нерозділене, обручка, пошмишка, прекрасне, розбите серце, розлучення, розпач, розчарування, світло, спокій, тривога, чесність, чоловік 2; батько, безкорисливість, безмежне, весілля, взаємовідносини, взаємоповага, відкрите, віра, гарні пісні, голуб, гроші, діти, довіра, допомога, думки, Євген, звичка, жертва, квіти, краса, кров, ласка, єднання, літо, молодість, наполегливість, насолода, натхнення, небо, ненависть, окриленість, пара, піклування, перше, печаль, прив'язаність, прогулянки, політ, полум'я, порив, природа, обійми, разом назавжди, ревності, рідна душа, розвага, розлука, розмова, романтика, «Ромео і Джу-*

льєтта», руки, світле почуття, спілкування, справжнє, симпатія, смуток, спокуса, сумніви, творчість, усмішка, фільми, цілісність, чекання, яскраве 1.

За допомогою методу когнітивної інтерпретації представляємо отримані нами мовні одиниці у вигляді набору когнітивних ознак концепту кохання, які розташовані в порядку зменшення їхньої частоти: **абстрактні поняття 85** щастя 29, ніжність 21, радість 16, вічність 8, мрія 6, душа, думки, сумніви 2, ласка 1); **почуття та емоції 61** почуття 47, емоції 5, любов 4, спокій 2, симпатія, спокуса, наполегливість 1); **моральні якості людини 43** вірність 10, розуміння 8, довіра 7, повага 6, відданість, щирість 3, відвертість, чесність 2, віра, довіра 1); **людина (люди), яка викликала почуття кохання 41** кохана людина 15, хлопець 10, пара 6, закохани 4, дівчина 4, чоловік 2); **негативні відчуття 41** біль, зітхання 10, сльози 6, ненависть 4, розпач, розчарування, розбите серце, тривога 2, печаль, ревнощі, смуток 1); **ознака почуття 40** тепле 13, взаємне 7, щире 6, чисте 4, прекрасне, нерозділене 2, справжнє, яскраве, світле, відкрите, безмежне, перше 1); **родинні зв'язки 32** сім'я 18, діти 5, мама 5, чоловік 3, батько 1). Ці когнітивні ознаки складають **ядерну зону** концепту кохання.

Навоколоядерну зону концепту кохання складають такі ознаки: **фізіологічні органи людини 25** серце 21; нерви 2, кров, руки 1); **взаємини між людьми 21** взаємини 7, зрада 4, розлучення 2, взаємовідносини, взаємоповага, єднання, разом назавжди, прив'язаність, цілісність, розлука, звичка 1); **відображення турботи людини 15** турбота 7, підтримка 3, доброта 2, безкорисливість, допомога, піклування 1). **У ближню периферію** увійшли: **виявлення пристрасті 9** пристрасть 8, порив 1); **виявлення романтичного настрою 7** романтика 4, окриленість, розвага, прогулянки 1); **співвіднесеність з близькими людьми 7** близькі люди 4, друзі 2, рідна душа 1); **зв'язок із творчістю 6** вірші 2, «Ромео і Джульєтта», гарні пісні, творчість, натхнення 1); **зв'язок з порою року 5** весна 4, літо) тощо. **Дальня та крайня периферії** слову-стимулу кохання є незначними.

Література

1. Уфимцева Н. В. Сопоставительное исследование языкового сознания славян // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж, 2001. – С. 65 – 71.
2. Фрумкина Р. М. Психолінгвістика. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 320 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Дімітрієва М.О.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ

Ключові слова: машинний переклад, адекватність перекладу, перекладач, комп'ютер, програма

Keywords: machine translation, adequacy of the translation, translator, computer, program

Останнім часом потреба у машинному перекладі все збільшується. Це пов'язано з розвитком наукових технологій, потребою у комунікації з іншими народами. Крім того, машинний переклад економить час перекладача, зберігає конфіденційність інформації, є доступним у будь-який момент, має низьку собівартість тощо.

Проте, на сьогоднішній день, машинний переклад не є досконалим, особливо для перекладу значних за об'ємом текстів, складних граматичних конструкцій, специфічної лексики.

Комп'ютер не може перекладати коректно художні та публіцистичні тексти. Машинний переклад зовсім не може впоратися із неологізмами, каламбуром слів, алітераціями, римами. При дослідженні комп'ютер не зрозумів такі слова і словосполучення, як *marriageable, unswimmable, to afford the unaffordable, not unteachable, a listenable record, an input-downable book, a package-leaver, a non-tipper*.

У низці випадків для успіху міжмовної комунікації досягнення максимальної еквівалентності виявляється не обов'язковим, а іноді навіть небажаним. Це викликало необхідність у введенні оцінного терміна «адекватність перекладу», що позначає відповідність перекладу вимогам і умовам конкретного акту міжмовної комунікації. У відповідності зі значеннями термінів «еквівалентність» і «адекватність» адекватний переклад включає певну ступінь еквівалентності, але еквівалентний переклад може і не бути адекватним [1].

Історія машинного перекладу складає приблизно пів століття. Почалась вона, ще від часів Г.В. Лейбніца, який започаткував ідею філософсько-математичної мови посередника. У 1836-1848 р.р. Чарльз Беббідж розробив проєкт цифрової аналітичної машини. А у 1954 році відбулася знаменна подія – «Джорджтаунський експеримент» – демонстрація машинного перекладу з російської мови на англійську, яка була виконана на машині ІБМ-701.

У 1990 р. Ларрі Чайлдс, фахівець із машинного перекладу, запропонував наступну класифікацію систем машинного перекладу: FАMТ (Fully-automated machine translation) – повністю автоматизований машинний переклад; HАMТ (Human-assisted machine translation) – машинний переклад за участю людини; MАHТ (Machine-assisted human translation) – переклад, здійснюваний людиною з використанням комп'ютера [2].

ТМ-системи (програми 3 типу, МАНТ) – це важливий засіб автоматизації праці професійних перекладачів. В основі ТМ-програм лежать спеціалізовані словники, що відповідають тематиці тексту перекладу. При перекладі використовуються конструкції і значення слів і стійких словосполучень, які занесені у словники системи, які вибирає професійний перекладач. Отриманий текст піддається інтенсивному редагуванню. Словники та вже перекладені фрагменти текстів запам'ятовуються в ТМ-системі і можуть бути повторно використані у великих колективних проєктах. Найбільш популярним у світі ТМ-інструментарієм є *Translation's Workbench* фірми *Trados* (для стислості часто також званий *Trados*).

Останні 30-40 років якість машинного перекладу набагато поліпшилася за рахунок збільшення обсягів пам'яті, що дало можливість створювати більш об'ємні словники і швидше виконувати задані алгоритми. Проте, на сьогодні, створення нових систем машинного перекладу та покращення підходів до перекладу на основі базових дещо сповільнилося. Це відбувається через надзвичайну складність механізмів, які перекладають, і через математичну побудову моделей, які створюють алгоритми.

На превеликий жаль, електронні перекладачі доволі широко використовуються у засобах масової інформації, і це призводить до жахливих смислових помилок. Наприклад, *Black Dahlia* було перекладене як «Чорна орхідея» замість «Чорної жоржини», «*Pitch Black*» – як «Чорна п'ятьма», замість «П'ятьма непроглядна», тощо.

Комп'ютер не розуміється на таких тонкощах, як історичний чи традиційний переклад, і тому не відрізняє англійських слів *king, queen, prince, princess*. За історичною традицією вони можуть передаватися як *король або цар, королева або цариця, принц або царевич, принцеса або царівна* відповідно. В англійській літературі ці слова вживаються як стосовно біблійних і античних правителів (*King Solomon, King Herod, Queen Cleopatra, Princess Salome, Prince Paris*), так і європейських монархів і членів їхніх родин (*King Richard, King George, Queen Elizabeth, Prince William, Princess Diana*).

До переваг машинного перекладу, безсумнівно, належать такі фактори, як економія часу, низька вартість або взагалі відсутність її, конфіденційність, доступ до послуги у будь-який момент, переклад Інтернет-сторінок тощо.

Не дивлячись на те, що сучасні системи комп'ютерного перекладу досягли досить високого рівня розвитку, дискусії про доцільність їх створення й застосування не втихають. Нерідко доводиться чути, що програми – перекладачі працюють незадовільно, тому краще обходитися без них. Такі відгуки є частково справедливими, адже існуючі системи комп'ютерного перекладу показують прийнятні результати лише для споріднених мов і навіть найкращі з них інколи видають цілковиту нісенітницю при перекладі текстів.

У наш час машинний переклад залишається засобом, що допомагає розуміти користувачеві лише деяку частину інформації, що міститься в оригіналі тексту. Також, системи машинного перекладу ефективно використовуються в якості помічника перекладачів. Наприклад, доктор філологічних наук А.В. Ачкасов, завідувач лабораторією письмового перекладу вважає, що «автоматичні перекладачі – серйозна допомога в роботі професійних перекладачів і незамінний інструмент для тих, хто, не знаючи мови, хоче швидко отримати загальне уявлення про зміст тексту (доку-

мента, листи, описи приладу)» [3]. Проте система машинного перекладу, здатна перекладати тексти подібно професійному перекладачеві – це поки що лише не втілена в реальність ідея.

Отже, на сьогоднішній день, програми-перекладачі вмiють будувати осмислені фрази, перекладати бізнес-папери, розпорядження, листи з електронної пошти, сторінки з Інтернету. За останні декілька років якість перекладу значно поліпшилася. Однак, комп'ютер ще погано розбирається в граматичних нюансах та жаргоні, а автоматичний переклад художніх текстів неможливий. Тому машинний переклад не може замінити живу людину. На даному етапі розвитку, перекладач обов'язково повинен втручатися у машинний переклад та редагувати його.

Література:

1. Комиссаров В.Н. Слово о переводе. – М.: МО, 1973. – 215 с.
2. Машинний переклад – історична довідка для цікавих : [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.lostintranslations.net/blog/p5.html#act>
3. Перспективи розвитку машинного перекладу : // Режим доступу: <http://leksi.org/5-6802.html>

ПОД- СЕКЦИЯ 5. Языковедение и иностранные языки.

О.С. Івануса

аспірант

Львівський національний університет
імені Івана Франка

МОВНА КАРТИНА СВІТУ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті розглядається проблема мовної картини світу як частина лінгвістичного дослідження та як сприйняття світу за допомогою мислення й відображення отриманої інформації через мову.

Ключові слова: картина світу, мовна картина світу, мислення, свідомість.

The article is devoted to the investigation of problems in lingual world pictures as a part of linguistic research and as a perception of world using thinking and displays the information received through language.

Key words: world picture, lingual world picture, thinking, senses.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку мовознавства важливим є дослідження та обґрунтування поняття “мовна картина світу”. Це пояснюється тим, що у кожного народу є своя власна культура, звичаї і традиції, які неможливо зрозуміти чи сприйняти тільки через мову, тому що вони закладені у стійких словосполученнях, мовних знаках культури, які перекласти іншою мовою досить важко. Мова – це не тільки засіб людського спілкування, але й відображення національної культури. З цієї точки зору особливий інтерес становлять мовні знаки культури, дослідження яких допомагає зрозуміти національну культуру, звичаї та вірування народу.

У мовних поняттях та категоріях закріплено результати пізнання людиною світу, усвідомлення надбань цивілізаційного завоювання простору і часових параметрів нашого буття. Людина усвідомлює себе в закономірних вимірах і в оточенні. Саме антропоцентричність мови, ідею якої заклав ще В. Гумбольдт [4], стала закономірним результатом вивчення мови в тісному зв'язку з людським чинником. Мова, як абстрактна система зі структурними відношеннями елементів у рівневій організації перетворилася на об'єкт пізнання через суб'єкта-людину, коли важливими поставили соціально-індивідуальні чинники впливу на її розвиток, функціонування людини в мові і мови в людському суспільстві.

Аналіз наукових досліджень. На межі століть формується лінгвокультурологія – між дисциплінарна галузь лінгвістичного знання, у рамках якої вивчається система морально-етичних та естетичних цінностей, зафіксована у тій або тій мові. Типовим об'єктом для лінгвокультурологічних розвідок останнього часу виступають національно-мовні картини світу – репрезентація мовними засобами етнічної ментальності певного етносу, його світогляду, світосприйняття та світооцінки. Постулатом сучасної антропологічної лінгвістики стало твердження про моделювання специфічних рис національної ментальності засобами всіх рівнів мовної системи, що здійс-

снюється за участю дознакових, знакових і супразнакових мовних величин [3].

Мова сприймається, як з'єднуючий елемент між окремою людиною та ментальністю нації, до якої вона належить, причому завдяки мові можливо не тільки віднайти цей зв'язок на сучасному етапі, а й прослідкувати його розвиток у ході всієї історії нації та суспільства. Усі елементи народної культури знаходять відбиток у мові певного народу, яка є відмінною від інших саме через специфіку відображення в ній світу і людини в ньому.

Образ світу втілений у мові, відповідає поняттю „мовна картина світу” (за термінологією американських когнітивістів – „концептуалізація світу, вміщена в мові”). Початки тези про мовну картину світу належать В. Гумбольдту, який стверджував, що „в кожній природній мові є характерний тільки для неї огляд світу”. «Всяка мова, – розмірковував В. Гумбольдт, – позначаючи окремі предмети, насправді творить: вона формує для народу, який є її носієм, картину світу» [4].

Мовна картина світу репрезентується, насамперед на лексичному матеріалі. Зокрема, так вважають такі вчені як І.О. Голубовська, П.М. Грабовий, С.А. Мартоsov, Ю.Л. Мосенкіс, Л.О. Ставицька та О.С. Фурса та багато інших. Розгорнуте уявлення про мовну картину світу та її роль у соціальному пізнанні та поведінці виникає тільки в сучасності, відзначає М.О. Шигарева, яка пов'язує це явище зі зростанням ролі мас в історії, підвищенням значення ідеології в управлінні масами, виділенням індивідуальності масової людини і пропонується розглядати мовну картину світу у варіантах загального (національна мова і відповідно, національно-мовна картина світу), окремого (мовлення соціальної групи), одиничного (мовлення особистості). Узуальна (національно-мовна) картина виконує функцію узагальнюючого конструкта, оскільки, як слушно зазначає О.О. Селіванова, «відображає картини світу певних угруповань людей – носіїв однієї мови, об'єднаних територіально, а також за іншими ознаками та психічними властивостями (освітою, професією, статтю, ерудованістю, темпераментом, характером тощо)» [5].

Сучасні уявлення про мовну картину світу у викладі Ю.Д. Апресяна виглядають таким чином, кожна мова віддзеркалює певний спосіб сприйняття та концептуалізації світу. Відображені в ній значення створюють цілісну систему поглядів, свого роду певну колективну філософію, яка стає обов'язковою для всіх носіїв мови. Власний певній мові спосіб концептуалізації дійсності — частково універсальний, частково національно специфічний, тому носії різних мов можуть бачити світ по-різному, крізь призму своїх мов [2].

Картина світу постає, як один із базових компонентів узагальнення знання людини про світ, що забезпечує її життєдіяльність та спілкування[9]. Поняття картина світу базується на вивченні уявлень людини про світ. Якщо світ – це взаємодія людини та навколишнього світу, то картина світу – це результат помічати ті явища та речі, які знаходяться поза її уявленням про світ. Нам здається, що описуємо світ та об'єкти, які знаходяться в ньому, в той час як ми фактично описуємо наше відчуття, наше сприйняття [7].

Отже, мовна картина світу – це зафіксоване в лексиці відповідної мови специфічне бачення (тобто логічне осмислення, відчуження оцінювання) реального світу й усього, що приноситься в нього людською свідомістю.

Метою статті є дослідження мовної картини світу, як основного об'єкта у

лінгвістиці, який характеризує мовну картину світу із погляду її динаміки та значення для інтелектуального світу. Вивчення мовної картин світу народу допоможе чіткіше побачити та усвідомити культуру, особливості світосприйняття та мислення.

Виклад основного матеріалу. Поняття «картина світу» належить до фундаментальних наукових понять. Вона виражає найсуттєвіші характеристики людини, її буття. Картина світу, як глобальний образ постійно формується в процесі контактування людини з навколишнім середовищем та іншими членами соціуму. Картина світу об'єктивується у мові, образотворчому мистецтві, музиці, ритуалах, різноманітних соціокультурних стереотипах поведінки людей.

Термін „картина світу” вперше застосовується на межі XIX і XX ст. фізиком В. Герцем і розуміється ним як сукупність внутрішніх образів зовнішніх об'єктів, що служать для виведення логічних суджень відносно поведінки цих об'єктів.[4] Внутрішні образи, або символи, зовнішніх предметів, створювані дослідниками, по Герцу, повинні бути такими, щоб «логічно необхідні наслідки цих уявлень у свою чергу були образами природно необхідних наслідків відображених предметів.

Феномен, що іменується «картина світу», є таким же давнім, як сама людина. Створення перших «картин світу» у людини збігається в часі з процесом антропоцентризму. Тим не менш, реалія, звана терміном «картина світу», стала предметом науково-філософського розгляду лише в недавній час. При характеристиці картини світу необхідно розрізнити три важливих взаємозалежних, але не тотожних явища: 1) реалію, яка іменовану терміном «картина світу», 2) поняття «картина світу», що втілює теоретичне осмислення цієї реалії; 3) термін «картина світу.

Створювані образи не повинні суперечити законам нашого мислення, а їх суттєві співвідношення – відносинам зовнішніх речей, вони повинні відображати істотні властивості речей, включаючи мінімум зайвих, або порожніх відносин, тобто бути більш простими. Як вважає В. Герц, повністю уникнути порожніх відносин неможливо, так як образи створюються нашим розумом і в значній мірі визначаються властивостями способу свого відображення.

Спектр праць, присвячений питанню мовної картини світу, свідчить про вагомість цього питання для усвідомлення глибинних процесів, пов'язаних із механізмами людської діяльності та функціонуванням мови, як особливого коду, здатного не лише передавати інформацію, але і викликати почуття, думки. Розгорнуте уявлення про мовну картину світу та її роль у соціальному пізнанні та поведінці виникає тільки в сучасності, відзначає М.О. Шигарева, яка пов'язує це явище зі зростанням ролі мас в історії, підвищенням значення ідеології в управлінні масами, виділенням індивідуальності масової людини і пропонує розглядати мовну картину світу у варіантах загального (національна мова і, відповідно, національно-мовна картина світу), окремого (мовлення соціальної групи), одиничного (мовлення особистості). Узуальна (національно-мовна) картина виконує функцію узагальнюючого конструкта, оскільки, як слушно зазначає О.О. Селіванова, «відображає картини світу певних угруповань людей – носіїв однієї мови, об'єднаних територіально, а також за іншими ознаками та психічними властивостями (освітою, професією, статтю, ерудованістю, темпераментом, характером тощо)» [5].

Дослідники мовної картини світу наголошують на таких її особливостях: кожен народ має певні відмінності у своїй мовній картині світу, картини світу варію-

ють, мовна картина світу є вторинною за своєю природою, антропоморфною за спрямованістю, складається з окремих фрагментів. В.М. Телія уявляє мовну картину світу, як інформацію, розсіану по всьому концептуальному каркасу й пов'язану з формуванням самих понять за допомогою маніпулювання в процесі мовними значеннями та їх асоціативними полями, що збагачує мовними формами й змістом концептуальну систему, якою користуються як знанням про світ носії конкретної мови. Науковець відзначає, що мовна картина світу не має чітких меж; тому її місце щодо власне концептуальної моделі світу, на думку вченого, не може бути визначене як периферія. Саме таке розуміння особливостей мовної картини світу є теоретичною основою роботи.

Мовна картина світу – це сукупність уявлень, що склалася історично в повсякденній свідомості народу і відобразилася в мові. Це свого роду колективна філософія, система поглядів, з одного боку, універсальна, а з іншого – національно-специфічна [6]. Проблема мовної картини світу є актуальною у зв'язку з виходом на перший план у лінгвістичних дослідженнях проблеми співвідношення мови, свідомості (індивідуальної й колективної) й культури. Серед актуальних питань лінгвістики слід відзначити спосіб відображення світу у свідомості людини і роль мовних засобів у цьому процесі. Сприйняття світу за допомогою мислення та відображення отриманої інформації через мову відповідає поняттям концептуальної і мовної картини світу. Що стосується відображення картини світу в мові, то введення поняття «картини світу» в антропологічну лінгвістику дозволяє розрізнити два види впливу людини на мову — вплив психофізіологічних та іншого роду особливостей людини на конститутивні властивості мови і вплив на мову різних картин світу – релігійно-міфологічної, філософської, наукової художньої.

Мова безпосередньо бере участь у двох процесах, пов'язаних з картиною світу. По-перше, в його надрах формується мовна картина світу, один з найбільш глибоких шарів картини світу в людини. По-друге, сама мова виражає і експлікує інші картини світу людини, які за посередництвом спеціальної лексики входять у мову, приносячи в нього риси людини, його культури. За допомогою мови дослідне знання, отримане окремими індивідами, перетворюється в колективне надбання, досвід. Кожна з картин світу, яка в якості відображуваного фрагмента світу представляє мова, як особливий феномен, задає своє бачення мови і по-своєму визначає принцип дії мови. Вивчення та зіставлення різних бачень мови через призми різних картин світу може запропонувати лінгвістиці нові шляхи для проникнення в природу мови та її пізнання.

Мова та всі її складові, зокрема запозичена лексика, є найважливішим способом формування знань людини про навколишній світ, оскільки в слові відображаються процеси та результати пізнання дійсності. Вона є не просто надбанням культури, це – передумова культури, яка дозволяє розглядати мову не як пасивне відображення (дзеркало культури), а як частково автономну сутність. Серед великої кількості функцій, які виконує мова, окремо стоїть «картинотворча» функція національної мови. Вона полягає у формуванні в колективній мовній свідомості народу уявлення про світ, а також у формуванні його унікальної «точки зору» на світ. Картина світу – це утворена людиною спростована заміна реального світу вигаданою схемою. Національна специфіка в семантиці мови обумовлена, перш за все, екстралінгвістичними

чинниками – особливостями розвитку культури та історії народу, його способу життя, нормами поведінки в тому чи іншому суспільстві, ідеологією і т. д. На формування картини світу впливають мова, традиції, природа і ландшафт, виховання і навчання та інші соціальні фактори. Різні народи володіють однаковими цінностями, але в неоднаковій мірі. Культура не може розвиватися ізольовано, й у процесі життєдіяльності вона змушена постійно звертатися або до свого минулого, або до досвіду інших культур. Люди обмінюються думками, почуттями, особистим досвідом, і завдяки цьому спілкуванню, обміну знаннями відбувається взаємодія не тільки окремих індивідів, але й цілих націй, культур [2].

Мовна картина світу – це відбите засобами мови образ свідомості – реальності, модель інтегрального знання про концептуалізацій системі уявлень, репрезентуємою мовою. Мовну картину світу прийнято відмежовувати від концептуальної, або когнітивної моделі світу, яка є основою мовного втілення, словесної концептуалізації сукупності знань людини про світ.

Сучасні автори картину світу визначають як «глобальний образ світу, що лежить в основі світогляду людини, тобто виражає істотні властивості світу в розумінні людини в результаті його духовної та пізнавальної діяльності». Але «світ» слід розуміти не тільки як наочну реальність, або навколишнє людини дійсність, а як свідомість-реальність у гармонійному симбіозі її єдності для людини. Це розуміння узгоджується з укоріненим матеріалістичним уявленням про вторинність свідомості. В. Н. Манакін схильний до поняття картини світу, близьким М. Гайдеггером, який писав: “Що це таке – картина світу?” Мабуть це – зображення світу. Але що називається тут світом? Що значить картина? Світ виступає космосом, природою. До світу належить і історія. І все-таки навіть природа, історія обидві вони разом в їх прихованому і агресивному взаємопроникненні не вичерпують світу. Під цим словом мається на увазі і основа світу, незалежно від того, як мислиться її ставлення до світу.

Дослідники мовної картини світу наголошують на таких її особливостях: кожен народ має певні відмінності у своїй мовній картині світу. Мовна картина світу є вторинною за своєю природою, антропоморфною за спрямованістю. В.М. Телія уявляє мовну картину світу як інформацію, розсіяну по всьому концептуальному каркасу й пов’язану з формуванням самих понять за допомогою маніпулювання мовними значеннями. Науковець відзначає, що мовна картина світу не має чітких меж, тому її місце щодо концептуальної моделі світу не може бути визначене як периферія.

Таким чином, можна констатувати, що на сучасному етапі розвитку лінгвістики, мовні моделі світу стають об’єктом опису та інтерпретації в рамках комплексу наук про людину. Картина світу будь-якої мови розглядається не тільки в контексті фольклору, міфології, культури, історії, звичаїв та психології даного народу, а й у контексті лінгвістики. Найважливішим завданням семантики та лексикографії на сучасному етапі розвитку стає реконструкція наївної моделі світу на основі опису лексичних та граматичних значень.

Мовна картина світу – це система понять, характерна для кожної мови, за допомогою якої носії мови сприймають (класифікують, інтерпретують) світ. Вивчення мовної картини світу – це шлях до кращого пізнання власне специфіки будь-якої мови, розуміння системи уявлень окремого народу, його самобутності та ментальності. На всіх етапах історичного розвитку як мови, так і самого народу мовна карти-

на світу набуває нових видозмін, дослідження яких допоможе чіткіше та глибше поглянути на причини та особливості еволюції окремого соціуму. Вивченням мовної картини світу окремого народу, а також проведенням порівняльних досліджень кількох мов, займаються нині такі науки як етнолінгвістика, соціолінгвістика, психолінгвістика та інші. Це новий, оригінальний і перспективний напрям у розвитку мовознавства, що застосовує комплексний підхід до вивчення мови та її внутрішньої форми, поєднує в собі методи, властиві кільком наукам (лінгвістиці, фольклору, етнографії, психології тощо), – і внаслідок цього ми маємо новий погляд на традиції народу, специфіку його мови та мислення.

Висновки. Проаналізувавши таку проблему як мовна картина світу, ми можемо зробити певні висновки, а саме: картина світу – це те, що йде передусім від людини, плід її сприйняття, фантазій, система понять, характерна для кожної мови, за допомогою якої носії мови сприймають світ мисленневими процесами і перетворювальною діяльністю. Вивчення мовної картини світу – це шлях до кращого пізнання власне специфіки мови, розуміння системи уявлень окремого народу, його самотності та ментальності. Всесвіт як всеохопний світ є для людини всеосяжним предметом пізнання. Разом з тим світ – це й сама людина, коли йдеться про внутрішні її світовідчуття, переживання, розумову діяльність, невіддільну від мови як способу організації інформації про сам світ, а ширше – всесвіт. Тому феномен світу, пізнаного через мову, постає для людини передусім таким, яким постає для неї її мова.

Література.

1. Алисова Т.Б. Ономастологический подход при сопоставительном изучении лексико-семантических структур двух). языков / Т.Б. Алисова // Серия «Филологическая». — 2005. — №3. — С. 46-50
2. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания / Ю рий Дерени кович Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 258–261
3. Голубовська 2004 Голубовська І.О. Етнічні особливості мовних картин світу / Голубовська Ірина Олександрівна.– К.: Логос, 2004. – 282 с.
4. Гумбольдт В.фон. Избранные труды по языкознанию.- М.: Наука,1984-396с
5. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / Олена Олександрівна Селіванова – К.: Фітосоціоцентр, 1999. – 148с
6. Левицкий В. В. Семасиология / Виктор Васильевич Левицкий. – Винница : Нова Книга, 2006. – 512 с..
7. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учеб, пособие / В.А. Маслова.- Мн.:Тетра Систем.2004, – 256 с.
8. Постановова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И. Постановова // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира / [Б.А. Себренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др.; отв. ред. Б. А.Серебренников]; СССР. Институт языкознания. – М.: Наука, 1988. С.8-69
9. Чернишенко І.А. Фактори формування національних мовних картин світу/І. А. Чернишенко // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І.Франка. – 2007.Вип. 32. – С.158-162.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Коломієць І.

студентка,

Національний університет біоресурсів
та природокористування України (Київ)

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ АНГЛОМОВНИХ СЛОГАНІВ УКРАЇНСЬКОЮ ТА РОСІЙСЬКОЮ МОВАМИ

Ключові слова: переклад, слоган, рекламний текст, адекватність перекладу

Вітчизняна продукція, що заповнила вітчизняний масово інформаційний простір, значною мірою орієнтована на західну рекламу, оскільки не лише створюється за апробованими рекламними моделями, а й повторює відомі рекламні образи і тексти. Орієнтація на західні рекламні технології знаходить відображення і в запозичених рекламних салоганах, що стають своєрідною «візитною карткою» відповідної продукції, тому у свідомості споживачів асоціюються з конкретною торговою маркою. Такі рекламні салогани характеризуються універсальністю та впізнаваністю незалежно від країни, де поширюється реклама, тому потребують не створення нових гасел на національному ґрунті, а відтворення відомих слоганів національними мовами. У зв'язку з цим набуває актуальності проблема перекладу рекламних слоганів українською і російською мов у разі реалізації в Україні рекламної стратегії відомих західних торгових марок. Потреба в лінгвістичному аналізі перекладів рекламних текстів та їхньої і визначає актуальність нашої наукової розвідки, оскільки «переклад рекламних текстів є трудомістким процесом, що вимагає наукового підходу, який допоможе виявити можливості передавання вербально вираженої «сислової інформації» візуально та акустично, засобами мови без змістових і стилістичних втрат». [3, 113].

Мета статті – простежити загальні принципи перекладу рекламних слоганів українською та російською мовами й визначити основні перекладацькі проблеми. Мета зумовлює розв'язання таких завдань: окреслити вимоги до слоганів, схарактеризувати перекладацькі проблеми рекламного тексту, виявити шляхи розв'язання перекладацьких проблем у рекламних слоганах. Матеріалом дослідження слугували слогани англомовної реклами переважно соціального та комерційного характеру, частина яких має українські відповідники (понад 200 текстових одиниць).

Стрижневим компонентом рекламного тексту є слоган – «стисле самостійне рекламне повідомлення, що може існувати ізольовано від інших рекламних продуктів та становить згорнутий зміст рекламної кампанії». [4, 7]. Зважаючи на це, салоган передає концептуальність рекламного тексту, він є згорнутим мікротекстом, що повинен передати основну ідею рекламної кампанії, а не лише бути стислим, афористичним та здатним запам'ятовуватись. В.Зірка наголошує на тому, що слоган належить до найбільш складних різновидів тексту з креативного боку, оскільки «в ньому має бути виражена рекламна ДУМКА», а головне в слогані – «мотивація рекламної пропозиції та апеляція до почуттів споживача» [2, 75]. За цим принципом створюють як слогани для українських споживачів: «*Миргородська*». *Додає життєвого сма-*

ку; «Чумак справжній». Відчуй ніжність смаку!; «Бесіда». Чудовий смак і аромат, так і для американських та європейських: «Volkswagen». Will we ever kill the bug? (Вб'ємо ми колись цього жука?); «Virgin. Atlantic» 4 Engines 4 Longhaul (4 двигуна = 4 подорожі).

Слогани відомих виробників, продукція яких є всесвітньовідомою, повинні зберігати концептуальність рекламної ідеї незалежно від того, якою мовою рекламуєть товар або послугу. З огляду на це постає проблема адекватного перекладу рекламних слоганів, оскільки навіть у близькоспоріднених мовах у перекладі можливі певні відмінності. Так, у російському та українському перекладах слогану торгової марки «Pampers» фіксуємо відмінності граматичного характеру, тому що підмет відповідно має форми множини та однини. Пор.: рос. «Малыши вдохновляют. Pampers создает» та укр. «Малюк надихає. Pampers створює».

По-перше, проблема перекладу рекламних слоганів зумовлена тим, що перекладач повинен враховувати специфіку національного світосприйняття і лінгвоментальність народу, на мову якого здійснюється переклад. Відомі приклади невдалого перекладу рекламних слоганів: рекламний слоган компанії «Procter & Gamble» «Gillette. The Best a Man Can Get» був спочатку російською перекладений римованим слоганом: «Gillette. Лучшее для мужчины нет», що зумовило подібний варіант українською мовою з використанням транслітерації: «Gillette. Найкраще для мужчины нет», що дозволило зберегти риму, але зіпсувало зміст та перетворило текст на мовну девіацію.

Поширеним прикладом невдалого перекладу слоганів з неврахуванням фонетичних особливостей мови-реципієнта є ситуація зі салоганом мінеральної води компанії F&K Waterhouse, що намагалася вивести на український ринок питну воду у пляшках Blue Water («Блакитна вода»). При створенні салогану не було враховано омонімію Blue Water [blu:vota] з українським словом «блювота». Негативна конотація української лексеми вплинула на сприйняття не лише салогану, а й загалом торгової марки: у споживачів склалося певне враження, яке зовсім не асоціювалося із чистою водою. Врахування лінгвоментальної специфіки та особливостей мови-реципієнта є обов'язковою умовою перекладів слоганів, оскільки «...для забезпечення адекватного перекладу, перекладачеві при потребі слід вносити у текст певні поправки з урахуванням соціокультурних та психологічних аспектів споживача, а також без спотворень передавати смислове та стилістичне навантаження рекламного слогана». Отже, першою проблемою перекладу рекламних слоганів є лінгвокультурна.

По-друге, переклад рекламного тексту, на думку О. Медведєвої, подібний до перекладу художнього тексту, а «наявність кількох планів змісту в рекламному тексті також зумовлена необхідністю впливу на аудиторію» [3, 111]. Вплив рекламних слоганів на аудиторію становить основне комунікативне завдання мовця-автора і має бути врахований під час перекладу, тому «вирішуючи завдання адекватного перекладу тексту засобами іншої мови, перекладач ставить собі завдання з'ясувати мету створення повідомлення» [5, 162]. Зважаючи на це, слоган «Life takes Visa» можна перекласти по-різному – як враховуючи вербальні компоненти оригіналу, так і замінюючи їх: «VISA. Все, що Вам потрібно» або «Життя вибирає картку Visa», при цьому перекладач відтворює невербальне наповнення тексту, а авторську інтенцію.

Імперативну конструкцію в наступному прикладі ми б пропонували перекласти, ґрунтуючись на антонімічному перекладі, що передбачає «подвійне заперечення», зумовлене «асиметрією лексико-семантичних систем» [1, 466]: Stop child re-

crutment (Припиніть брати дітей до армії) – Не забирайте дітей до армії! Хоч в англійській мові вжито стверджувальну конструкцію, семантика української лексики в одному зі значень: «Забирати. –Насильно брати, віднімати силою в кого-небудь» вказує на негативні дії, має значення позбавлення, нестачі, тобто стану, що виникає, коли здійснено назначені дії. Зважаючи на це, вживання заперечної синтаксичної конструкції сприймається як подвійне заперечення. Якщо метою перекладача було б передати авторську інтенцію, що полягає в заклику до заборони призивати до армії тих, хто за віком дуже молодий, ми б рекомендували вжити такий слоган: Припиніть призов дітей! У такий спосіб було б збережено навіть частиномовну належність вербальних компонентів, що входять до складу слогану в англійській мові. Отже, другою проблемою перекладів слоганів вважаємо прагматичну, оскільки «одна з основних прагматичних проблем – це проблема тих дій, які виконує перекладач, щоб викликати в отримувача перекладу бажану реакцію». Рекламні слогани орієнтовані саме на відповідну реакцію адресата, і ця скерованість є найважливішою рисою рекламних текстів загалом, тому перекладач повинен насамперед орієнтуватися на бажаний ефект впливу на адресата.

По-третє, переклад рекламних слоганів потрібно здійснювати з урахуванням різних параметрів, серед яких визначальним вважаємо еквівалентність. О.О. Селіванова наголошує на важливості функціонально-комунікативної еквівалентності та вважає, що вона є «найоптимальнішим балансом семантики й форми, денотативної, конотативної, стилістичної, культурної та прагматичної інформації текстів оригіналу й перекладу. Безперечно, у процесі перекладу неможливо зберегти семантику й форму, ще й передати читачам перекладного тексту, які належать до іншої культури, є носіями іншої мови і занурені до іншого буття й соціуму, інформацію різного порядку. Тому найбільш гармонійне входження читачів перекладу до чужої культури й мови можливе лише за рахунок окресленого балансу, досягти якого повинен перекладач». Так, слоган «*Virgin Atlantic*» побудований на мовній грі з підтекстом «*Mine's Bigger Than Yours*» («У мене більше ніж у тебе») був написаний на літаку Airbus A340-600, коли той був найбільшим літаком у світі) пропонуємо перекласти без натяків на інтимну сферу життя, але використавши прийом мовної гри: «А я літаю на найдооо-вшому!» У такий спосіб ми зберігаємо як зміст, так і прагматичну настанову, а також використовуємо прийом мовної гри в рекламному слогані.

Еквівалентність у перекладі рекламних слоганів досягають з урахуванням лінгвокультурного, прагматичного та змістового компонентів, при цьому варіативність переважно стосується відтворення лексичних та граматичних одиниць: «*Red bull drink Vitalizes your body and mind*» у перекладі українською мовою маємо «Живить тіло та розум», а в російському «*Бодрит не только тело, но и дух*». Переклади відрізняються семантичними відношеннями між однорідними членами, хоч лексичне наповнення і не змінюється.

Еквівалентність у перекладі слоганів забезпечено дотриманням законів мови-реципієнта, навіть якщо в процесі перекладу виникають певні зміни, наприклад, зумовлені відсутністю в українській та російській мовах артиклів: «*Nintendo. Welcome to the future*» переклад укр. «Вітаємо в майбутньому» та рос. «Добро пожаловать в будущее». Слогани відповідають мовним законам та перекладені відповідно до вимог. Отже, у перекладі потрібно не лише відтворювати висловлення згідно

із законами природної мови, а й дотримуватися умов створення рекламних повідомлень. Цю проблему визначаємо як власне перекладацьку проблему еквівалентності рекламного тексту.

Переклад рекламних слоганів з англійської мови українською та російською має здійснюватися з урахуванням таких проблемних аспектів, як лінгвокультурний, прагматичний та власне перекладацький. З охопленням усіх проблемних аспектів процес перекладу рекламних слоганів здійснюється відповідно до правил рекламної комунікації, а перекладені слогани функціонують в новому масово інформаційному просторі як нові комунікативні одиниці.

Література:

1. Гарбовский Н.К. Теория перевода / Н.К. Гарбовский. – М. : МГУ, 2007. – 544 с.
2. Зирка В.В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект [монография] / В. В. Зирка. – Днепропетровск: ДНУ, 2004. – с. 294.
3. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. – М.: УРСС, 2004. – 280 с.
4. Морозова И. Г. Слагая слоганы / И. Г. Морозова. – М. : РИП-Холдинг, 1996. – 168 с.
5. Порпуліт О. О. Критерії оцінки якості перекладу рекламного тексту / О. О. Порпуліт // Реклама та PR у масовоінформаційному просторі: монографія / [Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, Н. В. Кутуза та ін.]: за заг. ред. О. В. Александрова: відп. ред. Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кутуза. – Одеса: Астропринт, 2009. – С. 161–171.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Сокурець Д.

студентка,

Національний університет біоресурсів

та природокористування України

(Київ)

ВЖИВАННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ АРТИКЛІВ ТА ІНШИХ ДЕТЕРМІНАТИВІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

Ключові слова: артиклі, детермінативи англійської мови, визначений артикль, невизначений артикль, нульовий артикль.

Артикль — це частина мови, яке визначає певні особливості іменника.

В англійській мові існує два види артиклів: the і a/an.

- Артикль the ми вживаємо з конкретними, визначеними іменниками.
- Артикль a/an ми вживаємо з невизначеними іменниками.

the = визначений артикль

a/an = невизначений артикль

Існують два основних типи систем вираження детермінації (або артиклевих систем) у мовах світу. У першому типі головну роль відіграє протиставлення так званого референтного й нереферентного статусу імені, у другому типі — протиставлення так званого означеного й неозначеного статусу. Перший тип притаманний тюркським, іранським, африканським та іншим мовам. Другий тип системи вираження детермінації поширений у європейських мовах. Ця система заснована на протиставленні значень означеності та неозначеності. Саме по собі це протиставлення є можливим для референтних іменників, воно зводиться до того, чи вважає та людина, що говорить, даний об'єкт відомим або невідомим адресату. Отже, артикль — частина мови, що використовується для вираження категорії означеності / неозначеності. Артикль в англійській мові ставиться перед іменником, до якого він відноситься.

Слід зазначити, що саму визначеність мова означає наявністю артикля, а субстантивні поняття, що подаються як загальні, звичайно обходяться без уточнення.

Аналізуючи наукові праці, можна сказати, що серед мовознавців існують певні суперечності щодо природи артикля та його значення. Проблема граматичного значення артикля та його місця в реченні — одна з найскладніших в граматиці. Ця проблема представлена двома теоріями. Одна з них розглядає сполучення «артикль + іменник» як аналітичну форму. За іншою теорією артикль відноситься до службової частини мови, а сполучення «артикль + іменник» трактується як сполука особливого типу.

Згідно з першою теорією, якщо дане сполучення розглядати як аналітичне, то артикль прирівнюється до допоміжної частини аналітичної форми. На користь цього твердження можна навести такі аксіоми:

1) Артикль є морфологічним показником іменника.

2) Артикль не має лексичного значення.

Артикль можна замінити займенником *this, that, these, those* (в англійській мові), а допоміжне дієслово в аналітичній формі нічим замінити не можна. Артикль може виконувати й анафоричну функцію (виступати своєрідною відсилкою назад) і катафоричну функцію (відсилка вперед).

Основна семантична функція артикля — актуалізація поняття, здатність передавати значення ідентифікації предмета, позначеного іменником, або значення віднесеності до класу однорідних предметів.

Деякі лінгвісти розглядають артикль як елемент, що створює певну граматичну категорію іменника, хоча визначається різними вченими по-різному, зокрема, як елемент, що створює категорію детермінації, співвіднесеності, визначеності.

В англійській мові неозначений артикль (*the indefinite article*) історично утворився від числівника *one* і вживається з злічувальними іменниками в однині. Він зараховує предмет до класу однорідних предметів, не відокремлюючи його: будь-який, якийсь, один із. Однак, його не завжди можна замінити на числівник *one*, оскільки така заміна може призвести до непорозумінь.

I have a pen. — I have one pen. (англійською)

Означений артикль (*the definite article*) в англійській мові відомий своїм походженням від вказівного займенника *that*. Цей артикль завжди вказує на предмет, особу, явище як на щось певне. Іншими словами, за допомогою цього артикля ми виділяємо перераховане вище з усіх осіб і предметів даного класу. Еквівалентами означеного артикля є присвійні займенники (*possessive pronouns — my, your, his, her, its, our, their*) і вказівні займенники (*demonstrative pronouns — this, that, these, those*).

Одним із спірних питань, пов'язаних із артиклем, також є питання кількості артиклів. Існують два артиклі, але останнім часом дослідники у своїх працях популяризують теорію трьох артиклів (означений, неозначений і «нульовий» артиклі). Як не дивно, але всі вони мають однакову значущу вагу, необхідну в німецькій/англійській мові. Це окремий стійкий момент, яким не можна знехтувати, який вимагає до себе безпосередньої уваги. «Нульовим» артиклем в англійській мові позначаються випадки, коли не використовується жоден з артиклів: ні неозначений, ні означений.

«Нульовий» артикль вживається тоді, коли предмет, що означений іменником береться поза будь-якого співвіднесення і зіставлення з класом предметів, тобто коли відсутній момент класифікації і момент індивідуалізації. У цьому випадку мова йде не про загальний чи означений предмет класу, і не про клас в цілому, а про сам предмет, його зміст, не беручи до уваги об'єм, число, межі, форми і тому подібні ознаки. Звідси, вживання «нульового» артикля з іменниками, що позначають речовину і різні абстрактні категорії, оскільки такі предмети і явища за своєю природою не мають означеної форми, об'єму та інших подібних ознак. Вказаний артикль може видозмінюватися залежно від того, про який предмет йтиме мова.

У вітчизняній лінгвістиці розповсюдженою є теорія, згідно з якою артикль є самостійним службовим словом, що не утворює аналітичної форми, оскільки довелося б зараховувати до аналітичного сполучення іменника з будь-яким детермінативом (*some, any, every, this*), здатними замінювати артикль. Не можна розглядати артикль і як синтаксичне сполучення, що дорівнює сполученню „Займенник +

Іменник”, оскільки артикль не має самостійного лексичного значення, і, відповідно, самостійної синтаксичної позиції, бо артикль не може вживатися автономно від іменника.

Висновки:

Отже, детермінативи відіграють важливу роль в організації семантичної структури речення. Артикль – основний детермінатив англійської мови, одна з найскладніших граматичних категорій іменника. Артикль є найпопулярнішим визначником іменника, також необхідною частиною мови, який визначає певні особливості іменника. Артиклі (або їхня відсутність) виявляють характер внутрішнього, змістового співвідношення елементів тексту повідомлення. Тому введення, змінювання або опущення артиклів може сприяти руйнуванню тексту, утворенню іншого варіанту змісту.

Література:

1. <http://www.readera.org/article/vidtvorennya-kontekstualnyekh-znachen-anhliyskoho-oznachenohto-ta-neoznachenohto-10183035.html>
2. Штелинг Д. А. Английский артикль и его роль в грамматике текста // ИявШ. – 1978. – №6. С. 26

Петришин О.Л.

старший викладач

кафедри практики англійської мови

Дрогобицького державного педагогічного університету

ім. Івана Франка

Лужецька О.М.

старший викладач

кафедри практики англійської мови

Дрогобицького державного педагогічного університету

ім. Івана Франка

FEATURES OF UKRAINIAN-ENGLISH PROSODIC INTERFERENCE

This study determines the role and the features of Ukrainian-English prosodic interference. The melody, the stress, the rhythm and the tempo are the focus of the study. The results have shown differences as well as similarities between these two languages. The implication of this study is that the obtained data can help teachers and students to identify the problems that Ukrainian speakers can have when learning English, especially with regard to intonation.

Key words: prosodic interference, similarities, melody, pitch patterns, tempo, rhythm, distortions, reduction, stressed syllables.

Emphasizing the role of intonation in speech, R. Kingdon says: “Intonation is the soul of a language while the pronunciation of its sounds is its body. There is a practical reason why it is advisable to pay more attention to intonation than to pronunciation. The sounds of English as it is pronounced by different speakers and in different dialects vary within wide limits, so that the foreign learner has a certain latitude in this field, but in most dialects stressing and intonation conform fairly closely to the same pattern” (Kingdon R). Different languages have different contour inventories, or expected ways of communicating intent. Studies have shown that teaching suprasegmentals addresses pronunciation and communication problems more effectively. The fact that teachers can be unfamiliar with non-target-like intonation and how to teach it adds merit to the need for more research in this area. A better understanding of intonation development and how or if intonation is becoming more target-like is beneficial to helping with English language intonation problems.

Most theoretical models of phonological acquisition focus on the notions of “transfer” and “contrast”: Native Language Magnet Theory (Kuhl & Iverson, 1995), Speech Learning Model (Flege, 1995), Perceptual Assimilation Model (Best, 1995, Best & Strange, 1992). Little research has been done so far on prosodic interference effects (De Bot, 1986, Mennen, 2006, A. Metlyuk 1980, O. Valihura, 2006), as most research deals with the production and perception of individual vowels and consonants (Flege, 1995, Leather & James, 1991). A description of prosodic transfer phenomena is necessary to assess how Ukrainian language characteristics affect the learning process of English pronunciation.

We cannot underestimate the importance of prosodic transfer phenomena, especially in intonation languages such as English. Both English and Ukrainian are intonation

languages, each having their own intonation contours to convey various attitude and pragmatic force. How Ukrainian contours may influence English and affect communication is important to consider. Research, especially that of Holden and Hogan, and Hyman, shows that speakers of English respond negatively to the Slavic language intonation transfer. One study has also shown that Slavic language learners' intonation does not improve over time (Derwing, 2006). Intonation can be a difficult aspect of language to acquire for a second language learner and the fact it has often played a less important part in language teaching gives more reason to investigate this further. There is limited research on Ukrainian intonation influence on English and limited longitudinal studies on intonation development (O. Valihura, 2006, V. Myskiv, 2011). In this study we have analyzed the data and the Ukrainian language influence and whether intonation contours can become more target-like over time.

Native language prosodic structure is known to modulate the processing of non-native suprasegmental information. Learners of English, who are trained to be artificial bilinguals, should bear in mind that the prosodic patterns of their native language may, and very often do, sound wrong when applied to English. Wrong realizations of prosodic patterns give a foreign accent as do bad sound articulations. In addition, the prosodic patterns used by non-native speakers may be inappropriate for the given situation of discourse, because their meanings may be quite different from those in the native language. The use of wrong prosodic patterns can cause vexation and misunderstanding on the part of the listener. This is more serious than a foreign accent. Imagine one saying " 'Good `bye" instead of " 'Good ,bye"; " 'Shut the `door be ,hind you" instead of " 'Shut the ,door behind you". The English listener may get a bad impression, since he will probably assume that the effect made by the tune was given by the speaker deliberately.

J. O'Connor and G. Arnold point out, "English speakers are able to make a good deal of allowance for imperfect sound-making, but being for the most part unaware of the far-reaching effects of intonation in their own language, they are much less able to make the same allowance for mistakenly used tunes. The result is that they may hold the foreigner responsible for what his intonation seems to say – as they would rightly hold an Englishman responsible in a similar case – even though the tune does not faithfully reflect his intention" [100, p. 2].

A native listener may learn in time to consciously ignore the inappropriate prosodic patterns, but this will be done at the cost of getting only part of the meaning of the utterance, and not being too sure about that.

Our research into phenomena of prosodic interference in the English speech of Ukrainian speakers of standard English has shown that over 10% of English prosodic intonation patterns that were pronounced by those speakers did not conform to the situation of discourse. For instance, in the dialogue

- Is this book yours?
- No, it isn't mine, dear.
- Whose is it then?
- I don't know. It probably belongs to one of the boys.

the second utterance was sometimes pronounced with the high falling tone instead of the low rising tone, and in the third utterance nuclear prominence was given to the word "whose" instead of the word "is".

Wrong

- `No, it 'isn't `mine, dear.

Correct

- ,No, it 'isn't `mine, ,dear.

- `Whose is it then?

- `Whose ` is it then?

We can conclude that the linguistic skills of the bilingual speaker should be tested according to his "communicative competence", i.e. the knowledge and expedience in applying the rules which are governed by definite situations.

Interference from the native language in English utterances spoken by Ukrainian learners of English is observed in all the subsystems of prosody on the auditory and acoustic levels. The studies of Ukrainian-English prosodic interference show that melody, stress, rhythm, and tempo are the areas of the deviations from the prosodic norm of the non-native language of the bilingual speaker.

Melody: the phonetic term for pitch is fundamental frequency which is the rate of vibrations of the vocal chords. When the number of vibrations per second (the frequency) goes up, the pitch also goes up, although the ratio is not one to one (Couper-Kuhlen, 1996). Pitch is the auditory term used to describe frequency that listeners can hear and place on a low to high scale. In English there are distinct intonation patterns. According to Ladefoged (2006), the changes produced in a sentence due to different levels of pitch are shown in an intonation pattern. This pattern is often noticeable because of a tonic syllable which shows the strongest point in pitch's change. The tonic syllable occurs whenever a word needs to be emphasized. Intonation patterns point toward the intention of the speakers, and tonic syllables usually show new information or ideas that the speaker wants the listener to pay attention to. According to what has been mentioned above, it can be concluded that the awareness of English intonation will empower students to avoid miscommunication, because the proper intonation helps communicate the message more accurately

The influence of the pitch patterns of the mother tongue in English utterances produced by Ukrainians manifests itself in the following deviations from the English prosodic norm:

1. higher initial and final pitch levels of the rising tones and the falling-rising tone;
2. wider pitch interval (the distance between the starting and the ending point) of the rising tone;
3. lower final pitch level of the falling tone;
4. lower initial pitch level of the utterance. (Normally the beginning of Ukrainian utterances is lower than that of English);
5. wider pitch range of the utterance;
6. lower pitch level of the 1st stressed syllable and the lower pitch level of the utterance.
7. narrower pitch intervals between the pre-head and head, head and nucleus, nucleus and tail. This is due to the fact that in Ukrainian the pitch movement is more monotonous, i.e. there are no sharp pitch contrasts (transition) between the structural elements of the utterance;
8. the use of the pitch patterns which are not characteristic of English, e.g. the rising tone instead of the falling tone.

All the above features result in Ukrainian accent. The general picture that emerges from the scientific literature is that accent is a difficult prosodic phenomenon to acquire, and this seems to hold true for quite diverse categories of English learners. In Ukrainian-English we have little data on the distribution of accent. Contrastive research on prosody indicates that there are quite large differences between languages as far as their patterns of utterance

level accentuation are concerned.

Learners of English very often exaggerate the pitch contrasts characteristic of English which results in affected speech. This occurs also when the 1st stressed syllable of the utterance is pronounced higher than is normally used by Englishmen.

Stress and Rhythm: according to the experimental studies of prosodic interference, stress and rhythm are the areas of the greatest number of deviations from the prosodic norm of the non-native language of the bilingual speaker, and what is more important, distortions in the accentual patterns display a very high degree of stability and communicative relevance. These results apparently emerge from the functional and structural differences between the accentual systems of the languages being in contact. In English utterances pronounced by Ukrainian speakers the following features of interference can be observed:

1. The occurrence of a greater number of stresses and the resulting distortions of the rhythmic patterns of English.

2. The shifting of the nuclear stress to the left, towards the beginning of the utterance. This shifting is known as a characteristic feature of the Ukrainian language.

3. Exaggerated prominence of the nuclear syllable, achieved by a wider interval of the terminal tone and a greater quantitative contrast with the unstressed syllables.

4. Exaggerated prominence of the stressed syllables in the pre-nuclear part of the utterance as a result of their greater duration and also the affected pitch contrasts.

5. Distortions in perceptible isochrony of rhythmic units under the influence of the syllable-timed tendency of Ukrainian rhythm. Though Ukrainian rhythm is stress-timed as well as English the tendency to pronounce stressed syllables at approximately equal intervals of time is weaker in Ukrainian. As a result, the variability of the duration of the rhythmic unit in English utterances spoken by Ukrainians is greater than in the same utterances pronounced by Englishmen.

Distortions in rhythm are also due to the inadequate or slowed down pronunciation of some difficult sounds and sound combinations, the absence of reduction, the absence of loss of plosion, the lengthening of fricative consonants.

Tempo: the tempo of English utterances pronounced by Ukrainian learners of English is slower than in the speech of Englishmen. This results from the immediate influence of the tempo of speech which is characteristic of the native language.

Unstressed syllables are not reduced to the same degree as in the English norm. The absence of necessary reduction is, in particular, characteristic of form words, e.g. [wɔ:z] instead of [wəz] in the utterance "So yesterday was the 31st".

Stressed syllables are also longer than they should be.

The slowing down of the nucleus and the tail may occur in utterances pronounced with the rising tone (the interval of the rise, being wider than in the norm), e.g. "Is this book yours?" Distortions in the temporal structure of the utterance are also observed at the juncture of intonation groups; there is a tendency with Ukrainian speakers to overlengthen the final syllables of the preceding intonation group and to shorten the initial syllable of the following intonation group which is perceived as an inadequate (very long) pause.

The character of deviations is essential for intelligibility. Thus, the inadequate realization of the rising tone in a general question or in a non-final intonation group may appear to be sufficient for the native listener's evaluation of the utterance as unnatural. On the other hand, exaggerated or too small prominence of stressed syllables, faster or slower tempo may

not affect a rather high evaluation of the non-native speaker's intonation.

The number and the character of deviations are dependent on the type of utterance. In statements containing more than one intonation group, in disjunctive and general questions there are more features of interference than in special questions and statements, containing one intonation group.

Changes in the number and in the character of prosodic deviations from speaker to speaker indicate the degree of the speaker's familiarity with the second language.

The degree of familiarity with the prosodic system of the second language is primarily evaluated by native speakers by the number of perceptible deviations.

Research in the field of language interference in general and prosodic interference in particular proves valuable to the theory of language contacts as it reveals regularities in the functioning of language systems being in contact. It is also important from the point of view of practical application of the data obtained. The foreign language teacher, whose ultimate goal is to train his students to be artificial bilinguals, can gain a lot from what has been found about prosodic interference. The importance of further pedagogically – oriented experimentation in the field of phonetic interference is quite obvious. Learners of English should bear in mind both peculiarities of forms and meanings of English prosody, i.e. they should produce the prosodic patterns correctly and use them in appropriate situations.

Thus, the linguistic character of prosody can be summarized in the following way: prosody of speech is significant and meaningful; prosody is systematic: it is not invented in speaking but produced according to the system of prosodic structures of a given language. Prosody is a characteristic feature of each concrete language and cannot be used in speaking another language.

Literature:

1. Зимовець Г.В. Міжмовна інтерференція в умовах контактного білінгвізму „Загальне мовознавство” / Г. В. Зимовець. – К., 1997. – 19 с.
2. Кульчицька Н. О. Особливості явища інтерференції в процесі навчання англійської мови як другої іноземної у філологічному ВНЗі / Н. О. Кульчицька. – Збірник наукових праць Бердянського державного педагогічного університету Сер. Педагогічні науки. – 2010. – №3. – С. 241–245.
3. Миськів В. А. Фонетична інтерференція як методична проблема у процесі вивчення англійської мови після німецької студентами факультету іноземних мов / В. А. Миськів // Наукові записки ТНПУ. Сер. Педагогіка. – 2011. – № 2. – С. 182–187.
4. BEST, C.T. & W. STRANGE (1992), “Effects of phonological and phonetic factors on cross-language perception of approximants”, *Journal of phonetics*. – pp. 305-330.
5. BEST, C.T. (1995), “A direct realist view of crosslanguage speech perception”, in W. Strange (ed), *Speech perception and linguistic experience: theoretical and methodological issues*, Timonium: York Press. – pp. 171-204.
6. Couper-Kuhlen, E.&Selting, M. (1996). *Prosody in conversation: interactional studies*. Cambridge: Cambridge University Press.
7. DE BOT, K. (1986), “The transfer of intonation and the missing database”, in E. Kellerman & M.S. Smith (eds), *Crosslinguistic influence in second language acquisition*,

Pergamon: New York. – pp.110-119.

8. Derwing, T.M., Thomson, R.I., & Munro, M.J. (2006). English pronunciation and fluency development in Mandarin and Slavic speakers. *System*, 34, – pp. 183-193.
9. FLEGE, J.E. (1995), “Second language speech learning: theory, findings and problems”, in W. Strange (ed), *Speech perception and linguistic experience: theoretical and methodological issues*, Timonium: York Press. – pp. 233-277
10. Kingdon R. *The Groundwork of English Intonation*. – L, 1958.
11. KUHL, P.K. & P. IVERSON (1995), “Linguistic experience and the “Perceptual Magnet Effect””, in W. Strange (ed), *Speech perception and linguistic experience: theoretical and methodological issues*, Timonium: York Press. – pp. 121-154
12. LADEFOGED, P. *A course in phonetics*. 5. ed. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.
13. LEATHER, J. & A. JAMES (1991), “The acquisition of second language speech”, *Studies in second language acquisition*. – pp. 305-341.
14. MENNEN, I. (2006), “Phonetic and phonological influences in non-native intonation: an overview for language teachers”, *Working Papers Queen Margaret University College*.
15. O’Connor J., Arnold G. *Intonation of Colloquial English*. – L., 1973.
16. Prosodic transfer from L1 to L2. Theoretical and methodological issues Laurent Rasier & Philippe Hiligsmann. – http://clf.unige.ch/files/9814/4102/7519/03-Rasier_nclf28.pdf
17. Ольга Валігура. Когнітивні аспекти просодичної інтерференції. – http://vuzlib.com.ua/articles/book/32814-Kognitivni_aspekti_prosodich/1.html

Герман В. В.

кандидат філологічних наук, доцент
Сумського державного педуніверситету
ім. А. С. Макаренка,
Україна

НАРОДНА ФРАЗЕОЛОГІЯ В КОНФЕСІЙНІЙ МОВІ П. КУЛІША ТА П. ГРАБОВСЬКОГО

Ключові слова: фразеологія, етнофраземіка, конфесійна мова
Keywords: phraseology, etnophrasemics, confessional language

Народна фразеологія концентрує здобутки давніх вірувань, переказів, сталих і крилатих висловів, прислів'їв і приказок, що зберігають у своїй основі мудрість попередніх поколінь. Джерела дослідження фразеології української мови численні та різноманітні, але найбільш яскраво наповнення фразеологічного словника ілюструє творча спадщина митців українського слова. Її аналіз на базі узагальнених духовних концептів дає змогу відтворити фразеологічну скарбницю етнофраземами, дослідити походження, становлення та склад одиниць національного характеру.

Народну фразеологію вивчали А. Івченко, В. Білоноженко, Д. Одинченко, І. Гнатюк, Л. Аксент'єв, Л. Скрипник, Н. Бабич тощо. Окремі аспекти, зокрема походження, склад етнофраземіки, подають у своїх працях А. Галас, Н. Жаркевич, О. Майборода, Т. Маркотенко та ін. Однак праці зазначених науковців мають, як правило, загальнолінгвістичне спрямування, не ілюструють узагальнені концепти етнофраземіки на основі певного контексту. Метою розвідки стало дослідження впливу народної фразеології на формування конфесійних концептів творчого доробку П. Куліша та П. Грабовського. Вважаємо, що етнофраземи – це фразеологізми, що мають конотативне фольклорне забарвлення і виражають глибоку та стрімку народну духовну культуру. Етнокультурна ознака фразеологізму ставить перед дослідником фактичного матеріалу важливе завдання: під час аналізу використовувати не лише мовні особливості стійких словосполучень, а й залучати знання етнічних традицій народу.

Творча спадщина П. Куліша та П. Грабовського рясніє народними фразеологізмами. Звернення письменників до фразеологічної скарбниці не випадкове, адже світогляд митців формувався на основі фольклору, традицій і світобачення праукраїнців. Так, першочергову роль у формуванні світовідчуття П. Куліша відіграла творча та нахненна душа його матері. Людина, яка розмовляла лише українською мовою, знала безліч легенд, оповідей, примовок, крилатих висловів, прислів'їв та приказок, пісень, змогла виплекати у майбутнього письменника любов до рідного слова. Невід'ємну роль у формуванні світогляду П. Куліша відіграло Святе Письмо. Воно заклало підґрунтя для формування християнського світогляду митця. На євангельських засадах відбувалось становлення не лише релігійних поглядів П. Куліша, а й просвітницьких, романтичних ідеалів його життя. Світогляд П. Грабовського також формувався на основі народнопоетичної творчості, легенд та переказів із Біблії. Поєднуючи знання фольклору, любов до української пісні, мудрість і філософічність біблійних оповідей, він створює власний іде-

ал людини-борця за національні ідеї, духовно багату та творчо нагнненну особистість. У літературознавчій статті «Дещо про поетичну творчість» П. Грабовський зазначає, що фольклор «се джерело, з якого на здоров'я довго ще будуть пити нащадки» [1; 108].

У доробку П. Куліша та П. Грабовського виділяємо такі основні конфесійні концепти народної фразеології: *Бог, диявол, душа, смерть*.

Ще з давніх вірувань українців концепт «*Бог*» став центральною персоналією їх духовного світу. До Бога зверталися з проханнями, славили його ім'я, молилися та за Господньої допомоги відгонили від своєї оселі злих духів. У давні часи, коли основним джерелом знань були Святе Письмо, Біблія, апокрифи та життя святих, люди знали і переповідали багато крилатих висловів, фразеологізмів, афоризмів релігійного походження. У творах П. Куліша та П. Грабовського представлені такі етнофразеологізми з концептом «*Бог*»: **Бог знає** – про щось невідоме [4; Т.1, 59]. *Бог його знає!* (3; 67); *Бог знає*, чи трапиться вдруге так гарно вкlastись спати (3; 110); **Бога ради** – будь ласка (при особливому підкресленні просьби) [4; Т.1, 59]. Кириле, скажи, *бога ради*, чим мені тебе наградити? (3; 71); *Одумайся, бога ради*, Тарасе! (3; 43); Так чого ж, *бога ради*? (3; 57); **Боже вас благослови!** – уживається як побажання успіху перед початком якої-небудь справи, схвалення якихось дій [4; К.1, 34]. *Боже вас благослови!* (3; 36); **Божий чоловік** – паломник; прочанин; юродивий [4; К.2, 950]. Звався *божим чоловіком* сліпий старець-кобзар (3; 25); **Господь з вами** – 1. Уживається для вираження здивування, заперечення, докору, застереження, заспокоєння. 2. ...для вираження побажання усього найкращого. 3. ...для вираження згоди, примирення, прощення; хай буде так [4; К.1, 37]. *Господь з вами*, мої дітки, *господь з вами!* (3; 121); **Дай Боже** – уживається для вираження побажання комусь чого-небудь; для вираження похвальної оцінки когось, чого-небудь [4; К.1, 219]. *Дай же, боже*, і ти, мати божа, щоб і се справдилось на щасте й на здоров'є! (3; 40); *Дай, боже*, і повік таких панів! (3; 46); **Іди (їдь) з Богом** – форма прощання з побажанням благополуччя, щастя, успіху [2; К.1, 350]. *Ідь собі з богом*, поклонись церквам божим, та й за нас, грішних, прочитай святу молитву (3; 46); **Йй же богу** – застар., виражає запевнення в чомусь; слово честі [4; Т.1, 254]. *Йй-богу*, добрі люде! (3; 72); **Слава тобі Господи** – уживається для вираження задоволення, заспокоєння, морального полегшення у зв'язку з чим-небудь [4; К.2, 824]. *Слава, слава богу...*(2; 139).

Наповнення етнофраземіки, представлені у творчому доробку П. Куліша та П. Грабовського, має у більшості значень містичне «темне», демонічне спрямування, це пояснюється тим, що українці вірили у існування вищих лихих сил і всі негативні події у своєму житті пов'язували з дією потойбічних істот. Концепт «*диявол*», «*нечистий*», «*чорт*» об'єднує поняття, що характеризують темні сили людського життя. Віра у Бога, як і віра у чорта, існує ще з найдавніших часів. У творчості П. Куліша та П. Грабовського представлені наступні етнофраземи цієї групи: **Геть к нечистому** – уживається для вираження протесту проти когось, чого-небудь, заперечення чогось, зневаги до когось [4; К.2, 957]. *Геть же к нечистому*, боярський підніжку! (3; 27); **Дияволів син** – 1. Уживається для вираження незадоволення, обурення ким-небудь. 2. Уживається для вираження доброзичливого, позитивного ставлення до когось або захоплення кимсь [4; К.2, 805]. *Прощайсь лишень, дияволів сину*, з матір'ю та сестрою...! (3; 114); **Чорт знає що** – не те, що треба; не таке, як треба; те, що викликає осуд, подив [4; К.2, 952]. ... А ми будуй власним коштом стіни, палісади, башти, плати чинш, мито і *чорт знає що!* (3; 44).

За релігійними уявленнями українців *душа* – основа людини, передає її внутрішній світ, зберігаючи досвід та світовідчуття. Душа сприймалась як нематеріальна, безсмертна сутність, нерозривно пов'язана з тілом; якщо людина помирала, то душа переходила в інший вимір буття, прямувала до Бога. За давніми віруваннями саме душа відповідала на небі за земне життя людини, ставала на суд перед Богом. Фразеологічний ряд з конфесійним концептом «душа» представлений у П. Куліша та П. Грабовського найповніше: **Душа болить** – хто-небудь дуже переживає, страждає з якогось приводу [5; Т.1, 277]. **Болить душа** (2; 152); **Душа вгору росте** – хто-небудь відчуває піднесення, натхнення, захоплення [4; К.1, 277]. Як зачне розказувати мій побратим, то аж *душа вгору росте* (3; 64); **Лежати на душі (на серці)** – бути предметом тяжких роздумів, переживань [4; К.1, 419]. От же я знаю, що в сього Кирила Тура щось *на душі важке лежить* (3; 66); **Припасти до душі** – сподобатися [4; Т.2, 161]. У нас як кому *припаде до душі* руса коса, то вхопить, як сокіл чайку, та й до попа (3; 65); **Проймати серце (душу)** – 1. Глибоко зворушувати, розчулювати кого-небудь. 2. Викликати сильні, неприємні відчуття [5; К.2, 706]. Жіночі сльози й печаль не скоро *проймали* йому *душу* (3; 66); **Щира душа** – уживається на означення позитивних якостей людини: правдивості, відвертості, доброзичливості, сердечності [5; К.1, 283]. Нема, може, і в світі такої *щирої душі* до мене (3; 71).

Концепт «*смерть*» відомий ще з давніх обрядів українців і належить до поховальних етнофразеологізмів. Поховальне дійство за віруваннями українці насичували різноманітними обрядами, як і народження людини. У творах П. Куліша та П. Грабовського знайшли вираження такі етнофрази:

Заирати смертю в очі – хто-небудь може померти, близький до кончини, загибелі [5; Т.2, 833]. І здається часом, ніби *смертю в очі Зазирає* хмура, заклята тюрма! (2; 122); **Спровадити на той світ** – позбавити життя кого-небудь, згубити, убити когось [4; К.1, 124]. Трохи мені остатнього сина не *спровадив на той світ!* (3; 98).

Отже, творча спадщина українських письменників є невичерпним джерелом дослідження і збагачення етнофразеології. Спираючись на власний досвід, світогляд та духовний світ, П. Куліш та П. Грабовський відобразили у творах багату конфесійну палітру фразеології української мови. Концепти «Бог», «диявол», «душа», «смерть» ілюструють основні конфесійні аспекти народної фразеології, вбираючи не лише глибокий духовний світ письменників, але й етнічні особливості українського народу, слідування обрядам та дотримання постулатів християнської віри.

Література

1. Грабовський П. А. Вибрані твори : в 2-х т. / П. А. Грабовський – К. : Дніпро, 1985. – Т. 2. – 343с.
2. Грабовський П. А. Зібрання творів у трьох томах / П. А. Грабовський. – К. : Видво Академії наук РСР, 1959.
3. Куліш П. О. Чорна рада : Хроніка 1663 року та оповідання / П. О. Куліш. – К. : Веселка, 1990. – 256 с.
4. Удовиченко Г. М. Фразеологічний словник української мови : у 2-х т. / Г. М. Удовиченко. – К. : Вища школа, 1984.
5. Фразеологічний словник української мови : у 2-х т. / укл. В. М. Білоноженко та ін. – К. : Наук. думка, 1999.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Бондар Р.О.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ

Ключові слова: ділова кореспонденція, ділова переписка, діловий лист, титули, адресат, переклад.

Ділова кореспонденція є невід'ємною частиною ділового спілкування, тому вміння правильно скласти лист є дуже важливим у сучасному бізнес-суспільстві. За своєю структурою ділова переписка поділяється на 2 види [3; 32]: простий діловий лист; стандартний діловий лист.

Простий діловий лист – це лист приватної особи до будь-якої компанії, організації чи фірми. Його структура: *адреса відправника, дата, ім'я та адреса отримувача, привітання, текст листа, заключна фраза, підпис*. Адреса відправника у простому діловому листі вказується у правому верхньому кутку. Ім'я відправника перед адресою, як правило, не ставиться. Дата складання листа вказується нижче адреси відправника через пропущений рядок. Потрібно враховувати, що назву місяця потрібно писати словами, а не цифрами: наприклад, *28 March 2006/ 28th March 2006/ March 28, 2006, а не 1/3/06*. Ім'я та адреса отримувача вказуються на рядок нижче від дати, але в лівій частині листа. Якщо прізвище адресата відоме, то перед ним потрібно використовувати титули ввічливості або спеціальні титули.

Титули ввічливості:

- *Mr*, пишеться з крапкою або без неї у кінці слова та є скороченням від слова *Mister* – пан. Використовується перед чоловічим прізвищем.

- *Mrs*, (з крапкою чи без) – не є скороченням. Означає заміжню жінку.

- *Miss* (без крапки) означає незаміжню жінку.

- *Ms* (з крапкою чи без) – не є аббревіатурою. Універсальний титул, який підходить як незаміжній дівчині, так і заміжній жінці. Використовується у тому випадку, якщо відправник невпевнений у сімейному положенні жінки-адресату.

- *Messrs* (з крапкою чи без) – скорочена форма слова *Messieurs* – панове. Використовується перед назвами фірм чи компаній, які складають декілька філій. Наприклад, *Messrs P. Jones and B.L. Parker; Messrs Smith & Jones & Co*.

Спеціальні титули бувають:

- академічні та медичні: *Doctor (Dr.), Professor (Pr.)*;

- військові: *Captain (Capt.), Major (Maj.), Colonel (Col.), General (Gen.)*;

- аристократичні: *Sir* (означає, що власник титулу є лицарем. Після такого титулу обов'язково зазначається ім'я та прізвище його володаря: *Sir John Brawn, Sir Brown, Sir J. Brawn*), *Lord, Baroness*.

Якщо прізвище адресата невідоме, потрібно вказати його посаду (наприклад, *The Sales Manager, The Finance Director*) чи назву відділу (*The Sales Department, The Account Department*), чи назву організації, яка отримує лист. Текст листа повинен бути написаний уввічливий, коректній формі та бути коротким та зрозумілим. Текст логічно поділяється на абзаци, які відділяються один від одного додатковим інтервалом.

У першому абзаци, як правило, розкривається причина написання листа, в останньому – висловлюється сподівання на швидку відповідь та подальше співробітництво. Заклучна фраза обирається у відповідності до привітання.

Стандартний діловий лист, ділова кореспонденція якоїсь компанії, має таку саму структуру, що і простий діловий лист, за виключенням деякої додаткової інформації. Структура: «шапка листа», індекс, дата, ім'я та адреса отримувача, помітка про конфіденційність, привітання, тема листа, текст листа, заклучна фраза, підпис, ім'я та прізвище особи, від якого імені написано, відправник, посада відправника, помітка про наявність, додатків та їх найменування, помітка про відправлення копій листа.

«Шапка» ділового листа друкується навсю ширину фірмового бланку компанії та має наступну інформацію:

1. Тип компанії. У кінці назв багатьох британських компаній використовується слово *Limited* (чискорочено *-Ltd*), від «*Limitedli ability company*» – товариство з обмеженою відповідальністю, акції яких не продаються. Абревіатура *PLC* (від «*Public limited company*») позначає компанію з обмеженою відповідальністю, акції яких продаються. Якщо компанія являє собою акціонерне товариство, то у «шапці» листа будуть вказані імена його директорів, голова ради директорів (*брум. Chairman, амер. President*) або виконавчого директора (*брум. Managing Director, амер. Chiefexecutive*).

2. Координати компанії. У «шапці», крім адреси офісу, з якого надіслано лист, може бути вказано:

- адреси філій чиголовного офісу компанії;
- номера телефонів, телексів, факсів;
- реєстраційний номер компанії;
- номер НДС (VAT number).

Індекс/ вихідний номер вказується вправій частині листа наодин рядок нижче від «шапки» листа та містить зашифровану інформацію про відправника, про номер, присвоєний листу для зберігання архіві. Буває числовим, словесним чи словесно-числовим:

- *Reference: 241* – посилення на порядковий номер документу;
- *Ref.: JS* – вказує на ініціали автора листа;
- *Ref.: JS / 241* – містить ініціали автора листа / порядковий номер документу;
- *Ref.: JS / MN / 241* – вказує на ініціали автора / ініціали секретаря чи виконавця / порядковий номер документу.

Якщо лист є відповіддю, тонапочатку потрібно вказати вихідний номер ініціативного листа (наприклад, *Your ref.:191*), а вже потім інформацію про відправника. Помітка «конфіденційно» – ставиться відправником, якщо він не хоче, щоб хтось ще міг його бачити, окрім отримувача. Деякі фірми починають лист звказання теми повідомлення (*subjecttitle*), що допомагає прискорити обробку та систематизацію ділового листування. Інколи замість автора (керівника) лист підписує виконавець. У випадку, коли відправник виступає від імені когось іншого, перед друкованим підпи-

сом використовується термін *perpro* (p.p.) – скорочення від виразу *perprocurationem* (за дорученням, за згодою). Під підписом відправник повинен вказати посаду, яку він займає в компанії, яку він представляє: *Managing director*. Далі буде помітка про наявність додатку з повним перерахуванням документів (*enc./encl.* – *enclosure* скорочення від *enclosure* – додаток). Помітка про надсилання копій листа (*CC* – скорочення від *carboncopy* – копія) ставиться на випадок, якщо послання має декількох адресатів, звказанням їх прізвищ, посад, назв компаній, яким призначені копії. Наприклад, *CC: Mr James Bratts, Managing director*.

Знати дуже добре мову, володіти високими загальними знаннями – це дуже добре, але цього недостатньо. Потрібно мати суто специфічні знання щодо перекладу термінів. При перекладі термінів перекладач стикається з проблемою омонімії термінів, тобто з тим фактом, що одне й те саме слово має різні значення в окремих галузях науки. Питання термінологічної омонімії досить суттєво розглянуте В.І. Карабаном [3, 316]. Щоб уникнути неправильного перекладу термінів, бажано орієнтуватися навизначення галузі перекладу танатематику тексту.

Література:

1. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. –В.: Нова книга, 2002. – с. 564. [3, 316].

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Савостьян Я.С.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФРАЗОВИХ ДІЄСЛІВ ТА ЇХНЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Ключові слова: phrasal verbs, translation methods, modern English, linguistic research

Актуальність обраної теми визначається спрямуванням лінгвістичних досліджень на поглиблене вивчення різних типів фразових дієслів, їх розвиток та способи їх перекладу, а так як словниковий склад англійської мови постійно поповнюється, з'являються нові слова, значення, явища, то його можна досліджувати знову і знову. Метою роботи є вивчення специфіки способів перекладу фразових дієслів та їх лексичне функціонування у сучасній англійській мові.

Фразові дієслова широко вживаються в сучасній розмовній та письмовій англійській мові і є характерними як для мови загального, так і для мови спеціального вжитку. Іноді просте дієслово, наприклад, *rise*, можна вжити замість фразового, наприклад, *get up*, але воно звучатиме занадто офіційно й дещо неприродно.

Стійкі лексичні сполуки англійського дієслова з прислівником, дієслова з прийменником і дієслова з прислівником і прийменником, що набувають порівняно з самим дієсловом нові значення чи відтінки значень, називаються фразовими дієсловами.

Основне дієслово в складі фразового дієслова називається базовим. Фразове дієслово, що складається з двох слів, називається прислівниковим або прийменниковим в залежності від граматичної природи другого слова. Фразове дієслово з трьох слів (базове дієслово, прислівник і прийменник) називається комплексним, прислівники та прийменники у складі фразового дієслова називаються пост позитивами. Прикладами типових фразових дієслів є *turn on*, *make out*, *deal with* [1].

Фразовими дієсловами називають переважно такі сполучення, у яких постпозитив належить до дієслова, а не до додатка, і становить з дієсловом єдине ціле, наприклад: *give up* (smoking). Якщо *give* вжити без *up*, воно означатиме давати, а не кидати. Як правило, до фразових дієслів не відносять сполучення на зразок *depend on*(the weather), у яких постпозитив належить до додатка, а не до дієслова, утворюючи при цьому прийменниковий додаток.

Розглянемо способи перекладу фразових дієслів. Загальновідомо, для того, щоб забезпечити адекватний переклад, перекладач повинен бути в змозі відчутти нюанси семантики як вихідної мови, так і цільову мову текстів. Англійські фразові дієслова становлять великий інтерес в цьому відношенні, тому що вони мають цілу низку семантичних, граматичних та стилістичних особливостей, тому іноді дуже важко робити їх точний переклад на українську мову. Звичайно, щоб перекласти такі лексичні

одиниці у рідній мові, перекладач може звернутися до відповідних двомовних словників, але як щодо глибокого розуміння того, чому те чи інше фразове дієслово перекладається саме так, а не будь-яким іншим способом? Щоб отримати гарне уявлення про семантичні нюанси англійських фразових дієслів, спочатку потрібно подивитися на їх концептуальні особливості. У теорії, фразові дієслова, як правило, вважаються ідіоматичним поєднанням дієслова і обставинної частинки.

Загалом, основною функцією фразових дієслів є концептуальна категоризація дійсності людиною, яка висловлює свої думки. Вони позначають не тільки дію або стан, як роблять “звичайні” дієслова, але і вказують їх просторові, тимчасові та інших характеристики. Ця здатність більш точно, яскраво і емоційно описувати дії або стан визначається обставиною компонентів фразових дієслів. Комбінуючи ці елементи, дієслова широкого значення піддаються регулярному та систематичному примноженню їх семантичних функцій. У більшості випадків обставина елементів позначає загальні просторові напрями дій або висловлює якісні або кількісні характеристики, такі як тривалість – будемо разом, завершення – придумувати, інтенсивність – поспішати і так далі.

Очевидно, що такі семантичні особливості фразового дієслова повинні впливати на процес їх перекладу на українську мову, в якій високо розвинена система словесних префіксів. Наприклад, український префікс «роз-» означає: 1) поділ на частини (розкришити); 2) розподіл, напрям дії в різних напрямках (роз'їхатись); 3) дію у зворотному порядку (розмінувати); 4) припинення дії або стану (розлюбити); 5) посилення дії (розтанцюватись). Таким чином, в перекладі з англійської на українську мову, значення англійських обставинних компонентів фразових дієслів в основному передається за допомогою українських префіксів, які найбільш точно відображають характер описаної дії або стану.

Коли маєш справу з перекладом англійських фразових дієслів або попереднього аналізу змісту їх обставинних елементів, слід завжди мати на увазі їх велику багатозначність. Звичайно, ми не можемо окремо перекладати частини фразового дієслова, тому що фразове дієслово є єдиною семантичною та синтаксичною одиницею. Змінюючи постпозитив у фразовому дієслові, одразу ж зміниться його лексичне значення. Наприклад: *to trade on* – мати вигоду, використовувати в особистих інтересах; *to trade in* – віддавати стару річ в рахунок придбання нової або обміняти з доплатою; *to trade off* – поступатися чимось в обмін на щось, розплачуватись чимось за щось, збувати, обмінювати.

Правильний переклад англійських фразових дієслів у великій мірі залежить від контексту, в якому вони використовуються, що передбачає відповідне тлумачення описаних дій. Наприклад: *He traded on his family connections to rise to a senior position* (він скористався своїми сімейними зв'язками, щоб піднятися на вищу посаду); *85 % of new cars bought in the UK have a trade in* (85% нових автомобілів у Великій Британії куплені шляхом обміну з доплатою).[2] Якщо ж неможливо перекласти фразове дієслово за допомогою відповідного українського префікса або звичайного дієслова, тоді використовують доповнення, тобто передають значення фразового дієслова описовим шляхом.

Значення фразових дієслів найповніше подано у словниках фразових дієслів. Як шукати фразове дієслово у словнику? Спочатку треба знайти головне дієслово. Фразові дієслова розташовані в алфавітному порядку відповідно до постпозитивів, які йдуть після них. Коли необхідне фразове дієслово знайдено, слід мати на ува-

зі, що значення кожного фразового дієслова перелічені у порядку частоти їх вживання. Це означає, що найважливіші значення в переліку є першими.

Прислівник чи прийменник як невід'ємна частина дієслова надає його значенню певного відтінку (*speak* – говорити, *speak up* – говорити голосно) або повністю його змінює (*tell* – казати, *tell apart* – відрізнати). Дієслово «розмовляти», наприклад, має численне та в семантичному плані неоднорідне словотворче гніздо. Такі дієслова як промовити, вимовити, заговорити (почати говорити) лише деякою мірою модифікують його значення, в той час як вмовити, відмовити, обмовлятися тощо, означають більш «вузьку» дію, ніж акт вимовляння репліки. Англійськими еквівалентами багатьох похідних від «говорити», є такі фразові дієслова: висловлюватися – *say out (to express something)*, *finish speaking (something fully or honestly)*; проговорити (провести час за розмовою) – *speak for (to go on talking for a certain length of time)* або *talk away (to spend time in talking)*; вмовляти – *talk into (to persuade (someone) into (action or doing something) by talking)*; відговорити (переконати) – *talk out of (to persuade (someone) against (an action or doing something))*; заговорити (стомити розмовою) – *talk off (talk one's head off) (to speak at great length)*; обговорити – *talk over (to consider (a matter) at length (with someone else))*; проговоритися – *breathe of (to speak (something) when one should not)*. Англійські фразові дієслова близькі за своєю семантичною функцією до українських дієслів зі складною морфемною структурою. Вони мають «вузьке» значення, конкретизуючи характер дії, манеру її здійснення, а також протяжність у часі та відношення до інших дій та своєї межі.

Отже, фразові дієслова є дуже поширеним явищем у англійській мові і притаманне лише їй. Кількість фразових дієслів надзвичайно велика. Навіть, одне й те ж фразове дієслово може мати дуже багато значень, які зовсім не подібні між собою. Тому при перекладі обов'язково потрібно користуватися словником фразових дієслів, де подані всі можливі варіанти перекладу даного дієслова. Звичайно, інколи, не знаючи самого фразового дієслова, можна дізнатися його зміст за контекстом.

Література:

1. Povey Jane. Phrasal Verbs and How to Use Them. Учеб. Пособие / Jane Povey. – М. : Высшая школа, 1990. – 176 с.
2. Возна М.О., Гапонів А.Б., Васильченко О.Ю., Хоменко Н.С. Англійська мова для перекладачів та філологів. II курс. Підручник / М.О. Возна, А.Б. Гапонів, О.Ю. Васильченко, Н.С. Хоменко. – Вінниця : Нова Книга, 2006. – 344 с.
3. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка / А.И. Смирницкий. М. : Изд-во лит-ры на иностр. языках, 1956. – 259 с.
4. Столянков Ю.В., Голубева Л.К. Структура и значение фразовых Глаголов / Ю.В. Столянков, Л.К. Голубева // Проблемы лингвистики и межкультурной коммуникации: Сб. научн. тр. п/ред. проф. Г.И. Туголуковой Вып. №1. -М. : Изд-во МГОУ, 2003. – С. 203-211.
5. Столянков Ю.В., Голубева Л.К. Признаки структурно-семантической аналогии значений английских фразовых глаголов в современном английском языке в сравнении с их русскими эквивалентами / Ю.В. Столянков, Л.К. Голубева // Проблемы лингвистики и межкультурной коммуникации: Сб. научн. тр. п/ред. проф. Г.И. Туголуковой Вып. №2. – М. : Изд-во МГОУ, 2003. – С. 74-84.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Сергієнко Т.А.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ФУНКЦІЇ ТА МІСЦЕ ПАРОНІМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Ключові слова: паронім; каламбур; морфемний склад, омонімія, паронімія

Пароніми та омоніми є одним з джерел мовних труднощів у зв'язку із чим у ряді досліджень паронімія розглядається в теорії культури мовлення. Явище паронімії привертає увагу вчених уже протягом багатьох століть. Це явище є досить серйозною проблемою для перекладачів, адже важко визначити значення слів, яке звучить та пишеться однаково. Потрібно виходити з контексту та користуватись словником. Труднощі перекладу цих слів полягають в схожості форми слів. Метою даної праці є можливість розглянути питання про паронімію на матеріалі сучасної англійської мови. Пароніми- це слова, які внаслідок подібності у звучанні і часткового збігу морфемного складу можуть або помилково, або каламбурно використовуватись в мовленні. У лінгвістиці існує два способи визначення паронімів- вузький та широкий.

Мовні форми паронімії нерідко зустрічаються в різних сферах навчання мови: Бізнес мова та ЕСП, де студенти часто не знають, або навіть знаючи, нерідко роблять помилки при використанні або перекладі таких слів. Наприклад, при навчання ЕСП на юридичних факультетах ,часто зустрічались помилки в таких словах, як: а) *inhuman/inhumane prison conditions*; б) *judicial* – 1. *of or by a court of justice*- судовий (eg *judicial branch*) 2. *Showing or using judgement in thinking about something* (eg “*He is rather talented*”- *replied Sarah juducially*) і *judicious* – *showing or having good sense* – розумний, розважливий. (*You put your case most juducially*); в) *credible*- *that can be believed*- заслуговує на довіру (*a credible witness*) *credulous* – *ready to believe things*- довірливий (*credulous consumers*). д) *politic*- *acting or judging wisely, prudence*. Політичний *political* – *of the state, of government, of politics*.

За ступенем подібності морфемного складу виділяють як мінімальні, так максимальні пароніми. Максимальні відрізняються не більше ніж одною звуковою одиницею: *стрес- струс, гамувати- тамувати; hare- hair? Wander- wonder*. Мінімальні- більш ніж однією: *апендикс- апендицит; компань- campaign*.

Явище паронімії варто відрізнити від інших схожих до нього явищ(таких як омонімія, однокоренева синонімія, однокоренева антонімія). У плані відмежування паронімів від його однокорених утворень найважчою є однокоренева синонімія. У багатьох роботах по паронімії однокореневі синоніми розглядаються як окремих випадок мовних паронімів.

З паронімами тісно пов'язані омоніми. Головна відмінність паронімів та омонімів полягає в їх фонетичному оформленні. Якщо омоніми в своєму звучанні тотожні, то пароніми мають лише часткову схожість.

Формальна спільність слів об'єднує їх у підсистему під загальною назвою омонімів, тобто слів, які мають подібні форми при різному змісті кожного з них. Омоніми в мові можуть з'являтися не тільки в результаті втрати зв'язку між ЛСВ багатозначного слова (*stock – part of a gun; a share; line of ancestry*), але і в результаті словотворчих процесів. Ступінь збігу формального боку омонімів дозволяє виділити омоніми повні, що збігаються по всій парадигмі (*lighter – device; lighter – boat, Pl. Lighters*), і часткові, що збігаються тільки в деяких словоформах (*rose – flower; Past form of “rise”*), решта словоформ, зокрема множина іменника та інфінітив дієслова, неомонімічні; аналогічний приклад – словоформи *saw* (минулий час від дієслова *see* і одина іменника *saw*). Як залежності від приналежності кожного з омонімів до певної частини мови розрізняють омоніми лексичні, граматичні, та лексико- граматичні. Лексичні омоніми однакові за граматичною характеристикою, але різні лексично, тобто за змістом. Однакова звукографічна форма і граматичні ознаки дозволяють вважати їх омонімами, але смислова різниця відносить ці омоніми до розряду лексичних. Омоніми *match-contest* (noun) і *match – put smth in competition* (verb) не тільки однакові з точки зору вимови та графіки, але й пов'язані загальним змістом. Проте їх категоріальна відмінність робить ці слова граматичними омонімами. Слова, які плутають, що є синонімами, взаємозамінними в певних випадках, називають синонімічними паронімами. Наприклад: *canal- channel; raise- rise; human- humane*. Паронімічна помилка відбувається лише в тому контексті, коли проявляється розходження таких синонімів у семантичному або стилістичному відношеннях. Інший вид паронімів- це контактні пароніми. Вони не мають загальних словникових значень і тому в нормі не є взаємозамінними. Однак такі пароніми належать до одного семантичного поля. Наприклад: *special- specific; campaign- company*. При широкому розумінні паронімії до паронімів відносять усі слова, що мають звукову подібність, не враховуючи морфемного складу слова,- і різнокореневих, і спільнокореневих(*досвід- дослід, громадський- громадянський, верба- вербена, дерен- терен, hare- hair, skirt- shirt, wander- wonder*). Якщо ж розуміти паронімію вузче, то в паронімічні групи включають тільки спільнокореневі слова, які мають певний змістовий зв'язок(*комунікативний- комунікаційний, хронікальний- хронічний, фабрикант- фабрикат, співак- співець, career- carrier, human- humane, physics- physique*).

Пароніми, а часто й подібні по звучанню слова виконують у мовленні стилістичні функції. Перед кожним автором може виникнути проблема вибору одного з паронімів. Уміле вживання паронімів допомагає письменникові правильно й точно передати думку, саме пароніми розкривають більші можливості мови в передачі тонких значенневих відмінків. При використанні паронімів можливе свідоме відхилення письменника від норми , якщо він хоче показати мовленнєві помилки своїх письменників.

Паронімія та паронімія можуть емоційно впливати на художній текст: а) *And now, perhaps, you had better leave me. The doctor made a point of quiet and repose. P.G. Wodehouse* б). *The drawings were pleasing enough, with quite a sense of atmosphere. (J. Galsworthy).*

Омонімія в англійській мові може стосуватися не тільки слів і словоформ, а й інших одиниць мови, наприклад морфем (-s: 3- тя особа одн. Теперішня неозначена форма дієслова/ Мн. Іменника/ – er: Іменниковий суфікс/ Порівняльна форма прикметникового суфікса).

Здатність паронімів призводити до непорозуміння призвела до того, що під терміном «паронімія» нерідко поєднуються два поняття- власне паронімія, тобто вид мовних системних відносин між лексичними одиницями, і паронімізія (або паронімазія) – стилістичний прийом, що полягає в навмисному зближенні слів, що мають майже подібне звучання. Ці слова не обов'язково повинні бути паронімами, часто для цілей автора буває досить випадкового звукового збігу. Пароніми- це близькі за звучанням однокореневі слова із наголосом на одному і тому ж складі, що відносяться до одного логіко- граматичного ряду. Змішування або неправильне вживання паронімів може призвести до грубих лексичних помилок, до каламбурів або може стати причиною комічних ситуацій. Тобто, можна відзначити, що вживаючи пароніми, треба бути досить обережними, аби фраза не виявилась абсурдною.

Отже, пароніми та омоніми – це складна проблема англійської мови та перекладу, яку необхідно розумно вирішувати. Для цього треба вміти розрізняти значення слів на семантичному та граматичному рівнях. При цьому існування мови без них неможливе. Вони слугують потужним стилістичним засобом, який додає мові яскравості та емотивності.

Література:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – с. 571.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод. – М.:Наука, 1975. – с. 238.
3. Дащенко Н.Л. Паронімічна атракція української поезії 60-80 р.р. 20ст.: Автореф. дис. канд. – К.:КДПІ, 1996. – с. 345.
4. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский. – М.: Издательство УРАО, 2000. – с. 208.
5. Марузо Ж. Словарь лингвистических терминов. – М.: Издательство иностранной литературы, 1960. – с. 258.

ВІДТВОРЕННЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АГРАРНИХ ТЕКСТІВ

Ключові слова: заміна, інтернаціоналізм, псевдоінтернаціоналізм, квазіінтернаціоналізм, калькування, транскрибування

Проблемою інтернаціоналізації термінів та необхідністю належного підходу до вивчення цього явища цікавилися В. В. Акуленко, Л. І. Борисова, В. В. Виноградов, М. Н. Володіна, Е. Вюстер, Е. К. Дрезен, Т. Л. Канделаки, В. І. Карабан, Т. Р. Кияк, І. В. Корунець, І. М. Кочан, В. І. Перебійніс, та ін. Проблемою інтернаціоналізмів у НДР у 50-60-х роках займався К. Геллер і лише наприкінці 70-х років її почали досліджувати у ФРН (П. Браун, Г. Фроне, Ф. Гойслер, Й. Вольмерт, Б. Шедер).

Оскільки політика України спрямована на інтеграцію з ЄС, то вся продукція має відповідати європейським стандартам і бути виготовленою відповідно до технологічного процесу. Саме з цією метою більшість стандартів гармонізують з європейськими, адже це дешевше і швидше. Тому особливо зараз зростає попит на перекладачів, обізнаних в цій галузі. Термінологія зі стандартизації – терміни пов'язані безпосередньо з стандартизацією, такі як стандарт, норми, уніфікація, гармонізація та інші, а також терміни, що стосуються умов зберігання, транспортування, технологічного процесу, хімічних показників тощо.

Метою дослідження є вивчення інтернаціоналізмів та виявлення особливостей їх перекладу в текстах зі стандартизації та сертифікації аграрної продукції (на прикладі німецької та української мов).

Об'єктом дослідження є інтернаціоналізми в текстах зі стандартизації та сертифікації аграрної продукції.

Предметом дослідження виступають способи відтворення інтернаціоналізмів при перекладі текстів зі стандартизації та сертифікації аграрної продукції.

Інтернаціоналізми, за визначенням А. Е. Рицаревої, – лексичні одиниці, що функціонують у декількох (не менш ніж у трьох) світових мовах, близькі по звуковій, графічній і семантичній формі, що є наслідком мовного контакту, що й виражають загальні для багатьох культур поняття з галузей науки, техніки, бізнесу, політики, мистецтва, засобів комунікації [3, 9].

Інтернаціоналізми можна виявити лише за допомогою типології і порівняльного мовознавства. Синхронно-зіставне вивчення інтернаціоналізмів проводиться переважно на матеріалі двох або трьох мов. Проте важлива особливість інтернаціоналізмів – їхній векторний характер: те чи інше слово може визнаватися міжнародним лише з погляду конкретної мови. Інтернаціоналізми характеризуються зближенням близькоспоріднених і далекоспоріднених мов.

Розрізняють три принципи класифікації інтернаціоналізмів: 1) класифікація за принципом вмотивованості; 2) класифікація інтернаціоналізмів за способом та джерелом запозичення; 3) класифікація інтернаціоналізмів з точки зору перекладача. За способом запозичення розрізняють інтернаціоналізми зі спільною зовнішньою та внутрішньою формою та інтернаціоналізми зі спільною лише внутрішньою формою [1, 56].

З точки зору перекладача інтернаціоналізми можна умовно розділити на дві групи: власне інтернаціоналізми та псевдоінтернаціоналізми. У свою чергу псевдоінтернаціоналізми можуть мати зовсім інше значення, ніж в інших мовах, вужче або ширше значення [2, 13].

Згідно ступеню відповідності значень інтернаціоналізми поділяються на повними та частковими. Повні інтернаціоналізми у своїх значеннях повністю збігаються в декількох мовах, а часткові інтернаціоналізми крім одного чи кількох спільних значень у кожній мові мають ще низку неінтернаціональних значень. Часткові інтернаціоналізми за зовнішньою формою складаються декількох компонентів, один з яких повний інтернаціоналізм, інший – квазіінтернаціоналізм (семантична калька, тобто вони схожі за внутрішньою формою). Яскравим прикладом є слово *die Pflichtzertifizierung* – обов'язкова сертифікація. *Die Zertifizierung* являється власне інтернаціоналізмом, а *die Pflicht* – квазіінтернаціоналізмом [1, 134].

Розглянемо інтернаціоналізми і способи їх перекладу на прикладі текстів, взятих з сайтів Demeter-International і Naturland. Це, які видають стандарти, які визнаються у всьому світі. Demeter-International – це найбільша німецька організація, яка сертифікує біодинамічне сільське господарство. Це найстаріша традиційна органічна сертифікація в Європі і вважається найвищим ступенем якості для органічного землеробства у світі. Naturland – це провідна організація у світі з розвитку органічного сільського господарства, яка розробляє стандарти і реалізує їх на практиці [5].

Серед інтернаціоналізмів зустрічаються як інтернаціоналізми (*Risikofaktoren* (фактори ризику), *die Qualität* (якість)), для перекладу яких використовуємо спосіб семантичного калькування та псевдоінтернаціоналізми (або хибний друг перекладача): *Emittenten* (не емітент, а підприємства, які викидають шкідливі речовини у навколишнє середовище. При перекладі використано описовий переклад, адже в українській мові немає відповідника. Наступний псевдоінтернаціоналізм *die Daten* перекладаємо *дата*, а не *дані*).

Наступний приклад з документу про правила і норми Naturland, які застосовуються при веденні органічного господарства: *Verbot von CMS (Cytoplasmatische Männliche Sterilität) – Hybriden aus Protoplastenfusion (Übertragung von Erbmateriale von einer Gattung auf eine andere Gattung, wie sie auf natürlichem Weg (mit herkömmlichen Züchtungstechniken) nicht möglich ist (Übergang zu gentechnischen Verfahren))*. – Заборона на CMS (ЦЧС) (цитоплазматична чоловіча стерильність у рослин) гібридів через синтез протопластів (передача генетичного матеріалу від одного виду до іншого виду природним способом (за допомогою традиційних методів селекції) неможлива (це перехід до генної інженерії)) [6].

У даному уривку інтернаціоналізмами є слова *Cytoplasmatische, die Sterilität, der Hybrid* (цитоплазматичний, стерильність, гібрид). Слова *гібрид* і *цитоплазматичний* є повними інтернаціоналізмами, які мають українські відповідники із схо-

жою формою і звучанням. Слово *die Protoplastenfusion*, яке складається з двох слів-інтернаціоналізмів *die Protoplasten* – *протопласти* і *die Fusion* – *синтез, злиття*, від лат. *Fusio* «злиття». При перекладі використано зміну граматичної структури, адже німецькомовний композит перекладаємо слосполученням.

Слово *natürlichem* можна перекласти як *натуральний*, в значенні природного походження, що не повністю розкриває зміст. Тоді як в даному контексті слід використати слово *природний*. Отже, застосовуємо спосіб контекстуального перекладу (підбираємо ситуативний відповідник).

Переклад поняття *CMS (Cytoplasmatische Männliche Sterilität)* було пов'язано з дослідження явища, яке можна спостерігати лише у рослин. Воно полягає в тому, що в популяціях рослин з двостатевими або роздільностатевими квітками знаходять спонтанні мутанти із стерильними чоловічими статевими органами. Жіночі генеративні органи таких рослин функціонують нормально. Стерильність, викликану стійкими спадковими змінами цитоплазми, називають цитоплазматичною. Тому цей термін перекладаємо як *ЦЧС (цитоплазматична чоловіча стерильність у рослин)* [4].

У наступному прикладі слово *Produktgruppenspezifische* є багатокомпонентним інтернаціоналізмом, яке складається з трьох слів (*das Produkt* – *продукт*, *die Gruppe* – *група* і *spezifische* – *специфічний*) та є повними інтернаціоналізмами, які в даному випадку перекладаються дослівно: *Wesentliche Beispiele aus der Verarbeitung: Produktgruppenspezifische Verarbeitungsrichtlinien, z.B. umfassende, detaillierte Verarbeitungsrichtlinien für Milch und Milchprodukte, Fleisch- und Fleischwaren, Erzeugnisse aus der Aquakultur.* – *Важливі приклади з обробки продукції: стандарти з обробки специфічних груп продуктів, наприклад комплексні детальні стандарти по обробці молока та молочних продуктів, м'яса, м'ясних продуктів і продукції аквакультури* [5].

Слід звернути увагу на те, що в німецькій мові замість слова *der Standard* використовується власне німецьке слово *die Richtlinien*, оскільки *der Standard* це англiцизм.

У наступному прикладі вжито інтернаціоналізмами *aktuelle* – *актуальний, поточний, своєчасний*, *die Daten* – *дані*, *Naturland* – *Натурланд*, *die Produkte* – *продукція*: *Aktuelle Daten (z.B. Viehbestand, Anbau) sind Naturland e.V. zu melden; für die Warenströme (z.B. Zukauf von Futtermitteln, Saat- und Pflanzgut und Dünger sowie Verkauf der Produkte) müssen ebenfalls Aufzeichnungen gemäß den Vorgaben von Naturland e.V. geführt werden.* – *(Зареєстроване об'єднання) Натурланд має повідомляти актуальні дані (наприклад, про поголів'я домашньої худоби, вирощування культур); також відповідно до вимог Натурланд необхідно вести записи щодо товаропотоку (наприклад, покупки кормів, насіння, рослин і добрив, так і продаж продукції)* [6].

Слово *Naturland* транскрибуємо, бо це є власна назва. Оскільки цей текст із стандарту, то назву і напрям діяльності не розшифровують. Зазвичай якщо це стандарт, то в розділі «терміни та визначення понять» вказується, що це за організація, якщо ні – то робиться посилання на нормативний документ, де можна знайти цю інформацію. Якщо ж це не текст стандарту, а, наприклад, порівняльна таблиця чи огляд літератури, то в дужках чи знизу сторінки можна зробити пояснення. [6, 3].

У наступному реченні при перекладі повного інтернаціоналізму *das Polyvinylchlorid* – *полівінілхлорид (ПВХ)* вдаємося до методу транскрибування: *Der Einsatz von Erzeugnissen aus Polyvinylchlorid (PVC) ist verboten. Recycling ist anzustreben.* – *Використання продуктів з полівінілхлориду (ПВХ) заборонено. Рекомендується переробка* [5].

Отже, як можемо спостерігати більшість термінів-інтернаціоналізмів і аббревіатур транскрибуємо. Але при перекладу лексичної одиниці *Recycling* – *рециклінг, рециркуляція, переробка, повторне використання (відходів виробництва)* вдаємося не до семантичного калькування, а підбираємо синонім, який більш точно розкриває зміст.

Стандарти на продукцію, на процеси містять вимоги щодо вмісту хімічних елементів, вітамінів тощо. Назви мір, хімічних елементів, вітамінів тощо є інтернаціоналізмами, їх легко впізнати і зазвичай вони не становлять особливих труднощів. Але серед цих слів можна зустріти багато псевдо-інтернаціоналізмів, тому слід бути дуже обережним і якщо працюєш у цій галузі їх краще вивчити напам'ять.

Отже, в дослідженні проаналізовано тексти з стандартизації і сертифікації аграрної продукції. Особливу увагу приділено способам відтворення інтернаціоналізмів, псевдоінтернаціоналізмів і квазіінтернаціоналізмів, які з одного боку допомагають перекладачу зрозуміти значення, а з іншого призводять до неадекватного перекладу.

У досліджених текстах використосовується такі способи перекладу, як семантичне калькування (приблизно 75%), контекстуальний переклад (20%), описовий переклад, заміна (використня інше слово, не інтернаціоналізма) (4%), зміни граматичної структури (1%).

Отже, адекватного перекладу є необхідним знання галузевої термінології або консультація з фахівцями у цій галузі або використання спеціальних вузькоспеціальних словників.

Література

1. Акуленко В. В. Питання інтернаціоналізації словникового складу мови / В. В. Акуленко – Харків: Видавництво Харківського університету, 1972. – 216 с.
2. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник. / І. В. Корунець. – Вінниця : «Нова Книга», 2001. – 448с.
3. Рижарева А. Е. Прагмалінгвістичний аспект інтернаціональної лексики // Волгоградський державний університет: [сайт] / А. Е. Рижарева. – Волгоград, 2002. – Режим доступу: URL: <http://www.volsu.ru>.
4. Цитоплазматична чоловіча стерильність (ЦЧС) у рослини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://po-teme.com.ua/genetika/knigi-po-genetike>.
5. EU Bio und Naturland Öko im direkten Vergleich, Naturland e.V., Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, Germany, 2014. – 9 с.
6. Naturland Richtlinien Erzeugung, Naturland – Verband für ökologischen Landbau e. V. Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, Germany; – 2015. – 49с.

ПОД- СЕКЦИЯ 7. Перевод.

Агеев Є.

студент 4-го курсу
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Ольховська Н. С.

канд. філол. наук,
доцент кафедри іноземної філології і перекладу,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

СИНТАКСИЧНІ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ТЕКСТІВ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ТА ПРИРОДООХОРОННОЇ ТЕМАТИКИ

Ключові слова: заміни, головне речення, складносурядне речення, складно-підрядне речення, синтаксичні трансформації

У дослідженні розглядається синтаксичні трансформації в німецькій мові та типи синтаксичного зв'язку. Синтаксис – це невід'ємна частина кожної мови, німецька не є виключенням. Над питанням синтаксису працювали такі вчені як К. С. Березін, А. К. Головін, В. А. Поворожити, А. Н. Зуева, І. Д. Молчанова. Дослідженням перекладацьких трансформацій та їх класифікації, присвятили свої роботи такі відомі лінгвістами як Л. С. Бархударова, В. Н. Комісарова і Я. І. Рецкер.

Мета дослідження полягає в комплексному вивченні основних типів речення в текстах агропромислової та природоохоронної тематики, а також дослідженні синтаксичних трансформацій, які використовуються при перекладі цих типів речень з німецької на українську мову.

Об'єкт особливості синтаксичних конструкцій німецькомовних текстів агропромислової та природоохоронної тематики.

Предмет трансформацій та прийоми, використані при перекладі синтаксичних конструкцій в текстах агропромислової та природоохоронної тематики з німецької мови на українську.

В текстах агропромислової та природоохоронної тематики відношення простих речень до складних близько 49,7% і 50,3%. Середній розмір простого речення – 20 слів, складного – 30. Серед складнопідрядних переважають речення з одним підрядним.

До основних характеристик простого та складного речення належать його синтаксична й семантична структура, порядок слів та інтонація (особливо при усному перекладі). До синтаксичної структури належать словоформи, які в першу чергу виражають суб'єкт і предикат дії, які не завжди збігаються з підметом та присудком, що необхідно враховувати при перекладі. Такі структурні схеми

мають національну специфіку, як, наприклад, безособова частка *es* при вираженні німецького пасиву. Семантична структура цього речення ґрунтується на реченні, що має певний денотативний зміст, який при перекладі виражається певною лексикою [1, 145]. Тому детальніше зупинимося при описі на порядку слів. Як відомо, німецьке речення відзначається фіксованим порядком слів (прямим чи зворотним): підмет + відмінювана частина присудка + обставини + невідмінювана частина присудка, утворюючи так звану повну рамку, наприклад: *Das Unternehmen arbeitet.* – Підприємство працює.

При перекладі необхідно врахувати:

1. Якщо ж якась частина речення виноситься за межі рамки, це сигналізує чи про експресивне підкреслення цієї групи слів, чи про розмовність висловлювання [1, 125]: *Nein, ich möchte nicht Aktien zu verkaufen* – Ні, я не продаю акції.

2. При прямому порядку слів речення починаються з підмета. При зворотному порядку на першому місці стоїть обставина, на яку саме слід звернути увагу [1, 145]: *Im Jahre 1408 wurde zum ersten Mal Unternehmen urkundlich erwähnt.* – У 1408 р. у грамотах вперше згадали підприємство.

3. Інколи підмет пересовується аж на четверте місце, чим досягається особливий ефект: слухачеві повідомляють, коли і де щось відбулося, але що саме він не знає аж до самого кінця речення [1, 123]. Для цього в часто вживають частку *es*, переклад якої має трафаретний варіант: *Es war eine gute Chance zu verbessern* – Це був хороший шанс для покращення.

4. Речення може налічувати кілька обставин, що мають бути розміщені в різних частинах чи разом після присудка. Як правило, обставина часу з'являється на початку речення, а обставина місця – в кінці. Якщо ж дві обставини стоять після присудка, то першою розміщується та обставина, якій ми надаємо меншого значення, а другою та, яку вважаємо важливішою за значенням [1, 142], наприклад: *In Goslar bis heute besteht ein Moratorium für den Handel mit Landwirtschaftsflächen.* – У Госларі до сьогодні діє мараторій на продаж земель сільськогосподарського призначення. Іншими словами, обставина на третьому місці менш експресивна, ніж її вживання на четвертому чи винесення її за рамку, що супроводжується логічним наголосом, що інколи вимагає лексичного відтворення [1, 159]: *Ich lese dieses Kontrakt mit Interesse.* – Я читаю цей контракт з великим зацікавленням.

5. У німецькому реченні додаток стоїть на третьому місці (після відмінюваної частини присудка) або експресивно на четвертому (після обставини): *Der Manager antwortete falsch auf meine Frage.* – Менеджер відповів неправильно на моє запитання. Після дієслова, що керує декількома додатками, важливіший додаток стоїть після менш важливого, що й враховується при перекладі. Це правило не стосується додатків, виражених займенниками, коли займенниковий додаток переує іменниковому: *Ich einreiche ihm einen Kontrakt.* – Я надсилаю йому контракт.

Підсумовуючи зазначене вище, у перекладі необхідно максимально наближатися до норм рідної мови, керуючись, однак, при цьому змістом повідомлюваного.

Складне речення не є механічним, а цілісним об'єднанням двох чи більше простих. Вступаючи за своїми предикативними центрами в певні синтаксичні відносини, одна з частин такого речення може зазнати деяких авторських змін

та отримати нову структурну організацію (певний порядок слів та дійктичних конструкцій), на відмінну від вихідних простих речень. Відмінності цієї організації творять специфіку авторського стилю, що стає об'єктом перекладу. Не менш специфічним є і синтаксис німецького аграрного тексту, він дуже різноманітний за своєю структурою. Специфіка німецької мови спонукає виробити певний алгоритм для перекладу синтаксичних конструкцій.

Отже, для правильного розуміння та наступного перекладу речення потрібно прояснити його структуру в цілому, для чого необхідно:

- 1) правильно зорієнтуватися в розділових знаках;
- 2) правильно визначити головне та підрядне речення (чи розділити сурядні речення); встановити тип речення, розібравшись у багатозначних сполучниках (*als* «коли – ніж – як»; *wenn* «коли – якщодо»; *dass* «що – щоб»);
- 3) правильно виділити головні члени речення (підмет, присудок тощо) [1, 154].

При перекладі не обов'язково зберігати ту ж послідовність окремих елементів речення, що спостерігається в оригіналі (це ж стосується як самостійного головного, так і складнопідрядного речення). Тому для полегшення сприйняття перекладеного речення інколи доцільно переставляти члени речення, не змінюючи підпорядкування окремих елементів та групи слів. *Klar wurde der Gedanke einer einheitlichen Verbindung von Beton und Stahl zu biege- und feuersicheren Bauteilen von dem Ingenieur Hyatt zum Ausdruck gebracht. – Інженер Гіят чітко виразив думку про поєднання бетону й сталі в конструкціях, які відзначатимуться гнучкістю та вогнестійкістю.*

Додаткові речення та інфінітивні конструкції необхідно розташовувати при перекладі до чи після головного речення. Це не стосується підрядних означальних речень та інфінітивної групи у функції означення, яке, як правило, перекладають після означуваного іменника. Доцільно починати переклад з головного речення у тих випадках, коли воно за своїм обсягом менше від підрядного значення чи інфінітивної групи [1, 160]. *Welche Bedeutung unter diesen Umständen dem Sprungpunkt als kennzeichnende Werkstoffeigenschaft zukommt, bleibt abzuwarten. – Залишається ще з'ясувати, яке значення властиве в цих умовах критичному пункту як показнику властивостей матеріалу* (підрядне підметове речення).

Характерними ознаками німецького речення вважається рамкова конструкція та інверсія (обернений порядок слів) перед присудком, яку не потрібно враховувати при перекладі. Рамкова конструкція (як розрив складного присудку на дві частини – однієї на другому місці, а іншої – на останньому), як правило, не перекладається. Збільшення розміру рамки, тобто відстані між елементами, що складають лексико-граматичну єдність, поза сумнівом, ускладнюють швидке розуміння тексту та його переклад. Поряд з тим, поєднання воедино розрізаних елементів рамки забезпечує правильне розуміння тексту та, відповідно, його переклад.

При перекладі підрядних речень слід врахувати типово німецьке прикінцеве розташування присудка і перекладати його українською відразу ж після підмета. Загалом при перекладі варто дотримуватися загальновідомої істини, що не можна перекладати іншомовну фразу слово за словом, а перш за все її необхідно перебудувати за законами рідної мови.

На противагу німецькому реченню з фіксованим порядком слів українське речення відзначається певною свободою. Перекладачеві, однак, необхідно визначити

для себе можливу ступінь свободи, допустиму для оригіналу. Ця свобода лежить переважно в межах фрази, хоча в окремих випадках перекладачеві доводиться чи розривати фразу автора, чи, навпаки, з'єднати їх разом для наближення до норм української мови.

Поряд з тим, порядок слів у кожній фразі має звучати невимушено і рідною мовою. Завдяки цьому при перекладі спостерігаються, крім перестановки підрядного речення в межах складнопідрядного, й інші суттєві трансформації: – заміна складних речень простим та навпаки: *Welche Gefahren für den Frieden dies in sich birgt, tritt immer deutlicher zutage*. Все очевиднішою стає небезпека для справи миру; – заміна підрядного речення дієприкметниковим зворотом: *Da der Betrieb solche Erzeugnisse exportiert, sorgt er für die Verbesserung ihrer Qualität*. Експортуючи ці вироби, підприємство турбується про покращення їх якості [1, 148].

Отже, проаналізовані тексти мають речення довжиною від 1 до 83 слів. У текстах I типу (популярні газети) наявність високого відсотку речень довжиною 1 – 3 слова та 4 – 6 слів пояснюється їх використанням у якості назв розділів. Аналіз довжини речень показав, що для текстів інтерв'ю характерна довжина речень від 7 – 15 слів. Речення середньої довжини найбільш точно виражають логічні судження, що допомагає слухачеві або читачеві добре їх засвоювати. Найвищий відсоток речень довжиною більше 22 слів характерний для текстів навчальної літератури (найдовше речення налічує 74 слова). Така складність обумовлюється як змістовою, так і структурною їх специфікою. Тексти для навчальних видань виконують найвідповідальніші функції: інформаційну, пізнавальну.

Серед синтаксичних конструкцій у аграрній літературі активно вживаними є безособові речення (16,2% усіх займенників III типу). У таких реченнях мовець, не називаючи суб'єкт, висуває на перший план процес.

Поширеною формою присудка є простий (68% усіх дієслів III типу), що свідчить про перевагу простих речень.

Вживання дієслів активного стану (62% усіх дієслів III типу) пов'язане з тим, що у спеціалізованих журналах важливим є зазначення дійових осіб.

Конструкції пасивного стану (13,8% усіх речень III типу) використовують переважно в тих випадках, коли автор намагається максимально обмежити називання певних осіб.

Пряма мова майже відсутня (1,7%), оскільки вона дає змогу відтворити всі особливості живого усного мовлення: експресію, звертання, що не є характерним для текстів спеціалізованих журналів.

Для текстів агропромислової та природоохоронної тематики характерні широко представлені ускладнені синтаксичні побудови в межах простого і складного речень, використання яких обумовлено прагненням враховувати всі обставини, ситуації, які розглядаються, з'ясувати умови, мету, причини, підстави, наслідки тощо; при цьому необхідно звести всі елементи тексту в єдине ціле, підвести під узагальнююче формулювання.

Для синтаксису фахових текстів характерні прості конструкції. Презентованість складносурядних речень становить 11,5% усіх речень цього типу. За порядком членів у реченні переважає прямий порядок слів (51,9 % речень усіх типів). Серед складнопідрядних конструкцій слід відзначити речення з підрядними

означальними (37,6% усіх складнопідрядних речень III типу), додатковими (23,9% усіх складнопідрядних речень III типу), оскільки за їх допомогою висвітлюють та описують події. Підрядні речення підвищують експліцитність, зрозумілість та логічність викладу фахового тексту, оптимізуючи його таким чином [2, 80].

Отже, необхідно відзначити, що всі причини використання граматичних трансформацій, зокрема синтаксичні зводяться до двох основних: об'єктивні і суб'єктивні. З об'єктивних причин відбуваються трансформації, пов'язані з культурними відмінностями носіїв двох мов, з відмінностями граматичних структур мов, і т. п. До суб'єктивних причин відносяться: власний стиль перекладача, чи є перекладач носієм вихідної мови або мови перекладу і т. п.

При цьому необхідно уточнити, що існує два основних види синтаксичних заміни: стійкі міжмовні відповідності, утворені за допомогою синтаксичних трансформацій і контекстуальні, що утворюються в процесі перекладу залежно від контексту. Всі ці заміни відбуваються з причини відмінностей у структурах двох мов – мови оригіналу і мови перекладу.

Література

1. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Теорія і практика перекладу (німецька мова). – Вінниця : Нова книга, 2006. – 592 с.
2. Федоров А. В. Основи загальної теорії перекладу (лінгвістичні проблеми): Для ин-тов і фак. іноз. яз. Навчальний посібник. – М.: Вища школа, 1983. – 303 с.

Ветріщенко А.

студент 4-го курсу
гуманітарно-педагогічного факультету,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

Ольховська Н. С.

канд. філол. наук,
доцент кафедри іноземної філології і перекладу,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України

ВІДТВОРЕННЯ СКОРОЧЕНЬ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АГРАРНИХ ТЕКСТІВ

Ключові слова: абрєвіатури, акроніми, акопопи, скорочення-контамінації, графічні / лексичні скорочення

Проблема німецьких скорочень, стала предметом активних наукових пошуків вітчизняних та зарубіжних дослідників. Питання скорочення у межах словотвору висвітлено у працях українських (М. Солтис, М. Яковчук та ін.) та зарубіжних (Д. Алексєєв, А. Михель, А. Штайнхауер та ін.) лінгвістів. Різним аспектам скорочень німецької мови присвятили свої праці такі дослідники: С. Биби́к, Д. Ганич, М. Дужа-Задорожна, Ж. Ербен, С. Єрмоленко, І. Олійник, П. Полєнц, О. Тодор та інші.

Сьогодні переклад абрєвіатур в галузі сільського господарства є особливо актуальним в зв'язку зі стрімким розвитком сільського господарства і впровадженням нових методів та технологій вирощування рослин в Німеччині та Україні зокрема та загалом в усьому світі.

Об'єктом дослідження є абрєвіатури та скорочення в німецькомовних текстах з сільського господарства.

Предметом виступають прийоми, що використовуються при перекладі абрєвіатур в текстах з сільського господарства.

Мета дослідити основні типи абрєвіатур, що існують на сьогодні в німецькомовних текстах у галузі сільського господарства та проаналізувати способи та методи перекладу.

Абрєвіатура (лат. *abbrevio* – скорочую) – складноскорочені слова, утворені з перших літер або з інших частин слів, що входять до складу назви чи поняття. Вживаються в усній та писемній мові. Абрєвіатури називають також акронімами (від грец. *ἀκροσ* – «найвищий, крайній» та *ὄνυμος* – «ім'я») [6, с. 45].

Деякі лінгвісти розрізняють абрєвіацію і скорочення, деякі навпаки ототожують. У багатьох роботах термін абрєвіація вживається в двох значеннях: 1) явище, пов'язане з скороченими записами мови – це графічна абрєвіація, а самі записи – графічні скорочення, графічні абрєвіатури або просто абрєвіатури; 2) процес, пов'язаний з утворенням нових лексем, спосіб словотвору, в результаті якого виникають абрєвіатури різних видів, абрєвіатурні лексеми, лексичні скорочення, скорочені і складноскорочені слова [3, 54].

«Абревіатури, тобто складноскорочені слова, утворюються за допомогою складання і виступають як композити, правда, особливого роду, оскільки при їх утворенні складаються не повні основи, а скорочені» [5, 281]. З точки зору словотвірної «етимології» аббревіатури – це складні слова, оскільки вони створюються шляхом складання усічених компонентів.

За визначенням скорочення є ширшим поняттям, ніж акронім або аббревіатура. Скорочення – це такий спосіб словотвору, суть якого полягає у відсіканні частини основи, що або збігається зі словом, або являє собою словосполучення, об'єднане загальним смислом [6, 125]. Скорочення прийнято класифікувати на лексичні й графічні. Скорочуватися можуть будь-які фрагменти слова не залежно від морфемних границь.

У ході дослідження з'ясовано, що скорочення у німецькій мові поділяються на лексичні та графічні. До лексичних відносять скорочені слова (нім. : *abgekürzte Wörter*) і акроніми (нім. : *Akronyme*). Щодо лексичних скорочень, то в текстах садово-городницької тематики вживаються скорочення, пов'язані з новітніми технологіями у галузі виробництва екологічно-чистих продуктів.

Графічні скорочення використовуються в аграрних текстах переважно для позначення мір, одиниць або величин. Умовність такого типу скорочень виявляється у цілковитому їх відтворюванні в усному мовленні. Зауважимо, що графічні скорочення вживаються лише на письмі, в усному ж мовленні замінюються на повне слово чи словосполучення.

Лексичні скорочення. Види усічень: 1) кінцеві усічення; 2) початкові усічення; 3) кінцево-початкові усічення.

У німецькомовних текстах сільськогосподарської тематики вживаються такі лексичні скорочення / аббревіатури, як акроніми, апокопи та контамінації.

Акроніми – це скорочення, утворені з початкових літер, що входять до складу багатокомпонентної назви. Акроніми мають багато спільних рис із аббревіатурами, проте можуть складатися не лише із перших літер, а і частин слів, а інколи із цілих слів. Також характерною відмінністю є крапки після кожної букви в аббревіатурах, і їх відсутність в акронімі *V.I.* Р. та *VIP* – аббревіатура і акронім відповідно). Завдяки цьому, акронім сприймається як цілком самостійне слово, а не набором букв, і це є його головною відмінністю від аббревіатури. Акронім – середня ланка між словоскладанням і аббревіацією, що робить його дуже широкою, і майже невичерпною темою для досліджень мовознавців з різних країн [4].

Абревіатури-апокопи, виникають унаслідок усічення або опускання частини слова. Ці скорочені назви вживаються, як на письму, так і в усному мовленні.

Разом з акронімами, достатньо поширеними є скорочення-контамінації. В лінгвістиці під контамінацією розуміють виникнення нового слова або виразу внаслідок зближення, поєднання частин двох подібних слів, форм чи виразів. Процесу контамінації зазнають одиниці всіх мовних рівнів, проте найчастіше він відбувається у сфері синтаксису та фразеології.

До найпоширеніших різновидів аббревіатур належать акроніми. Акронім – це «аббревіатура, яка складається з початкових літер або звуків слів твірною словосполучення, що вимовляється як окреме слово, а не політерно» [7, 156]. Оскільки «здебільшого смислове значення таких акронімів не збігається із семантикою схожих за звучанням слів» [3, 42], відтворити акронім за допомогою акроніма неймовірно складно. С. Барбазе-

ва та А. Авраменко зупиняються на трьох тенденціях перекладу акронімів в українській мові: 1) транслітерація; 2) запозичення акроніма у вихідному вигляді; 3) створення адекватної абрєвіатури з українських термінів» [1].

Акронім AGÖL (*Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau*) – *спілка робітників (профспілка) екологічного землеробства* не має відповідного акроніма в українській мові, він може бути перекладений за допомогою апокопи *профспілка*, використовуючи прийом лексичної трансформації, заміщення лексеми *Arbeit* (*робота*) на його відповідник в українській мові *проф-* (*професія, професіонал*). Або використати в перекладі описовий переклад *спілка працівників*, замінивши апокоп *проф-* використавши прийом конкретизації на іменник *працівників*, а за допомогою калькування перекласти словосполучення *Ökologischer Landbau* – як екологічне землеробство.

Разом з акронімами, достатньо поширеними є скорочення-контамінації, що утворені за допомогою складання двох основ. Скорочення-контамінація *GaLaBau* (*Garten- und Landschaftsbau*) – *дизайн ландшафту та саду* не має відповідного скорочення в українській мові, тому даємо переклад повної назви з використанням калькування – заміною складових частин їх лексичними відповідниками.

При перекладі скорочення *RuBisCO* (*Ribulose—biphosphat-carboxylase/-oxygenase*) – використовуємо прийом експлікації, тобто пояснюємо, що *Ribulose—biphosphat-carboxylase/-oxygenase* – це назва ензиму, який відповідає за фотосинтез у клітинах рослин.

Контамінація *GefStoffV* (*Gefahrstoffverordnung*) – *Закон про використання шкідливих речовин* не має відповідного скорочення в українській мові, тому даємо переклад повної назви з використанням калькування – заміною складових частин їх лексичними відповідниками.

При перекладі скорочення *Mstn-Gen* (*Myostatin codierende Gen*) – використовуємо прийом експлікації, тобто пояснюємо, що *Myostatin codierende Gen* – це мієстатин ген, що кодує.

Абрєвіатура з німецької мови *MwSt* (*Mehrwertsteuer*) – *податок на додану вартість*. Має аналог в українській мові, і оскільки ми можемо використати прийом калькування, то скорочення *MwSt* (*Mehrwertsteuer*) перекладаємо як ПДВ – *податок на додану вартість*.

Абрєвіатури-апокопи, виникають унаслідок усичення або опускання частини слова, наприклад: *Glc* (*Glucose / Glukose*) – *глюкоза*.

Апокопа *Ökolandbau* (*ökologische Bilanz*) – *екоземлеробство (екологічно нешкідливе землеробство)* можна перекласти за допомогою акроніма *екоземлеробство* і за допомогою прийому експлікації пояснити зміст слова *екоземлеробство* – *екологічно нешкідливе землеробство*.

Графічні скорочення використовуються у аграрних текстах переважно для позначення мір, одиниць або величин: 1) Перекладаючи скорочення *kg*. (*кг*) використовуємо скорочений переклад, а способом перекладу повної назви є транслітерація *Kilogramm* – *кілограм*. 2) *km*. (*Kilometer*) – *км. (кілометр)* для адекватного перекладу на українську мову існує український відповідник, способом перекладу є транслітерація. 3) Для перекладу скорочення *ha* (*Hektar*) – *га (гектар)* використовуємо скорочений переклад, а способом перекладу повної назви є транслітерація. 4) Для скорочення *cm*. (*Zentimeter*) існує відповідник в українській мові – *см. (сантиметр)*; *m* (*Meter*) – *м (метр)*; *s* (*Sekunde*) – *с (секунда)*; *Pfd.* (*Pfund*) – *фунт*.

Спосіб перекладу графічних скорочення – скорочений переклад, а спосіб перекладу повної назви – транслітерація. Умовність такого типу скорочень виявляється у цілковитому їх відтворюванні в усному мовленні.

Щодо причини виникнення абревіатур та їх популярності, то на думку Н. М. Алексеевої існують фактори лінгвістичні та нелінгвістичні (екстралінгвістичні), або чинники внутрішні та зовнішні (по відношенню до мови). До екстралінгвістичних причин виникнення абревіацій дослідниця цілком справедливо відносить: 1) науково-технічний і соціальний прогрес; 2) зростання потоку інформації; 3) широке використання механічних засобів зв'язку [1, 23].

Що стосується лінгвістичних причин, то нею розглядаються: 1) тенденція до компресії, мовної економії; 2) нерівномірність розподілу інформації між окремими елементами мовного потоку; 3) вплив розмовних і жаргонних елементів на лексику; 4) здатність до утворення слова для закріплення нового поняття замість його опису [1, 24].

У дослідженні було визначено основні методи розшифровки скорочень, розшифровка – це встановлення корелята і визначення значення даного скорочення в конкретному контексті, для розшифровки скорочень застосовуються такі основні методи: 1) аналіз контексту; 2) використання словників та інших довідкових матеріалів; 3) аналіз структури скорочень; 4) використання аналогій.

Основними способами передачі німецькомовних скорочень українською мовою є: 1) передача іноземного скорочення еквівалентним українським скороченням, застосовується найчастіше при перекладі науково-технічних текстів, особливо для передачі скорочень позначають різні фізичні величини, одиниці вимірювання, і т.п.; 2) запозичення іноземного скорочення, в основному слів з латинськими корінням, цей спосіб застосовується порівняно рідко, головним чином для передачі скорочень, що входять у яку-небудь систему умовних позначень; 3) транслітерація, використовується в основному при передачі власних назв; 4) транскрипція, при передачі скорочень не мають співвідносної форми в тексті перекладу; 5) описовий переклад, коли в тексті перекладу немає скорочення-еквівалента; 6) створення нового українського скорочення, полягає в перекладі корелята іноземного скорочення і створення на базі перекладу у відповідності з закономірностями української абревіації нового скорочення в українській мові.

Література

1. Алексеев Д. И. Буквенные аббревиатуры и их классификация / Д. И. Алексеев // Учен. зап. Мелекес. гос. пед. ин-та. – Мелекес, 1988. – Т. 1. – Вып. 1. – С. 41-67.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 237 с.
3. Борисова Л. И. Лексические закономерности научно-технического перевода / Л. И. Борисова. – М.: Международные отношения, 1988. – 348 с.
4. Брандес М. П. Предпереводоведческий анализ текста / М. П. Брандес, В. И. Провоторов. – М. : Тезаурус, 2001. – 240 с.
5. Бреус Є.В. Основи теорії і практики перекладу з англійської мови на російську. – М., 2003. – С. 43-46.
6. Бублик В. Н. Історія німецької мови / В. Н. Бублик. – К. : Вища школа, 1983. – 323с.
7. Ванников Ю. В. Научно-технический перевод / Ю. В. Ванников, Л. М. Кудряшова, Ю. Н. Марчук. – М. :Наука, 1987. – 139 с.
8. Волошин Е. П. Аббревиатуры в лексической системе: Дис. кандидата филологических наук: 15.04.01 – М., 2005. – 279 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Кравчук Н. Б.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

АДАПТОВАНИЙ ПЕРЕКЛАД НАЗВ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ

Ключові слова: перекладач, фільм, переклад кінофільмів, прецедентність, дослівний переклад, оригінальна назва

Переклад фільмів — це клопітка праця, котра підвладна не для кожного. У наш час ця галузь займає важливе місце, тому що творчий переклад, котрий мусить привабити людей, є доволі важким процесом. За останні роки кінематограф вийшов на новий рівень, тому зарубіжні стрічки заповнили як кінотеатри, так і соціальні мережі.

Якщо говорити про переклад українською мовою, то варто зазначити, що цей процес розглядається саме з художнього боку. Це можна пояснити тим, що насамперед ціль назви фільму – зацікавити та надихнути глядача. Тому переклад має універсальну владу, котра приваблює своєю незвичністю. Проте у багатьох глядачів не раз виникало питання, чому назва стрічки не збігається з оригіналом? На це впливає низка факторів.

На сьогоднішній день в Україні простежується глобальна проблема у сфері кіноперекладу, яка полягає не просто у міжмовному транскодуванні, а що найголовніше – у міжкультурному відтворенні кінотексту для цільової аудиторії іншомовної етнокультурної традиції [6].

Художній фільм – це спосіб відображення соціокультурних пріоритетів суспільства, котрі формують бачення сучасного світу. З допомогою фільмів ми створюємо картину етнокультурного життя інших народів. Назва стрічки повинна відображати повноту фільму повністю. Це і є найбільшою проблемою перекладача. Проблеми при адаптованому перекладі обумовлені такими чинниками: лексичними, стилістичними, функціональними, прагматичними [4]. Адаптація при перекладі назв фільмів показує, що переклад найчастіше відрізняється від оригіналу. Якщо провести порівняльний аналіз перекладу стрічок, то можна простежити чому ті чи інші назви звучать зовсім по-іншому. Відомий фільм «*Мицний горішок*» насправді звучить як «*Die hard*», або ж «*Pitch Black*» – «*Чорна тьма*». Серед перекладу такого типу найчастіше зустрічається жанрова адаптація, котра відображає задіяні мовні одиниці кінострічки [4, 2].

Доволі часто при перекладі назв стрічок використовується смислова адаптація, тобто розширення поняття за допомогою заміни або додавання лексичних елементів. Це компенсує у назвах змістову або ж жанрову недостатність дослівного перекладу. Плюс такого перекладу полягає в тому, що при зміні назви не порушується жанрова особливість тої чи іншої картини. Глядач з легкістю може ідентифікувати зміст стрічки [4].

Повернення до першоджерела займає не менш важливе значення, тому що цей прийом перекладу використовується у тому випадку, коли назва при екранізації не відповідає оригінальній назві літературного твору. Наприклад, «*Sleep Hallow*» – «*Сонна лощина*», або ж «*Brem Stocker's Dracula*» – в традиційному для нас вигляді «*Дракула*» [4]. Головним у такому типі перекладу є ступінь прецедентності, тобто закріпленості у фонових знаннях прецедентних назв чи імен. За онтологічним статусом такі тексти поділяються на: а) вербальні твори; б) тексти з невербальними елементами; в) явища історії та культури; г) кодові системи. Основна функція такого інтертексту є смислороджувальна. Цей підхід до аналізу тексту за Жаком Дерріда, суть якого у виявленні в тексті прихованих суперечностей з метою показати можливість неоднозначної його інтерпретації, посідає важливе місце при перекладі назв кінострічок: «*Girl with a Pearl Earring*» – «*Дівчина з перловою сережкою*», «*Phantom of Opera*» – «*Примара опери*». Успішність такого типу перекладу досліджувались у роботах Є.М. Верещагіна, В.Г. Костомарова. Суть праць поданих науковців полягала лінгвокультурної компетентності реципієнта. Тобто праці, котрі охоплюють знання теоретичних основ стилістичної фонетики, граматики лексикології, синтаксису, семантики, практичні навички розпізнавання лінгвостилістичних особливостей висловлювань та дискурсів. Обізнаність у цьому аспекті допомагає перекладачеві вміло використовувати мовні одиниці в межах різних функціональних стилів задля перекладу назв кінофільмів [5; 7; 8].

Не менш важливе значення при перекладі в цій області кінематографу посідають назви при перекладі котрих може змінюватись культурно-історичне або національно-етнічне значення. Цей феномен видозмінює емоційне забарвлення фільму, що суттєво впливає на кількість переглядів. Наприклад, американська комедія своєю оригінальною назвою «*Silver Linings Playbook*» приваблює глядачів. Назва пішла від відомої ідіоми «*Every cloud has a silver lining*», котра дослівно перекладається як «У кожної хмари є срібляста підкладка», а інтерпретація цього висловлювання української звучить як «*Немає лиха без добра*». Проте переклад на афішах «*Мій хлопець – псих*» зовсім змінив реакцію на стрічку серед вітчизняних глядачів. На цьому прикладі ми яскраво простежуємо як переклад назви фільму впливає на подальші рейтинги [4, 1]. Ще один поширений варіант перекладу – спрощення, використовуючи який більш складну оригінальну назву замінюють простішою. Найчастіше такий переклад зовсім не пов'язаний за змістом еквівалента. Наприклад, стрічка «*Haywire*» перекладена як «*Нокаут*». Або ж фільм «*Сутичка*» в оригінальній перекладається як «*The Grey*». Із цього випливає, що оригінальна та перекладена назви не мають жодного відношення один до одного [3].

Протилежний до попереднього варіанта переклад полягає в ускладненні простої оригінальної назви. При цьому додаються певні натяки та смисли кінострічки. Наприклад, фільм «*Constantine*» трансформували в «*Костянтина: Володаря темряви*», а «*The Covenant*» переклади як «*Угода з дияволом*», хоча й про диявола у поданій кінострічці не йдеться [3].

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновки, що останнім часом перекладачі та рекламодавці при перекладі назв стрічок опираються не на дослівний переклад або ж лексичний еквівалент, а на прагматичний. Основна ціль перекладу назви фільму полягає у її прямому відношенні до сюжету фільму. Використовую-

чи різні способи перекладу, а саме смислова адаптація, повернення до першоджерела, використання мовних одиниць в межах різних функціональних стилів, спрощення, ускладнення, неоднозначна інтерпретація назви стрічки, та звертаючи увагу на певні фактори – ідіоматичний переклад, жанрова особливість, аудиторія, культурно-історичне або національно-етнічне значення – перекладачі створюють яскраві та гучні назви кінофільмів, які приваблюють суспільство.

Література:

1. Enlizza : [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://enlizza.com/>
2. Greenforest journal: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://greenforest.com.ua/journal/read/neperekladne-v-perekladi-abo-what-is-english-for-micnij-gorishok>
3. Kinofilms: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kinofilms.ua/ukr/info/7/>
4. Ua-referat.com: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ua-referat.com/>
5. Вікіпедія: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
6. До проблеми кіноперекладу як виду художньої перекладу: [Електронний ресурс] // Дніпродзержинський державний технічний університет . Д., 2013. – Режим доступу: http://confcontact.com/2013_04_17/30_Chernova.htm
7. Лінгвком: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://lingvo.com.ua/lingvostilistichnij-portret-suchasnogo-upravlintsya/>
8. Українські реферати: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://referatu.net.ua/referats/7569/169722>

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Малиш В.О.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ОФІСНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ

Ключові слова: ділові документи, переклад, особливості, офіційно-діловий стиль, вимоги, чіткість, ясність.

На сьогодні переклад ділової документації є досить актуальним. Його щоденно потребує велика кількість державних і приватних підприємств, банків, освітніх і медичних закладів. Для перекладу документів офіційно-ділового стилю характерні деякі специфічні риси, в тому числі, чіткість і ясність викладення інформації, відсутність емоційного забарвлення і двозначності. Також до перекладача, який здійснює такий вид перекладу, висувуються особливі вимоги: він повинен однаково вільно володіти навичками ділового спілкування як рідною мовою, так і іноземною, розуміти терміни і особливості ведення ділової документації. В Україні, на даний час, не існує конкретної системи оцінювання якості перекладу і чіткої діючої нормативної бази, яка б регулювала процес високоякісного перекладу ділової документації. Проблемами якості перекладу займалися такі вчені та спеціалісти в галузі перекладу, як Д.Бузаджи, І.Пушнов, Л.Білозерська, К.Ковальова та ін. У їхніх працях висвітлені найновіші тенденції, які мають зв'язок з питаннями якості науково-технічного перекладу. Серед них головним є дослідження чинників, що впливають на якість перекладу ділової документації в умовах розвитку суспільства.

В структурі офіційно-ділового стилю виділяють два підстили: офіційно-документальний (мова дипломатії та законів) та побутово-діловий (ділові папери та кореспонденція). Діловий стиль несе певну комунікативну ціль – встановлення взаємодії двох сторін та досягнення згоди між ними. Головною рисою мови ділової кореспонденції є збереження структурних форм і використання певних синтаксичних конструкцій. Так, кожен діловий документ чи офіційний лист складається з заголовку, дати, звертання, основного тексту, заключної форми ввічливості і підпису.

До загальних особливостей, що характеризують всі підстили та стилістичні різновиди офіційних документів відносять наступні:

- повнота та своєчасність інформації;
- точність і лаконічність формулювання;
- відсутність емоційності, нейтральна забарвленість;

Лексична особливість цього виду документації – використання загальноприйнятої термінології, висловів, абревіатур, умовних знаків і скорочень, які варіюються в залежності від типу документа і конкретних умов переписки.

Щодо термінів, то вони мають чітко вказувати на реальні об'єкти і явища, забезпечувати однозначне розуміння спеціалістами переданої інформації. Терміни ма-

ють ряд специфічних рис і характеристик, тому до цього типу слів висуваються особливі вимоги. Терміни характеризуються такими особливостями: однозначність, точність, системність, об'єктивність, вмотивованість.

Переклад ділової документації вимагає дотримання суворих правил і використання стандартних мовних кліше. Для перекладу угоди, контракту чи інших ділових документів, перекладач повинен знати особливості ділового листування, правила використання кліше і мовних зворотів, мати уявлення про особливості їх використання в різних країнах, крім цього, володіти навиками ділового етикету.

Також, однією із задач перекладача є подолання етнолінгвістичного бар'єру і забезпечення двомовного спілкування. Так, між англійцями і американцями можуть виникнути певні лінгвістичні непорозуміння. Таким чином, одні й ті ж самі терміни можуть мати різне смислове значення і навпаки, різні терміни можуть мати однако-ве значення. Наприклад, для назви установи у Великобританії та США використовують різні слова. Британці використовують термін «*company*», в той час як американці – «*corporation*», хоча йдеться про одне й те ж саме.

Не менш важливою задачею для перекладача є правильний переклад власних назв. Наприклад, при найменшій помилці у написанні імені або прізвища з написанням у паспорті може спричинити проблеми в установі, яка буде приймати документи. Також, якщо прізвище або ім'я ділового партнера написати з помилкою, це можна розцінити як невихованість і вплинути в подальшому на ділові відносини між партнерами.

При перекладі текстів фахівець може стикнутись як з лексичними, так і з граматичними труднощами. Як відомо, переклад з однієї мови на іншу неможливий без граматичних трансформацій. Вони необхідні за відсутності тієї чи іншої категорії в одній із мов, які зіставляються або за часткового збігу категорій. Так, в українській мові немає таких граматичних категорій, як артикль чи герундій, які є в англійській мові. Дуже часто при перекладі з англійської мови на українську, перекладене речення не збігається з оригіналом за своєю структурою. Часто структура українського речення в перекладі відрізняється від структури англійського речення порядком слів, частин речення або порядком розташування самого речення: головного і підрядного. У деяких випадках частини мови, якими виражені члени англійського речення, передаються іншими частинами мови. Все це пояснює широке використання граматичних трансформацій при перекладі.

Отже, можна зробити висновок, що переклад ділової документації має свої певні особливості. Знання цих особливостей та їх правильне використання дає змогу орієнтуватись у цій сфері та допомагає при перекладі офіційно-ділових документів. Також, слід зазначити, що фахівець, при перекладі офісної документації, повинен адекватно передавати сенс оригіналу в формі найбільш близької до нього.

Література:

1. Комисаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – с. 246.
2. Сальнікова Л. В. Англійська мова для менеджерів. / Л. В.Сальніков – М.: Метод, 1992. – с. 183.

3. Арнольд І.В. Основи лінгвістичних досліджень: Навч. посібник. / І.В. Арнольд. – М.: Вища школа, 1991. – с. 140.
4. Исмагилова Л.Р. Лексические особенности перевода деловой корреспонденции (на материалах деловых писем на английском языке экономической направленности) // Вестник ЧГУ. Серия: Филология. Искусствоведение. 2012. – №21 – С. 57 – 60.
5. Шевчук С.В. Ділове мовлення. – К., 2003. – С. 8-39.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІДІОМАТИЧНИХ ВИРАЗІВ

При вивченні, розумінні й трактуванні ідіоматичних виразів виникає безліч проблем. Ці проблеми були і залишаються досить актуальними на сьогодні. Підтвердженням цього є висвітлення питання ідіоматики у працях Н.М. Амосова, У.Чейфа, В.М. Телії, О.В. Куніна, У.Вайнрайха, В.Коллінза, А.І. Альохіної, В.В. Виноградова, О.І. Смирницького, А.Г. Назаряна, В.Л. Архангельського, М.М. Шанського, А.Ч. Хоккета, Л.С. Бархударова та ін. Проте, незважаючи на дослідження цього питання багатьма вченими, залишається ще дуже багато цікавих аспектів, які потребують вивчення.

Метою статті є дослідження особливостей перекладу ідіоматичних виразів.

Ідіоматичність – одна з основних особливостей, що відрізняє фразеологічні одиниці від вільних словосполучень. Саме через цю характеристику загальне значення фразеологізму не дорівнює сумарному значенню його компонентів, часто це значення не має нічого спільного із значенням слів, які входять до нього.

Поняття «ідіома» походить з грецької мови і означає особливість, самотній зворот. Це стійкий, властивий лише даній мові вираз, що незалежно від значення слів у ньому передає єдине поняття й здебільшого дослівно іншими мовами не перекладається[3]. Що і становить основну складність при перекладі, адже перекладач повинен уміти їх впізнати і розрізнати, а також знайти відповідний український варіант.

При цьому, метою перекладача є зберегти унікальність ідіоми, якою вона завдячує імені в своєму складі, і водночас зробити вираз максимально доступним для розуміння представником іншої культури. Тому що, ідіоми є не лише частиною мови, а й культури. Саме тому вони є предметом досліджень і лінгвістів, які вивчають їх місце серед інших лексичних одиниць, і психологів, які аналізують особливості їх використання у спілкуванні.

Багато в чому подібним до вітчизняного розуміння феномену ідіоматичної одиниці є визначення Сейдл-Макморді, які наголошують на відмінності семантики ідіоми від семантики її складників: “We can say that an idiom is a number of words which, taken together, mean something different from the individual words of the idiom when they stand alone”. [5, с.4]

Проте, слід зазначити, що в британському та американському мовознавстві більшу популярність має «широкий підхід» до проблеми ідіоми. До складу ідіом західні лінгвісти відносять не лише фразеологізми усіх типів, а навіть і паремії – приказки, прислів'я, крилаті вислови, цитати тощо. Так, Ричард Спіерс у передмові до «Словника американських ідіом» пояснює вибірку одиниць для даного видання наступним чином: «Every language has phrases or sentences that cannot be translated literally. Many clichés, proverbs, slang phrases, phrasal verbs, and common sayings offer this kind of problem. A phrase or sentence of this type is usually said to be idiomatic. This Dictionary is a collection of the idiomatic phrases and sentences that occur frequently in American English» [6, с.7].

Слід додати, що статус ідіом як складової частини фразеологічної системи ніколи не було поставлено під сумнів, на відміну від прислів'їв, приказок, крилатих слів, яким багато вчених відмовляють у приналежності до фразеології, вважаючи, що подібні одиниці утворюють так званий пареміологічний фонд, який є предметом дослідження специфічної маргінальної наукової галузі – пареміології, яка корелює з лінгвістикою та фольклористикою, або так званих кліше, чи мовних штампів, на зразок «добрий день», «шановне товариство» тощо.[5, с. 8]

Бархударов Л. С. визначає переклад як “процес заміни мовленнєвого твору (тексту) на одній мові мовленнєвим твором(текстом) на іншій мові при збереженні незмінного плану змісту”. Це значить, що при перекладі відбувається заміна одиниць мови, але зберігається незмінним план змісту, тобто передана текстом інформація. Звідси випливає, що найважливішою задачею, наявною перед перекладачем у процесі здійснення перекладу, є відшукання у вихідному тексті мінімальної мовної одиниці, що підлягає перекладу, тобто такої одиниці, якій повинна бути підібрана відповідність у мові, на яку перекладають, але складові частини якої по окремоті не передаються засобами перекладу мови. [4, с.3].

Ідіоми завжди викликають труднощі перекладу та розуміння. Саме тому знайомство з ними є невід'ємною частиною вивчення англійської мови. Бо важко уявити людину, котра спілкується українською мовою і не розуміє вирази, як-от: “накивати п'ятами” чи “ як кіт наплакав”.

Література

1. Словник іншомовних слів Мельничука (електронний ресурс) <http://slovo.org.ua/42/53382/282680.html>
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод/Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения,1975. – 240с.
3. Сейдл Дж., Макморди У. Идиомы английского языка и их употребление/ Дж.Сейдл, У.Макморди. – М.: Высшая школа,1983. – 286 с.
4. Ричард А. Спирс Словарь американских идиом. – М.: Рус. Яз. – 1991. – 464 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Гуца Ю.А.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ АНГЛІЙСЬКОЇ ПРЕСИ

Ключові слова: переклад, заголовки, видання, підмет, способи перекладу, адекватність

В наш час засоби масової інформації займають дуже важливе місце в нашому житті. З кожним днем кількість як друкованих, так і електронних видань стрімко зростає. Для того щоб «не загубитися» серед інших ЗМІ, кореспонденти намагаються якомога влучніше та креативніше назвати своє творіння. Від характеру і оформлення заголовків залежить імідж газети або журналу. Заголовки керують увагою читача і допомагають швидко ознайомитись зі змістом матеріалу. Від характеру і оформлення заголовків дуже залежить чи буде взагалі прочитане це видання.

Особливий стиль заголовків періодичних видань може спричинити певні складнощі при перекладі. Саме тому в даній статті увага головним чином приділяється особливостям англомовних газетних заголовків, а також досліджуються та порівнюються типи заголовків англійської та української преси, відмічаються певні розбіжності між ними і пропонуються способи їх адекватного перекладу. Актуальність даної статті полягає в тому, що в ній розглядається окремо від основного тексту статі заголовки як особливий вид мовної комунікації.

Цю тему досліджували такі відомі перекладознавці як Л.С. Бархударов, В.Н. Комісаров, А.М. Коваленко, Я.І. Рецкер. Загальновідомо, що головна мета перекладу – досягнення адекватності. А.В. Федоров вважає, що «повноцінність перекладу полягає в передачі специфічного для оригіналу співвідношення змісту й форми шляхом відтворення особливостей останньої або створення функціональних відповідностей цим особливостям. Це передбачає використання таких мовних засобів, які, часто і не збігаючись за своїм формальним характером з елементами оригіналу, виконували б аналогічну смислову й художню функції в системі цілого» [1, 173]. Таким чином, функціональна точність, характерна для адекватного перекладу, не тільки допускає, але й нерідко вимагає відмови від формальних, словникових відповідностей. Так, Л.Б. Бойко виділяє 4 основних способи передачі заголовків: аутентичне відтворення, повноеквівалентний переклад, частковоаутентичне відтворення, повноеквівалентний переклад, частковоеквівалентний переклад та повна заміна [2, 10].

- аутентичне відтворення (передача заголовку у тому ж вигляді, в якому він існував у мові оригіналу): «Faux pas» [The Washington Post: March 21, 2013] «Dolce vita» [Sunday Mirror: Apr. 03, 2010]

- повноеквівалентний переклад: «Seven wonders of the world that may soon disappear» [Daily Mirror: Aug. 10, 2013] – Сім чудес світу, які незабаром можуть зник-

нути. «Web Censorship in China? Not a Problem, Says Bill Gates» [The Guardian: Jan. 26, 2010] – Веб цензура у Китаї? Не проблема, вважає Біл Гейтс.

- частковоеквівалентний переклад: «British mum Maxine Marin shocked after giving birth to Spain's heaviest ever baby» [Daily Mirror: Aug. 09, 2013] – Британка Максим Марін в Іспанії народила дівчинку вагою понад 6 кг. «Highest Skyscraper Built in Dubai» [The Guardian, March 15, 2010] – У Дубаї закінчилося будівництво найвищого у світі хмарочоса.

- повна заміна одного заголовку на інший під час перекладу з мови оригіналу на рідну мову: «Can the Leopard Change His Spots?» [The Daily Telegraph: Feb. 18, 2010] – Природу не змінити. Being a Good Golfer! [The Financial Times: Jan. 26, 2010] – Що означає добре грати в гольф!

Специфічна побудова англійських газетних заголовків слугує різним цілям: вони повинні змусити читача зацікавитися заміткою і забезпечити додатковою інформацією. Itals radio, TV workers on strike. Apollo trail – blazers back relaxed and joking. Back to work – to kill the bill. Ugly noises from Los Angeles mayors nest. Convict sentenced to life for coffin girl kidnap.

При перекладі заголовків з англійської на українську мову дуже часто опускаються допоміжне або смислове дієслова. У таких випадках необхідно відновити повноцінну конструкцію речення, а після цього робити переклад. Слід пам'ятати, що українським заголовком більш притаманна не дієслівна структура, а структура, стрижнем якої є іменник:

«Ukraine still on course for WTO» [Financial Times: July 09, 2008] – Ukraine is still on course for WTO (the World Trade Organization) – Україна все ще дотримується курсу до вступу у (ВТО) всесвітню торгівельну організацію (додавання).

Заголовки зі складними атрибутивними ланцюгами часто вимагають повної граматичної трансформації, оскільки українській мові не притаманні атрибутивні ланцюги з кількох іменників:

«Panama Canal expansion workers strike over pay» [Washington Post: July 23, 2011] – Страйк робітників зупинив розширення Панамського каналу (повна граматична трансформація).

Вилучення підмета означає вилучення головного члена речення, а отже явище, яке потребує ретельного опрацювання й розуміння матеріалу. Під час перекладу таких заголовків досить часто є необхідність змінювати граматичну конструкцію:

«Expect no change in North Korea» [The Times: October 05, 2010] – У Північній Кореї не очікують змін (заміна).

Такий заголовок з вилученим підметом перекладається українською мовою як безособове речення. Ще однією особливістю перекладу англійських заголовків на українську мову є використання інфінітиву, за допомогою якого передається майбутній час: «Obama to unveil college-cost plan» [Washington Post: Aug. 25, 2013] – Обама збирається зупинити зріст вартості за навчання (додавання).

Основні лексичні труднощі при перекладі заголовків англійських періодичних видань пов'язані з тим, що в них трапляється велика кількість скорочень, власних назв, реалій тощо. В усіх цих випадках слід користуватися спеціальною довідковою літературою, певними словниками.

Використання у заголовках різних стилістичних прийомів, таких як метафора, метонімія, алюзія, а також різного роду літературних або історичних посилань не полегшує роботу перекладача. В умовах оказіонального використання стилістичних засобів роль перекладача як співавтора зростає через те, що він несе відповідальність за адекватність відтворення інформації.

Перекладаючи заголовок, що містить алюзію, ми зберігаємо більшу експресивність. Основна трудність при перекладі полягає в тому, щоб якомога точніше декодувати алюзію читачеві.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) / А.В. Федоров. – 5-е изд. – СПб., М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.
2. Бойко Л.Б. Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями: автореф. дис. канд. филол. наук / Л.Б. Бойко. – ОГУ им. И.И. Мечникова. – 1989. – 14 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Заєць Б.В.

студент,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ПРОБЛЕМА «НЕПЕРЕКЛАДНОСТІ» І ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Один з найпомітніших феноменів нашого часу – зростаюча потреба у спілкуванні між народами і окремими людьми, а також реалізація цієї потреби, яка в багатьох разів перевищує досвід минулого. Розвиток транспорту, засобів інформації і комунікації, підвищення культурного і освітнього рівнів, усвідомлення необхідності взаєморозуміння і співпраці, пошуки шляхів і засобів вирішення глобальних проблем сучасності – всього цього можна досягти лише об'єднаними зусиллями всіх народів та окремих осіб. Без сумніву, всі ці чинники є могутнім стимулом для розвитку перекладацької діяльності. Взагалі, сучасний світ такий, яким він постає перед нами сьогодні, дає можливість бачити, яке величезне місце зараз займає переклад в науковому, політичному і культурному житті кожної країни і всього світу. Не слід абсолютизувати роль і значення перекладу. Але поза сумнівом, переклад є активним учасником сучасного культурно-історичного процесу і без нього неможливо уявити собі сучасний світ. Переклад може і повинен бути для всіх народів носієм, провідником і відкривачем всього найціннішого.

Переклад не можна зрозуміти і дати йому наукове визначення без урахування його соціальної природи, соціальної суті. Переклад не може виникнути, існувати і функціонувати поза суспільством. Коло діяльності, що охоплюється поняттям «переклад», дуже широке. Переклад – невід'ємна частина духовної культури кожної країни і її народу, духовної культури всього людства. Адже, безперечно, що переклад – це перш за все мовна діяльність. Переклад ґрунтується на мові, перекладач працює з мовою. Мова – фундамент і основний засіб перекладу. Переклад не можна зрозуміти, якщо не буде розкрита його здатність відображати і ніби заново створювати оригінал. Переклад є віддзеркаленням оригіналу. Чим вірніше, чим цілісніше це віддзеркалення, тим вище якість перекладу. Переклад не можна зрозуміти, якщо не буде розкрита його психологія. Переклад – це важкий, складний і продуктивний творчий процес, в якому беруть участь всі духовні сили людини: інтелект, інтуїція, емоції, уява, воля, пам'ять. Переклад – це творчий процес, в результаті якого створюється перекладний твір. Завдяки художньому перекладу ми маємо можливість читати твори світової класичної літератури на рідній українській мові. Кожний художній твір, кожний художній напрям, література кожної історичної доби породжує специфічні проблеми для перекладача.

Розглянемо проблему перекладу мовних реалій. Всю безеквівалентну лексику можна умовно розподілити на дві групи:

1) Власні імена (особові імена, географічні назви, назви установ, організацій, газет тощо).

2) Слова-реалії – словникові одиниці, які означають предмети, поняття та ситуації, що не існують у практиці іншомовного соціального колективу. У цю групу входять слова, які означають різного роду предмети побуту, матеріальної та духовної культури, властивої тільки даному народові. Особливої уваги варті слова-реалії. Термін «реалія» уперше вжив А.Федоров (його діяльність склала цілу епоху в історії радянського перекладознавства) у праці «Про художній переклад», але для того, щоб позначити не лексему, а національно-специфічний об'єкт. Характеризуючи працю перекладача, автор зазначає: «Але водночас – це діяльність, що вимагає певних знань, не тільки практично-мовних, а й літературознавчих і історико-лінгвістичних, не кажучи вже про необхідність широкого культурного світогляду, що дозволяє усвідомити історичні і географічні реалії тощо, тобто вміти орієнтуватися в будь-якому тексті Для нього «реалії» – це «конкретні умови життя і побуту країни, з мови якої здійснюється переклад».

У 1952 році Л.Соболев дав таке визначення «реалії»: «Терміном «реалії» позначають побутові і специфічно національні слова й звороти, що не мають еквівалентів у побуті, а отже, і мовах інших народів». Із сьогоденного погляду, вище подана дефініція не зовсім чітка і вимагає внесення певних корективів. По-перше, слова, що належать до сфери безпосередньої лексичної номінації, не можуть мати «еквівалентів у побуті», де їм відповідають певні співвідносні денотанти – предмети і явища. В українському перекладознавстві термін «реалія» вперше вжив О.Кундзіч у праці «Перекладацька мисль і перекладацький недомисел», підкреслюючи при цьому неперекладність реалій: «Я схильний вважати народні пісні аналогічними реаліями даного народу, що, як правило, не перекладаються». Так, у праці «Актуальні питання українського художнього перекладу» В.Коптілов називає реаліями «слова, що позначають предмети та явища, невідомі мові перекладу». З цього твердження випливає й той факт, що слова можуть бути реаліями в одній мові, але не бути такими в іншій. Наприклад, у Великобританії, як і у нас, є проїзні квитки, а у США – їх немає. Отже, стосовно американського варіанту англійської мови наш «проїзний квиток» – реалія, а стосовно британського варіанту – ні.

З історико-семантичного погляду виділяються:

1) власне українські реалії: *коломийка, трембітьяр, постолы, яворівка, коливо, китайка, перебудова, гласність*; англ.: *a baby-sitter, Boxing Day, the Central lobby, Poppy Day, Halloween, Harley Street doctor, a gifted child* («у США особливо здібна дитина, для якої, з дозволу батьків, опрацьовується спеціальна шкільна програма»);

2) історичні реалії – це семантичні архаїзми, які внаслідок зникнення референтів входять до історично дистантної лексики, втративши життєздатність. Їм властива сема «минуле», пов'язана із старінням референта, виходом позначуваного ним слова з царини активної суспільної практики мовного колективу. Вони «вміщують фонові знання культурної спадщини». Крім національного, для них характерний хронологічний колорит: укр. *щезник, смерд, копний майдан, свячений, згінні дні, медведиця* («група жінок, що, переодягнувшись, ходила по селу під час косовиці»), *підбрехач* («другий сват у давніх українських весільних обрядах»). У структурному плані виділяються:

1) українські реалії-одночлени: *вечорниці, криничар, денцівка, кобзарювати, валило*; англійські: *a sheriff, a threepence, a taurople* («*травневе дерево*»- «*стовп, прикрашений квітами, різнобарвними прапорами*»).

2) реалії-полічлени номінативного характеру: укр. *курна хата, разовий хліб, троїста музика, братська могила, дзвінкова криниця* («назва спеціальної радіопередачі про народну пісню»); англ. *a banana split, St. Valentine's Day, a Sussex pudding, a ticket day, a toffee apple, a soup- opera, garden seats, a means test man*.

3) реалії-фразеологізми: укр. лоби забрити, коло печі поратися, дбати про скриню, стати під вінок, на панщині бути; англ. *to reach the woolsack, to enter at the Stationer's hall*.

Висновок:

Можна зробити висновок, що деякі слова та словосполучення не можливо перекласти з англійської мови на українську або навпаки, тому перекладач має проявити винахідливість і замінити неперекладене слово підходящим словом в контексті, або ж пояснити значення неперекладеного слова.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М., 1986.
2. Антонов Н. Г. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978.
3. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода. – М., 1999.
4. А. В. Фёдоров. О художественном переводе, Л.: Гослитиздат, 1941, 260 с.
5. В.Коптілов «Актуальні питання українського художнього перекладу»

Сидорук Г. І.

канд. філол. наук, доцент,

Лахман М. Л.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ФОНОВІ ЗНАННЯ У ВИМІРІ СУЧАСНОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Ключові слова: фонові знання, перекладацька компетенція

Keywords: background knowledge, translation competence

Метою даної статті є теоретичне вивчення проблеми адекватного передання інформації та формування фонових знань як спільність відомостей мовців певної національної культури. У сучасній науці поняття «фонові знання» розглядають у лінгвістичній, психологічній, культурологічній площинах. Термін «фонові знання» має різні трактування у вітчизняній і зарубіжній науці, що пов'язано з історією його дослідження. На Заході поняття «фонові знання» (background knowledge) з'явилося у зв'язку з процесами сприйняття мови і навчанням читання і грамотності. У роботах таких авторів, як В. Гудікунст і Й. Кім, Р. Сколлон і С. Вонг Сколлон, цей термін ужито на позначення всіх наших знань про світ [1]. Науковці розрізняють загальнолюдські, регіональні, країнознавчі, соціальні, професійні фонові знання. Ця необхідна для сприйняття і розуміння частина екстралінгвістичних знань дозволяє оцінювати й усвідомлювати нове в повідомленні, тобто є самим «фоном». Фонові знання впливають на успішність комунікації та глибину сприйняття художнього тексту, оскільки є невід'ємною складовою імпліцитної інформації мовленнєвих актів, висловлень, текстів. Мовний знак одночасно є одиницею різних кодів, значення яких можуть перехрещуватися або бути нерелевантними для тексту. У сприйнятті художнього твору найскладнішими є націокультурні знання, що на мовному рівні представлено через власні назви, слова-символи, слова-реалії, які є ключовими у розумінні смислу тексту. Так, А.В. Федоров розглядає їх як соціокультурні відомості, що відображають реальний комунікативний фон певного народу або картину життя певної країни. На його думку, поширення фонових знань відбувається саме через переклад, який видає знання певної соціокультурної інформації, що дозволяє зрозуміти глибинний зміст оригіналу і перекласти його без смислових втрат та помилок[2].

В.С. Виноградов віддавав перевагу терміну «фонова інформація», до змісту якого він включав національний тезаурус, а також фонові знання, які входили до поняття «фонова інформація» як частка до цілого. На його думку, фонова інформація не вичерпується знаннями, наприклад, поведінки тварин, поширених у конкретній географічній зоні, або музичних ритмів конкретної етнічної групи чи рецептів приготування національних страв, хоча все це в принципі входить до складу фонових знань[3]. Важливо, щоб такі знання відбивалися у національній мові, передусім, у її лексичному складі. На думку інших дослідників, фонові знання – це сукупність даних та відомостей про специфіку країни, мова якої вивчається, її національну культуру-

ру, менталітет народу, національні особливості вербальної та невербальної поведінки тощо. Отже, у цій концепції до фонових знань віднесені базові поняття, які допомагають адекватно орієнтуватися у соціокультурному контексті певної комунікативної ситуації, правильно інтерпретувати та перекладати зміст мовленнєвої та немовленнєвої поведінки представників двох культур. Іноді фонові знання визначають як систему знань щодо галузі, якої стосується текст оригіналу, разом з когнітивним досвідом перекладача у цій же сфері. Деякі автори звужують значення поняття, що аналізується, включаючи до його змісту лише відомості про історію, географію, політику, тобто все те, що вказує на специфіку і неповторний колорит тієї чи іншої країни. Інші вважають фонові знання просто спільним усвідомленням певних реалій мовцем та слухачем, що забезпечує підґрунтя для мовленнєвого спілкування, а також визначає поведінку людини, систему її поглядів, етичних оцінок, естетичних смаків і значну частину її знань.

Реальний фон передбачає наявність так званих реалій країни, мовою якої подається інформація у перекладному тексті. Дані реалії трактуються в теорії перекладу, лінгвокраїнознавстві та інших філологічних дисциплінах за двома напрямками: 1. реалія – це предмет, поняття, явище, що є характерним для історії, культури, побуту того чи того народу або країни та не трапляється в культурі інших націй; 2. реалія – це слово, яке позначає такий предмет, поняття, явище, а також словосполучення (фразеологізм, ідіома), яке містить такі слова. Слід зазначити, що реалія-слово співвідноситься з предметами не безпосередньо, а через особливу категорію-посередника, яка називається референтом[4].

Розвиток сучасної науки і техніки породив велику кількість вузькоспеціальних текстів, переклад яких вимагає від перекладача певного обсягу фонових знань, причому якість перекладу безпосередньо залежить від їхнього обсягу. Важливість фонових знань за тематичною ознакою неодноразово підкреслювалася багатьма методистами, перекладознавцями, лінгвістами. Вони зазначали, що більшість перекладачів апріорно виходять з того, що будь-який текст оригіналу не приховує герменевтичні смисли і є завжди зрозумілим для перекладачів, але це не так[5]. Протягом кількох десятиліть питання щодо засобів перекладу майже витіснило проблему розуміння тексту оригіналу. Адже, загальновідомо, що розуміння передує самому процесу перекладу. Саме розуміння базується на фонових знаннях та особистому досвіді перекладача. Тому неусвідомлене нерозуміння або часткове нерозуміння тексту оригіналу впливає на якість перекладу і призводить до спотворення інформації, порушень норм перекладу і врешті-решт непорозуміння або навіть конфлікту між комунікантами.

Структура фонових знань носія мови формується під впливом низки чинників і складається з різних компонентів (інформація та почуття, накопичені протягом дошкільного, шкільного та післяшкільного періодів; досвід особистого, політичного та мистецького спілкування; досвід практичного життя). Важко навіть перелічити усі джерела, що формують свідомість носія мови, але результатом є знання, обсяг яких хоч і значно коливається від людини до людини, однак характеризується певним ядром, який пересічно знають усі освічені носії мови. Попри всю абстрактність цього гіпотетичного ядра, слід дійти висновку, що воно має бути об'єктом засвоєння при навчанні перекладачів.

Для успішного перекладу спеціального тексту перекладачеві немає потреби мати відповідну освіту, а достатньо такого ступеня орієнтації в предметі, яка б дозволяла йому розуміти термінологію та логіку викладання змісту. Оперуючи даними знаннями про світ, він перетворює імпульси та враження в тезаурус власного внутрішнього досвіду, в основі якого лежать універсальні для всього суспільства поняття та уявлення, тобто фонові знання та культурні реалії. Ці категорії відбиті в мові, релігії, науці та мистецтві. Мислити про світ, не користуючись цими категоріями, настільки ж неможливо, як не можна мислити поза категоріями мови. При цьому різні мови являють собою не різні позначення того самого об'єкта або явища дійсності, а різні його бачення. Це дозволяє говорити про когнітивну пам'ять реалії-слова, як унікальний продукт ментальності людини, що характеризується привнесенням у його значення елементів суб'єктивного змісту[6]. Таким чином, фонові знання та культурні реалії є важливим фактом у перекладацькій діяльності. Інформацію, яку вони передають, доцільно осмислювати в категоріях загального, національного та індивідуально-авторського характеру, приділяючи увагу контекстуальному значенню суб'єктивно інтерпретованих загальнонаціональних елементів змісту оригінального тексту.

Отже, дослідження фонових знань є перспективним у річизі особливостей формування фонових знань студентів, зокрема прикладних аспектів міжкультурної комунікації, передусім повноцінності засвоєння інформації студентами-іноземцями під час вивчення російської чи української мови та осягнення прихованого неявного смислу художніх текстів у процесі читання.

література:

1. Комиссаров В.Н. Теоретические основы методики обучения переводу. – М.: РЕМА, 1997. – 112 с.
2. Алексеева И.С. Профессиональный тренинг переводчика. – СПб.: Союз, 2001. – 288 с.
3. Черноватий Л.М. Принципи складання вправ для навчання галузевого перекладу // Вісник Сум. держ. ун-ту. Серія: Філологічні науки. – 2002. – №3(36). – С.101-105.
4. Латышев Л.К. О некоторых составляющих переводческой компетенции и их формировании / Региональный открытый социальный институт. Ученые записки. Серия: Лингвистика. Межкультурная коммуникация. Перевод. Вып.3. – Курск: Изд-во РОСИ. – 1999. – С.3-12.
5. Селіванова О.І. Вимоги до професійного володіння мовами та проблеми мовленнєвої підготовки перекладача // Вісник Сум. держ. ун-ту. Серія: Філологічні науки. – 2004.– №4(63).– С.161-162.
6. Воробьёв В.В. Лингвокультурология (теория и методы): Монография. – М.: Изд-во РУДН, 1997. – 331 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Пістун О.О.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ВИДИ КОМПЕНСАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ

Ключові слова: компенсація, трансформації, контекстуальні заміни, прийоми перекладу

Key words: compensation, transformation, contextual substitutions, methods of translation

Значний внесок у дослідження компенсацій при перекладі зробили такі науковці, як Л. Бархударов, О. Кумукова, Л. Латишев, М. Олікова та Я. Рецкер. Такі науковці, як Л. Бреєва, А. Ізмайлов та М. Яковлева займались дослідженням стилістичних трансформацій.

Метою даної статті є виявлення особливостей компенсації як вид трансформації в художньому перекладі. Я.І. Рецкер визначає трансформації як “прийоми логічного мислення, за допомогою яких ми розкриваємо значення іншомовного слова в контексті й знаходимо йому російський відповідник, що не збігається зі словником” [1, 79]. Слід зазначити, що трансформація – це основа більшості прийомів перекладу, яка полягає в зміні формальних (лексичні або граматичні трансформації) або семантичних (семантичні трансформації) компонентів вихідного тексту при збереженні інформації, призначеної для передачі [2, 26]. Отже, спробуємо визначити та дослідити такі засоби лексичних трансформацій при перекладі художніх творів як контекстуальні заміни, завдяки яким і з’являється можливість якомога рівноцінної передачі змісту оригіналу.

Контекстуальні заміни – це така лексична перекладацька трансформація, внаслідок якої перекладним відповідником стає слово або словосполучення, що не є словниковим відповідником і яке підібрано з урахуванням контекстуального значення слова, що перекладається, його контексту вживання та мовленнєвих норм і традицій мови перекладу [3, 156]. Розглянемо такий приклад: *The ridiculous letters the Liberals sent to Mr. Churchill declaring that Tories must not use the word Liberal in describing their policies, for electoral reasons, are a bad joke*. У більшості випадків словосполучення *a bad joke* мало б перекладатися як поганий жарт. Але тут, очевидно, інше значення: якщо ліберали пішли на таке приниження, то їм не до жартів. Логічним чином продовжуючи думку, приходимо до такого варіанта перекладу: Не від хорошого життя направили ліберали це сміховинне послання, в якому вони заявляли, що консерватори не повинні користуватися словом «ліберальний» для викладення своєї політики під час передвибірної кампанії. Отже, варіант перекладу *a bad joke* – не є контекстуальним і підходить далеко не в кожному випадку. Це яскравий приклад контекстуальної заміни. Контекстуальні заміни можна поділити на такі прийоми перекладу:

- диференціація й конкретизація понять;
- генералізація понять;
- логічний розвиток подій при перекладі;
- антонімічний переклад;
- компенсація при перекладі.

Отже, ми маємо розглянути такий прийом контекстуальних заміни як компенсація. Розуміння сутності цього слова прийшло досить давно, й деякі перекладачі-практики, не використовуючи самої назви терміну, писали саме про компенсацію. Першим поняття перекладацької компенсації ввів Я.І. Рецкер, який зарахував цей прийом до вже відомих семи різновидів лексичних трансформацій. На його думку, компенсація (або компенсація перекладацьких втрат) – це «заміна елемента оригіналу, який не можна відтворити в перекладі, на елемент іншого порядку, у відповідності з загальним ідейно художнім характером оригіналу» [4, 128]. І.В. Корунець вважає, що компенсацією називається такий спосіб перекладу, при якому елементи змісту оригіналу, що були втрачені при перекладі, передаються в тексті якимось іншим чином для компенсації семантичної втрати. Інакше кажучи, це заміна непереданого елемента оригіналу аналогічним або яким-небудь іншим елементом, що компенсує втрату інформації і здатний справити подібну дію на читача. Отже, причиною компенсації є особливості контексту, точніше незвичайне вживання слова або словосполучення у певному контексті. У перекладацькій практиці використовуються три види компенсації:

1. компенсація аналогічним прийомом (повна компенсація), яка застосовується в іншому місці перекладу по відношенню до позиції цього прийому в оригіналі і найбільш повною мірою забезпечує еквівалентність перекладу;

2. компенсація іншими прийомами (часткова компенсація), яка частіше використовується на місці непереданого прийому оригіналу і поповнює втрати лише частково;

3. суцільна компенсація, що застосовується тоді, коли автор навмисне приводить абсурдний порядок слів для того, щоб підкреслити пародійність тексту.

Рецкер розрізняє семантичну та стилістичну компенсацію. У випадку семантичної компенсації можна «компенсувати втрачений непереказаний елемент перекладу з метою надання йому змістовності» [4, 202]. На думку автора, означений прийом часто застосовується для перекладу безеквівалентної лексики, і, в першу чергу, це стосується усіх видів реалій: географічних, етнографічних, фольклорних, міфологічних, побутових, суспільних, історичних і под. Йдеться про реалії, характерні для країни мови оригіналу й аж ніяк не характерні для мови перекладу. На думку Я.І. Рецкера семантична компенсація може мати два різновиди: локальну (місцеву) та тотальну (загальну). Автор не дає чіткого визначення двом останнім поняттям, та з наведених ним прикладів можна зробити висновок, що локальна (місцева) семантична компенсація – це така, за якої компенсуються втрати, пов'язані зі житком реалій, характерних для країни вихідної мови і не характерних для цільової мови, а тотальна (загальна) семантична компенсація – це компенсація, яка використовується у випадках, коли значення прямого словникового відповідника одиниці вихідної мови адекватно не відображається у його перекладі на цільову мову [4, 208]. Загальновідомо, що використання діалекту в тексті є важливим стильовим маркером. Перш за все, він містить у собі багато інформації про персонажа, який так чи інакше послуговується

місцевою говіркою. З цього слідує, що перекладачеві необхідно вирішити для себе, яким чином можна передати таке відхилення від норми. Саме «нестандартні» явища вимагають застосування компенсації. Тому враховуючи відсутність системної розробки даного прийому перекладу, була спроба класифікувати ті мовні елементи, що підлягають прийому компенсації при перекладі. У ході дослідження прийшли до висновку, що прийому компенсації підлягають такі мовні елементи:

- розмовна мова (у романі Марка Твена «Пригоди Гекльберрі Фінна»);
- відхилення територіального типу, головним чином елементи діалекту;
- відхилення соціального типу (жаргони, суржик, розмовно-знижена мова)

можна продемонструвати на прикладі роману Чарльза Діккенса «Олівер Твіст», в якому автор розкриває звичаї лондонського «дна»;

- дитяче мовлення;
- ламана мова (приклад ламаної та неправильної мови неосвіченої Лайзи Дулітл: *The flower girl. Theres manners f' yer! Te-oobanches o voylets trod into the mad.*

Квіткарка. От маніри! Ди-ва пучечки хвіялок сатоптав у грязюку!

- каламбури;
- ті елементи мови оригіналу, що не мають еквівалентів у мові перекладу. Необхідно наголосити на тому, що некомпенсоване випущення мовного знаку призводить до послаблення в них емоційної виразності та експресивності, властивих оригіналу.

Проаналізувавши такий метод лексичних трансформацій, як компенсація, можемо зробити висновок, що завдяки даному прийому всі «нестандартні» елементи мови оригіналу можуть бути відтворені у мові перекладу з досягненням комунікативної рівнозначності різномовних текстів. Успіх у перекладі будь-якого тексту оригіналу прийомом компенсації втрат залежить від розуміння особливостей стилю, емоційного забарвлення, жанрової своєрідності, реалій художнього твору, а також почуття міри, смаку та досвіду.

Література

1. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М.: МО, 1984. – с. 180.
2. Карабан В.І. Посібник-довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. – Київ-Кременчук, 1999. – Ч.ІІ. – с. 240.
3. Влахов С., Флорин С. Непереваемое в переводе. – М.: Высш. шк., 1986. – с. 270.
4. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода/Дополнения и комментарии Д.И. Ермоловича. – М.: «Р. Валент», 2004. – с. 240.

Сидорук Г. І.

канд. філол. наук,
доцент кафедри іноземної філології і перекладу
Національного університету біоресурсів
і природокористування України
(Київ)

СТРУКТУРНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ В МЕРЕЖЕВИХ АНГЛОМОВНИХ ЛЕКСИЧНИХ ТА ГРАФІЧНИХ АБРЕВІАТУРАХ

Ключові слова: інтернет-скорочення, інтернет-абревіатура, ініціалізм, числова абревіатура, спосіб скорочення, акронім, засоби мовної економії

Keywords: internet abbreviations, initialism, numerical abbreviation method of reduction, acronym, means of language economy

Спілкування в Інтернеті стало об'єктивною лінгвістичною реальністю, оскільки є найпоширенішою формою віртуального спілкування у світі, що відкинула канонічні засади жанру, його шаблони, правила, правопис, тому дослідження феномену оформлення електронних повідомлень стало дуже важливим з точки зору перспектив розвитку мови й мовлення. Мета роботи – виявити лінгвістичні, комунікативні та структурно-семантичні особливості інтернет-скорочень в англійській мові. Відомі численні праці, присвячені частковим аспектам опису й класифікації мережових скорочень в англійській та українській лінгвістиці, а також психолінгвістиці (Кириченко О.А., Макаров М.Л., Мартіне А., Медвідь О.М., Смирнов Ф.О., Чумак Л.М.) [1; 2; 3; 4; 5; 7].

Абревіатура, як продукт способу скорочення, складається з однієї букви, або комбінації букв, взятих в різних поєднаннях зі скорочуваного слова або словосполучення. Спілкування через електронну пошту вже давно ведеться з широким використанням низки всім відомих і міцно закріплених там скорочень: *btw – by the way; fyi – for your information; imho – in my humble opinion; otoh – on the other hand*. Психологічно ці скорочення не сприймаються серйозно і вважаються інтернет-сленгом, який розпочав своє існування в Америці і має, переважно, англомовне коріння. Спілкуючись в мережі за допомогою коротких фраз, містких і стислих виразів, позначаючи емоції картинками, користувачі виробляють свою нову мову спілкування, побудовану на графічних символах і словах. Такі символічні зображення отримують все більше поширення, стаючи практично загальноприйнятим інтернет сленгом. Сленгові слова, з часом поступово втрачаючи своє емотивне забарвлення, переходять в розряд побутової лексики за наявності певних ознак, притаманних словам. Вони отримують статус ключових слів з їх характеристиками (коротке написання, наявність голосних і складів). Такі абревіатури утворюються шляхом складення початкових букв слів, як прописних, так і малих: *TTYL* або *ttyl* означає “Talk To You Later,” *LOL* або *lol* зазвичай означає “Laugh Out Loud”. Переклад цих скорочень обмежується транслітерацією: *ттиол, лол*. Інтернет-спільнота неминуче переходить на скорочення мови спілкування з тієї причини, що потік інформації настільки швидкий, що реагувати на нього розлогими реченнями з правильно побудованими фразами й підібраними словами є недоречним марнотрат-

ством: – WRU? – AFK! BRB. – WTH? – SC! TTYL. Написання цього діалогу зайняло 4 секунди, що в 10 разів менше, ніж повне відтворення цих речень: – *Where are you? – Away from keyboard. Be right back. – What the hell? – Stay cool! Talk to you later.*

В скороченнях використовується комбінація букв з числами, так звана алфавітно-числова аббревіація, або тільки числа, чия форма або вимова співпадають повністю або частково з вимовою слова. Число 2 використовується на позначення прийменника «to», прислівника «too» і префіксу to-: *2day (today)*, *L2M (listening to music)*, *P2P (peer to peer)*. Так само число 4 може замінювати прийменник *for* і морфему *-fore*: *B4 before*, *S4L (spam for life)* і 8 використовується на позначення морфем «-eat» або «-ate»: *GR8 great*, *M8 mate*, *STR8 straight*). Цифри стають частиною скорочень: *NE1ER anyone here?*; *X110 exciting*. Числа іноді є математичним способом запису лексичної інформації про відомі факти та події: *24/7* означає «весь час» (all the time), тобто двадцять чотири години на добу і сім днів на тиждень. Скорочення *9/11* має відношення до терористичної атаки на нью-йоркські будівлі-близнюки 11 вересня 2001 року і є всім зрозумілим маркером тих трагічних подій. Вже існують тисячі подібних скорочень (чат-аббревіатур): *14AA41 one for all and all for one*, *1-D-R I wonder*, *121 one to one*, *143 I love you*, *4ever forever*, *AAF as a friend*, *AAK alive and kicking*.

Однією з найбільш обґрунтованих теорій появи скорочень є концепція економії мовних засобів, що отримала найбільший розвиток у працях А. Мартіне. Суть «економного використання мови» полягає в забезпеченні передачі максимальної кількості інформації в одиницю часу, тобто у підвищенні комунікативної ролі мови [6, 7]. Крім того, в сучасній мові аббревіація нерідко використовується як засіб експресії, художньої виразності, мовної гри. При утворенні скорочень користувачі Інтернету виявляють дивну винахідливість і фантазію: *XOXO hugs and kisses*, *YOYO you're on your own*, *ZZ Sleeping, Bored, Tired*, *GRRRR growling*, *H&K hug and kiss*, *HA hello again*, *TTTT these things take time*. Згідно зі статистикою одного з найбільших сайтів, присвячених скороченням в мережі, в його базі «існує 4195875 зареєстрованих англійських скорочень» [8].

Серед скорочень слів повсякденного вжитку існує тенденція скорочувати «довгі» слова: *add – address*, *agro – aggression*, *lv – love*. Скорочуються також фрази та терміни: *AFAIK – as far as I know* – наскільки мені відомо; *ASLMH Age/Sex/Location/Music/Hobbies* – вік/стать/місцезнаходження/музика/хобі.

Відмінною рисою аббревіації в мережевих текстах є скорочення не лише термінів, але й словосполучень і навіть цілих речень, що вживаються в розмовній мові: *IDKWYM – I Don't Know What You Mean*, *TTUTT – To Tell You the Truth*.

Часто в скороченнях використовуються символи та знаки: *@? at*, *@teotd – at the end of the day*, *% (oo) – T%k – took*, *& (and) – b& – band*, **H? hug*; **K? kiss*.

В мережі широко використовуються ініціальні аббревіатури, що розміщуються між графічними й лексичними скороченнями, але прирівнюються до лексичних. Вони утворені з початкових букв або звуків слів, що входять в словосполучення, і з точки зору вимови поділяються на три види:

1) ініціальні аббревіатури з буквеним прочитанням. Буквені аббревіатури читаються за назвою букв: *OIC = Oh, I see*, *R = are*, *How r u? = How are you?*; 2) ініціальні аббревіатури зі звуковим прочитанням або акроніми. Звукові аббревіатури складаються з початкових звуків слів словосполучення: *CYT see you tomorrow*, *CID crying in disgrace*, *CUOL see you online*, *CWYL chat with you later*.

Зазвичай звукові абрєвіатури утворюються тоді, коли всередині абрєвіатури є голосні звуки (це дозволяє прочитати абрєвіатуру). Ініціальні абрєвіатури, які збігаються з англійськими словами в їх звуковій формі називають омоакронімами, тобто акронімами, омонімічними звичайним словам: *HAND = Have a nice day, AND = any day, AS = another subject, ARE acronym-rich environment, BAG busting a gut, BEG big evil grin. DUST did you see that. FISH first in, still here, MOTOS member of the opposite sex.*

Всі скорочення в процесі віртуальної комунікації можна розділити на кілька основних груп. Лексичного скорочення зазнають вирази, що виступають у тексті в ролі вступних слів зі значенням відображення порядку думок та їх зв'язку; зауваження про способи оформлення думок; джерела повідомлення; цільової спрямованості повідомлення; і поєднання слів у ролі вступних пропозицій: *BOT (back on topic); BTW (by the way)*. Абрєвіації зазнають словосполучення з головним словом-дієсловом у формі наказового способу: *RBTL (read between the lines); RML (read my lips)*. До наступної групи входять стійкі словосполучення: *ASV (age/sex/village); TIE (take it easy)*. У наступну групу можуть бути включені часто вживані слова, словосполучення та речення: *HTH (Hope this help); ISP (Internet service provider)*. В наступній групі побачимо стандартні скорочення-коментарі стану учасника чату: *BRB (be right back)*. Також є група, в яку входять експлетиви, тобто поєднання слів, що виражають ставлення мовця до предмету висловлювання, але не впливають на його зміст: *SH (shit happens); ONNA (Oh no, not again)*. Крім перерахованих акронімів і напівскорочень зустрічається такий тип лексичних скорочень як усікання: *tlp (telephone), ppl (people), pls (please)*.

Мова інтернету не сприяє покращенню знань відносно орфографічних і синтаксичних правил в учасників комунікації. Вплив тут дещо інший – формується новий стиль інтернет-спілкування, притаманний не тільки інтернет-спільноті. Він впливає на мовленнєву поведінку всього суспільства в цілому.

Всі скорочення, що використовуються в віртуальній комунікації, поділяються на дві загальні групи: лексичні та графічні. Тут також широко використовуються ініціальні абрєвіатури, які прирівнюються до лексичних. Кожній групі користувачів властиве вживання певних скорочень, які можуть бути знайомі іншим групам частково або зовсім не знайомі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кириченко О.А. Новації у мові комп'ютерних користувачів // Філологічні трактати. – 2010. – Т.2., №3. – С. 51 – 55.
2. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М: ИТДК «Гнозис», 2003. – 280 с.
3. Мартине А. Принцип экономии в фонетических изменениях. – М: Иностранная литература, 1960. – 259 с.
4. Медвідь О.М. Комп'ютерний сленг // Вісник СумДУ. – 2005. – №6 (78). – С. 50 – 56.
5. Смирнов Ф.О. Искусство общения в Интернете. Краткое руководство. – М: Издательский дом Вильямс, 2009. – 240 с.
6. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестник МГУ. – 1993. – №4. – С. 43 – 63.
7. Чумак Л.М. Складноскорочені слова як особливий клас слів у сучасній англійській мові // Вісник Житомирського державного університету. – 2008. – С. 212 – 215.
8. The Acronym Finder. [Електр. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.acronymfinder.com>

Сидорук Г.І.

к. філол. наук, доцент,

Закатей Ю.В.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНІ СЛОВА В СУЧАСНІЙ ЗАРУБІЖНІЙ МУЗИЦІ

Ключові слова: емоційно забарвлені слова, зарубіжні пісні, сленг, фразові дієслова.

Keywords: emotive words, foreign songs, slang, phrasal verbs.

Музика – це невід’ємна частина нашого життя. Особливо молодь приділяє цьому аспекту культури дуже багато уваги. Куди не поглянь, завжди модна побачити людину з навушниками. Із зарубіжної музики ми дізнаємося багато нових слів та виразів. Особливо можна почути емоційно забарвлені слова. Перш ніж дізнатися як ці слова звучать потрібно розглянути значення «емоційно забарвлені слова». Що ж, до групи емоційно забарвлених слів належать власне слова, які самі виражають почуття й емоції:

1. Назви почуттів: радість, щастя, задоволення, горе, сум, журба, надія, безнадія, любов, ненависть.

2. Слова, що виражають оцінку (негативну чи позитивну): хороший, поганий, добрий, злий, нікчемний, грандіозний.

3. Слова, що набули емоційного забарвлення через афікси (суфікси, префікси – пестливості чи згрублості): машина, машинка, машинерія, рука, ручище, рученька.

4. Поетична лексика, втому числі й символи: орел сизокрилий, ластівочка, тополя, калина.

5. Слова дитячого мовлення: цяця, ляля, їстоньки, вава.

6. Лайливі слова: дурень, тупака, зараза [1].

Отже, розглянемо декілька прикладів. В англійській мові часто використовують фразові дієслова, тобто такі випадки, коли ми поєднуємо два або ж три слова і вони разом набувають нового значення, аніж вони надавали своє значення окремо один від одного. Наприклад до дієслова *pull* (тягнути) ми додамо прийменник *up* (вгору) і отримаємо вираз, що означає під’їхати [3]. Погодьтеся, що значення цих слів разом має геть інший вигляд аніж кожен з них окремо. До того ж фразові дієслова (так само як й ідіоми) є емоційно забарвленими словами теж.

Що ж, розглянемо які емоційно забарвлені слова вживають сучасні виконавці. На прикладі відомої виконавиці репу Nicki Minaj можна вивчити не тільки фразові дієслова та ідіоми, але і сленгові вирази та слова. Візьмемо, наприклад, вираз із її пісні «*I just signed a couple deals I might break you off*». Якщо перекладати на сленгову україн-

ську мову, то отримаємо «Я підписала декілька контрактів, тож можу підкину тобі грошенят». Якщо подивитися в словник значення фразового дієслова, яке з іншої сторони вживається як сленговий вираз, то ми побачимо такий варіант перекладу «перерватися». Але інше його значення (як в нашому прикладі) «дати взаїми гроші» [2].

«*Today I'm icy, but I'm prayin' for some more snow*» – цей вираз покаже нам як можна обіграти слова в реченні. Який же його переклад. Давайте розберемо. На перший погляд може здатися, що Нікі Мінаж співає про погодні умови, але це зовсім не так. Переклад виглядатиме краще, якщо його відтворити на російській мові: «Сьогодні я вся в брюліках, но я молюсь, чтобы было больше снега». Тобто вираз «*I'm icy*» означає «бути обвішаною діамантами», а не як можна подумати «Я змерзла». В одній з її пісень можна зустріти вираз [2].

Ще один яскравий приклад тієї ж самої реп-виконавиці: «*def dumb*». Це скорочений вираз «*definitely dumb*». Якщо перекласти цілий вираз, то отримаємо «повний дурень». Якщо ж окремо розглянути ці слова, то «*def*» набуває сленгового значення, тобто «суперський, класний» (на англійській «*excellent, amazing, really cool*»). А слово «*dumb*» може мати два значення. Звичайне значення – «сліпий», сленгове – «дурень, тупиця». В цій же пісні є вираз «*duff`b*», що означає «*duffel bag*». Таким скороченим варіантом можна називати мішки, які використовують в Америці для перевезення грошей. [2].

Багато прикладів емоційно забарвлених слів наявні у творчості співачки Rihanna. Ось один із них: «*Tryna fix ya inner issues*». По-перше, у виразі вживаються скорочення, що теж вважається як сленгом, так і емоційно забарвленим виразом. Перекласти його можна так: «Намагається зарихтувати свої душевні рани» [2].

Яскравим прикладом «три слів» може бути ось який вираз: «*Yeah, I said it, boy, get up inside it*». Що ж, спробуємо розібрати значення окремих слів. Якщо розглянути вираз «*get up inside it*», вийде повна нісенітниця. Ще зі шкільної парти ми знаємо вираз «*get up*», тобто «вставати». Ще можна зустріти такі варіанти перекладу: «влаштувати, зноситися, підводити, підсилюватися» і навіть сленговий вираз «підстьобувати». Але жоден із них так само не підходить для перекладу, який буде наповнений сенсу. А змістовний переклад звучатиме так: «Так, хлопчику, я все сказала, час тобі в'їхати в суть справи». Навіть назва пісні «*Yeah, I said it*» буде перекладатися як «Я сказала все», а не, як можна подумати, «Так, я це сказала» [2].

У творчості цієї співачки є багато сленгових слів, такі як «*grass*», що означає «марихуана». Такий переклад є американським варіантом, а для англійців це слово означає «секретний співробітник», або ж просто «стукач». Ще зустрічаємо таке слово, як «*Cracksman*» і його значення «злочій». І дуже часто чути не тільки у Rihanna, але і в інших виконавців такі два вирази: «*let down*», «*make a hit*», які відповідно означають «обламувати, підводити» та «мати успіх».

Колись мене особисто зацікавив такий вираз, який я почула у тієї ж самої виконавиці: «*I'm in love with the cash, I put that on my mama and father*». Перша частина цього виразу повністю зрозуміла: «Я закохана у гроші», але друга частина речення має дуже цікаве фразове дієслово «*put on*». Яке ж значення має цей вираз? Якщо подивитися в словнику, то отримаємо такі українські еквіваленти як «вдягати, навішати, накладати, насаджувати, ставити на сцені» і тому подібне. Але мусимо визнати, що жоден із перерахованих виразів не підходить для перекладу нашої другої части-

ни із сенсом. Як виявляється, вираз «*put on*» означає «присягатися». Тобто тепер переклад речення виглядатиме так: «Я закохана в гроші, присягаюся мамою і татом» [2].

У творчості репера Eminem існує не менше емоційно забарвлених слів та виразів. Ось цілий вираз, який є для нас просто чудовим прикладом створення нового значення слова «*Now who thinks their arms are long enough to slapbox, slapbox?*». «*Slapbox*», що ж це слово означає? Взагалі «*slapbox*» це навіть вираз, який означає «бійка, в якій не наносять побоїв». Синонімом до цього слова є «*tap*», тобто просто «доторкнутися». Отже, переклад цілого речення буде таким: «То хто ж тепер думає, що вони зможуть до мене дотягнутися і торкнутися, торкнутися» [2]. Як бачимо, іноді нам важко зрозуміти сенс слова, або ж виразу (особливо коли це фразове дієслово). Але набагато важчим є розуміння цілого речення яке складається з фразових дієслів та сленгових виразів.

Цікавим є вираз з творчості того ж Eminema «*wrong side of the tracks*», який теж є сленговим, а відповідно і емоційно забарвленим. Значення цього виразу: «бідний, несприятливий район міста». Так само можна почути вираз «*hoodlum take on the hoodie*». Придумано в риму, але для людей, які не знають американського сленгу просто не зрозуміти про що йдеться. А на українській мові вираз звучатиме так «гангстер одягнув капюшон своєї «бобки». Доволі просто та логічно. Але тільки опісля перекладу на українську мову [2].

Побачити сленгові вирази, як й інші емоційно забарвлені слова, можна і в творчості американської співачки Selena Gomes. В її пісні «*Undercover*» чуємо такий вираз як «*let's drop out of this crowd*». Фразове дієслово «*drop out*» означає «викинути, випустити, викинути». Якщо ж його розглядати в такому випадку як у пісні, то це фразове дієслово означає «вибратися, тікати»[2].

Отже, як бачимо, існує багато сучасних виконавців, які використовують емоційно забарвлену лексику у своїй творчості. Snoop Dogg та його пісня «*Hangover*» (ще можливий варіант «*Hungover*»), що в перекладі означає «похмілля», Dr. Dre, Chris Brown, LMFAO, Pitbull, Drake та багато інших популярних співаків та реперів допоможуть ближче ознайомитися з особливостями вживання тієї чи іншої ідіоми, фразового дієслова або ж сленгу. Музика – це не лише спосіб розслабитися та відволіктись подумки від чогось. Це ще й чудовий засіб для вивчення іноземної мови!

Список літератури:

1. Нейтральна й емоційно забарвлена лексика (продовження). [Електронний ресурс]: <http://svitslova.com>.
2. Перевод текста песни. [Електронний ресурс]: <http://www.amalgama-lab.com>.
3. PHRASAL VERBS – ФРАЗОВІ ДІЄСЛОВА. [Електронний ресурс]: <http://ksenstar.com.ua>.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Суслю Т.А.

Студентка,

Національний університет біоресурсів

та природокористування України

(Київ)

ПРОБЛЕМИ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ГЕОГРАФІЧНИХ НАЗВ

Ключові слова: переклад, проблема, географічні назви, географічні об'єкти, нововведення.

Keywords: translation, problem, geographic names and features, innovation.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що переклад географічних назв у зв'язку з історичними подіями, а також мовними нормами доставляє перекладачеві досить багато проблем, оскільки певні географічні назви можна перекласти дослівно, а деякі ні.

На сьогоднішній день ще не встановлено абсолютно точних правил перекладу англійських власних назв на українську мову і навпаки. Усі власні назви несуть у собі якусь інформацію стосовно якогось предмета, чи його властивостях. Ця інформація може бути відомою різною мірою в різних сферах спілкування. При перекладі власних назв, особливої уваги треба приділити, перекладу власних географічних назв, бо саме при передачі власних імен та географічних назв найбільш виразно проявляється тенденція до встановлення еквівалентів.

Існує чотири способи передачі власних назв у перекладі: транслітерація, транскрипція або транскрибування, транспозиція та калькування. Зазвичай складність викликає переклад назв невеликих географічних об'єктів: сіл, річок та іншого. Але також проблеми можуть викликати назви, які неможливо перевести просто транскрипцією. Найбільш яскравим прикладом останньої ситуації є китайський місто Пекін, який, як відомо, *Піньін* і в латиниці пишеться *Běijīng*. Географічні об'єкти, що містять вказівку сторони світу переводяться комбінаційною способом. Так, «*North Carolina*» слід перекладати як «*Північна Кароліна*». Головна проблема полягає при передачі іншомовних географічних назв літерами українського алфавіту, а також полягає в максимально можливому збереженні точності звучання мовою оригіналу або графічну форму назви.

Деякі географічні назви калькують, тобто перекладають по частинах з наступним їх об'єднанням в одне ціле: *St. Laurence River* – *річка Св. Лавренція*, *Cape of Good Hope* – *мис Доброї Надії*, *New South Wales* – *Новий Південний Уельс*. Більшість таких назв – кальки давнього походження. Новітня тенденція в перекладі географічних назв схиляється навіть до заміни російських прикметників англійськими. Так, батьківщина Шекспіра до кінця минулого століття називалася *Стратфорд-на-Авон*, в першу половину нашого століття *Стратфорд-на-Евоні*, а в останніх атласах і картах *Стратфорд он Ейвон*. Також варто пам'ятати, що при перекладі з англійської мови іншомовні географічні імена потрібно передавати так, як вони називаються на їхній

батьківщині: *Munich* – Мюнхен, *Leghorn* – Ліворно, *Nuremberg* – Нюрнберг, *Venice* – Венеція.

Географічні назви в Уельсі і Шотландії не просто зазнали впливу старих мов. Валлійська і шотландська мови донині є офіційними мовами цих територій поряд з англійською. При цьому обидві відносяться до кельтських мов, тобто абсолютно не є спорідненими з англійською. Кембриджський коледж *Magdalene* вимовляється [mɑːdlɪn], а *Caius* [kiːz]. У Кенті розташовані *Wrotham* [ruːtəm], *Trottiscliffe* [trɒtzi] і *Meopham* [mepəm].

Варто відмітити, що вже довгий час в перекладі існувала тенденція не перекладати іноземні назви, а передавати їх способом транслітерації чи транскрибування. Заради цього до українського правопису було внесено деякі зміни щодо перекладу іноземних власних назв. Так, деякі власні імена людей та географічні назви, які раніше перекладалися, зараз транслітеруються або транскрибуються: *Michael Faraday* більше не *Михайло Фарадей*, а *Майкл Фарадей*, *George Washington* – *Джордж* (а не *Георг*), *Washington*, *Allessandro Volta* більше не *Олександр*, *Алесандро Вольт*; *Salt Lake City* більше не *Місто Солоного Озера*, а місто *Солт Лейк Сіті*; *Leister* і *Worcester* більше не *Лейсестер* і *Ворчестер*, а *Лейстер* і *Вустер*; *Hull* – *Галл*, а не *Гуль*. Дана тенденція в перекладі може бути поміченою і при перекладі інших власних назв, включаючи географічні назви:

Arkansas – *Арканзас* (*pika* і *штат* США), *Belfast/ Chicago* – *Белфаст/ Чикаго*, *Dublin/Ottawa* – *Дублін/Оттава*, *San Francisco* – *Сан-Франціско*; *Artemivsk* – *Артемівськ*, *Brovary* – *Бровари*, *Horlivka* – *Горлівка*, *Kaniv* – *Канів*, *Ismail* – *Ізмаїл*.

Значна кількість англійських географічних назв перекладаються українською мовою за допомогою транскрипції: *Buckinghamshire* – *Бакінгемшир*, *Chile* – *Чілі*, *Capetown* – *Кейптаун*, *Oakland* – *Окленд*, *Ohio* – *Огайо*, *Bridgeport* – *Бріджпорт*, *Dashwood* – *Дешвуд*, *Dandee* – *Данді*, *Freetown* – *Фрітаун*, *Newfoundland* – *Ньюфаунд*, *Sutherland* – *Саткрленд*, *Funafuti* – *Фунафуті*, *Jersey City* – *Джерсі-сіті*, *Midway* – *Мідуей*.

У деяких випадках при перекладі власних назв може одночасно використовуватися і транскрипція, і транслітерація. Це можна прослідкувати на нижче наведених прикладах. Географічні назви розміщені у двох колонках – у першій колонці – двоскладові слова, в яких перший склад транслітерований, а другий – транскрибований; у другій колонці, навпаки, перший склад – транскрибований, а останній – транслітерований:

Birmingham – Бірлінген

Kingstown – Кінгстаун

Midway – Мідуей

Sheffield – Шефільд

Paraguay – Парагвай

Brighton – Брайтон

Greensboro – Грінсборо

Houston – Гюстон

Wyoming – Вайомінг

Shetland – Шетланг

Деякі географічні назви та власні імена мають традиційно встановлені форми, які не передаються ні відповідними звуковими, ні орфографічними еквівалентними формами англійської мови: *Gus Hull* – *Гес Холл*, *Maine* – *Мен*, *Mexico* – *Мексико*, *New Orleans* – *Новий Орлеан*, *Ulster* – *Ольстер*, *Texas* – *Техас*, *Babylon* – *Вавилон*, *Cyprus* – *Кіпр*, *Thrace* – *Фракія*.

Назви морів, океанів, заток, архіпелагів, перешийків, проток, каналів, адміністративних територій, складних назв країн, завжди перекладаються:

the Pacific/Atlantic/Indian Ocean – Тихий, Атлантичний, Індійський океан, *the Grampians (Appalachians)* – Грампіанські гори; *the Gulf of Mexico (Salonika)* – Мексиканська (Салоніканська) затока; *Start of Magellan/ Gibraltar* – Магеоанова (Гібралтарська) протока; *the Isthmus of Suez (Panama)* – Суецький (Панамський) перешийок; *People's Republic of Congo* – Народна Республіка Конго; *North Sea* – Північне море, *North Cape* – мис Нордкап, *Bab el Mandeb* – Баб-ель-Мандебська протока; *Balkan Peninsula* – Балканський півострів, *Channel Isls* – Нормандські о-ви, *Grampian hills* – Грампіанські гори; *the Carpathians/ Carpathian Mts;* – Карпатські гори/ Карпати, *Saint – Louis Island* – острів Сен-Луї; *Stavropol Territory Ставропольський край, Sea of Azov / the Caspian Sea/ Black Sea/ Red Sea* – Азовське/ Каспійське/Чорне/Червоне море; *Kuril(e) Islands/Azores/Comoro Isls* – Курильські/Азорські/Коморські острови.

Географічні назви, що утворилися за допомогою загальних іменників мають звичайний переклад з однієї мови на іншу: *Cape of Good Hope/ Cape May/ Cape Horn* – Мис Доброї Надії, Мис Горн, *Cape Verde Islands* – О-ви Зеленого Мусу; *Great Slave Lake* – Велике Невільничче озеро; *Great Bear* – Велике Ведмеже озеро, *Dead Sea* – Мертве море, *North Carolina* – Північна Кароліна.

Слід також пам'ятати, що деякі англійські національні географічні назви мають історично встановлені варіанти: *Kola Peninsula* – Кольський півострів, *Ladoga* – Ладозьке озеро, *Onega* – Онезьке озеро, *Hindustan* – півострів Індостан, *Luzon* – острів Лусон, *Borneo* – острів Борнео, *Azores* – Азорські острови.

У висновку слід згадати, що мова – це форма нашого життя, це наша культура та національність, те що є унікальним та незамінним для кожного народу, те що робить народ унікальним. Мова передає особливості народу та специфіку його світогляду та світо буття. Переклад дає змогу ознайомитись з життям, культурою, традиціями, літературою, поезією, науковими досягненнями інших народів. Проте при перекладі досить часто виникає багато проблем, які пов'язані не тільки з реаліями іншої культури, а також і з різними мовними явищами. Слід також зазначити, що існує дуже багато способів перекладу географічних та власних назв, що в результаті призводить до вирішення цих проблем різними способами, та врегулювання співвідношення двох мов при перекладі.

Література:

1. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово– стилістичні проблеми. – Вінниця, Нова книга, 2004. – 576 с.
2. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу: Підручник. – Вінниця, Нова книга, 2000. – 448 с.
3. SPEAKENGLISH Центр іностранных языков: [Электронный ресурс]. К., 2016. – Режим доступу: <http://speakenglish.com.ua/blog/pereklad– vlasnih– nazv/>

Зайнуліна Ю.І.

студентка,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України
(Київ)

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент

ЕМФАТИЧНА ФУНКЦІЯ ІНВЕРСІЇ В ОРИГІНАЛІ ТА ПЕРЕКЛАДІ

Ключові слова: інверсія, емфаза, емфатична інверсія

Keywords: inversion, emphasis, emphatically inversion

Явище інверсії вивчається вже дуже давно та досить успішно. Займалися дослідженням проблем інвертованих речень такі вчені: Ю.М. Скребнев, О.І. Смирницький та ін. Стилiстичну роль та виражальні можливості інверсії розглядали багато науковців [4; 5; 6; 8 та ін.]. Проте питання про відтворення емфатичної інверсії через українську мову в перекладознавстві висвітлено недостатньо. Актуальність цієї теми зумовлена недостатнім вивченням деяких аспектів цього досить складного питання. Як для теорії, так і для практики художнього перекладу є дуже важливим достатнє вивчення засобів відтворення емфатичної інверсії, оскільки через недостатнє врахування засобів вираження емфатичності в оригіналі може привести до спотворення задуму автора та неадекватного перекладу. Отже, мета статті – дослідити способи відтворення емфатичної інверсії в перекладі. Досягнення мети вимагає вирішення таких основних завдань, як: розглянути саме поняття інверсії та розкрити особливості відтворення емфатичної інверсії в перекладі. Об'єктом дослідження є речення з емфатичною інверсією, предметом – основні способи відтворення емфатичної інверсії в перекладі.

Поняття інверсії розглядають у двох значеннях: вузькому та широкому. У вузькому значенні інвертований порядок слів – це порядок слів, при якому підмет знаходиться після присудка. На думку О.І. Смирницького, прямий та зворотний порядок слів визначається взаємним розташуванням підмета і присудка [15, 62]. У широкому значенні термін “інверсія” означає винесення будь-якого компонента речення в незвичну для нього позицію з метою емфатичного виділення цього компонента [14, 81].

Існує два види інверсії: емфатична та граматична. Емфатична інверсія – це порушення усталеної послідовності членів речення, внаслідок якого певний елемент виділяється й набуває конотації емоційності або експресивності. Таким чином порядок слів стає засобом вираження емфазы і набуває стилістичної функції [13, 266]. Граматична інверсія використовується не для вираження якихось додаткових смислових або стилістичних нюансів, а насамперед тому, що інвертований порядок слів є єдиним можливим варіантом для певної граматичної конструкції. Під час граматичної інверсії порядок слів підпорядковується правилам синтаксису.

Емфаза в лінгвістиці – це спосіб виділення якого-небудь елемента висловлювання. Вона характерна для емоційно забарвленої мови, як письмової, так і усної, і вживається в художньому, ораторському, публіцистичному стилях. Значна частка

експресії, емоційності, якими характеризується діалогічне або полілогічне мовлення персонажів художнього твору, в основному створюється різними емпатичними засобами: граматичними, лексичними та графічними, а іноді тими та іншими разом [9, 84]. У мовознавчому словнику за редакцією Д.І. Ганича емпфаза визначається як напруженість мови, посилення її емоційної виразності, виділення якогось елемента за допомогою інтонації, повторення, звертань, запитань тощо [10, 236]. У сучасному тлумачному словнику зазначено, що емпфаза – це емоційно-експресивне виділення частини висловлювання засобами інтонації, повторення, порядку слів та ін. [11]. Емпатичні конструкції не тільки підкреслюють окремі члени речення, вони ще й надають реченню емоційного забарвлення в цілому. Ключовим питанням синтаксису будь-якої мови є порядок слів в цій мові. Як не може бути речення без слів, так не може бути й речення без визначеного, притаманного саме цій мові порядку слів. Порядок слів визначається низкою чинників, але в першу чергу – будовою мови, її типологічними характеристиками, граматичними правилами та традиціями, функцією речення в тексті тощо.

Розташування слів в англійській мові досить жорстке, проте воно допускає певну рухомість, тому порядок слів може бути дещо змінений аби привернути увагу читача або слухача. Зміна загальноприйнятого порядку слів представляє собою емпфазу, адже свідчить про емоції мовця.

Будь-яка мова має достатню кількість засобів для вираження емоцій. Пропущені через мислення людини, ці засоби відразу ж актуалізуються [16, 10], стають посилено виразними. І це має своє підтвердження в тому, що емпатичні прийоми використовуються навіть у тих стилях, яким не притаманна емоційність, таких, як : науково-технічний, офіційно-діловий. Але зрозуміло, що емпфазу частіше можна побачити саме в художній літературі.

Зазвичай у художніх текстах розмовне мовлення представлене діалогами, які не тільки озвучують злами сюжетних ліній, а й розкривають невиражені характеристики персонажів. Однак, саме мовлення нерідко залишається імпліцитним, семантично-еліптичним. І тут перед перекладачем постає вибір – чи стати іншомовним дешифратором наміру автора, чи відтворити ту саму завуальованість ідей у цільовому тексті.

При перекладі українською мовою емпатичних речень, в яких присутня інверсія, залежно від контексту зазвичай використовують синтаксичні (зміна структури речення) або лексичні (слова-посилювачі) засоби: *Hardly could we hear our own voices for the noise of the trains (Pratchett T. Soul Music) – Через страшний гуркіт потягів ми ледве чули свої голоси (Рокова музика / пер. В. Дмитрика)*. У цьому випадку перекладач вдається до трансформації – додає посилювач “страшений”, адекватно відтворюючи емпатичний потенціал оригіналу. *At the bottom of your search for holiness is a frantic desire for notoriety (Koval I. Pagan Saints. The Marinated Aristocrat, p. 44) – За твоїми пошуками доброти, під твоєю любов’ю до людства ховається шалене бажання – прославитись (Коваль І. Лев і левиця. Маринований аристократ, с. 45)*. У цьому прикладі емпатичність оригіналу перестворено лексичним способом шляхом введення слова-посилювача.

Можна зробити висновок, що інвертовані речення є одним з найактивніших показників експресивності на синтаксичному рівні. В англійській мові, на відміну від

української мови, інверсія членів речення та словосполучень є дуже виразним емпатичним засобом. Зазвичай при перекладі емпатичну інверсію передають саме лексичними засобами. Якщо перекладати інверсію дослівно, то отримати таку саму виразність, як і в оригіналі, майже неможливо. Це відбувається тому, що порядок слів в українській мові є більш вільним, ніж в англійській. В подальшому є перспектива у дослідженні емпатичної інверсії на прикладах перекладу текстів різних жанрів.

Література:

1. Гуревич В.В. Теоретическая грамматика английского языка. Сравнительная типология английского и русского языков : учеб. пособ. / В.В. Гуревич. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 168 с.
2. Толочко О.Я. Інверсія в оригінальному та перекладному дискурсі / О.Я. Толочко // Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання: наук. журнал. – Донецьк, 2009. – Т. 6. – № 1 (16). – С. 149–156.
3. Будыкина В.Г. Инверсия в нарративе литературной сказки / В.Г. Будыкина. – Челябинск, 2004. – 173 с.
4. Пименова М.А. Стилистическая инверсия в сфере фразеологии современного английского языка / М.А. Пименова. – М., 1990. – 23 с.
5. Тавасиева А.З. Инверсия подлежащего как синтаксическая фигура / А.З. Тавасиева. – М., 2002. – 164 с.
6. Білоус О.М. Теорія перекладу : курс лекцій : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / О.М. Білоус. – Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2002. – 116 с.
7. Neubert A. Pragmatic aspects of translation / A. Neubert. – Leipzig, 1965. – P. 185–202.
8. Сдобников В.В. Теория перевода : учеб. для студ. лингв. вузов и фак-тов иностр. яз. / В.В. Сдобников, О.В. Петрова. – М. : АСТ : Восток – Запад, 2006. – 448 с. – (Лингвистика и межкультурная коммуникация : золотая серия).
9. Левицкая Т.Р. О некоторых способах выражения эмпазы в английском языке / Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман // Тетради переводчика. – М. : Международные отношения, 1972. – Вып. 9. – С. 34– 42.
10. Ганич Д.І. Словник лінгвістичних термінів / Д.І. Ганич, І.С. Олійник. – К. : Вища школа, 1985. – 360 с.
11. Современный толковый словарь изд. “Большая Советская энциклопедия” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/all-russian/russiandictionary-encycl-term-65325.htm>.
12. Сучасна українська літературна мова : підруч. для студ. філол. спец. вузів / А.П. Грищенко, Л.І. Мацько, М.Я. Плющ та ін. ; за ред. А.П. Грищенка. – К. : Вища школа, 2002. – 439 с.
13. Каушанская В.Л. Грамматика английского языка / В.Л. Каушанская. – М. : Просвещение, 1973. – 320 с.
14. Кузнец М.Д. Стилистика английского языка / М.Д. Кузнец, Ю.М. Скребнев. – Москва : Просвещение, 1960. – 175 с.
15. Иртеньева Н.Ф. Вопросы семантического синтаксиса английского языка : сб. науч. тр. / Н.Ф. Иртеньева. – Пятигорск : Изд-во ПГПИИЯ, 1979. – 165 с.
16. Мисик І.Г. Прагматичний аспект репрезентації темпоральності / І.Г. Мисик // Наукові записки КУТЕП. Серія: Філософські науки. – Київ, 2011. – Вип. 11. – 354 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Сухляк В. Ю.

студентка,

Національний університет біоресурсів

і природокористування України

(Київ)

КАЛЬКУВАННЯ, ОПИСОВИЙ ПЕРЕКЛАД ТА ПІДСТАНОВКИ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНОЛОГІЇ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ

Ключові слова: лексичні заміни, адекватний переклад, лексична одиниця, вихідна мова, мова перекладу, значення слова, калькування, описовий переклад, підстановки

Key words: substitution, adequate translation, lexical unit, source language, target language, meaning of a word, tracing, descriptive translation, substitution

Як відомо, переклад – це не просто заміна одиниць однієї мови одиницями іншої, а складний розумовий процес, що передбачає ряд труднощів, які необхідно долати перекладачеві. Основна мета перекладу – досягнення адекватності. Адекватний, інакше кажучи, еквівалентний переклад – це переклад, який здійснюється на рівні, необхідному й достатньому для передачі незмінного змісту при дотриманні відповідного плану вираження, тобто норм мови. За визначенням А.В. Федорова, адекватність – це «вичерпна передача смислового змісту оригіналу й повна функціонально-стилістична відповідність йому» [8, 151]. Основне завдання перекладача при досягненні адекватності – уміло виконати різні перекладацькі підстановки (або трансформації, заміни) для того, аби текст перекладу якомога точніше передавав усю інформацію, що міститься в тексті оригіналу, за умови дотримання відповідних норм мови.

Мета статті – розглянути особливості застосування калькування, описового перекладу та підстановок при перекладі термінології наукових текстів українською мовою. Виявити термінологічні та стилістичні труднощі перекладу наукових текстів та розширити уявлення про їх особливості, розглянути практичну реалізацію специфіки використання способів перекладу термінів на українську мову у цій галузі, а також їх співвідношення.

Необхідною і важливою умовою еквівалентного перекладу повинне бути збереження мети комунікації. Для її досягнення перекладачеві необхідно здійснювати формальні перетворення, які в перекладознавстві називаються «перекладацькими трансформаціями». Слово як лексична одиниця є частиною лексичної системи мови, причому семантичне навантаження слова унікальне для кожної конкретної мови, а тому може не збігатися з лексичними системами іноземної мови і мови перекладу. Відповідно, найбільш вагомими постають лексичні трансформації, які можна визначити як «відхилення від словникових відповідників» [4, 180].

Але перекладачі не завжди мають справу тільки із словниковими варіантними відповідниками – трапляється так, що словники не містять деяких відповідників неоднозначного слова або ж словникові варіанти-відповідники певного слова взагалі не зафіксовані в словниках.

Калькування (дослівний або буквальний переклад) – це прийом перекладу нових слів (термінів), коли відповідником простого чи частіше складного слова (терміну) вихідної мови в цільовій мові вибирається, як правило, перший за порядком відповідник у словнику. Калькування, як прийом перекладу частіше застосовується під час перекладу складних слів (термінів). Воно може застосовуватись також стосовно тільки одного з компонентів складного слова (терміну).

Досить часто калькування застосовується під час перекладу складних термінів, які утворені за допомогою поширених споріднених слів.

Калькування можна застосовувати тільки за умови збереження перекладним відповідником норми вживання і сполучуваності слів в українській мові [6].

Описовий переклад – це такий прийом перекладу нових лексичних елементів вихідної мови, коли слово, словосполучення, термін фразеологізм замінюється в мові перекладу словосполученням, яке адекватно передає зміст цього слова або словосполучення (терміну). До описового перекладу висуваються такі вимоги:

1) переклад повинен точно передавати основний зміст позначеного неологізмом поняття;

2) опис не повинен бути надто докладним;

3) синтаксична структура словосполучення не повинна бути складною.

При застосуванні описового перекладу важливо слідкувати за тим, щоб словосполучення в мові перекладу точно і повно передавало всі основні ознаки поняття, позначеного словом оригіналу. Перед застосуванням цього прийому перекладу неологізмів необхідно виконати попередню умову правильності перекладу неологізмів – переконатися, що в мові перекладу відсутній перекладний відповідник (зрозуміло, що перекладні словники ще не могли його зафіксувати, проте він може бути зафіксований, зокрема у вже перекладеній нещодавно літературі), щоб правильно розкрити зміст позначеного неологізмом поняття. Завдяки описовому перекладу досягається більша прозорість змісту поняття, позначеного відповідником неологізму. Разом з тим, описовий переклад характеризується такими недоліками:

1) при його застосуванні можливо неточне або не чітке тлумачення змісту поняття, позначеного неологізмом;

2) описове словосполучення порушує таку вимогу до термінів, як стислість (а тому такі багатослівні терміни не мають дериваційного потенціалу, тобто, від них важко, якщо взагалі можливо, утворити по-хідні терміни) [7].

За визначенням В.Н. Комісарова, лексико-семантичні трансформації – це спосіб перекладу одиниць оригіналу шляхом використання у процесі перекладу одиниць цільової мови, значення яких не збігається зі значенням вихідних одиниць, але може бути виведене з них за допомогою певних логічних перетворень [2, 174].

Конкретизація – це спосіб перекладу, при якому відбувається заміна слова або словосполучення вихідної мови з більш широким предметно-логічним значенням слова або словосполучення мови перекладу з більш вузьким значенням. У результаті застосування цієї трансформації створювана відповідність і вихідна лексична одиниця опиняються в логічних відношеннях включення: одиниця вихідної мови висловлює родове поняття, а одиниця мови перекладу – видове поняття, що входить у відповідну одиницю [5, 95].

Генералізація (процес, зворотний конкретизації) полягає в заміні одиниці вихідної мови, яка має більш вузьке значення, одиницею мови перекладу з більш ши-

роким значенням. Створювана відповідність висловлює родове поняття, яке передбачає вихідне видове поняття [3, 244].

Приєм смислового розвитку полягає в заміні словникового відповідника при перекладі контекстуальним, логічно пов'язаним із ним. Сюди належать різні метафоричні і метонімічні заміни, вироблені на основі категорії схрещування. Ураховуючи те, що всі повнозначні частини мови поділяються на три категорії: предмети, процеси й ознаки, у процесі перекладу спостерігається різка різноманітність замінь як усередині кожної категорії, так і між різними категоріями. Дуже часто при передачі одного й того ж змісту засобами іншої мови не звертається увага на форму слова, яка буде виражати цей зміст. Предмет може бути замінений його ознакою, процес предметом, ознака предметом чи процесом і т. ін. [1, 384]. Чимало англійських слів із широкою семантикою не мають абсолютних відповідників в українській мові. Двомовний словник зазвичай дає ряд часткових варіантів, кожен із яких передає лише одне зі значень іншомовного слова. Однак навіть усі словникові відповідники в їх сукупності не охоплюють повністю широку семантику слова іноземної мови. Обов'язковою умовою повноцінного перекладу будь-якого спеціального тексту є його повне розуміння перекладачем. Перекладач повинен детально вивчити сферу, в якій він працює. Тільки тоді він зможе сміливо виконувати адекватний переклад.

Уміння та навички перекладацьких трансформацій становлять складність, є істотними компонентами компетенції перекладача, і тому їх виробленню та правильному застосуванню, спрямованому на адекватну передачу смислу оригіналу, слід приділяти належну увагу. Трансформації обов'язково використовуються при перекладі відсутніх в українській мові лексичних, семантичних, морфологічних, граматичних та інших явищ англійської мови.

Отже, трансформації є неминучими у процесі англійсько-українського перекладу текстів, оскільки вони безпосередньо пов'язані зокрема з різним баченням соціально-господарських процесів і понять у різних народів.

Література

1. Гак В.Г. Языковые преобразования / В. Г. Гак. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. – 768 с.
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз.] / В. Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1990. – 253 с.
3. Коптілов В.В. Теорія і практика перекладу / В. В. Коптілов – К. : Вища школа, 1982. – 345 с.
4. Латышев Л.К. Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения / Л. К. Латышев – М. : Международные отношения, 1981 – 248 с.
5. Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода / Р. К. Миньяр-Белоручев. – М. : Московский лицей, – 1996. – 208 с.
6. Чередниченко, О.І. Теорія і практика перекладу [Текст] / О. І. Чередниченко. – К. : Либідь, 2005. – 370 с.
7. Черноватий, Л.М. Психолінгвістичні основи теорії педагогічної гра матики [Текст] / Л.М. Черноватий. – Х. : Основа, 2006. – 245 с
8. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : [учебное пособие] / А. В. Федоров. – М. : Высшая школа. 1983. – 303 с.

Сидорук Г.І.

канд. філол. наук, доцент,

Кравченко О.

студентка,

Національний університет біоресурсів

та природокористування України

(Київ)

ШЛЯХИ АСИМІЛЯЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Ключові слова: асиміляція, адаптація, сфера, лексема, пристосування, вплив.

Процес запозичення іншомовних слів постійно впливає на розвиток української мови. В першу чергу, це можна пояснити впливом історичних процесів. Проблемами асиміляції займалися такі визначні лінгвісти: О.С. Ахманова, М.І. Бараннікова, Є.М. Белозерова, Ю.О. Жлуктенко, Г.В. Зимовець, І.І. Огієнко, О.О. Потєбня, С. Семчинський, Ю. Сорокін.

Наприкінці ХХ – на поч. ХХІ ст. активізувалися українсько-англійські мовні контакти, результатом яких стала значна кількість запозичень у різних сферах діяльності: в економіці, у суспільно-політичній сфері, у науці, культурі, освіті. Це зумовлено розмаїттям позамовних чинників, об'єктивних і суб'єктивних причин: розвиток економічних зв'язків, мода на іноземні слова, досягнення англійських країн в окремих сферах діяльності, пошук нових культурних зв'язків, двомовність, престиж англійської мови, вживання англіцизмів для демонстрації освіченості або неординарності [3].

На сучасному етапі англійська мова є засобом міжнародного спілкування. Це, насамперед, мова провідних засобів масової інформації: великих теле- та радіокомпаній, світової мережі Internet, багатьох газет і журналів. Це і зумовило головний шлях впливу англійських слів на українську мову.

Перебування України в складі СРСР стримувало наплив англійських елементів, але нині ситуація змінилась. Курс на інтеграцію України в ЄС, процес глобалізації, перебудова економіки, орієнтація на країни Заходу спричинили тісну культурну, політичну та соціально-економічну взаємодію українського народу з народами світу, яка не могла не вплинути на сучасну мову. Всього за кілька років до складу активної лексики української мови увійшли слова англійського походження, що не тільки позначають нові явища культурного та суспільного життя, а й витісняють власні елементи з аналогічним чи близьким значенням. Це знаходить свій вияв у всіх сферах життя, зокрема:

- у сфері побуту такі слова найчастіше позначають передові технології, що ввійшли у повсякденне життя: *відеоплеєр, сі-ді-плеєр, міксер, тостер, маркер, пейджер*;
- в економічній та соціально-політичній сферах загального вжитку набули слова, що позначають різні суспільні явища: менеджмент, бізнес, бізнесмен, траст, прайс, ділер, маклер, імпічмент;
- до запозичень у сфері комп'ютерних технологій належать такі слова, як *інтернет, драйвер, веб-сторінка, хакер, ноутбук, монітор, чат, файл, кіберпростір*. Це

дуже важлива частина запозичень, оскільки має інтернаціональний характер і віддзеркалює наслідки процесів глобалізації та поширення комп'ютерних технологій в Україні [1].

Для запозичень з англійської характерні:звукосполучення *дж*: *бюджет, джаз, джентельмен, джемпер*; звукосполучення *ай, ей*: *гайморит, інсайд, тролейбус, хокей;суфікс –инг(-інг): мітинг, пудинг, демпінг, тубінг* [2].

Останнім часом з'явилося багато слів на позначення різних елементів одягу, які можуть іноді паралельно вживатися з уже існуючими назвами або ж відбивати нові досягнення:

- у сфері моди: *боді, ті-шот, гріндерси, топ, трентч, кардіган*;

- у культурній сфері спостерігаємо особливо багато запозичень у зв'язку з великою популярністю масової культури західних країн. До них належать такі слова, як шоу-бізнес, промоушн, рімейк, ремікс, кліп-мейкер, постер, фан-клуб, сингл, саунд-трек. Дуже сильного впливу зазнала молодіжна культура. В активному словнику підлітків нараховується велика кількість іншомовних слів, що позначають різноманітні течії та стилі сучасної музики, нові явища молодіжної моди: *xip-hop, скінхед, панк, байкер, скаут, реп, рейв, боді-арт, пірсінг*;

- у спортивній сфері: орієнтація на здоровий спосіб життя, дуже популярна в західних країнах, вплинула і на наше суспільне життя. Досить звичними явищами стали заняття *шейпінгом, бодібілдингом, відвідування фітнес-клубів* [1].

З розширенням вживання іншомовних слів на позначень “чужої” реалії або поняття настає період, коли слово використовується для позначення явищ, предметів або понять вже пристосованих до української дійсності, що стали відомими або спільними для англійців та для українців. Це явище закономірне та пояснюється тим, що англійське слово отримує різну інтерпретацію або пояснювального (словники), або контекстуального (українські тексти) характеру. Звісно, що в цьому випадку необхідно було простежити семантичний розвиток англійських двох- або багатозначних слів в українській мові, які спершу з'являлися лише як позначення англійської дійсності. І саме слова, що отримали поширення в українській мові, найбільш повно виявляли свою англійську семантичну насиченість у період розпочатої зміни значення в лексико-семантичній системі української мови [3].

Мова кожного народу функціонує й під впливом мов світу. Країни та народи цих країн перебувають у постійних взаєминах економічного, політичного, наукового й культурного характеру. Тому всі спроби штучної ізоляції національної мови від інших мов неможливі та суперечать законам мовної еволюції.

Входячи в українську мову, іншомовні слова засвідчували чутливість лексики до змін у житті суспільства — політичних, економічних та культурних — і водночас збагачували словниковий склад нашої мови [6]. Усі слова, що ввійшли в українську мову мають пройти апробацію на включення нового слова в систему й відповідну реакцію корінних слів, після чого відбувається або не відбувається запозичення слова. Так, можливі семантичні зсуви в корінних близьких за значенням або абсолютно синонімічних словах звуження значення корінного слова та інші семантичні змінення стимулюють або виключають запозичення того або іншого слова. Наприклад, проникнення та початку запозичення англійського слова *хобі* в наші дні досить сильно сприяло перерозподілу значень в словах одного понятійного поля – спорт, заба-

ва, захоплення, азарт. На початку ХХ століття слово спорт набуло більш самостійного характеру з значенням “*фізичні заняття, вправи*”. Із звуженням значення поняття “забава, захоплення” випадає з семантичного поля слово спорт. З попереднього значення в наші дні зберігся лише вираз “із спортивної цікавості”, тобто “заради забави”. Як наслідок звуження значення слова спорт, слово захоплення отримує більше семантичне навантаження. Слово хобі, що було запозичене з англійської мови в середині 60-х років ХХ століття досить легко почало замінювати одне із значень слова захоплення, а саме “*захоплення чимось, цікавість до чогось*”. Так, цілком “акліматизувалося” це значення в реченнях типу: “*фотографування – його хобі*”. Але решту значень це слово не приймає [3].

Отже, українська мова, як і будь-яка інша національна мова світу, постійно потрапляє під вплив англійської мови, відбувається процес асиміляції запозичень з англійської мови, що особливо характерні для суспільно-політичної, економічної, побутової, культурної та інших сфер.

Література:

1. <http://analytics.at.ua/news/2012-03-07-50>
2. <http://institute.com.ua/searchdirect.php/ID=2480076>
3. <http://en-to-ua.blogspot.com/>
4. <http://poglyad.com/students/item-14759>
5. Зубков Микола Григорович Універсальний довідник. Українська мова. — 5-те вид., випр. — Харків: ФОП Співак В. Л., 2009. — с. 15.
6. Попко О. Г. Українська мова. Практичний довідник. — Харків: ФОП Співак Т. К., 2008. — С. 84-86.

