Друкується за ухвалою ради соціально-гуманітарного факультету
Полтавського інституту економіки і права вищого навчального закладу
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
(протокол №4 від 24.11.2018 р.)

Редакційна колегія:
Губарь Тетяна Володимирівна – декан соціально-гуманітарного факультету
Рябокінь Наталія Олександрівна – к.ф.н., доцент, завідувач кафедри перекладу та іноземних мов
Шахова Валерія Володимирівна – асистент кафедри перекладу та іноземних мов

Матеріали Регіональної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми суспільно-політичного дискурсу в лінгвістиці». – Полтава. – 2018. – 300 с.

Видання розраховане на науковців, аспірантів, викладачів, студентів

©Колектив авторів, 2018

Гурій Тетяна Анатоліївна,
викладач-методист
циклової комісії юридичних дисциплін
Полтавського коледжу управління економіки і права ПДАА

ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГУ МОЛОДІ ПОЛТАВИ

Вступ. Слен – доволі поширене явище, він є засобом спілкування у найрізноманітніших прошарках населення і сягає своїм корінням у сиву давнину. Адже століття тому різні соціальні групи мали свій стиль мовлення, притаманний саме цій групі. Крім того, розповсюдженим видом сленгу є сленг професійний, що побутує у мовленні людей певного фаху чи роду заняття. Молодіжний сленг, як і будь-який інший – тільки лексикон на фонетичній таграматичної основі загальнонаціональної мови, і відрізняється розмовним, а іноді й різко-фамільярним забарвленням. Найбільш розвинені семантичні поля – «Людина»,«Зовнішність», «Одяг», «Житло», «Дозвілля». Велика частина елементів – різні скорочення та похідні від них, а також англійські запозичення або фонетичні асоціації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення молодіжного сленгу почалося в 60-70-тих рр. ХХстоліття (Скворцов Л.І., Капанадзе Л.А., Лошманова Л.Г., Копиленко М.М. та інші). Наприкінці ХХ– початку ХХІстоліття намітилися нові тенденції у вивченні неформальної молодіжної мови: молодіжний жаргон досліджувався як компонент міського просторіччя (Колесов В.В., Иванищев С.І., Юнаковська А.А., Гуц Е.Н.); аналізувався як мовне утворення, що володіє самостійною лексико-семантичною системою(Подюк І. П., Маненкова Н.Ю., Уздінська Є. В., Зайковська Т.В., Міралаєва О.Д., Берегівська Е.М., Єрмакова О.П., Марочкин А.І., Первухина Е.М., Петрова Н.Н., Гойдова С.І.); розглядається з позиції культури мовлення (Бондалетов В.Д., Голєв Н.Д., Тарасов Е.Ф.). У цей період активно видаються словники жаргону (див. Словники Грачова М.А., Митрофанова Є.В., Нікітіної Т. Г., Мальцевої Р.І., Мокієнко В.М., Левікової С.І., Квеселевіча Д.І., Вальтера Х. таінших).

У цей час кількість праць із вивчення молодіжної жаргонної мови зменшилася; дослідження студентського жаргону є поодинокими

(Дубровіна К.Н., Борисова-Лукашенец Є.Г., Батюкова Н.В., Іванищев С.І., Скаженик Е.Н., Андросова О.Е.). Молодіжний сленг 70-80-х років ХХстоліття вивчався досить активно, але в основному поаспектно. Розглядалися, головним чином, питання переходу в мову молоді арготизмів, а також етимологія окремих слів і виразів цьогосоціолекту (Борисова-Лукашанець1980,1983; Дубровіна1980; Єлістратов1993,1998, 2000; Лихолітов 1994, 1997; Мокієнко 2000; Радзіховський, Мазурова 1998; Розіна 2000, 2002; Грачов1995,1996, 2001; Скворцов 1964, 1972, 1977; H.Walter 2001, 2004 та інші). Однак, варто відзначити одну особливість вітчизняних робіт, присвячених цій темі: деякі лінгвісти, немов соромлячись, що взялися задослідження такого«негідного» предмета, «низького» пласту національної мови, починають або закінчують роботи закликами до боротьби з ним і виправдовують своє дослідження необхідністю глибоко вивчити «зло», щоб знати, як краще з ним боротися. Під поняттям «молодіжний сленг» розуміють сукупність мовних засобів високої експресивноїсили, які постійно трансформуються, і які використовуються у спілкуванні молоддю, що знаходиться у дружніх, фамільярних стосунках [5, с. 19-20; 12, с.33-35].

Мета статті – проаналізувати історію виникнення, функціонування, вживання тавиокремленнясленгумолодітастудентства міста Полтавивокремийпластлексики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хвиля інтересу до субмов дійшла до України лише порівняно недавно. Досі в наукових колах почасти домінує розуміння молодіжного соціодіалекту як «мовного хуліганства». Дослідженням цього питання займаються нині лише окремі мовознавці, хоч сама тема надзвичайно багатогранна. Сленг доволі поширене явище, він є засобом спілкування у найрізноманітніших прошарках населення і сягає своїм корінням у сиву давнину. Адже навіть століття тому різні соціальні групи мали свій стиль мовлення, притаманний саме цій групі. Крім того, розповсюдженим видом сленгу є сленг професійний, що побутує в мовленні людей певного фаху чи роду заняття. У XVIII-XIX ст. на Полтавщині, де кобзарювання було досить поширеним явищем, сліпі бандуристи мали свій власний сленг, який називався «лебійською мовою» і був незрозумілий навколишнім, але при уважнішому розгляді бачимо, що його легко було вивчити, оскільки він грунтувався на певних закономірностях перекручування слів, хоча були й

окремі сленгові новоутворення. Деякі номінації лебійської мови фігурують у сучасному молодіжному сленгу, зазнавши певних змін. Наприклад, поширене у молодіжному мовленні слово «лахати» (сміятися) пішло саме від мандрівників-лірників, навіть не змінивши значення: «дерти лаха» – сміятися. Слово «кльово»має таке самекоріння, івимовлялось воноспершу«клево». Головний персонаж оповідання Г. Хоткевича «Сліпець» належить саме до аналізованої соціальної групи, тому зрозумілим є вживання сленгів у мовленні героя: «Оце, – думаю, – клево» (у значенні «добре»). Загалом, межа між живою, розмовною мовою та сленгом була і є дуже рухливою, перехідною. Часто статус слова змінюється, і те, що, скажімо, у 60-х, 70-х, 80-х роках ХХ століття вважалося сленгом, тепер стало частиною повсякденного словника людей. Мова активно реагує на зміни в політиці, ідеології, науці, духовній культурі, тому й сленг, як один із її складників, надзвичайно швидко піддається перетворенням. Так, сленг молоді 50-60-х рр. фактично не зрозумілий сучасному молодому поколінню [3, с. 73]. Сленг кожної історичної епохи відображав особливості свого часу. Сленг 60-х був наслідком підвищеного інтересу до наркотиків, популярної музики, постійної ейфорії. Сленг 70-х містив велику кількість епітетів, щостосувалисяневдах: «wally», «nurd» тощо. У сленгу 80-х переважали слова, що стосувалися грошей та роботи [1, 2, 4].

Єдиного і всеосяжного визначення сленгу немає дотепер. Неодноразові спроби розмежувати сленг і загальновживану лексику, або сленг і нецензурну мову не дали результатів. Дефініції сленгу, які намагаються нашвидкуруч скомпонувати у ході наукових дебатів, часто виявляються помилковими. Таким чином, у різних словниках і посібниках простежуємо безліч визначень сленгу, таких як:«нецензурна мова», «мова неписьменних і безпутних людей», «поезія простої людини» [6, с. 32]. В. О. Чеховський називає сленг «мовною грою, що допомагає особистості заявити про себе у власному мікросоціумі та водночас відокремитись разом з ним від решти суспільства» [6, с. 32]. На думку лінгвіста, сленг – це стиль мови, що посідає місце, антитетичне занадто формальній, офіційній мові. Сленг перебуває в самому кінці можливих засобів мовного спілкування і включає різні форми мови, за допомогою яких люди можуть ототожнювати себе з певними соціальними

угрупованнями, починаючи з дітей, молодих бізнесменів та хакерів, і закінчуючи злочинцями, алкоголіками танаркоманами.

Жаргонізми (сленгові слова) посідають важливе місце у культурі мовлення, їх можна віднести долексично-стилістичних утворень. Такі слова притаманні розмовній мові людей, які пов'язані певною спільністю інтересів. Сленг властивий різним групам людей і відіграє важливу роль у житті індивіда. Сленгові новоутворення можуть бути стилістично нейтральні та стилістично знижені. Саме на цих поняттях ґрунтується взаємозв'язок між культурою мовлення та сленговою лексикою. Стилістично нейтральні сленгові новоутворення «не засмічують» мови, а стилістично знижені вважаються явищем негативним. У переважній більшості випадків, коли йдеться про молодіжний сленг, люди звертаються саме до тих лексичних одиниць, які є стилістично зниженими [11]. Якраз через це виникає нерозуміння молодіжної субмови, її заперечення, що одночасно провокує вживання нелишеданихлексем,алеіперехіднанецензурнулексику.

Сленг (від англ. S (special), lang(language) – набір особливих слів або нових значень уже існуючих слів, уживаних у різних групах людей (професійних, громадських, вікових тощо). В англійській лексикографії термін «сленг» набув широкого поширення приблизно на початку XIX ст. Етимологія цього слова видається спірною. На процес вивчення сленгу вплинула англомовна культура. Характерною особливістю, що відрізняє молодіжний сленг від інших видів, є його швидка мінливість, яка пояснюється зміною поколінь. Соціальні діалекти ніколи не можуть бути єдиним засобом спілкування, а виступають як доповнення до загальної літературної мови, жаргон здатний самостійно реалізовувати не тільки свою основну емоційно-експресивну функцію, а й головні загальномовного функції: комунікативну, соціальну, прагматичну, інформаційну та інші (А.Т. Хроленко, В.Д. Бондалетов). Російський учений В. Костомаров назвав це явище мовним смаком епохи з її розкутістю, почуттям вседозволеності, приматом особистого начала, власного «я». Норми недалекого минулого усували українські слова, українські терміни на користь «інтернаціональних». Мистецький фестиваль став «арт фестивалем», вистава – «перформансом». Молода поезія активнозасвоюєміський сленг, слова типу «тусовка» (місце, де збирається молодь), «ничка» (таємна схованка в одязі), «закосити під

когось» (видати себе за когось, хто має пільги) тощо. Створено десятки неологізмів на ґрунті цього сленгу, як-от –«блатний»,«пофігіст». Мова сучасного міста — це складний лінгвопростір, який підпорядкований тривимірній системі координат: віковій, територіальній, соціально-груповій. Лексика різних соціальних груп формує лінгвосистеми, які мають за основу національну мову або є продуктом чужомовної експансії. Особливо цікавою для дослідження є молодіжна лексика, яка в мовознавстві існує під англомовною категорією сленг (slang). Московська лінгвістична енциклопедія від 1990 року ототожнює сленг з жаргоном, тобто соціальним різновидом мовлення, для якого характерна професійна лексика з експресивною полісемантикою та фразеологією. Категорію «сленг» тут подають як сукупність жаргонізмів, які утворюють різновид розмовної лексики івідображають фамільярне, гумористичне ставлення допредмета мовлення. Їхвживають переважно заумов невимушеного спілкування. Інколи сленг – викривлене, ненормативне, вульгарне мовлення (близьке до арго), коли предмету надають принизливої оцінки. На відміну від арго, сленг/жаргон має в основі літературну мову або іншомовні вкраплення. Молодіжна мова така ж різнобарвна, строката, особливо здатна до сприйняття всього нового, як і її носії. Нові тенденції у культурі, соціальний розвиток, технічний прогрес спричинилися до появи великої кількості молодіжних об'єднань та угрупувань. Особливий вплив на молодь має музика.

«Beatles», «Rolling Stones», «Metallica», «Nirvana» — прабатьки молодих металістів, рокерів, хіпі, панків. Вони носять шкіряний одяг, строкаті бандани, пацифістські значки і виголошують протест проти сірості і традиційності. Вони створили свою мову як общинну говірку і як засіб самовираження [7, с. 8].

Жаргон (фр. Jargon) – соціолект; відрізняється від загально-розмовної мови специфічною лексикою і фразеологією, експресивністю зворотів і особливим використанням словотворчих засобів, але не володіє власною фонетичної і граматичної системою. Жаргонні слова або виразу називають «жаргонізмами». Частина жаргонної лексики – приналежність не однієї, а багатьох (у тому числі і вже зниклих) соціальних груп. Переходячи з одного жаргону в інший, словаїх«загального фонду» можуть змінювати форму і значення: «темного» в арго –«приховувати здобич», потім – «хитрувати (на

допиті)», у сучасному молодіжному жаргоні – «говорити неясно, ухилятися від відповіді» [12, с. 245]. Сленгові слова та вирази, які вживають підлітки, є досить різноманітними і відмінними у різних групах людей. Наприклад, лексему «розуміти» в одній компанії звикли замінювати словом «шарити», а в іншій – «розчехлятися». Так само існують певні слова та вирази, які притаманні саме певній групі підлітків. Наприклад, для вираження подиву одні використовують слова «я в шоці», для інших більш характерними є слова «я холодний»,«я втрансі», «ти що гониш?» і навіть «хай мене покрасять».

Жаргонізми (сленгові слова) посідають важливе місце у культурі мовлення, їх можна зарахувати долексично-стилістичних утворень [9,с. 11]. Такі слова притаманні розмовній мові людей, які пов'язані певною спільністю інтересів. Сленг властивий різним групам людей і відіграє важливу роль у житті індивіда.

Висновки. Таким чином, різноманітність сленгу викликана, насамперед, тим, що підлітки та студентська молодь прагнуть вирізнятися не лише як окрема суспільна група, але і як особистості, у даному випадку це відбувається з допомогою мовно-виражальних засобів. Через це сучасна українська молодь намагається ще більше урізноманітнити своє мовлення власними новотворами. Як бачимо, у молодіжному середовищі сленг посідає помітне місце як засіб виділення індивіда із маси і спосіб вербального (мовного)спілкування.

Перспективи подальших досліджень можуть бути пов’язані із вивченням культури мовлення та її залежності від загальної культури, розвиненості і грамотності їїносіїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э.М.Береговская // Вопросы языкознания. –1996. – №3. – С.32–41.

2. Бобахо В.А. Современные тенденции молодежной культуры: конфликт или преемственность поколений? / В.А. Бобахо, С.И. Левикова // Общественные науки исовременность. –1996. – №3. – С.56–60.

3. Борисова-Лукашанец Е.Г. О лексике современного молодежного жаргона (англоязычные заимствования в студенческом сленге 60-х–70-х годов) // Литературная норма в лексике и фразеологии. –

М.: Наука,1983. – С.104–120.

4. Грачев М.А. Словарь молодежных сленгов / М. А. Грачев, А. И. Гуров. – Горький: Миркниги,1989. – 659с.

5. Ермакова О.П. Слова, с которыми мы все встречались. Толковый словарь общего жаргона / О.П. Ермакова, Е.А. Земская, Р.И. Розина. – М. : Азбуковник, 1999. – 320с.

6. Журавлев А.Ф. Иноязычное заимствование в русском просторечии (фонетика, морфология, лексическая семантика) / А.Ф. Журавлев // Городское просторечие. – М.: Наука, 1984. – С.102–120.

7. Запесоцкий А.С. Эта непонятная молодѐжь / А.С. Запесоцкий, А.П. Файн. – М.:Профиздат,1990.–224с.

8. Копыленко М.М. О семантическойприроде молодежногожаргона / М.М. Копыленко // Социолингвистические исследования. – М. : Наука, 1976. – С.76–85.

9. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред В.Н. Ярцева]. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 683с.

10. Словарь молодѐжного жаргона / [авт.-сост. И.А. Стернин]. – Воронеж : Логос, 1992. – 156с.

11. Толковый словарь русского языка / [авт.-сост. С.И. Ожегов, Н.Ю.Шведова]. – М.,1992. – 928с.

12. Языкознание: большой энциклопедический словарь // [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – 2-еизд. –М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – 685с.

Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ-ПЕРЕКЛАДАЧІВ

Вступ. Метою статті став аналіз поглядів учених на поняття «компетентність» «професійна компетентність» «професійна компетентність перекладача», визначення педагогічних заходів

формування професійної компетентності майбутніх фахівців з перекладу.

Основна частина. Питання професійної підготовки перекладчів розглядали вітчизняні та зарубіжні дослідники, зокрема Т. Ганічева, А. Грос, В. Комісаров, Р. Кріс, Л. Латишев, Ф. Лімбах, Р. Міньяр-Белоручев, О. Павлик, Е. Пім, Б. Рубрехт, В. Сафонова, Н. Соболь, Л. Тархова, І. Халєєва, Ю. Хольц-Мянттярі, О. Шупта, А. Янковець та ін.

Проблемі перекладацької компетентності приділяли увагу вчені О. Бабаян, Г. Беженар, Л. Волошко, О. Євсюкова, Л. Карпової, Т. Коваль, Т. Малої, І. Мельничук, І. Полубоярини, Г. Монастирної, Н. Лалак, К. Осадчої, О. Онаць, Ю. Пінчук, В. Поліщук, Л. Романишиної, Л. Шевчук, І. Ярощук та ін. Окремим аспектам формування професійної іншомовної компетентності присвячені наукові розвідки В. Баркасі, Н. Гез, З. Підручної, О. Пометун, В. Шляхової та ін.

Загалом професійна підготовка майбутніх перекладачів спрямована на формування їхньої комунікативної компетентності, що передбачає нормативно-правильне й функціонально-адекватне володіння всіма видами мовленнєвої діяльності іноземною мовою на рівні, близькому до рівня носіїв цієї мови. Метою підготовки фахівців для будь-якої галузі є здобуття студентами необхідних для майбутньої діяльності компетенцій. Термін «компетенція» визначається як:

1) знання та досвід;

2) характеристика особистості, що володіє знаннями, які дозволяють розмірковувати авторитетно про що-небудь;

3) коло питань, в яких людина добре поінформована, володіє знаннями і досвідомв тій чи іншій сфері;

1. наперед задана вимога до освітньої підготовки (стандарт), потенційна можливість, елемент компетентності.

Комунікативна компетенція — вміння, здатність вирішувати завдання спілкування, реалізувати цілі спілкування за допомогою мови [9].

Поняття «компетентність» є ширшим за своєю сутністю, ніж категорія «компетенція», й означає сукупність знань і вмінь,

необхідних для ефективної професійної діяльності: уміння аналізувати, передбачати наслідки професійної діяльності, використовувати інформацію [7]; володіння людиною здатністю й умінням виконувати певні трудові функції [5, с. 31]. Структуру компетентності складають знання, пізнавальні навички, практичні навички, відношення, емоції, цінності, етика, мотивація [6].

Компетентність — це сукупність досягнень у професійній діяльності, це — володіння теоретичними знаннями, практичними навичками та вміннями, професійним досвідом у певній галузі, що дозволяє людині визначати (тобто ідентифікувати і розв'язувати незалежно від контексту або ситуації) проблеми, характерні для певної сфери діяльності.

За твердженням І. Зязюна, компетентність як властивість індивіда існує в різних формах — як високий рівень умілості, як спосіб особистісної самореалізації (звичка, спосіб життєдіяльності, захоплення); як деякий підсумок саморозвитку індивіда, форма вияву здібностей [3, с. 17].

Професійна компетентність визначається рівнем власне професійної освіти, досвідом та індивідуальними здібностями людини, її мотивованим прагненням до безперервної самоосвіти та самовдосконалення, творчим і відповідальним ставленням до справи [1, с. 4].

Поняття «професійна компетентність перекладача» не має чітко сформульованого визначення. Її визначають як складову характеристику особистості фахівця з перекладу, що складається не тільки з лінгвістичної та психологічної компетенції, а і включає поняття інформаційної компетенції [2, с. 33]. Професійна компетентність перекладача характеризується, у першу чергу, як сума знань, умінь, навичок і особистісних характеристик, які потрібні перекладачеві для успішного здійснення своїх професійних функцій [4]. Загалом, професійну компетентність перекладача визначають як широке, багатопланове, інтегральне поняття, яке означає міру оволодіння професією перекладача, виявляється в адекватності розв'язання фахових завдань.

Комунікативну компетентність («communicative competence») визначають: як здатність до мовного спілкування в

різних ситуаціях у процесі взаємодії з іншими учасниками спілкування, правильно використовуючи мовну систему, дотримуючись мовних норм, і обираючи відповідний ситуації спілкування і комунікативна поведінка (Д. Хаймс, А. Холлідей); як знання мови, під яким розуміється не тільки володіння граматичним і словниковим рівнями (мовна компетенція), але й уміння вибирати варіанти, зумовлені ситуативними, соціальними чи іншими позамовними факторами (В. Михальченко [8]).

Професійна комунікативна компетентність перекладача — явище динамічне — залежить від багатьох зовнішніх факторів: 1) які полегшують його роботу (можливість наперед уточнити тему бесіди і підготуватися до неї, перепитати та відкоригувати переклад); 2) ускладнюють завдання перекладача (через одночасні висловлювання одразу кількох співрозмовників; невиразне мовлення, швидкий темп, незавершеність думки учасників бесіди — при двосторонньому перекладі) тощо. Іншомовна комунікативна компетентність є інтегративним утворенням особистості, що має складну структуру й виступає як взаємодія і взаємопроникнення лінгвістичної, соціокультурної комунікативної компетенції, рівень сформованості які сприяютьефективній іншомовній, а отже — міжмовній, міжкультурній та міжособистісній комунікації.

Володіння соціальними нормами в мовленнєвому спілкуванні припускає не тільки знання значень одиниць лексичних, словотворчих, синтаксичних рівнів мовної системи, але і знання текстових норм (прийомів діалогізації мови, можливостей введення афоризмів, прислів'їв і приказок, врахування реакції співрозмовника тощо).

Серед основних складників професійної компетентності перекладача варто акцентувати на таких із них, як: знання, вміння та навички, необхідні для здійснення всіх видів перекладу (письмового, усного, зорово-усного, абзацно-фразового, послідовного, синхронного) різнопрофільних текстів: науково-технічних, офіційно-ділових, газетно-публіцистичних, юридичних, економічних, науково-технічних, художніх, медичних тощо.

Кінцевою метою перекладачів є досягнення ними розуміння людьми їхнього перекладу. Перекладачеві необхідно володіти

комплексом мовленнєвих умінь та професійних навичок, які безпосередньо не пов'язані з перекладацькою діяльністю: самостійне складання текстів (не тільки кореспонденції чи протоколів, а й технічних, науково-популярних, публіцистичних), редагування текстів, опрацювання їх для подальшого машинного перекладу, створення адаптованих версій програмного забезпечення (локалізація), опрацювання машинного перекладу, консультації не лише з мовних питань, а й із краєзнавчих та міжкультурних аспектів тощо. Тому професійна підготовка майбутніх перекладачів повинна орієнтуватися на галузеву специфіку обраної спеціалізації перекладацької діяльності. Як зазначає американський вчений Р. Тінслей [9], професійні перекладачі мають бути добре обізнані зі структурою та стилістичними особливостями вихідної та цільової мов.

Формування базової складової перекладацької компетентності передбачає збагачення студентів знаннями теоретико-прикладного характеру та формування на їх основі (в ході виконання практичних завдань) умінь, необхідних для виконання усіх можливих типів перекладів.

Перекладацька компетентність закладається у процесі вивчення студентами дисциплін: «Теорія та практика перекладу», «Практика усного і письмового перекладу», «Комунікативні стратегії (англійської мови)», «Порівняльна лексикологія іноземної та української мов», «Міжнародне спілкування», «Переклад науково-технічних текстів», «Перекладацький аналіз тексту», «Практика перекладу основної іноземної мови», «Порівняльна стилістика мов» тощо.

У процесі оволодіння ними у майбутніх фахівців із перекладу формуються базові та специфічні, спеціальні, складники перекладацької компетентності.

Особлива роль належить базовій лінгвістичній підготовці (як фундаменту перекладацької освіти) та формуванню професійно значущих компетенцій: семантичної (системні знання, вміння, особистісні якості); текстової (вміння відтворювати текст, а також розрізняти тип, жанр і стиль тексту); інтерпретаційної (з'ясування

контекстуального значення мовленнєвих засобів та їхньої трансформації).

На процес формування професійної мовної особистості перекладача, безумовно, впливає вивчення дисциплін: «Основна іноземна мова», «Друга іноземна мова», «Російська мова», «Лінгвокраєзнавство країн основної іноземної мови», «Лінгвокраєзнавство країн другої іноземної мови» тощо. Особливе значення для розвитку мовної особистості має вивчення курсів: «Українська мова за професійним спрямуванням», «Сучасна українська література», «Ораторська майстерність перекладача», «Сучасна українська мова (практична стилістика)», «Основи теорії мовної комунікації та культура українського мовлення». Формування фахових компетенцій (у процесі вивчення рідної та іноземних мов) сприяє утворенню первинних перекладацьких навичок.

У процесі професійної підготовки майбутнього перекладача слід навчити студентів бути учасниками багатомовної комунікації, встановлювати контакти з замовниками, вступати в діалог, проявляти ініціативу в пошуку замовників, розповсюджувати пропозиції про свої послуги. Відтак важливою компетенцією, яку потрібно формувати у студентів спеціальності «Переклад» виступають творче мислення, високий рівень вербального інтелекту, здібності до інтерпретації, на розвиток яких слід звертати особливу увагу під час професійної підготовки сучасних фахівців із перекладу.

Крім набуття лінгвістичної та перекладацької компетенцій студентами, надзвичайно важливим є усвідомлення завдань перекладача та кінцевої мети перекладу, формування здатності до виявлення та аналізу мовних і позамовних факторів, які допомагають досягти еквівалентності перекладу. Майбутньому перекладачеві необхідно навчитися так перекладати текст, щоб він рівнозначно впливав на адресатів; уміти точно відтворити зміст, що мають перекладені слова. А досягти цього можна за умов урахування сукупності факторів комунікативно-мовленнєвої ситуації, культурологічних аспектів та, найголовніше, збереження комунікативно-прагматичної інтенції мовця оригіналу.

Важливу роль у розвитку лінгвістичних компетенцій відіграють перекладацькі завдання та змодельовані ситуації, розв'язання яких спрямовано на розвиток навичок контекстуальної здогадки, трансформації граматичної структури висловлювання, компресії, переформулювання і перефразування змісту, оперування синонімічними й антонімічними засобами, прогнозування ситуації (завершення незакінченого висловлювання), вилучення та утримання в пам'яті основної інформації прослуханого висловлювання (власних назв, дат, цифр, імен) тощо.

З огляду на суттєві зміни в традиційних уявленнях про перекладацьку діяльність, ускладнення професійної моделі перекладача й появу нових перекладацьких спеціальностей, у процесі професійної підготовки необхідно враховувати, що наразі актуалізується значення таких якостей перекладача, як: юридична грамотність; вміння аналізувати, компресувати, редагувати текст, дотримуючись обмеженості часу, відчувати мову, характерну для засобів відеоінформації, швидко приймати рішення і брати на себе відповідальність за якість перекладів перед замовниками, телевізійними кампаніями, розповсюджувачами відеофільмів тощо; здатність працювати в стресових умовах; уміння працювати в команді, співпрацювати зі спеціалістами інших галузей і різним рівнем авторитарності.

Необхідно сформувати у майбутніх перекладачів уміння володіти широкими фоновими знаннями; обізнаністю з фундаментальних питань теорії та стратегій перекладу, знаннями та навичками у сфері аналізу завдань перекладу, аналізу початкового тексту; прогресуючою компетенцією в рамках рідної та іноземної мов; навичками створення тексту на мові перекладу та його макета, володіти методами необхідної інформації, включаючи самостійну роботу з термінологією, знаннями про особливості професійної діяльності мовного посередника.

Професія перекладача належить до професій типу «людина — людина», основний зміст трудової діяльності представників якого полягає у взаємодії та спілкуванні між людьми, вмінні встановлювати та підтримувати контакт з іншими, розуміти їх.

Висновки. Отже, фахова діяльність перекладача має забезпечити комунікацію між учасниками, які, володіючи різними мовними кодами, часто, навіть, не вступають у безпосередній контакт, обмежившись іншомовним текстом. Майбутні перекладачі мають володіти здатністю до логічного мислення й аналізу, до самокритики, до комунікації, що передбачає гарне мовлення, відкритість, уміння аргументувати; бути креативними, що є необхідним при створенні кінцевого тексту, а також при перекладі складних текстів, у разі, колизвичайних стратегій перекладу — недостатньо. Таким чином, формування перекладацької компетентності у майбутніх перекладачів має бути спрямовано на досконале володіння мовами оригіналу та перекладу, на розвиток у студентів уміння приймати перекладацькі рішення, на розуміння ними своєї ролі як міжкультурного посередника в процесі комунікації; на формування навичок перекладу й усвідомлення цінності перекладацької професії; на розвиток мовної особистості майбутнього перекладача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гершунский Б. С. Концепция самореализации личности в системе образования ценностей и релей образования / Б. С. Гершунский // Педагогика. — 2003. — № 10. — С. 3–7.
2. Гребенщикова А. В. Формирование профессиональной компетентности будущих переводчиков средствами информационно-коммуникационных технологий: Дис… канд. пед. наук / Гребенщикова А. В. — Челябинск, 2005. — 179 с.
3. Зязюн І. А. Філософія поступу і прогнозу освітньої системи / І. А. Зязюн // Педагогічна майстерність: проблеми, пошуки, перспективи: [монографія]. — К.: Глухів: РВВ ГАПУ, 2005. — С. 10–18.
4. Комиссаров В. Н. Теоретические основы методики обучения переводу / В. Н. Комиссаров. — М.: — МГЛУ, 1997. — 56 с.
5. Маркова А. К. Психология профессионализма / А. К. Маркова. — М.: Международный гуманитарный фонд «Знание»,1996. — 308 с.

6. Маркова А. К. Психология профессионализма / А. К. Маркова. — М.: Международный гуманитарный фонд «Знание»,1996. — 308 с.

7. Тоцька Н. Методика роботи викладачів вищого технічного навчального закладу над українським професійним мовленням студентів / Н. Тоцька // Дивослово. — 2003. — № 1. — С. 62–65.

8. Tinsley Royal L. Guidelines for college and University programs in translator training [Електроннийресурс] / RoyalL. Tinsley // ADFL Bulletin — 1973. — Vol. 4. — No.4. — pp. 15–21. — Режим доступу: http://www.adfl.org/cgishl/docstudio/docs.pl?adfl_login&xurl

Заіка Віталій Миколайович
кандидат психологічних наук,
доцент кафедри соціальної роботи
Полтавського інституту економіки і права Університету
“Україна”

ТЕРАПЕВТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСТОСУВАННЯ МОВНОЇ МЕТАФОРИ В ПСИХОЛОГІЇ

Постановка проблеми. Застосування непрямого методу впливу на клієнта обумовлено дуже розповсюдженим явищем опору клієнта прямим, аргументованим, логічно обґрунтованим доводам і рекомендаціям. Якщо клієнт звернувся за допомогою, а психолог вірно діагностував та ідентифікував стан клієнта, його проблему, визначив зміст тієї інформації, котру має передати клієнту для вирішення конкретного запиту, доцільним буде вирішити, який, прямий або непрямий метод терапевтичного впливу використовувати. У випадку уникнення або опору клієнтом новому розумінню ситуації (здатність до розуміння напряму пов’язана з дискомфортом або душевним болем), психолог може використовувати терапевтичну метафору. Саме тому питання вмілого застосування метафори, як методу особливого психокорекційного впливу, є досить актуальною темою в сучасній психологічній науці. Адже це дає можливість скоротити термін

психологічної взаємодії, вплинути на особистість людини, з метою розуміння нею потрібної інформації, при цьому не викликаючи негативних, больових переживань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням метафори займались відомі вчені: М. Еріксон, Ш. Копп, Е. Россі, Дж. Зайг, Р. Бендлер, Дж. Гріндер, Д. Гордон, Ф. Баркер, Р. Сперрі, Д. Міллс, Р. Кроулі, М. Холл, Б. Боденхеймер та ін. Активно застосовують метафору в психотерапевтичній практиці відомі психотерапевти: В.Леві, М. Козлов, М. Норбеков, Н. Пезешкіан, В. Синельников та ін.

Формулювання цілей статті. На основі розуміння поняття метафори, аналізу вживання її в процесі історії людства, огляду її типів, різновидів та процесу дії на слухача, обґрунтувати застосування її в психології.

Слово "*метафора*" походить із давньогрецької мови (*μεταφορά* — "переміщення", "обертання") і буквально означає "переносити". Термін належить Арістотелю і пов'язаний з його розумінням мистецтва, як наслідування життя: "Метафора являє собою називання речі ім'ям, яке належить чомусь іншому; перенос відбувається або з роду на вид, або з виду на вид, або на ґрунті аналогії" [1].

Метафора – один з основних прийомів пізнання об'єктів дійсності, їх найменування, створення художніх образів і породження нових значень. Так, можуть бути виділені наступні основні типи мовної метафори: 1) *образна* метафора, яка є наслідком переходу ідентифікуючого (багатозначного, описового) значення в предикативне (характеризуюче) і служить розвитку синонімічних засобів мови**;** 2*) номінативна* метафора (перенесення назви), яка полягає в заміні одного описового значення іншим, що служить джерелом омонімії; 3) *когнітивна* метафора виникає в результаті зсуву в сполучуваності предикативних (ознакових) слів (прикметниківдієслів) і створює полісемію; 4) *генералізуюча* метафора (як кінцевий результат когнітивної метафори), яка стирає в значенні слова межі між логічними порядками і створює предикати самого загального значення.

Мова являє собою систему, яка знаходиться в постійному перетворенні. Метафора в цій системі трактується як універсальний механізм семантичних змін, що забезпечує включення нових об'єктів в культурно-мовний контекст шляхом вироблення номінацій і розкриття їх істотних властивостей. Акт метафоричної творчості – діяльності, направленої на створення нових значень об'єктів, - лежить в основі багатьох семантичних процесів. В лінгвістиці проблема метафори як засобу образності мови, як номінативної одиниці мови розкрита в роботах С.С. Гусєва, І.А. Дмітрієвой, Н.Ф. Крюкової, Г.Н. Скляревської, В.К. Харченко та ін.

Аналізуючи зростання інтересу до метафори різних наук, пов'язаних з вивченням свідомості, слід зазначити, що метафора в останні десятиріччя стала сприйматися як засіб, який сприяє розумінню основ мислення, процесів створення образу світу: "Людина не стільки відкриває схожість, скільки створює її" (Н.Д. Арутюнова).

Можливості використовування метафори як розвиваючого засобу навчання представлені в роботах К.І. Алексєєва, Г.Г. Гранік, О.В. Соболєвої, Л.І. Шрагіної. Окремі принципи роботи з метафорою в якості технології розвитку літературних, естетичних здібностей дітей, підвищення мовної культури, рівня розвитку уяви відображені в дослідженнях І.П. Грехової, Е.А. Корсунського, Т.А. Ладиженської, Е.Е. Сапогової.

Дослідники особливостей метафори (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, В.Н. Телія та ін.) вважають, що мислення звертається до метафори, коли немає готових засобів позначення, пояснення, створення образів і смислів. Розвиток образного мислення, рішення творчих задач неможливе без використання явища, що допомагає представити ідеальний об'єкт матеріальним, здатним сприйматися і відображатися в свідомості. Таким явищем і виступає метафора, процес створення якої завжди пов'язаний з наявністю деякої проблемної ситуації з багатьма змінними чинниками, що дозволяє вважати його творчим процесом, а метафору – психологічним явищем.

Разом з тим, до недавнього часу спроби звернення до метафори як області психологічного знання були достатньо рідкісні,

хоча її можливості як засобу розвитку творчого потенціалу людини, як механізму, що бере участь в створенні нових значень, та сприяє вирішенню комунікативних і пізнавальних проблем, значно ширше, представлених в сучасній психології.

Як особливий вид мовної метафори психологи виділяють *терапевтичну метафору*, за допомогою якої здійснюється цілеспрямований психокорекційний вплив на людину.

Процес дії метафори є специфічним засобом комунікації та відрізняється від інших мовних методів впливу. Використовуючи метафору, ми "переносимо" повідомлення іншій людині в термінах, що означають щось інше (наприклад, у вигляді історії, міфу, анекдоту, афоризму тощо). Слухач сприймає остов або структуру метафори і інтерпретує її в контексті свого досвіду. Таким чином людина використовує інші терміни для мислення про щось. Р. Ділтс визначає метафору як "фігуру мови, в якій щось висловлюється так, немов це зовсім інше".

Метафора включає одне (розповідь, оповідання, жарт, драму, кіно, особисте посилання, міфологію, цитату тощо), а ми думаємо абсолютно про інше. Побудова метафори представляє перехід в мета-стан. Ми обрамляємо одну річ в поняття іншої. Ми переносимося вгору і вище (meta), а потім прикладаємо (pherein) попередні думки, ідеї, уявлення і т.п. до інших ідей, концепцій, уявлень (основний процес переходу в мета-стан). У метафорі ми переносимо одну ідею на іншу.

Застосування метафор, цього виду символічної мови, як засобу спілкування та навчання здійснюється на протязі тисячоліть. Якщо пригадати басні Езопа, священні тексти Кабали, притчі Старого та Нового Завітів, суфійські притчі, даоські тексти, коани дзен-буддизму, літературні алегорії, казки – всюди використовуються метафори.

Як у письмовій історії, коли вона виникла, так і в міфах, що ведуть до найдавніших та найсокровенніших глибин спогадів людини про свій досвід, метафора використовувалася як механізм, за допомогою якого передавалися і розвивалися ідеї в процесі історії людства.

Чарівні казки, метафоричні історії важливі майже у всіх суспільствах, хоча в різних культурах вони проходять під різними назвами. Такі оповідні виклади розповідають слухачам або читачам про життєву ситуацію особливо живописним чином. Навіть прості дитячі казки про Попелюшку, Червоний Капелюшок, Гидке каченя, Златовласку та ін. несуть свій сенс, приховане послання, справляючи виховний та терапевтичний вплив. Психоаналітик К.П. Естес говорить: "Казки приводять у рух внутрішнє життя, і це особливо важливо, коли внутрішнє життя залякане, обмежене або загнане в кут" [4, С. 33]. Вони зачіпають досить конкретні теми і прагнуть викласти конкретні уроки; терапевтичні метафори пропонують нові вибори, особливо нові способи відношення до життя, і можуть стосуватися безлічі переживань, переконань і ідей, що дрімали дотепер в думці слухача.

Психотерапевт Ш. Копп з цього приводу розрізняє три види пізнання: раціональне, емпіричне та метафоричне. Він вважає, що останній вид розширює можливості двох попередніх і навіть витісняє їх: "розуміти світ метафорично, значить уловлювати на інтуїтивному рівні ситуації, в яких досвід набуває символічного виміру, і нам відкривається множина співіснуючих значень, які надають один одному смислових відтінків" [3, С. 21].

Висновки. Оскільки застосування метафори як засобу непрямого спілкування було поширено на протязі всієї писаної історії людства, ми повинні припустити, що є значні переваги в передачі повідомлень в метафоричній формі, ніж прямими способами. Всі форми метафор володіють схожими перевагами, але в історії, ймовірно, найбільш використовувався один з найпростіших способів метафоричного спілкування. Слід зазначити, що схожі міркування стосуються літературної творчості і видів діяльності з метафоричним сенсом. Саме тому застосування мовної метафори в психології можливо з метою забезпечення психокорекційного впливу на людину.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Баркер Ф. Использование метафор в психотерапии / Ф. Баркер. – Воронеж: НПО «Модэк», 1995. – 224 с.

2. Гордон Д. Терапевтические метафоры. Оказание помощи другим посредством зеркала / Д. Гордон. – СПб.: Белый кролик, 1995. – 196с.
3. Миллс Д. Терапевтические метафоры для детей и «внутреннего ребенка» / Д. Миллс, Р. Кроули. – М.: Независимая фирма «Класс», 1996. – 126с.
4. Эстес К.П. Бегущая с волками. Женский архетип в мифах и сказаниях / К.П. Эстес. Пер. с англ. – М.: Издательский дом "София", 2006. – 496с.

Клевака Леся Петрівна,
к. п.н., доцент кафедри соціальної роботи,
Полтавського інституту економіки і права

ДИСКУРСИВНА ПСИХОЛОГІЯ ЯК ВИД ДИСКУРС-АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ПРАКТИКИ

Вступ. Багатство змісту та форм існування дискурсу як соціолінгвального явища сучасного комунікативного середовища зумовило, зокрема, розмаїття його теоретичних дефініцій і досить швидку еволюцію його інтерпретацій навіть у межах одного й того ж наукового напряму. Сьогодні сфера вживання терміна «дискурс» є настільки широкою (філософія, психологія, соціологія, логіка, семіотика, теорія комунікації, лінгвістика тощо; їхні окремі напрями прагмалінгвістика, прагмастилістика, лінгвістична семантика, граматична стилістика, лінгвістика тексту, граматика тексту, а також міждисциплінарні науки психолінгвістика, соціолінгвістика та ін.), що доводиться говорити про полісемію цієї термінологічної одиниці. Причому, ми можемо простежити її поширення і в горизонтальному напрямі, тобто в різних науках, й у вертикальному тобто на різних рівнях власне лінгвістики.

Аналіз наукових джерел доводить, що феномен дискурсу дослідники розглядали: укомунікативномуаспекті – Ф. Бацевич, В. Вакуров, В. Костомаров, Л. Кайда, Ю. Рождественський, Г.Солганик, у жанровому аспекті – Л. Кройчик, В. Пельт, Є. Пронін,

М. Стюфляєва, О. Тертичний, В. Ученова, М. Черепахов, у соціолінгвістичномуаспекті – О. Грабельников, І. Лисакова, М. Стюфляєва, С. Трескова та інші.Вважаємо, що цікаво зупинитися на дослідженні психологічних аспектах проблеми дискурсу.

Мета статті: висвітлити дискурсивнупсихологію як вид дискурс-аналізу

соціально-комунікативної практики сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найкращим засобом втілення авторського задуму є дискурс. Дискурс (від фр. discourse – мовлення) –зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними –прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншимичинниками; текст, який розглядається в аспекті подій; мовленняяк цілеспрямована соціальна дія, як компонент, який бере участьу взаємодії людей і механізмах їх свідомості. Дискурс – це мовлення, «занурене в життя» [1, с. 163].

Категорії дискурсу, на думку дослідника В. Карасіка, визначаються принципом успішного спілкування [6, с. 242], тобто йогопротіканням відповідно до встановлених суспільством норм дляданого фрагмента соціальної взаємодії, однак автор підкреслює, що дискурс – це текстоорієнтований феномен.Дослідниці О. Абрамова та Л. Свойкіна розуміють дискурс як феномен комунікації, як соціально регламентованої і цілеспрямованої практики обміну інформацією між специфікованими комунікативними суб'єктами[1, с. 165].

Розвідки К. Серажим дозволяють стверджувати, що дискурс це складний соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологі-чними та іншими (конституючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має видиму лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та невидиму екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який упродовж розгортання дискурсу будується

його репродуцентом (автором) та інтерпретується реципієнтом (слухачем, читачем тощо)[8].

Дискурсивна психологія – напрям соціального конструкціонізму, вид дискурс-аналізу. Дискурсивна психологія описує і пізнає психічні феномени в процесі соціальної взаємодії через мову.

Поняття«дискурсивна психологія»виникло в другій половині 1980-х років, коли в Університеті Лоуборо, Великобританія, утворилася група з вивчення дискурсу і риторики (DiscourseandRhetoricGroup, DARG). Основоположним була праця Джонатана Поттера і Маргарет Уезерелл «Дискурс і соціальна психологія: за межами установок і поведінки» у 1987 році. Книга мала значний вплив на сучасників: наприклад, Чарльз Антакью відзначає в журналі Times Higher Education Supplement (1987), що «Поттер і Уезерелл розробили абсолютно нове бачення соціальної психології, яке допоможе вирватися їй з стерильних лабораторій і традиційного менталізму». [6].З тих пір даний напрямок розвивався за рахунок досліджень у соціальній психології, філософії, лінгвістиці і соціології.

На відміну від когнітивної психології, що вивчає інформаційні процеси в індивідуальних рамках, дискурсивна психологія ставить в центрі своєї парадигми соціальну взаємодію, бачення предмету вивчення в соціальній площині.На противагу підходу інших течій психології до дискурсу як до відбиття думок, інтенцій і мотивів людей, дискурсивна психологія вважає, що дискурс не відображує реальність, а побічно створює її за допомогою лінгвістичних засобів. Дискурсивна психологія спирається не на вивчення особистості безпосередньо, а на опосередковані свідчення тих чи інших установок і переконань, які виявляються в письмовій та усній мові. Ром Харрі, один з перших теоретиків дискурсивної психології, зазначає, що повсякденна мова – найважливіше джерело пізнання людської психіки, оскільки вивчення людини повинно відбуватися з урахуванням включення особистості в культурний і соціальний контекст, не обмежуючись описом нейронних процесів [6].

У книзі «Дискурс і соціальна психологія: за межами установок і поведінки» були сформовані основні положення дискурсивної психології:

- Принцип конструктивності: дискурс конструюється словами і сам конструює соціальний світ.

- Принцип інтенціональності: дискурс орієнтований на дії і соціальні практики.

- Принцип ситуативності: дискурсивні дії є похідними від комунікативних, риторичних та інституційних ситуацій.

Таким чином, виходячи із зазначених принципів зазначимо що, психологічні феномени конструюються, орієнтуються і розуміються в процесі соціальних контактів. Особистість безперервно створює свою ідентичність в соціумі, саме тому її не можна мислити окремо від нього. Стверджується, що психічні процеси мають комунікативну природу, а пізнання – це набір символічних мовних інструментів, що фактично протиставляє дискурсивну психологію когнітивному підходу до розуміння мови.Одне з конкретних завдань дискурсивної психології – виділення репертуарів інтерпретації. Під репертуаром інтерпретації розуміється специфічний набір понять, який оцінює і описує соціальні явища, події та дії. Він легко культурно пізнаваний, часто включає в себе кліше і стереотипи, локальне і гнучкий, може формуватися на базі специфічних метафор або фігур мови [7].

Дослідник Є. Переверзєв дискусивну психологіюрозміщує ідею інтеракції в центр науково-дослідницького універсуму, критично переглядає принципи когнітивності, категоризації, соціальних інститутів тощо. В результаті сама психологія одночасно розглядається як інтелектуальна спрямованість, досліджує психологічні аспекти взаємодії, і як частина соціальної інтеракції, що співвідносяться з полем наукового, психологічного дискурсу. Автор зазначає, що класична соціально-когнітивна парадигма ґрунтується на науковому формалізованому описі фактичних психічних станів, що позиціонуються як незалежні феномени свідомості, для яких мова є лише інструментом опису. На відміну від неї, дискурсивна психологія концентрується на розгляді психічних феноменів з боку учасників комунікативного процесу в цілому та

взаємодії в конкретному напрямку. Дискусивна психологія підкреслює мовну та комунікативну природу психічних процесів. Вона відкидає штучне розділення мови та психічних процесів, пропонуючи в обмін інтегративний холістичний підхід. Теоретики дискурсивної психології відмовляються від ефективності розділу простору психології на психіку індивідів з наявними явищами та дослідниками з його науковим досвідом і набором методологічних інструментів. Подібнерозмежування розглядається, як результат розділу свідомості і тіла в філософії. Навзаєм, дискурсивна психологія пропонує принципи комунікативного, динамічного мовного конструювання психіки у процесі соціальних інтеракцій. Соціально-когнітивна психологія формує свої принципи та погляди, на основі яких вона поступово виділяється в самостійну науку з простору природних наук. Якщо розглянути історію концептуалізації феноменів, з якими працює когнітивна психологія (розуміння, концепти, пам'ять, мислення тощо), виявляється, що конституюючі елементи цих феноменів формувалися протягом тривалого періоду часу, і в різні часи сприймалися, оцінювалися і категоризувалися по-різному [6].

Дискурсивна психологія формується не як альтернативна наука, що відхиляє досягнення соціально-когнітивної науки, а скоріше, як реакція на розвиток комунікативних теорій у процесі мовного та дискурсивного поворотів у соціально-гуманітарних науках. Спираючись на принципи практичності, пояснення, ситуативності, відображення, вона прагне залучити психологію до процесів саморефлексії, критикувати слабкі місця сучасної психологічної теорії, що в кінцевому підсумку спрямована на розвиток якісного психологічного знання в сучасному світі. Дискусивна психологія орієнтована на соціальну практику як ключову елемент формування та зміни психологічних феноменів. Ми, наприклад, можемо розглядати, як опис психологічних, матеріальних та соціальних об'єктів, змінюється в процесах залучення конкретних описів у соціальні практики, пов'язані з обвинуваченнями, запрошеннями, доповненнями тощо [6].

Висновки. Дискурсивна психологія почала активно розвиватися в період 80х–90х років ХХ століття і продовжує

формуватися на основі переосмислення принципових ідей когнітивної та соціальної психології. Причина кардинальних змін в науковій методології, що стало первнем появи дискурсивної психології, це розвиток ідей дискурс-аналізу в соціально-гуманітарній сфері. Дискурсивна психологія напряму запозичує методологію дискурс-аналізу (в першу чергу критичного) і визначає дискурс як репертуар інтерпретацій – тобто як сукупність наборів можливих послідовностей висловлювань у конкретних ситуативних, тимчасових, культурних та інституційних рамках. Психіка суб'єкта розглядається не як сукупність виявлених когнітивних феноменів (свідомість, мислення, сприйняття, пам'ять тощо), а як складна єдність динамічних мовних конструкцій, що привертають значення в процесах взаємодії в рамках певних дискурсів. Сам суб'єкт мислиться не як сутність ізольованих внутрішніх процесів, для яких мова є лише засобом передачі деяких розмежованих смислів; дискусивна психологія розглядає суб'єкта через призму мови, дискурсу та соціальної практики. Суб'єкт в дискурсивній психології конструює об'єкти своєї ідентичності в динамічних процесах соціальної взаємодії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Абрамова Е.С.Дискурс как феномен социально-коммуникативной практики / Е.С.Абрамова, Л.Ф.Свойкина // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – №12-3. – С. 163-165.

2. Едвардс Д. Дискурсивна психологія / Д.Едвардс, Дж. Поттер. – М. : Мудрець, 1992. – 240 с.

3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс:монография / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.

4. Назар Р. Основні підходи до вивчення дискурсу в сучасній лінгвістиці / Р. Назар // Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка. – Т. 28. – Донецьк : Український культурологічний центр, Східний видавничий дім, 2010. – С. 259-273.

5. Переверзев Е.В. Дискурсивная психологи / Е.В. Переверзев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://discourseanalysis.org/ada1/st3.shtml.

6. Поттер Дж. Дискурс та соціальна психологія: поза поглядами та поведінкою / Дж.Поттер, М.Ветерелл. – М.: ТОВ «Мудрець Публікації», 1987. – 220 с.

7. ПоттерДж. Новий довідник з мови та соціальної психології / Дж. Поттер,Д. Едвардс. – М. : Мудрець, 2001. – С. 103-118.

8. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: метологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики]: монографія / За ред. В. Різуна. – К., 2002. – 392 с.

Колос Юлія Зіновіївна
к. п. н., доцент, доцент кафедри іноземної філології та перекладу Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вступ. Науково-технічний переклад сьогодні займає левову частку всіх перекладів, що виконуються. Причиною цього є бурхливий розвиток науки та техніки, а також глобалізаційні процеси в сучасному суспільстві та необхідність обміну знаннями. Цей обмін забезпечують перекладачі, виступаючи посередниками між винахідниками знань та їхніми споживачами в інших країнах. У науково-технічних текстів є ряд унікальних особливостей, що зумовлюють труднощі при їх перекладі. З іншого боку, до тексту перекладу «на виході» також пред'являється ряд вимог. Метою цієї статті є перелічити проблеми, що виникають у процесі науково-технічного перекладу та окреслити шляхи їх подолання, а також

відзначати моменти екстралінгвістичного характеру, на які також слід звернути увагу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відійшли в минуле части, коли переклад виконувався в текстовому редакторі «з нуля» і єдиним помічником перекладача був максимум електронний словник. Сьогодні як перекладачі, так і компанії-замовники перекладацьких послуг можуть скористатися своїми напрацюваннями у галузі перекладу, завдяки CAT-інструментам (CAT – Computer Assisted Translation, автоматизований переклад) та технології Translation Memory (пам'ять перекладів). Коли перекладач отримує замовлення на переклад тексту, він разом із ним, як правило, отримує глосарій із затвердженою термінологією, а також базу з перекладами, що виконувались для компанії раніше. Це дозволяє йому при подальшому перекладі зберігати послідовність термінології, а також дотримуватись загального стилю наявних у компанії перекладів.

Ще однією особливістю процесу перекладу сьогодні є те, що поряд із лінгвістичними особливостями перекладу сьогодні додаються ще й вимоги замовника, які іноді бувають доволі специфічними.

До науково-технічної літератури належать тексти багатьох жанрів Єднає їх те, що основне їхнє завдання – просто й доступно довести певну інформацію до читачів.

Труднощі оригінального науково-технічного тексту часто обумовлюють вимоги, що висуваються до його перекладу.

Стиль. Стилістичними особливостями науково-технічного тексту є відсутність емоційного забарвлення, логічність, абстрактність, точність, лаконічність, мінімум надлишкової інформації, наявність засобів підвищення інформаційної щільності тексту – формул, таблиць, графіків, схем тощо. Усі ці риси, з одного боку, забезпечують однозначність розуміння тексту, а з іншого – ускладнюють його сприймання.

Зокрема, можна навести, настепні приклади стилістичних труднощів перекладу науково-технічних текстів на українську мову. У англійській мові в текстах технічних документів, таких як інструкції з експлуатації та технічного обслуговування, широко

вживається слово «please». В українській мові ввічлива форма звертань і прохань до читача досягається за допомогою займенника «ви». Тому надмірне використання аналога слова «please» – «будь ласка» – є зайвим і сприймається в тексті перекладу неприродно.

У науковому дискурсі англійської мови допускається вести виклад від першої особи, тоді як українській науковій традиції це не притаманно. Займенник я замінюється на «ми» або на пасивну конструкцію чи безособове речення.

Граматика. Науково-технічному тексту притаманна наявність складних синтаксичних конструкцій, зокрема, переважання пасивних зворотів та складних речень. До тексту ж перекладу, навпаки, висувається вимога, щоб він легко читався і був написаний у дружньому до читача тоні. Слід також враховувати, що в перекладі українською, як правило, більше слів, аніж в англійському тексті. Звідси рекомендація – розбивати довгі складні речення на простіші, спрощувати конструкції, замість слів іноземного походження по можливості добирати слова мовою перекладу.

Аби структура речення в перекладі сприймалася природно й була притаманною українській мові, використовується прийом пермутації. Неприпустимим є сліпе копіювання порядку слів англійського речення в українському перекладі.

Термінологія. Надзвичайно високі вимоги у науково-технічних текстах висуваються до термінології, зокрема, до послідовного її використання. Це, з одного боку, збіднює мову тексту, але з іншого, сприяє однозначному сприйманню інформації та логічності викладу. Трудність, яка виникає при цьому – уникнення тавтологій в одному й тому ж реченні, або в сусідніх. Інколи вимоги замовника до використання термів не узгоджуються з загальноприйнятими правилами вживання конкретного терміна. Це відбувається через те, що, наприклад, у текстах компанії традиційно використовується якесь інше слово, яке вже встигли внести у схвалений глосарій, що надається разом із проектом. Перекладачу, який використає інший термін у своєму перекладі, потім висунуть претензію, що він не дотримався вимог замовника. Тоді йому треба буде, посилаючись на авторитетні джерела, доводити свою правоту.

Такими джерелами можуть слугувати, наприклад, державні стандарти України у відповідній галузі.

Іншою складністю є правильний вибір перекладу терміну, оскільки навіть один і той самий термін може мати різне значення в різних галузях, а також, має ще й загальне значення, притаманне повсякденному спілкуванню. Тут потрібно звірятися з ДСТУ, а також із вузькоспеціальними текстами з надійних джерел у тій же галузі.

Ще однією трудністю, пов'язаною з термінологією, є наявність великої кількості громіздких складних термінів, при перекладі яких необхідно правильно визначити їхні компоненти, оскільки ними можуть бути не тільки слова, а й словосполучення. При перекладі атрибутивних конструкцій не слід забувати про прийменники, натомість нанизуючи слова у родовому відмінку, оскільки це може ускладнити розуміння поняття, що позначається.

Скорочення. Наявність скорочень у тексті слугує для його інформаційного ущільнення. Однією з трудностей є омонімія скорочень, коли одне й те ж саме скорочення може мати різні значення, навіть усередині однієї галузі. Скорочення можуть перекладатися такими шляхами: 1) відповідним скороченням у мові перекладу (якщо таке є); 2) перекладом повної форми, що відповідає скороченню; 3) транскодуванням скорочення; 4) транскодуванням повної форми слова чи словосполучення. Сьогодні нерідко вимогою замовника є, за відсутності загальноприйнятого перекладу скорочення, залишати його без змін, мовою оригіналу, зазначивши в дужках повну форму та її переклад при першому згадуванні скорочення в тексті.

Окремою трудністю є переклад скорочень одиниць вимірювання фізичних величин. Нагадаємо, що в системі SI скорочення не мають крапки в кінці. Слід уважно вчитуватись у вимоги замовника щодо метричних та англійських одиниць вимірювання. Нерідко при перекладі та локалізації текстів просять залишати лише метричні одиниці (за наявності обох варіантів), а англійські прибирати, оскільки вони не вживаються на наших теренах.

Переклад власних назв. Власні назви зазвичай транскодуються, якщо не було вимоги залишити їх в оригіналі англійською. Як правило, не перекладаються: назви компаній, зареєстрованих торгівельних марок, моделей продукції, посилання на літературу та її автора (щоб було легше відшукати оригінал) тощо. Іноді навіть вимагають залишати мовою оригіналу власні імена та назви керівних посад службовців, аби не виникало плутанини. Спосіб перекладу адрес, що згадуються в документі, залежить від того, з якою метою їх наведено. Якщо метою є зв'язатися з людиною за цією адресою, то загальним правилом перекладу буде залишити адресу в оригіналі, зазначивши в дужках переклад назв країни та населеного пункту українською.

Екстралінгвістичні труднощі. До цієї групи труднощів віднесемо всі нюанси, що виникають відносно оформлення тексту перекладу. Наприклад, формат розділових та спеціальних знаків та використання пробілів. Наявність пробілів, у тому числі, нерозривних, між числом та одиницею виміру, відбивання пробілом спец знаків (наприклад, %, градуса, математичних символів і т. п.), коротке чи довге тире, прямий чи закруглений апостроф, формат лапок і. т. д. – усі ці нюанси входять до вимог, які висуває замовник до майбутнього тексту перекладу. І цим вимогам потрібно слідувати, при тому, що в різних замовників ці вимоги різняться.

Висновки. Отже, процес науково-технічного перекладу сьогодні зазнав суттєвих змін, що продиктовані проникненням інформаційно-комунікаційних технологій в усі галузі діяльності людини. Окрім цього, поряд із суто лінгвістичними вимогами до перекладу в сучасних умовах додаються ще й вимоги конкретного замовника перекладацьких послуг. Загалом основними труднощами науково-технічного перекладу є: дотримання стилю, притаманного науково-технічному тексту, створення читабельного продукту, написаного природною мовою у дружньому до читача тоні; правильний переклад термінології, послідовність її використання у тексті, та в той же час, уникнення тавтологій; переклад скорочень та абревіатур; переклад власних назв; дотримання вимог щодо оформлення тексту.

Звісно, зазначені у статті аспекти далеко не вичерпують усіх труднощів перекладу науково-технічних текстів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

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

Кравченко Вікторія Леонідівна,
к.ф.н., доцент, доцент кафедри англійської та німецької філології,
Полтавського національноо педагогічного університету імені В.Г. Короленка

ДО ПРОБЛЕМИ МЕТАФОРИЧНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТІВ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Вступ. У когнітивній лінгвістиці одним із ключових питань є проблема дослідження способів концептуалізації абстрактних понять за допомогою відповідних метафоричних моделей. Ця проблема знаходиться на початковому етапі вивчення і є вельми актуальною. На думку М. Яновського, єдине, що ми знаємо на сьогодні, це те, що певні абстрактні концепти можна зрозуміти виключно через властиві їм метафоричні моделі [7, с. 19].

Вирішення кардинальних семантичних проблем можливе лише за умови моделювання процесів, які лежать в основі побудови та розуміння мовних повідомленьЗалучення методів концептуального аналізу дозволяє представляти досліджуваний концепт у вигляді певної метафоричної моделі, особливим способом організованої концептуальної схеми. За допомогою метафоричних моделейможна розкрити когнітивну динаміку розгортання концепту в англомовному політичному дискурсі.

Основна частина. Метафоричні моделі, які використовуються в політичному дискурсі, відбивають існуючі в соціумі стереотипні уявлення. Згідно з дослідженнями з когнітивної семантики, "метафоричне моделювання – це засіб, що відбиває національну самосвідомість, для осягнення, рубрикації, представлення та оцінки певного фрагмента дійсності за допомогою сценаріїв та фреймів, які належать до цілком іншої поняттєвої сфери" [3, с. 42]. Так, багато політичних явищ та подій описуються через метафори БУДІВЛЯ, ДЕРЕВО, МЕХАНІЗМ, ЖИВИЙ ОРГАНІЗМ, ВІЙНА тощо.

Існують дві основні можливості аналізу метафоричних моделей у межах теорії концептуальної метафори. Дослідник може виходити або з концептуальної сфери-джерела, або розпочинати аналіз зі сфери-мети. Так, А. П. Чудінов вивчає метафоричні моделі, які виявляються в сучасному політичному дискурсі, на основі спільності концептуальної **сфери-джерела** метафоричної експансії (аналізуються концептуальні сфери ХВОРОБА, КРИМІНАЛ, ТЕАТР, ВІЙНА, ЕКОНОМІКА, ДОРОГА, ДІМ тощо) [5, с. 40; 6].

Натомість у нашому дослідженні ми поставили за мету розглянути метафоричні моделі, виділені на основі загальної **сфери-мети** метафоричної експансії. Цей зворотний напрям аналізу базується на конкретних текстових реалізаціях метафор, які розглядаються як вихідні для визначення структури метафоричної моделі. Йтиметься про метафоричні реалізації поняття ЄВРОПА, що є ключовим для політичного дискурсу, пов'язаного з євроінтеграцією.

У цьому дослідженні була зроблена спроба виявити шляхом когнітивного аналізу те, як концептуально репрезентується ідея нової, об'єднаної Європи в новій ідеології Європейського Союзу, яка формується за допомогою політичного дискурсу. Зважаючи на особливу роль, яку в цій репрезентації відіграють політичні метафори, ми розглянули саме цей аспект. За мету ми поставили виявлення семантичних особливостей базових метафоричних моделей політичного євроінтеграційного дискурсу та їхню інтерпретацію.

При описі домінантних для євроінтеграційного політичного дискурсу метафоричних моделей потрібно визначити:

1. Нову концептуальну сферу (в інших термінах – ментальна сфера-мета, денотативна зона, реципієнтна сфера, поняттєва сфера, спрямування метафоричної експансії) та – по можливості – її основні концептуальні поля (домени), до яких належать відповідні фрейми. У цьому випадку це сфера ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ і концепт ЄВРОПА.

2. Вихідні концептуальні сфери (в інших термінах – ментальні сфери-джерела, сигніфікативні зони, похідні поняттєві області, сфери-донори, джерела метафоричної експансії) та основні концептуальні поля (домени) у складі цих сфер.

3. Фрейми, які належать до концептуальних сфер, що розглядаються (похідної та нової), і структурують відповідну поняттєву сферу (концептуальну сферу).

4. Типові слоти, тобто елементи ситуації, які становлять частину фрейму, конкретизують певний його аспект, а також концепти, з яких складається слот.

Структура метафоричних моделей має ієрархічну організацію. Ряд актуальних метафоричних моделей можна розглядати як похідні від одиниць більш високого рівня абстракції – метамоделей. Організовану таким чином сукупність експлікованих моделей І. О. Філатенко позначає терміном “метафорична парадигма”. Критерієм, що визначає належність метафоричної моделі до парадигми, вважається наявність гіпо-гіперонімічних відношень між поняттєвими сферами-джерелами метамоделі (тобто відповідного концепту) та окремого домену концепту [4, с. 7]. Гіперонімами в цьому дослідженні нами вважаються певні метамоделі, які мають більш широку семантику, а гіпонімами – сфери-джерела, наділені частковим значенням.

Отже, у цьому дослідженні ми використали такі типи когнітивного моделювання концепту ЄВРОПА в євроінтеграційному дискурсі, як образ-схеми, фреймові моделі та метафоричні моделі.

Підсумовуючи вищенаведене, необхідно вказати, що визначення дискурсу, яке належить Н. Д. Арутюновій [1, с. 136 – 137], зумовлює два аспекти його аналізу: *комунікативний* (дискурс як соціальна дія, тому важливими стають позалінгвальні дані) і

когнітивний (дискурс як механізм свідомості). У цій розвідці ми враховуємо ці дві складові, тому необхідність позалінгвального (безпосередньо – соціологічного) та когнітивного підходів до аналізу дискурсу вважаємо незаперечною. До того ж, і комунікативний, і когнітивний аналіз мають міждисциплінарний підхід.

Вивчення набору метафоричних моделей, у термінах яких концепт описується в англомовному політичному дискурсі європейської інтеграції, дозволяє виявити імпліцитні загальні характеристики ставлення авторів досліджуваного дискурсу до дійсності, до соціальних та культурних феноменів.

Політична метафора є одним із поширених та дієвих інструментів політики. Для досліджуваного матеріалу притаманним є вживання метафор, що належать до таких основних типів, які пов'язані з такими референтними сферами, як соціоморфна сфера, антропоморфна сфера, сфера артефактів і сфера природи. Концептуальні метафори євроінтеграційного дискурсу використовують у своїх кодах концептуальні поля "простір", "подорож", "рух", "будівництво", "результати труда", "родинні стосунки", "природа", "спорт", "мистецтво" тощо. Було виявлено типові метафоричні моделі політичного євроінтеграційного дискурсу. У цьому дослідженні вирізняємо, слідом за І. О. Філатенко [4, с. 6–7], такі метамоделі, сигніфікативні дескриптори яких складають такі сфери: ОСОБА, ПОДОРОЖ, МИСТЕЦТВО, ПРОЦЕС, БУДІВНИЦТВО, ПРИРОДОМОРФНА та ЗООМОРФНА сфери, також сфери-джерела, що входять до складу цих метамоделей: сфера ТІЛЕСНИЙ СУБ'ЄКТ, сфера МЕНТАЛЬНИЙ СУБ'ЄКТ, сфера СОЦІАЛЬНИЙ СУБ'ЄКТ, сфера МУЗИКА, сфера ТАНЕЦЬ, сфера ТЕАТР, сфера ПЕРЕМІЩЕННЯ, сфера ЗАСІБ ПЕРЕСУВАННЯ, сфера ПРОСТІР, сфера ДІМ, сфера МЕХАНІЗМ, сфера СВІТ ТВАРИН, сфера СВІТ ПТАХІВ, сфера РОСЛИНА-ДЕРЕВО, сфера СПОРТ.

Отже, внаслідок проведеного аналізу метафоричного моделювання на матеріалі євроінтеграційного політичного дискурсу ми доходимо загального висновку про те, що сукупність метафор євроінтеграції відображає різні проекти, зміни життя, що реально існують у суспільстві. Європейська інтеграція концептуалізується у

вигляді процесу руху та розвитку певної системи, у якому кількість та інтенсивність взаємодії елементів зростає – підсилюється їхній зв'язок та зменшується їхня самостійність. З підсиленням європейської інтеграції все інтенсивніше проявляється тенденція повернення до єдиної, але вже оновленої європейської цивілізації. Європейська інтеграція є однією з важливих складових глобалізації сучасного світу.

Проте глобальна інтеграція європейського суспільства, об'єднання в політичну структуру виводить нас на новий рівень осмислення європейської ідентичності, метафоричного осмислення концепту ЄВРОПА та визначення їхньої ролі у формуванні новітньої ідеології об'єднаної Європи.

Висновки. Проведений аналіз дозволив виявити не експліковані у досліджуваних текстах смисли. Слід зазначити, що для сучасного політичного дискурсу властиві конфліктні метафоричні моделі. Проте в євро інтеграційному дискурсі про суперечки та конфлікти не йдеться чи майже не йдеться. Це досить нетривіальна ознака євроінтеграційного дискурсу як типу політичного дискурсу.

Аналіз євроінтеграційного дискурсу підтверджує думку політологів про те, що в Європі сформований новий геополітичний простір, який репрезентує ще не бачене у світі міждержавне утворення, поєднане нетільки спільністю культурно-цивілізаційних надбань, але й існуючими проблемами виживання людства [2, с. 106].

При подальшій характеристиці метафоричних моделей можна визначити їхні типові сценарії, провідні концептуальні вектори, продуктивність та частотність і виявити їх прагматичний потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Сов.энциклопедия, 1990. – С. 136–137.

2. Василенко С.Д.Україна: Геополітичні виміри в загальноєвропейському процесі / С.Д. Василенко. – Одеса: ООМ, 2000. – 208 с.

3. Рассохина М. В. Метафора в языке социологической теории / М. В. Рассохина. – М. : Московск. высш. шк. соц. и эконом.наук, 2001. – 80 с.

4.Філатенко І. О. Сучасна політична метафора в російськомовній газетній комунікації України: когнітивно-прагматичний опис: автореф. дис… на здобуття наук.ступеняканд. філол. наук: спец. 10.02.02 "Російська мова" / І. О. Філатенко. – К., 2003. – 20 с.

5. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале / А. П. Чудинов // Русская речь. – 2001. – №4. – С. 38–45.

6. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Электронный ресурс] / А. П. Чудинов. − Режимдоступа: http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-03a.htm

7. Janowski M. W. Function As A Constraining Principle In Metaphoric Mappings / M. W. Janowski // Lingua Posnaniensis. – 2003. – XLV. – P. 19–32.

Крайник Карина Володимирівна,
асистент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права
Якименко Яна Вадимівна,
старший викладач кафедри перекладу та іноземних мов
Полтавського інституту економіки і права

ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ ЯК РІЗНОВИДУ ЛІНГВІСТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Вступ. Захоплення сучасної лінгвістичної науки антропоцентричними та комунікативними дослідженнями призвело до вирізнення та активного дослідження такої макрокатегорії мови як дискурс. Термін discourse вперше був уведений у науковий обіг 1952 р. Дж. Харрісоном у контексті терміносполучення discourse

analysis на позначення «методу аналізу звязного мовлення». [4, с.34]. Згодом, дискурс став визначатися як деякий мовний абстракт, який віртуально існує у надрах живої національної мови або штучні мовні обмеження, що виконують певну соціальну функцію. У просторово-часовому континуумі живої мови вільно співіснують різні дискурси: міфологічний, релігійний, науковий, діловий, філософський, ідеологічний тощо [3, с. 117].

Отже, кожен дискурс − це особлива підмова, особлива мовленнєва практика, яка застосовується у певних функціональних сферах мовної спільноти.

Основна частина. Проблема визначення ділового дискурсу полягає,у першу чергу, у визначенні його місця в континуумі загальної національної мови. Як зазначає М.В. Нікітін, ділове мовлення (також бізнес-дискурс) можна вважати різновидом макроекономічного дискурсу, хоча існує думка, що виокремлення економічного дискурсу, незважаючи на бурхливий розвиток економічної термінології, не відбулося [5, с. 35].

Л.П. Науменко вважає, що ділове мовлення актуалізується у чотирьох основних сферах. Це комерція, виробництво, фінанси та посередництво. Кожній із зазначених сфер притаманні свої особливості, спричинені: тематичним та інтенціональним спрямуванням, термінологією та особливостями її вживання, правилами професійної поведінки учасників спілкування, що дає підстави вважати їх різновидами ділового мовлення. [4, с. 32]

У сучасній теорії дискурсу прийнято визначати такі його параметри як стиль, жанр, регістр. Згідно Т. ван Дейк, стиль залежить від типу мовлення або від точки зору мовця чи письменника, в ньому можна також визначати типові жанри (історія чи звіт), соціальну характеристику (формальний - неформальний), приналежність до певної культурної спільноти (німецької чи австрійської).

У навчально-методичній і довідковій літературі офіційно-діловий стиль (від лат. officium – служба) визначається як «один з функціональних стилей літературної мови, який задовольняє потреби суспільства в оформленні ділових стосунків між організаціями й установами, а також між членами суспільства в

офіційній сфері їх спілкування». Офіційно-діловий стиль прийнято розмежовувати на два різновиди, або підстилі, – дискусійно-діловий та адміністративно-канцелярський; за класифікацією Д.Э.Розенталь та М.А.Теленкової, на офіційно-документальний та побутово-діловий. Дискусійно-діловий стиль (підстиль) вважається «різновидом публіцистичного стилю усного монологічного мовлення, який застосовується у виступах під час обговорення різноманітних питань на зборах трудових колективів, ділових нарадах, семінарах, засіданнях тощо». Адміністративно-канцелярський підстиль – це «мова офіційних паперів, пов'язаних з виробничою діяльністю людей». Наведена стильова характеристика обмежена поділом на усний та письмовий аспекти ділового дискурсу, ігноруючи жанрове розмаїття його усних та письмових проявів.

Мовна фактура та екстрамовні (інтердисциплінарні) зв'язки як концептуальні ознаки є у всіх видах і типах дискурсу незалежно від сфери функціонування чи галузевої належності. За визначенням дискурс – тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом "форм життя", залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів" [1, с. 154]

Аналіз спеціальної літератури свідчить про важливість актуалізації в об'ємному дискурсному діапазоні семантично плідної дискурс-типології під назвою «інтердискурс» (О.Л.Бєссонова, Ю.Н. Караулов, К.Я. Кусько, Г.Г. Почепцов [6], І.А. Бехта, Т. ван Дейк [2], Г. Кук, Ч.Філлмор та ін.). К.Я. Кусько визначає інтердискурс як міждискурсну категорію, повязану з категоріями дискурсу різних типологій (аргументативним, спонукальним, соціологічним, політичним, юридичним, рекламним тощо), що містять або набувають у процесі реалізації впливу провідної ознаки - плюралістичного концепту інтер (інтердержавний, інтермовний,

інтерфаховий та ін.), тобто на різних вербальних й екстравербальних рівнях екстраполюють маркери інтерзмісту. Ознакою функціонування інтердискурсу тексту є його певним чином глобалізований зміст, а на мовному рівні - універсальний, міждисциплінарний, узагальнений за семантикою лексичний склад.

Отже, дискурс включає три виміри:

1) лінгвістичний, тобто власне використання мови;

2) когнітивний аспект передачі знань, інформації, уявлень;

3) інтерактивний аспект взаємодії суб'єктів мовної діяльност і усоціальних ситуаціях.

Всі ці три аспекти безумовно взаємопов'язані. Розглядаючи мовленнєву взаємодіюпредставників різних культур, ми говоримо пр одискурс
з точки зору міжнаціонального або міжкультурного спілкування.

Кажучи про більш детальне визначення особливостей ділового дискурсу, звертаємося до О. І. Воробйової, яка в своїх дослідженнях переконливо доводить, що відмінності в ході використання дискурсу представниками російськомовної та англомовної культур зумовлені також такими особливостями культур, як приналежність першою до так званої «колективістської», а другий – до «індивідуалістичної» культурі [1; 2]. Даний факт можна підтвердити проаналізувавши діловий дискурс таких представників англомовної культури, як британців і американців. Наприклад, на ділових переговорах на етапі їх виявлення (переговорів) головною і другорядною цілей британці і американці вживають фрази типу: *First of all; I think we should establish the overall procedure; Another objective, as I sy e it is…; I'd like to check what you hope to achieve.* Як багатожанровий різновид публічного мовлення, діловий дискурс характеризується цілою низкою специфічних засобів. І суть тут не лише у вживанні специфічної детермінованої лексики, а й у своєрідному відборі й організації певних структур вираження відповідно до прагматичних настанов, цілей і умов спілкування, що склалися в процесі професійної діяльності бізнес-світу. Люди, які безпосередньо торкаються цієї сфери життя усвідомлюють необхідність оволодіння такими стилем мовлення і нормами

літературної мови, які здатні дати найвищий коефіцієнт корисної дії . Будь-який клерк або конгресмен до того ж стикається з необхідністю правильного розташування, компонування мовних одиниць, тобто всього того, що становить суть організації, специфіку побудови промови, скаладання бізнес статті та інше.

Діловий дискурс характеризується цілою низкою специфічних засобів. І суть тут не лише у вживанні специфічної детермінованої лексики, а й у своєрідному відборі й організації певних структур вираження відповідно до прагматичних настанов, цілей і умов спілкування, що склалися в процесі професійної діяльності бізнес-світу. Люди, які безпосередньо торкаються цієї сфери життя усвідомлюють необхідність оволодіння такими стилем мовлення і нормамилітературної мови, які здатні дати найвищий коефіцієнт корисної дії. [7] Будь-який клерк або конгресмен стикається з необхідністю правильного розташування, компонування мовних одиниць, тобто всього того, що становить суть організації, специфіку побудови промови, скаладання бізнес статті та інше.

Офіційно-діловий стиль відповідає офіційним стосункам, до яких належать виробничі стосунки та стосунки у сфері соціальних контактів (обслуговування). Офіційність/ неофіційність спілкування проявляється в його тональності. Тональність – це комплекс формально-змістових характеристик, які залежать від стосунків учасників дискурсу (комунікантів). Тональність визначається за такими параметрами: структурно-композиційна форма висловлювання, співвідношення вербальних та невербальних засобів, якість мовного продукту, добір мовних засобів. Офіційне спілкування більш регламентоване за формою (в межах певного жанру); більшою мірою спирається на вербальні, ніж на пара- та екстралінгвістичні засоби, менш емоційне; краще за якістю мовного продукту, менш імпульсивне і, як правило, підготовлене; оформлене мовними засобами в межах літературної норми. Тональність іноді визначається через регістри як ситуативно обумовлені варіанти стилю. У межах офіційного стилю розрізняють паритетний та авторитарно-командний регістри. Термін “паритетний” застосовується на позначення спілкування рівноправних за

соціальним статусом комунікантів. Авторитарнокомандний регістр характеризує спілкування нерівноправних партнерів.

Висновки. Отже, можна чітко виділити наступні особливості ділового дискурсу:

- діловий дискурс пов'язаний з певною комунікативною стратегією/ інтенцією;
- у бізнес-дискурсі, як і у будь-якому типі дискурса, є не тільки видимий, але і невидимий план, до якого відносяться контексти, підґрунтя;
- діловий дискурс несе у собі певний емоційно-енергетичний заряд, соціальну і психологічну енергію;
- бізнес-дискурс є частиною культурно-історичних комунікацій, що включають діалог різних поколінь.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К.: ВЦ "Академія", 2009. – 376 с., с. 154
2. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Коваль Н.Є. Структурно-синтаксичні засоби реалізації прагматичної установки законодавчого тексту // Проблеми семантики слова, речення та тексту. - К.: КНЛУ. - 2003. - №9. - С. 130-136, с. 117.
4. Науменко Л.П. Діловий дискурс та його функціонально-стильові характеристики // Мовно-літературний альманах. - 2005. - №15. - с. 32
5. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения. - М.: Высшая школа, 1988. - 166 с., с. 35
6. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – 2-ге вид., доп. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 308 с.

Кушнірова Тетяна Віталіївна,
д.ф.н., професор кафедри іноземної філології та перекладу,
Полтавського національного технічного
університету імені Ю.Кондратюка

ЛЕКСЕМА «ТУМАН» У СУСПІЛЬНІЙ ПАРАДИГМІ КАДЗУО ІШІҐУРО

Вступ. Наразі досить популярними стають проблеми філології, які торкаються компаративного аспекту та констатації того, як це відбивається у мові та передається у перекладі. Цікавим явищем у сучасній філології стає дослідження мовного складу письменників, що мають інше національне коріння, особливості якого безперечно проявляються у мові і впливають не лише на світобачення автора, але і на рецепцію читача. Тому метою нашої статті є багатоаспектний аналіз лексеми «туман» у художньому світі британського письменника японського походження Кадзуо Ішігуро, що передбачає аналіз даного концепту із точки зору англійської та японської традиції та окреслення репрезентації даного поняття при перекладі.

Основна частина. Творчість Кадзуо Ішігуро (KazuoIshiguro, народ.1954р.), наразі знаного британського письменника японського походження, виписана у мультикультурному контексті, що окреслює шар літератури, презентованої англійською мовою представниками інших національностей (Салман Рушді, Відіатхар Найпол, Бен Окрі, Ханіф Курейші та ін.). Творчість Ішігуро викликає беззаперечний інтерес серед літературознавців, оскільки це нове явище не лише в британській літературі, а й у світовому мистецтві загалом.

Для мультикультурних текстів характерні певні риси, що мають втілення у різних формах: загострення проблеми національної ідентичності, співвіднесення долі особистості та долі нації, проекція масштабних подій через індивідуальне фокусування, відсторонений погляд на події, стилістична оригінальність, що характеризується синтезом на мовознавчому рівні, пошук нових, універсальних проблем, що були б близькими кожній людині.

Наразі існує ціла плеяда письменників, котрі вважаються представниками «мультикультуралізму», позиціонують себе «громадянами світу», «міжнародними» письменниками. Одним із таких авторів є Кадзуо Ішігуро (Kazuo Ishiguro, народ. 1954), у творчості якого сплелися воєдино англійська і японська традиція. У його доробку є твори, сюжет яких розгортається у Японії («Там, де в димці пагорби» / A Pale Viewof Hills, 1982; «Художник хиткого світу» / A Painter of Floating World, 1986), під час переїзду зі Сходу на Захід «Коли ми були сиротами» (When We Were Orphans, 2000), під час дослідження феномену «англійськості» («Залишок дня» / The Remains of the Day, 1989), чи мають філософський характер («Безутішні» / The Unconsoled, 1995; «Не відпускай мене» / Never Let Me Go, 2005), де воєдино сплітаються японська та англійська традиції.

Одним із найвідоміших романів, де вбачається потужний компаративний стрижень, є роман «Не відпускай мене» (2005). Сюжет роману носить умовний та ірреальний характер. Головна героїня, як з'ясовується згодом, не звичайна людина, вона – клон. Кеті розповідає про своє нинішнє життя, що вона – помічник донора (клона, котрий пережив операцію чи операції з виїмки органів для пересадки людині), і згадує своє минуле. Роман має три частини, кожна з яких структурується по-своєму. Автор датує час твору (1990-й рік), а навчальний корпус для клонів – Хейлшем – побудований у 50-х роках. Перша частина присвячена дитинству Кеті та її друзів Рут і Томмі, котре вони провели у Хейлшемі. У другій частині відтворено їхнє життя у Коттеджах, старій фермі, де вони вчилися пристосовуватись до соціуму та з часом ставали помічниками донорів. В останній частині Кеті розповідає про своє справжнє життя: вона уже одинадцять років допомагає донорам, серед яких були і її друзі – Рут і Томмі, які уже померли, однак залишаються у її серці та «пам'яті».

У художньому просторі роману значне місце посідає лексема «туман», оскільки таке сприйняття дійсності характерне для обох традицій. Героїня згадує своє минуле і намагається віднайти хоча би обриси свого далекого щасливого дитинства. «Driving around the country now, I still see things that will remind me of Hailsham. I

might pass the corner of a misty field, or see part of a large house in the distance as I come down the side of a valley, even a particular arrangement of poplar trees up on a hillside, and I'll think: "Maybe that's it! I've found it! This actually *is* ailsham!" Then I see it's impossible and I go on driving, my thoughts drifting on elsewhere»[4]. Місце, де зростали дітлахи, завуальоване туманом, будь-які спроби знайти його виявляються невдалими. Та і спогади про дитинство є туманними, викривленими, оскільки навіть ранки були туманними «afoggymorning», що актуалізує мотив невпевненості та відірваності від своїх коренів.

Для японської культури характерний мотив відірваності від своїх коренів, що спричиняє самотнє існування особистості. Герої роману з'являються нізвідки, і тихо зникають, не залишаючи по собі пам'яті. Примітно, що портретні характеристики героїв не виписані, укрупнюються лише певні риси характеру, за якими герої різняться між собою. Томі бачиться прямолінійним, в дитинстві трохи нервовим хлопчиком, котрий спокійно сприймає своє призначення. Рут портретується примхливою дівчинкою, для якої почуття інших нічого не варті. Кетті, крізь ракурс бачення якої подається оповідь і позиціонуються персонажі, змальовується старанною, правильною героїнею, у фіналі стомленою від життя. У кожного із героїв укрупнюються їхні первинні риси, тоді як візуальна складова залишається поза сюжетом. Тут лексема «туман» проявляється у переносному значенні, оскільки портрети героїв бачаться ніби крізь призму замовчування. Стосунки між персонажами змальовуються теж за допомогою концепту «туман» або його відповідників. Найбільш значимі події із життя героїв відбуваються саме під дощем, що супроводжується туманом. «That was how Ruth and I came to have our conversation under the eaves. There was fog and drizzle that day» [4]. Психологія героїв теж проектується крізь призму цього природного явища. «I now felt awful, and I was confused. But as we stood there together staring at the fog and rain, I could think of no way now to repair the damage I'd done» [4]. Саме у такий спосіб героям вдається приховати свої почуття, прояв яких для східної філософії не є характерним явищем.

Загалом для художнього простору твору характерний принцип замовчування, що актуалізує мотиви таємниці. Наратор користується певними лексичними конструкціями, евфемізмами, які допомагають приховати справжню сутність речей. Наприклад, операція з видалення органу в англійському варіанті «donation», що відносить нас до східної традиції на семантичному рівні й дослівно перекладається як «пожертвування», у перекладі - «виїмка», перша, друга… четверта, що нівелює культурологічний складник, оскільки люди добровільно жертвували собою на благо інших. Головна героїня (a carer) у романі позиціонується як доглядальниця, помічник донора, а поняття «смерть» у романі не використовується зовсім, а замінюється відповідними евфемізмами. «There are some really good carers who've been told to stop after just two or three years» [4], «He knew he was close to completing and so that's what he was doing» [4]. У перекладі ця традиція зберігається: «завершив, поставив крапку, сказав стоп, закінчив».

Стосунки між героями теж певним чином замовчуються, зокрема про кохання Кеті і Томмі ніде не говориться прямо, однак із їхніх вчинків зрозуміло, що між ними є почуття. Це стає зрозуміло у фінальних сценах, коли після вибачень Рут Кеті починає несамовито ридати [2, с.308]. Стосунки героїв проглядаються ніби у тумані, замовчуються, даючи можливість реципієнту самому домислити ситуацію.

Пейзаж, прикритий туманною завісою, один із основних мотивів японського живопису, у романі стає домінантним мотивом і стає символом незрозумілості, примарності світу, його тлінності та невизначеності. Однією із основних функцій пейзажу стає здатність вказувати на характер роздумів чи сумнівів героя. Пейзажні замальовки особливо яскраво виписані у фіналі роману, оскільки саме вони передають емоційний стан персонажа. Коли Кеті дізналася про «завершення» Томмі (примітно, що слово «смерть» у тексті не вживається), вона дозволила собі «розкіш»: поїхала до Норфолку, що у свідомості вихованців Хейшейму вважався загубленим краєм, або місцем, де знаходяться загублені речі. "Maybe I just felt like looking a tall those flat fields of nothing and the huge grey skies. At one stage I found myself on a road I'd never been on, and for about half an hour I

didn't know where I was and didn't care. I went past field after flat, featureless field, with virtually no change except when occasionally a flock of birds, hearing my engine, flew up out of the furrows» [4].

У часопростір роману вплітається потужний міфопоетичний рівень, який проявляється передовсім у міфологемах дому, що має своє представлення й у англійській, й у японських культурах та позиціонується по-різному. Оберегом дому у європейській культурі стає жінка-мати, тоді як у японській культурі домінантним є чоловіче начало. У структурі міфологеми дому константний мотив будинку-пам'яті [3], що існує у спогадах героїв та репрезентує не лише матеріальну але й духовну площину існування персонажа. Нерідко у творчості митця даний мотив, «втрачений щасливий світ минулого – світ будинку дитинства – символічно «матеріалізується» у лейтмотивний образ коробки, скрині, ящичка з таємними скарбами, які герої безуспішно шукають» [1, с.37]. Таким символом будинку-пам'яті у романі стає скринька зі «скарбами» Кеті, оскільки саме в ній зібрані всі дорогі серцю речі, що стають уособленням її «коренів» та ідентичності.

Висновки. Таким чином, творчість британського письменника японського походження Кадзуо Ішіґуро виписана в межах мультикультуралізму, що передбачає поєднання різних культур (західної та східної). Хоча ознаки японської культури чітко не окреслені, але детальний аналіз роману вказує на їх наявність. У романі «Не відпускай мене» митець поєднує різні культурні коди, де у результаті домінантними стають мотиви туги, покинутості, самотності людини у світі. Англійський контекст представлений на змістовному рівні, тоді як «східний» - на поетологічному (мінімалізм поетики, деталі, засоби характеристики героїв, засоби вираження авторської інтенції і т.д.). Провідним концептом східної філософії стає лексема «туман», що актуалізує значний шар культурологічних проблем, що впливають на ідентифікацію тексту. Туман стає тим символом, через який проектується ретроспекція та пояснюються стосунки між героями. При перекладі семантика даного символу зберігається, що додає оповіді амбівалентності.

СПИСОК ВИКОРСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Джумайло О. За границами игры: английский постмодернистский роман. 1980-2000 / О.Джумайло // Вопросы литературы. - 2007. - №5. - С.7-45.
2. Исигуро К. Не отпускай меня: Роман / Кадзуо Исигуро; [пер.с англ.Л.Мотылева]. – М.: Эксмо; Спб.: Домино, 2006. – 352с.
3. Усенко О.П. Мифологема дома в творчестве Кадзуо Исигуро / О.П.Усенко // Вісник Дніпропетровського університету імені А.Нобеля. Серія «Філологічні науки». – 2012. - №1 (3). – С.146-149.
4. Ishiguro Kazuo. NeverLetMeGo (electronic journal). / Ishiguro Kazuo.Available at::http://avalonlibrary.net/Collection_of_193_EBooks/Never%20Let%20Me%20Go%20-%20Kazuo%20Ishiguro.pdf

Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ПЕРЕКЛАД НІМЕЦЬКОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

Вступ. Відтворення фразеологічних одиниць німецькою мовою – дуже важке завдання. «Завдяки своєму семантичному багатству, образності, лаконічності і яскравості фразеологія відіграє в мові дуже важливу роль» [3, с.19]. Вона надає мовленню виразності та оригінальності. Переклад фразеологічних одиниць, особливо образних, становить значні труднощі. Це пояснюється тим, що багато з них є яскравими, емоційно насиченими зворотами, що належать до певного мовного стилю і часто носять яскраво виражений національний характер. При перекладі стійких сполучень слів варто також враховувати особливості контексту, у якому вони вживаються. Багатьом німецьким фразеологічним одиницям

характерні багатозначність і стилістична різноплановість, що ускладнює їх переклад на інші мови. Особливо широко фразеологізми використовуються в усному мовленні, в художній і політичній літературі.

Основна частина. Проблема перекладу фразеологізмів у різних мовах досить повно розглянуто в роботах В. Комісарова, І. Корунця [4; 5]. Такі науковці як Н. Шанський, А. Кунін широко досліджували питання класифікації англійських фразеологізмів [9; 6], Л.В. Данилюк, Н.О. Рябокінь – особливості перекладу англомовних фразеологізмів у політичному дискурсі [2], Б.І. Лабінська – німецькі фразеологізми з компонентом на позначення фізичного стану людини [7]. Однак проблема перекладу фразеологізмів наразі не достатньо досліджена в лінгвістиці.

При перекладі фразеологізму перекладачеві необхідно передати його зміст і відобразити його образність, знайшовши аналогічний вислів у німецькій мові й враховуючи стилістичну функцію фразеологізму. При відсутності в німецькій мові ідентичного образу перекладач змушений вдаватися до пошуку «приблизної відповідності» [4, с.51]. Із перекладацького погляду німецькі фразеологічні одиниці діляться на дві групи:

2. фразеологічні одиниці, які мають еквіваленти в українській мові;

3. безеквівалентні фразеологічні одиниці.

Фразеологічні еквіваленти можуть бути двох типів:

1) постійна рівнозначна відповідність, що є єдино можливим перекладом і не залежить від контексту;

2) з іншого боку, можлива наявність в українській мові двох або більше еквівалентів німецької фразеологічної одиниці, з яких для перекладу даного тексту обирається найкращий або будь-який, якщо вони обоє або всі рівноцінні. Такі еквіваленти можна назвати вибірковими. Крім зазначеного розподілу, еквіваленти можна класифікувати наступним чином:

Повні еквіваленти – це українські еквіваленти, які здебільшого є моноеквівалентами німецьких фразеологізмів, які збігаються із ними за значенням, лексичним складом, образністю, стилістичним забарвленням і граматичною структурою. Число

подібних відповідностей невелике; до цієї групи відносяться фразеологізми інтернаціонального характеру, в основі яких міфологічні перекази, біблійні легенди та історичні факти: Augenasstallen – «авгієві стайні».

Переклад стійких сполучень слів за допомогою повних або неповних еквівалентів, який можна назвати фразеологічним перекладом, не становить значних труднощів і не є творчим перекладом.

Калькування або дослівний переклад фразеологізмів при наявності повного або часткового еквівалента. Калькування (від фр. calque«копія») – копіювання іншомовного слова за допомогою свого, незапозиченого матеріалу; поморфемний переклад іншомовного слова.

Стійкі сполучення слів іноді доводиться перекладати дослівно, незважаючи на наявність повного або часткового еквівалента. Дослівний переклад особливо важливий, коли образ, який міститься у фразеологізмі, необхідний для розуміння тексту, а заміна його іншим образом не дає достатнього ефекту. Дослівний переклад часто застосовується при наявності розширеної метафори, фразеологічних синонімів, гри слів і каламбурах.

Перекладач українською мовою Н.В. Любчук використовує калькування при перекладі: „Wie, um einen Punkt unter diesen unverrückbaren Entschluss zu setzen, wie das Amen in der Kirche, halt plötzlich ein Schuss durch den Wald"(c.l88). «І неначе крапка, поставлена безповоротним рішенням, неначе Амінь у церкві, по лісу густою луною раптом покотився постріл».

Ein blauer Brief (Fallada, s.79) - лист неприємного змісту. Н.В. Любчук перекладає як «лист про звільнення зі служби». Eine Stadt zu Stadt постійний рух.

Калькування дає можливість донести до українського читача живий образ німецького фразеологізму, що неможливо при використанні вільного необразного словосполучення, що є українським поясненням значення німецького фразеологізму.

Калькування принципово відрізняється від буквалізму. Калькування - виправданий дослівний переклад, буквалізм же - дослівний переклад, щоспотворює зміст перекладного виразу або

рабськи копіюєконструкції чужої мови та є по суті насильством над тією мовою, на яку робиться переклад.

Укладачі чомусь взяли за необхідне перекладати дослівно кожен німецький фразеологізм. Поряд із дослівним перекладом часто дається український еквівалент. У цілому корисну книжку псують численні буквалізми. Їх, щоправда, менше, ніж у першому виданні, але все-таки й у третьому виданні вони залишилися.

В книжці можна знайти буквалізми наступних типів:

1) перекручування змісту німецького прислів'я із-за його буквального перекладу, тобто семантичний буквалізм. Правильний український еквівалент не дається;

2) у перекрученому вигляді наводиться український еквівалент, що викликається бажанням будь-що перекласти буквально. Це веде до лексичних і граматичних буквалізмів;

3) поряд з правильним українським еквівалентом дається безглуздий буквальний переклад.

Велике місце в «Німецько-українських фразеологічних словниках» займають переклади, які ми називаємо «обертональними».

«Обертональні» переклади – це оказіональний еквівалент, який використовується для перекладу фразеологізму тільки в даному контексті. Тому «обертональний» переклад дається в перекладі цитати, а не даного фразеологізму. Варто враховувати, що окказіональність даного еквівалента визначається виключно особливостями контексту та що в іншому контексті аналогічний переклад може й не бути «обертональним», а повним або частковим еквівалентом. Знаходження «обертонального перекладу», на відміну від використання готового еквівалента - творчий процес.

Використання вибіркових еквівалентів дає можливість перекладачеві не тільки вибирати оптимальний варіант, але й вносити розмаїття у переклад того самого фразеологізму, що неодноразово вживається автором у тому самому добутку.

Багато німецьких фразеологічних одиниць не мають еквівалентів в українській мові. Це в першу чергу стосується фразеологізмів, які позначають неіснуючі в нас реалії. При перекладі подібних фразеологізмів із рекомендацією, даною у «Посібнику з

перекладу з німецької мови на українську», при перекладі образних фразеологічних одиниць будь-якого типу ніколи не використовувати українські фразеологізми, що містять специфічні національні реалії.

Іноді у якості відмінної ознаки фразеологізмів виступає частотність вживання в мовленні того або іншого ідіоматичного вислову, при порушенні якої вживана фразеологія може надавати мовленню мовця незвичайного або навіть старомодного характеру. Про це перекладачеві варто завжди пам'ятати.

При перекладі ФО перекладач повинен вміти встановити, чи має він справу зі змінним або сталим словосполученням. Для цього необхідно мати великий «рецептивний запас фразеологізмів» [8, с.15]. Варто мати на увазі, що словосполученням, так само як і словам, властиві багатозначність і омонімія, причому одне із значень може бути фразеологічним і один з омонімів - фразеологізмом.

Але теоретично можливий контекст, у якому це словосполучення вжите як змінне. Фразеологізм може іноді відрізнятися від змінного словосполучення лише артиклем, який у даному випадку є формальною диференціюючою ознакою.

Добре рецептивне знання фразеології необхідне й для того, щоб розрізняти узуальні та оказіональні фразеологізми, а також для того, щоб уміти відновити фразеологізми, які зазнали «авторської трансформації» [1, с.74-78], і передати при перекладі ефект, який нею досягається. До числа авторських перетворень, у результаті яких підкреслюється асоціативне значення фразеологізмів (яке майже не сприймається інакше), відносяться, зокрема, наступні стилістичні прийоми:

1) уведення у фразеологічний зворот нових компонентів, семантично співвіднесених із прямим значенням, тобто зі значенням вихідного змінного словосполучення;

2) відновлення лексико-граматичного складу фразеологізму в результаті заміни окремих його компонентів іншими словами. Відбувається своєрідна деформація фразеологічного звороту, текст якого легко відновлюється;

3) розщеплення фразеологізму й використання його компонента (або компонентів) у складі змінного словосполучення. Окремий компонент (або компоненти) у цьому випадку є носієм

асоціативного значення всієї фразеологічної одиниці, на якому будується весь зміст висловлювання. Повна форма фразеологізму ніби проходить іншою стороною, але без її відновлення розуміння неможливе.

Висновки. Для досягнення максимальної адекватності при перекладі фразеологізмів із німецької мови на українську мову перекладач повинен уміти користуватися різними «видами перекладу» :

1) еквівалент, тобто наявний в українській мові адекватний фразеологічний зворот, який збігається із німецьким зворотом за змістом, і по образній основі;

2) аналог, тобто такий український стійкий зворот, який за значенням адекватний німецькому, але по образній основі відрізняється від нього повністю або частково;

3) описовий переклад, тобто переклад шляхом передачі змісту німецького звороту вільним словосполученням. Описовий переклад застосовується тоді, коли в українській мові відсутні еквіваленти й аналоги;

4) антонімічний переклад, тобто передача негативного значення за допомогою стверджувальної конструкції або навпаки;

5) калькування, метод калькування застосовується у тих випадках, коли перекладач хоче виділити образну основу фразеологізму, або коли німецький зворот не може бути перекладений за допомогою інших видів перекладу;

6) комбінований переклад. У тих випадках, коли український аналог не повністю передає значення німецького фразеологізму або ж має інший специфічний колорит місця й часу, дається калькований переклад, а потім іде описовий переклад та український аналог для порівняння.

Допускаючи повне або часткове калькування в окремих випадках, перекладач виключає будь-яку можливість використання буквалізмів, тобто невиправданих дослівних перекладів, що спотворюють зміст німецьких фразеологізмів або не відповідають нормам сучасної української мови.

Фразеологічні одиниці широко використовуються в літературі всіх стилів, грамотний перекладач не повинен допускати неточностей у перекладі того або іншого фразеологізму. Без знання фразеології неможливо оцінити яскравість і виразність мовлення, зрозуміти жарт, гру слів, а іноді просто й зміст усього висловлювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. — М., 2001. –348с.
2. Данилюк Л.В., Рябокінь Н.О. Особливості перекладу англомовних фразеологізмів у політичному дискурсі // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (філологічні науки). – №7 (321) . – жовтень 2018. – С. 96–102.
3. Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов. – М. : Просвещение, 1990. – 160с.
4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. — М., 2001. – 256 с.
5. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу.– Вінниця: Нова книга,2003.–448с.
6. Кунин А.В. Английская фразеология. – М., 1990. – С. 122.
7. Лабінська Б.І. Німецькі фразеологізми з компонентом на позначення фізичного стану людини: Автореф. дис… канд. філол. наук – Львів, 2004.
8. Чиненова Л.А. Английская фразеология в языке й речи. – М., 1986. – 192 с.
9. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка/ Н. М. Шанский. – Изд. 6. – 2012. – С. 84.

Шахова Валерія Володимирівна,
асистент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ВІДТВОРЕННЯ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Вступ. Під час лінгвістичних досліджень юридичного наукового стилю основна увага, як правило, приділяється вивченню текстів Конституцій, законодавства, ділових документів: декретів, постанов, наказів, резолюцій, тощо. Аспекти цих досліджень, зокрема на матеріалі англійської мови, висвітлені у низці праць українських таросійськихдослідників (О.Д. Пономарів, Т.Н. Мальчевська, В.І. Круковський, Ю.С. Стєпанов, Є.Б. Гумілевська, В. Підмогильний та Є. Плужник, Є.А. Рейман, З.В. Тимошенко та ін.), а також зарубіжними науковцями (Ж. Корню, П. Мімін, Ж. Рей, Ж.-Л. Суріу, П. Лера, А. Чезмартін та інших, які одностайно висловлюють думку, що стиль англійської юридичної мови має глибоке історичне коріння, що у значній мірі пояснює особливості його функціонування.

Основна частина. Лексика юридичної сфери – це та частина словникового складу мови, до якої входять поняття, що позначають назви предметів, явищ, процесів соціально-юридичного життя. Вона пов’язана з відповідними науками та сферами економічного життя — менеджментом, маркетингом, фінансами, людськими ресурсами, правом, виробництвом, оподаткуванням, статистикою, страхуванням тощо. Одним із основних джерел формування сучасної української та англійської юридичної лексики є іншомовні запозичення.

У процесі перекладу терміну визначають 2 етапи: з'ясування значення терміну у контексті та переклад значення рідною мовою. [1, с. 62]

Головним прийомом перекладу термінів є переклад за допомогою лексичного еквіваленту. Еквівалент – постійна лексична відповідність, яка точно співпадає із значенням слова. [1, с. 63] Але оскільки юридичні терміни – це переважно складні терміни або

терміни словосполучення, то вони й становлять основну проблему перекладу юридичного тексту.

Складні терміни є сталими словосполученнями, за якими закріплене певне термінологічне значення, наприклад: ***conclusive notice*** *– кінцеве попередження;* ***arrival on departure*** *– свідчення під присягою.* Оскільки переважна більшість термінів, як показує аналіз, становлять препозитивні атрибутивні словосполучення (тобто такі словосполучення, де є означення і означуваний компонент і означення займає в словосполученні початкову позицію) способу їх перекладу була приділена першочергова увага.

Переклад складних термінів, як зазначає В. В. Коптілов, складається з двох основних процедур – аналітичної та синтетичної. Велику роль при перекладі словосполучень відіграє саме аналітичний етап – переклад окремих його компонентів. А для цього необхідно правильно визначити компоненти складного терміна, оскільки ними можуть бути не тільки слова, а й словосполучення, що входять до складу складного терміну. Важливо також встановити, в яких семантичних відношеннях перебувають компоненти між собою та з головним компонентом терміна-словосполучення. Характер цих відношень й визначає порядок та сам зміст перекладу складного терміну. Синтетичний етап перекладу, на думку В. В. Коптілова, передбачає вибудовування компонентів в залежності від зазначених семантичних відносин і отримання остаточного варіанту перекладу складного терміну. [2, с. 45]

Тобто, при перекладі юридичних термінів мають використовуються такі засоби та підходи, що й для перекладу термінів інших типів дискурсу. Головною проблемою перекладу юридичних термінів та термінів-словосполучень є їхня багатозначність. Точне значення терміну можна виявити лише за допомогою контексту та інших термінів, що пов’язані між собою у терміні-словосполученні.

Юридичний переклад не дарма вважається одним з найбільш складних видів перекладу. Багато в чому це зумовлено тим, що при перекладі юридичних текстів як з української мови на іноземну, так і навпаки звичайних навичок перекладача недостатньо. Як зазначає І.

Г. Федотова, юридичний переклад не може бути здійснений коректно без використання спеціальних знань у відповідній галузі права, без знання специфіки конкретного виду правовідносин [3, с 12]. Необхідно орієнтуватися у чинному законодавстві, а також володіти спеціальною лексикою і знати про особливості використання іноземної юридичної термінології в конкретному контексті. Юридичний переклад завжди пов'язаний з певними труднощами - зокрема, неможливо перекласти нормативний акт, договір та інші документи, не розбираючись в тонкощах використання англійської юридичної термінології.

І тут найчастіше фахівці стикаються з *legalese* - особливим стилем, специфічними конструкціями, на основі яких побудована велика кількість документів. [4, с. 132]

Legalese – англійський термін, який зазвичай використовується як синонім до поняття юридичного стилю викладу. Це особлива юридична мова, особлива манера побудови фраз і речень, яка для осіб, необізнаних у тонкощах англійської юридичної термінології, часто здається позбавленою сенсу. [4, с. 132]

Юридична манера викладу вважається формальною. Цей формалізм проявляється в довгих складних реченнях, громіздких оборотах і специфічній термінології.

Пітер Батт вказує на причину виникнення *legalese*. На його думку, існує кілька причин, які призводять до такого ускладнення документа, коли нефахівцеві важко зрозуміти, про що йдеться. По-перше, це – інерція. Юристи неохоче вживають нові звороти й терміни, оскільки зручніше послуговуватися вже відомими. По-друге, усвідомлена необхідність: вважається, що юристи (особливо адвокати) звертаються до ворожої аудиторії. Їхні опоненти прагнуть знайти прогалину чи недолік і використати це на свою користь. По-третє, ненадійність. На думку автора, сучасна правова практика не надає можливості винайти нові шляхи для втілення старих ідей. [5, с. 12]

У колах правознавців точиться дискусія про те, чи слід вважати plainlanguage безпечним для вживання у юридичному дискурсі. Вочевидь, перевага й досі віддається *legalese*. Пояснюється

це тим, що дуже важко знайти відповідник для терміноодиниць, послуговуючись звичайною мовою. Також науковці зважають і на те, що судді надають перевагу традиційному вживанню мови права, а отже, усталені звороти, застарілі, проте традиційні визначення поширені в англомовному юридичному дискурсі.

Одним з аргументів на користь цього є також і те, що постанови суду мають бути такими, які надалі важко оскаржувати. Отже, оскільки судді, коли виносять вердикт, надають перевагу складній юридичній мові, то ж усі юридичні документі й закони мають бути написані саме з урахуванням *legalese*.

Фактичні дослідження останніх років доводять, що насправді і судовій практиці документі складаються переважно простою мовою. Опитування суддів в США виявляє, що близько 80 % фахівців хотіли б послуговуватися документами, які укладено звичайною мовою, а не складною [6, с. 3]. На користь вживання простої мови свідчить те, що такі документи є набагато простішими для розуміння, аніж традиційні. Оскільки вони зрозумілі як для фахівців, так і для осіб, не обізнаних у праві, то ознайомлення з ними заощаджує час, спрощує процедуру та є переважаючим.

Також з-поміж імовірних причин вказують на те, що право традиційно вважалося точною інтелектуальною дисципліною та вимагало відповідного стилю на письмі. Формальний стиль також вважається необхідним для того, щоб надати вагомості висловлюванню. Також такий стиль висловлювання вживається для того, щоб вразити клієнтів, адвокатів, суддю.

Науковці пропонують такий стилістичний поділ правничих текстів: традиційний “The Traditionalstyle”, модернізований “Modern English” і спрощений “PlainEnglish” [7, с. 118].

Широкого вжитку набув різновид традиційного стилю – “*legalese”*. Його часто вживають на позначення надзвичайно складних правничих текстів, розуміння та тлумачення яких видається майже неможливим.

Як дослідники, так і пересічні користувачі права відзначають складність сприйняття інформації, наявної в правничих текстах. Складність розуміння різноманітних документів, складність мови. Набуває популярності рух на підтримку простої юридичної

мови, так званої “PlainEnglish”. “The Plain English movement, sometimes called the plain language movement, seeks to promote the use of plain English over Legalese in business and law. Plain English is writing that is clear, concise, and readily understood by the target audience. The use of plain English lowers costs, improves productivity, increases credibility and reduces misunderstandings.” [8]

Через усвідомлення необхідності спрощення юридичного дискурсу виникають організації, діяльність яких спрямована на вироблення нових і спрощення старих стандартів мови права. Це, наприклад, The Legal Writing Institute, The American Society of Writers on legal subjects.

Юридична термінологія повинна бути чіткою та не повинна містити неясність чи двозначність. В іншому випадку утворюються так звані "legal loopholes" - прогалини в законодавстві. [9]

Як зазначає С. В. Власенко, англійському *legalese* притаманні такі риси: використання слів та виразів, які не несуть ніякого смислового навантаження в звичайному, повсякденному розумінні [4, с. 163]. Тим не менш, в *legalese* вони мають конкретне значення; використання слів та виразів, які крім звичайного, повсякденного смислу мають ще й особливе юридичне значення; використання формальної лексики, яка вважається застарілою і дуже рідко вживається в повсякденному спілкуванні; довгі речення, які містять велику кількість оборотів, що доповнюють або характеризують початкове твердження [4, с. 165]; частотність вживання таких модальних дієслів, як shall, will; велика кількість пасивних конструкцій.

Висновки. Вживання простої, зрозумілої мови видається необхідним і тому, що помилки, неточності тлумачення, двозначність, притаманні *legalese,* майженеможливі в цьому випадку. Проста мова не вимагає подальшого роз’яснення та тлумачення. Можливо, з часом, юридичний англомовний дискурс зазнає спрощення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка :учеб. пособие – 2-е изд., перераб. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 376 с.
2. *Коптілов В. В.* Теорія і практика перекладу:Навч.посібник. К.: Юніверс, 2002. – 280 с.
3. ФедотоваО. Л. Английский язык для студентов по специальности "Судебная экспертиза", учебник для студентов высших учебных заведений. – Москва : Проспект, 2014.
4. Власенко С.В.Договорное право: практика профессионального перевода в языковой паре английский-русский / С.В. Власенко. – М. : Вольтерс Клувер, 2006. – 320 с.
5. Butt P.Legalese versus Plain Language. Amicus Curiae Issue № 35, 2001. – 28 p.
6. BastC. Lawyers Should Use Plain Language.Florida Bar Journal, 1995.
7. Полубиченко Л. В. Язык юридической документации как объект учебного перевода в функционально-стилистическом аспекте: учеб. пособие. – Москва, 1999.
8. ChildB. Language Preferences ofJudges and Lawyers:A Florida Survey . – 1990.
9. www. Urperevod. Ru / other

Буря Лілія Володимирівна,
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія»,
Полтавського інституут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ПОНЯТТЯ ПРО СЛОВОТВІР ТА ЗАСОБИ СЛОВОТВОРУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Вступ. Термін „словотвір” має два основних значення, які потрібно чітко розрізняти. У першому значенні, він

використовується для вираження постійного процесу творення нових слів у мові. Мова знаходиться в стані постійного розвитку, який складається з окремих мовних процесів, у тому числі і процес утворення нових слів. Цей процес має назву „словотвір" [5].

У другому значенні термін «словотвір» означає розділ науки,що займається вивченням процесу утворення лексичних одиниць. [1].

Предметом дослідження словотвору є вивчення процесу утворення нових лексичних одиниць та засобів, за допомогою яких цей процес відбувається (суфіксів, префіксів тощо).

Визначень слова, як одиниці мови, багато – у залежності від критеріїв, підходу,погляду. У лексичному розумінні воно визначається як одиниця називання, що має лексико-семантичне наповнення і може виражати сформульоване поняття. У цьому відношенні слово має широкий лексико-граматичний діапазон: частини слова можуть змінюватись, варіюючи при цьому значення самого слова, а окремі форми його це значення зберігають, напр.: *night – nightly* (ніч – щоночі) [2].

Основна частина. Процес словотворення відбувається постійно, відбиваючи зміни в навколишньому світі, відповідаючи потребам носіїв мови. Тому велике значення має вивчення продуктивних способів словотворення, їх типів і моделей, по яких вони створюються, наскільки вони є активні. В.В. Виноградов стверджує, що "творення нових слів відбувається за тими моделями, за тими словотворчими типами, які вже встановилися в мові або знов виникають у зв'язку з виокремленням нових основ і використанням нових елементів афіксації, у зв'язку з розвитком і удосконаленням системи словотворення" [7].

У процесі словотвору відбуваються формальні семантичні перетворення. Вони мають місце як між твірними та похідними словами (зміни між словами), так і між твірними основами та словотворчими елементами (зміни у словах).

Оскільки словотворчі відносини бувають двох типів (формальні та семантичні), словотворчий аналіз повинен складатися з аналізу морфологічної структури похідних слів (морфемний аналіз) та аналізу семантичних відносин між вихідними та похідними

словами, між вихідними основами та словотворчими елементами (семантичний аналіз).

У процесі дослідження похідних слів визначаються словотворчі моделі, словотворчі значення, семантичні зв'язки між твірними та похідними словами та встановлюються закономірності утворення слів.

Щодо кількості способів словотворення існують різні думки. Ці розбіжності пояснюються тим, що різні способи міняють свою активність і на довгий час можуть виявлятися більш менш продуктивними або стають непродуктивними. Так або інакше, загальновизнано, існує 6 найбільш продуктивних моделей словотворення в сучасній англійській мові :

1) афіксація – утворення нової основи із вже існуючої основи шляхом додавання до неї слово утворюючої частки, яка називається афіксом: *(pionist, re||built, under||go);*

2) словоскладення – утворення складних слів способом з'єднання двох або кількох слів, основ чи коренів в одну лексичну одиницю (*основа + основа*): (*dark||man)*;

3) конверсійна модель – утворення нової (похідної) основи з уже існуючої (вивідної) основи простим переосмисленням останньої, без будь-якої зміни її форми, наприклад: (*elbow – toelbow, steal – tosteal*);

4) реверсійна модель – це укорочення основи, з подальшою зміною парадигми, а також граматичного та лексичного значення слова, наприклад: *(baby||sitting – baby||sit, burgl||ar – burgl||e);*

5) словозлиття – тут про модель можна говорити тільки умовно, як про з'єднання фрагментів основ, наприклад *(motel<motorist + hotel)*;

6) скорочення *(km < kilometer, BBC < British Broadcasting Corporation).*

Розглянемо кожен з цих способів детальніше.

Афіксація – один із способів словотвору, який є приєднанням афікса до ТО. При цьому афікси, префікси і суфікси можуть розрізнятися не тільки по місцю в слові, але і по ступеню самостійності [4]. Суфікси, що оформляють слово як певну частину мови, тісніше пов'язані з основою (*courage||ous, friend||ly, dicta||tion*,

etc.), тоді як префікси головним чином змінюють семантику слова і самостійніші лексично (*anti||missile*, *post||war, dis||engage*, etc.). Деякі суфікси історично сходять до кореневої морфеми, яка з часом втратила самостійність і тепер зустрічається тільки в похідних словах, об'єднуючи їх загальним додатковим смисломом. Така, наприклад, морфема -dom, словоформа староанглійського дієслова із значенням «робити», у сучасній мові присутня тільки як суфікс із значенням «Rank, condition, domain» або ТО збірних іменників (*king||dom, earld||om, free||dom, official||dom*, etc.) [1]. Продуктивні афікси в основному відносяться до одвічної англійської лексики *(-fy, -er, -izer)*, непродуктивні - до запозиченої *(-or, -ous)*, але і ті та інші легко взаємодіють і з одвічними, і із запозиченими основами. Наприклад, в *anti||missile* сполучені запозичена основа і суфікс, в *outdazzle* обидва компоненти одвічні, в *beauti||ful* запозичена основа поєднується з одвічним суфіксом, а в *re||read*, навпаки, запозичений префікс і одвічна основа. Результат словотворчого процесу при афіксації – ПО (derivedword) [7].

Словоскладання основ різних частин мови в сучасній англійській мові. Цей спосіб творення нових слів може бути переданий структурною моделлю «основа слова + основа слова», внаслідок чого утворюється складне слово (compoundword). Складанню можуть піддатися прості основи, наприклад: *SN+SNcow||boy, space||ship*, *SA+SNblack||board,* etc., а також проста основа і ПО, наприклад: *SN+SNpen||holder, match||maker, baby||sitter*. Спосіб з'єднання основ може бути нейтральним, коли обидві основи іменнтків з'єднуються, наприклад: *eye||brow, sun||rise, school||girl*, або за допомогою сполучного елементу, наприклад: *hand||icraft, trade||sman, mother||of||pear*. Складне слово звичайне цільнооформлене і його граматична характеристика залежить від другого компоненту. Наприклад, при однотипності структури слів *white||wash* і *black||board* вони належать до різних частин мови, оскільки їх другі компоненти є відповідно дієсловом і іменником. Проте бувають і складні слова, на перший погляд утворені по тій же моделі, в яких граматична характеристика другого компоненту не відповідає загальній характеристиці. Наприклад, в слові *bare||foot* другий компонент очевидний іменник, але в цілому слово є

прислівник. Тут, очевидно, присутня десемантизація другої основи до ступеня, в якому вона сприймається як суфікс. Ймовірно, подібні випадки варто розглядати як проміжні між афіксацією і словоскладанням [6].

Дуже часто словоскладання виступає як засіб створення ТО для подальшого процесу словотворення. Отримана цим способом основа піддається конверсії, реверсії або афіксації, внаслідок чого виникає нове, похідне слово, наприклад: 1) *SN<SVblack||list – toblack||list; day||dream – today||dream; stage||manager – tostage||manage; baby||sitter – tobaby||sit; 2) SN<SV<SAhoney||moon – tohoney||moon – honey||mooner*; etc.) [8].

Конверсія основ різних частин мови в сучасній англійській мові. Цей спосіб словотворення вельми характерний для англійської мови через аналітичний характер його складу. Суть конверсії як словотворчого процесу полягає в тому, що відбувається функціональне зрушення слова з однієї частини мови в іншу, утворення однієї частини мови від основи іншої без зміни форми tofinger від finger; toelbow від elbow, etc. Своєрідність конверсійного словотворення відбилася і в тому, що досить довго за цим явищем не було закріплено постійного терміну. З часом такі терміни, як «безафіксальн е утворення», «кореневе утворення» і ін. відпали через свою некоректність, хоча справедливості ради варто відмітити, що і термін, вживаний в даний час, не ідеальний, оскільки має омоніми в інших терміносистемах, у тому числі і мовних.

При конверсійному словотворенні відбувається не тільки граматична, але і семантична перебудова. Похідне слово запозичує семантику ТО, додаючи до неї свою, обумовлену статусом нової частини мови.

Найновішим визначенням *конверсії* є те, що основа слова однієї частини мови присвоює парадигму іншої частини мови.

Є підстави вважати, що конверсія проходить поетапно, і одним з етапів є субстантивація, тобто придбання граматичного статусу іменника (субстантива) іншою частиною мови, найчастіше – прикметником або прислівником, в результаті розпаду словосполучення. Наприклад, при розпаді словосполучення *poorpeople* прикметник *poor*не тільки оформляється артиклем, але і

семантично «вбирає» значення всього колишнього поєднання; *thepoor – poorpeople*. Пізнє слово набуває всієї парадигми нової частини мови і процесу конверсії завершується. Конверсія можлива не тільки при розпаді поєднання *Adj + N(a lunaticasylum - a lunatic)* або *Adv + N* (*a weeklypaper - a weekly*), але і при вживанні різних частин мови в не властивих їм функціях. Наприклад, іменник telephone конвертується в дієслово в пропозиції I'll telephone soon, займенник other субстантивується в I'll ask the others, etc. Розпад словосполучення частина лексикологів відносить до іншої групи словотворчих моделей - скорочень, описуючи процес, званий еліпсисом. Робиться це на тій підставі, що в результаті усікання словосполучення субстантивація проходить не завжди. Варто враховувати, проте, що як приклади еліпсиса здебільшого приводяться оказіоналізми - слова, що не увійшли в систему вокабуляра (a go-no-go (person), a go-getting (man), etc.).

Початкові ТО і ПО іменників, прикметників, дієслів, прислівників, при конверсії зв'язані певними семантичними відносинами. Найбільш типові випадки переходу іменника в дієслово, коли обидві основи зв'язано агентивними або інструментальними відносинами: *tohost (a party) - tobe a host (at a party)*; *to elbow (one's way through the crowd) – to use one's elbow for the purpose*; etc. Модель *N > V* може також відображати відносини залучення/відчуження предмету: *fish - tofish; skin - toskin*; etc.

Що стосується семантичних відносин моделі *V < N*, то тут найчастіше наголошується значення єдиноразовості дії (*a laugh< to laugh, a smoke<tosmoke*, etc.) або передача похідним іменником результату дії, яка передається ТО (*a photograph<tophotograph;* etc.). Можливі і інші типи семантичних відносин по тій же моделі - агентивні (*a help<tohelp, a switch<toswitch*), локативні (*a stop<tostop , a walk<towalk*) і так далі. Нерідко визначити напрям конверсії буває важко, а то і взагалі неможливо (*empty, dark*, etc.) Звичайні критерії, вживані для визначення спрямування процесу конверсії, зводяться до наступної: семантика початкової основи ширша за семантику похідного слова (*tofall – a fall; mother – tomother*; etc.).

Реверсія – це укорочення основи, з подальшою зміною парадигми, а також граматичного та лексичного значення слова.

Нелінійність реверсії, або зворотного словотворення (backformation), виражається перш за все у вельми відносній регулярності моделі. На відміну від моделей лінійних, таких, що розгортають первинний елемент, реверсія як би укорочує основу, відсікаючи те, що представляється суфіксом. Дуже велику роль в цій словотворчій моделі грає аналогія - заповнення нібито бракуючого члена якоїсь пари. Так, у ряді аналогічних суфіксальних утворень типу *write – writ||er; work – work||er; pain – paint||er*з'являється нова пара burgle – burglar. Процес словотворення в цій парі йде, проте, у зворотному напрямі: від основи *burgl||ar* відсікається елемент, що усвідомлюється як суфікс, і з'являється дієслово *burgle*, по аналогії з іншими парами ряду (те, що в даному випадку ми маємо справу з процесом саме реверсії, підтверджує і наявність в мові виразу з тим же значенням: commitburglary). Іноді «афікс» відсікається від другої основи складного слова, як в *flight||test* з *fligh-test||ing*або *baby||sit з baby||sitting*. Дія помилкової аналогії особливо чітко видна на прикладі утворення дієслова lase, де «афікс», що відсікається, насправді є частиною абревіатури laser (light amplification of stimulate demission of radiation). В результаті реверсії, як і в результаті афіксації, з'являється похідне слово, оскільки в даному процесі словотворення використовується одна основа, а загальна модель цього способу може бути представлена як «основа - "квазі-аффікс"» [9].

Словозлиття, також називається вставним словотворенням, або телескопією, - порівняно молода словотворча модель. На відміну від інших моделей словотворчою одиницею тут є не основа, а її довільний фрагмент (іноді співпадаючий з основою за об'ємом). Такий фрагмент не існує в мові, а з'являється тільки у момент створення слова, що пояснює і відсутність єдиної моделі в словозлитті. Основні прийоми, використовувані при словозлитті, зводяться до двох – з'єднанню (амальгамуванню) фрагментів основ і власне злиттю (фузії) фрагментів. При амальгамуванні початкові фрагменти не мають загальних членів в звуковому складі (*Euroshima<Europe + Hiroshima*). При фузії такі загальні члени є (*motel<motorist + hotel*).

Слова, що з'являються в результаті словозлиття, прийнято називати словами-злитками, або блендами (англійський термін для даного способу blending; нові слова, отримані в результаті, носять назву blends або portmanteauwords). Процес словозлиття добре видно на прикладі слова *smog*, утвореного з фрагментів двох основ, – *smoke* і *fog* – шляхом накладення їх один на одного. Не дивлячись на те що залишки морфем можуть легко пізнаватися в злитку, він морфологічно не членується і є простим словом (*motel<motorist+hotel; Euroshima<Europe + Hiroshima*; etc.). Як вже мовилося вище, один з фрагментів основ може співпадати формою з повною основою (*docudrama<documentary + drama; vidkid<video+ kid*; etc.). Такі злитки нагадують своїм складом напівскорочення, проте між ними є істотна відмінність в семантиці. Напівскорочення фактично є тільки формальною зміною, що іноді (але не обов'язково) приводить до зміни стилістичної характеристики результату. У разі словозлиття неодмінно відбувається і так звана семантична конденсація, тобто зміна суті (смислу) слова шляхом «випаровування» необхідних сем з використовуваних фрагментів. Наприклад, *info bit: info-<information + bit (intention alpun on the computer acronym «bit», meaning «a binarydigit»*). Значення слова-злитка – *an individual item of information, such as a recipeor a description of a place, that meets the requirements for inclusion in a data bank.* Деякі злитки можуть розвинути друге значення, причому воно не обов'язково буде похідним від першого. Так, слово *illiterature (illiterate + literature)* залежно від контексту розуміється або як literature for the illiterate, або як *poorly written fiction*. Іноді фрагмент основи, вже використаний для створення нового слова, продовжує діяти при творенні подібних слів. Наприклад, фрагмент -teria в *caveteria < cave + cafeteria* зустрічається і в слові *washeteria* також із значенням «невеликий заклад». Тут, ймовірно, можна вже припустити подальший перехід фрагмента в статус афікса, як це відбулося з фрагментом *-holic*, що набув значення «addict» в словах *booka||holic, worka||holic, computer||holic*, etc. Особливо характерний спосіб словозлиття для таких стилістичних пластів, як сленг і термінологія. Добре відомі терміни і професійні сленгізми *positron (positive + electron),advertistics (advertising + statistics), feminalls*

(feminine overalls) і ін. з'явилися саме в результаті словозлиття. Не дивлячись на те що даний спосіб наголошується в мові тільки з кінця XIX в., в даний час він набирає продуктивність дуже великими темпами, причому перше місце по використанню злитків займає реклама, для якої принцип «максимум сенсу при мінімумі простору» у поєднанні з незвичністю форми є головним [11].

Скорочення основ різних частин мови в сучасній англійській мові. Суть цього способу словотворення полягає у відсіканні частини основи, яка або співпадає із словом, або є словосполученням, об'єднаним загальною суттю. Скорочення прийнято підрозділяти на лексичні і графічні. До лексичних відносять усічені слова (clippedorstumpwords) і акроніми (initialwords, oracronyms). Скорочуватися можуть будь-які фрагменти слова незалежно від морфемних меж: *doc<doctor; frig<refrigerator; phone<telephone,*etc. Найчастіше зустрічаються кінцеві усікання типу *exam, doc, gym* (з *examination, doctor, gymnasium* відповідно). Усікання типу *plane, phone* (з *airplane, telephone*) називаються початковими, а приклади *frig* або *flu* (з *refrigerator, influenza*) ілюструють так звані звичайно-початкові усікання. Смислова сторона отриманого в результаті слова залишається незмінною, хоча стилістична приналежність міняється у бік зниження. Можливі і деякі орфографічні зміни (*mike<microphone, ambish<ambition*, etc.). Процес словотворення може не закінчуватися усіканням, а ускладнюватися, наприклад, субстантивацією, якщо скорочуване слово входило в словосполучення. Наприклад, усікання слова *zoological*в поєднанні *zoologicalgarden*при подальшій субстантівації привело до появи слова *zoo*; аналогічним прикладом служить американське *movie (<movingpictures)*.

Акроніми утворюються з початкових букв слів, що входять в словосполучення, об'єднане загальною суттю (*BBC <British Broadcasting Corporation; AIDS<acquired immunedeficiency syndrome; USA<United States of America;*etc.). Скорочення кожного із слів відбувається, як ясно з визначення, тільки одним способом – кінцевим усіканням. Орфографічно акроніми також одноманітні, будучи поєднаннями заголовкових букв.

Графічні скорочення також численні і уживаються для позначення вимірів, одиниць або величин (*kg, km, mph, Dr, Mr,*etc.). Умовність такого типу скорочень виявляється в тому, що в усній мові вони відтворюються повністю (звідси назва типу). Особливу підгрупу складають графічні скорочення латинських слів, в мові відтворені по-англійськи. До цієї групи відносяться широко відомі *i. e.* (латинське *idest*, англійське *thatis*); *e. g.* (латинське *exempligratia*, англійське *forexample*); *etc*. (латинське *etcetera*, англійське *andsoon*) і так далі. До того ж типу графічних скорочень відносяться і прийняті на листі позначення деяких грошових знаків, наприклад £ (лат. *libra*, англ. *pound*), *d* (лат. *denarius*, англ. *penny)* і так далі [11].

Специфічно англійський підтип скорочень - напівскорочення, тобто комбінації акроніма одного члена словосполучення з повною основою іншого (*A-bomb<atomicbomb; V-day<Victoryday,*etc.). Подібні напівскорочення близькі до символів, що підтверджується і широким розповсюдженням слова *X-mas*, перша частина якого не що інше, як заміна імені Christ символом хреста [10].

Висновки. Отже, загальновизнано, що існує шість найбільш продуктивних моделей словотворення в сучасній англійській мові :

1) афіксація – утворення нової основи із вже існуючої основи шляхом додавання до неї слово утворюючої частки, яка називається афіксом;

2)словоскладення – утворення складних слів способом з'єднання двох або кількох слів, основ чи коренів в одну лексичну одиницю (*основа + основа*);

3) конверсійна модель – утворення нової (похідної) основи з уже існуючої (вивідної) основи простим переосмисленням останньої, без будь-якої зміни її форми;

4) реверсійна модель – це укорочення основи, з подальшою зміною парадигми, а також граматичного та лексичного значення слова*;*

5) словозлиття – тут про модель можна говорити тільки умовно, як про з'єднання фрагментів основ;

6) скорочення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. – М., 1959. – 259 с.
2. Арнольд И.В. Семантическая структура слов и методика ее исследования. – М., 1968. – 287с.
3. Балішін С. І. Про скорочення у підмові медицини (на матеріаліанглійської мови) // Різновиди і жанри наукової прози.Мовностилістичні особливості. – М, 2005р. – С. 336.
4. Банкевіч В.В. До питання про співвідношення лексико-семантичних та тематичних груп / / Семантика слова і пропозиції. – С-Пб. – 2005. – С. 415.
5. Ботчук Е.Н. Словообразование в современном английском языке. – К., 1988;
6. Бреус К.В. Основы теории и практики перевода с английского язика на руський. – М.: УРАО, 2003. – 208с.
7. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 160 с.
8. Гармаш О.Л. Словотвір як синергетична операційна інтрасистема словникового складу сучасної англійської мови//Філологічні студії. - Луцьк, 2007. – № 1-2. – С.235-242.
9. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови. - Запоріжжя: Запорізький ун-т, 1998. – 429с.
10. Зражевская Т.А., Беляева Л.М. Трудности перевода с английского на русский. – М.: Международные отношения, 1972. – 140с.
11. Кудрявцева Л.А. Моделирование динамики словарного состава языка. – К.: ИПЦ "Киевский университет", 2004. – 208 с.

Буря Лілія Володимирівна,
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавського інституту економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

УТВОРЕННЯ НОВИХ СЛІВ

Вступ. За останні десятиліття англійська мова, зазнала величезних перетворень. Відбулися зміни у вимові, старі слова набули нового значення, з'явилося багато нових слів тощо. Ці переміни включають певні мовні процеси, у тому числі і створення нових лексичних одиниць або словотворення. Сутність словотворчих процесів полягає в створенні нових найменувань, позначенні нових вторинних одиниць, і якщо такі найменування є словами, термін "словотворення" розкривається в буквальному розумінні, передусім як назва процесу творення слів.

Основна частина. Відповідно до даних наведених Кенноном (Cannon 1987: 279 цит. по Stephan Gramley and Kurt-Michael Pätzold), [7, с. 35] на процеси словотвору припадає майже 80 % нових лексичних одиниць, у порівнянні з новими лексичними значеннями (14,4 %) і запозиченнями (7,5 %).

Кеннон показав, що композитні форми (compositeforms), які утворюються з похідних і складених слів, займають левову частку в 54,9 %, потім йдуть зміни значення (19,6 %) і скорочення (18 %). Ці дані також були підтверджені Альгео (Algeo) 1998 року. Сполуки (4040, із яких 3591 є іменники) є найстарішою категорією, і, хоча вони все ще є найчисельнішим класом у цілому, як це було протягом всієї історії англійської мови, Кеннон вважає, що "shortenings provide the newest and perhaps potentially the most productive categories for the near future" (там же: 246).

Зміна лексичних значень (shifts) і композити (слова-злитки), а також скорочення і зворотні утворення або реверсія (back-formation) - це процеси, про які відомо лише небагатьом носіям

мови. Не багато людей знають, наприклад, що дієслово *to beg* є похідним від *begger* (зворотнє утворення), або, що дієслово *beggar* (як в *the had been beggared by the war*) є зміною значення яка відбулася пізніше іменника, або що *smog* поєднує в собі *smoke* та *fog*. [7, с. 34]. Проте зміни у мові відбуваються незалежно від того, чи люди їх помічають або придають їм значення.

Причини подібних перемін словникового складу в більшості випадків очевидні: стрімкі соціальні і культурні зміни в сучасному пост-модерністському суспільстві, технологічна «революція» та глобалізація. Чим би не були зумовлені ці зміни, дослідники і викладачі мови повинні вивчати і враховувати їх у своїй роботі, оскільки англійська мова є найбільшим джерелом для інших мов в процесі бурхливого збагачення лексичного складу. Сама же мова-джерело в основному вдається до закладених в ній самій словотворчих і семантичних ресурсів (хоча ці ресурси також могли бути запозичені нею свого часу).

У лінгвістичній науці сам термін «словотвір» неоднозначний. Ним прийнято називати різні лінгвістичні явища. Під словотвором розуміється перш за все, процес створення нових слів на базі існуючих мовних одиниць. З цієї перспективи словотвір розглядається як один з найважливіших засобів поповнення словникового складу мови. Нові слова в мові утворюються за певними правилами, моделями, схемами – за певними зразками, які утворюють певний мовний механізм, який і називається словотвором.

На думку В.Н. Немченко об'єктом словотвору як розділу мовознавства є перш за все похідне слово. Похідні слова поряд з непохідними словами вивчаються і в інших розділах мовознавства, в основному в лексикології. Але в розділі словотворення слово досліджується з позиції його словотвірної структури – способу словотворення, моделі побудови, словотвірного значення і т. д. [5, с. 358].Для створення нових лексичних одиниць у мові використовуються різні способи.

Лексика мови безпосередньо відбиває реальну дійсність, зміни в розвитку суспільства, у виробництві, у науці, у світогляді, у суспільно - економічних відносинах, у побуті, техніці і тому подібне.

Основне призначення лексичної одиниці - функція найменування, номінації. Кожне нове явище, відкриття в науці, винахід тих або інших машин, транспортних засобів, ліків, предметів домашнього ужитку – усе це отримує свої найменування. При цьому або створюються нові слова і словосполучення, або використовуються вже відомі слова в новому значенні.

Ось такі визначення словотвору наводить словник-довідник:

1) «мовний процес утворення похідних одиниць наявними у мові способами з використанням будь-яких словотворчих засобів або без них»;

2) «розділ науки про мову, який: а) у широкому розумінні — складається з трьох частин: морфеміки, власне словотвору та деривації; кожна із частин має свій об'єкт, мету і завдання; б) у вузькому розумінні — вивчає словотвірну структуру похідних слів, комплексні одиниці як складові словотвірної системи мови, способи й закономірності творення слів сучасної мови» [3, с. 163].

Розвиток цього нового розділу науку виражався в появі численних робіт, як загальних, що мають принципове значення і, по суті, знаменують собою вихід словотворення на самостійну арену, так і тих, що описують конкретні проблеми словотвору в тій чи іншій мові. Становлення словотвору на пострадянському просторі знаменувалося роботами таких вчених, як М.Д. Степанова, Є.С. Кубрякова, Н.М. Шанський, М.Д. Арутюнова, С.С. Хідекель, Є.А. Земська, І.З. Улуханов, Є.Л. Гінзбург, П.А. Соболєва. У працях цих вчених були розроблені принципи словотвірного (на відміну від морфологічного) аналізу; поняття, природа і сутність словотвірного значення; зв'язок словотворення з синтаксисом і багато інших питань. У зарубіжному мовознавстві словотвір розроблявся в працях Г. Марчанда, Г. Берклі, Д. Кастовського та інших вчених [4, с. 4-5].

Як зазначає Степанов Ю.С.: “у центрі словотворення - процеси появи номінативних одиниць мови, слів, що відносяться до системи номінації” [6, с. 151]

Серед усіх наведених вище визначень виділяється одне, що визнається всіма дослідниками: словотвір - це утворення нових слів. Щодо кількості способів словотворення існують різні думки. Ці розбіжності пояснюються тим, що різні способи змінюють свою

активність і на довгий час можуть надаватися більш-менш продуктивними або взагалі завмирати.

У свою чергу з процесом словотворення тісно пов'язане поняття про неологізми, які сьогодні пов'язані практично зі всіма сферами життя сучасного англомовного суспільства. Нові слова як правило виникають на базі вже існуючих елементів (коренів та афіксів). Словники не завжди вчасно встигають фіксувати або сповіщати нас про ці новоутворення. Загалом вчені нараховують 33 префікса, 36 суфіксів, багато типів словоскладання, скорочень тощо [1, с. 4].

Стосовно способу утворення нових слів Р.А. Будагов підкреслював, що нові слова виникають або з власних елементів мови, або шляхом запозичень, тобто з елементів іншої мови чи, нарешті, шляхом перетворення власних імен на номінальні [2, с. 35].

Висновки. Як показує аналіз спеціальної літератури, не кожне нове слово, створене яким-небудь мовцем, закріплюється в мові. Спочатку це слово має статус окказіоналізму, значення якого тісно пов'язане з даним контекстом і не сприймається поза його межами. Пізніше, при наявності цілого комплексу передумов до цього, слово може поступово закріпитися в мові. На цій стадії воно вже є неологізмом, який може або остаточно ввійти в лексичну систему, або припинити своє існування. Нове слово може бути новим або за формою, або за змістом, або й за формою, і за змістом [1, с. 3].

Словники не завжди встигають фіксувати нову лексику, значна частина якої є окказіальною, тобто трапляється випадками, і доволі часто буває авторською в окремих виданнях. Звідси ми можемо зробити висновок, що нове слово перестає бути неологізмом як тільки воно заноситься до словника. Такі слова, як *cabletelevision* (1966), CD-Rom (1988), *flashback* (1966), *environment* (1972), *hip-hop* (1985), або *WYSIWYG* (1982), були новими словами в свій час. Проте сьогодні всі вони знайомі широкій публіці через їх лексикалізацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка. - М.:Высшая школа, 1999. - 288 с.

2. Бархударов Л.С. Контекстнезначення словаі переклад / / Сб. наук. тр. / Моск. пед. ін-т іноз. мов. - 2014р. - Вип. 238.

3. Беляева Т.М. Словообразовательная потенция, валентность и активность глагольных основ в английском языке. АДД. – Л., 1974, с. 350.

4. Вікіпедія – вільна енциклопедія http://uk.wikipedia.org/

5. Гармаш О.Л. Словотвір як синергетична операційна інтрасистема словникового складу сучасної англійської мови // Філологічні студії. - Луцьк, 2007. - № 1-2. С.235-242.

6. Денисова С.П. Глобалізація як наслідок транскультурної комунікації // 60 років ЮНЕСКО: погляд у майбутнє: Наукова конференція кафедри ЮНЕСКО КНЛУ, 22-23 лютого 2006 р. – К.: Видав. центр КНЛУ, 2006. – С. 14-16.

7. ІвановА.О. Англійська безеквівалентна лексика та її переклад на російську мову. - С-Пб, 2005р. - С. 117.

Винник Наталія Іванівна,
студентка 1 курсу магістратури,
спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавськолго інституту економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ВЖИВАННЯ ЕМОТИКОНІВ, АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ В ІНТЕРНЕТ–СПІЛКУВАННІ

Вступ. Із бурхливим розвитком у галузі обчислювальної техніки та Інтернету виникає величезна кількість нових понять та явищ. Це, в свою чергу, зумовлює появу нових значень вже існуючих слів та утворення цілком нових одиниць мови (навіть

виникла і розвивається така наука, як комп'ютерне мовознавство (Computational Linguistics). Безумовним лідером тут є англійська мова, тому більшість мов у цьому випадку є реципієнтами та запозичують вже існуючі англомовні слова. Як відомо, лексичні запозичення є одним з шляхів поповнення мовного складу будь-якої мови, у тому числі й української. У даному випадку мова йде про англіцизми, тобто слова та вирази запозичені з англійської мови (сюди ми включаємо слова з амер. варіанта англійської мови). Точніше, англіцизм, який став повноцінною одиницею іншої (української) мови, підкоряється нормам цієї мови і використовується на одному рівні (а останнім часом – навіть частіше) з "рідномовним" синонімом: диск драйв (disk drive) – дисковод; флопі диск (floppy disk) – гнучкий диск; сідіром (CD-ROM) – компакт-диск [2]. За останні роки, у зв'язку з розвитком наукових технологій, комерційних відношень та зростом комп'ютерної мережі Інтернет, майже усі мови у світі відчувають сильний "тиск" з боку англійської мови і, як наслідок цього впливу,– кількість англіцизмів у цих мовах зростає з кожним роком.[3, с.11–18].

Основна частина. Асиміляція термінолексики – це пристосування її у фонетичному, граматичному, семантичному і графічному відношенні до системи мови-реципієнта. Ступінь асиміляції може бути різним, але, як правило, розрізняють повністю та частково асимільовані терміни. Ступінь асиміляції визначається багатьма факторами, серед яких одним із важливих є морфологічна, семантична або синтаксична деривація, тобто утворення похідних слів в мові перекладу від відповідних запозичень із простою морфологічною будовою: to xerox – ксерокопіювати. Розглянемо приклади такої "творчої" асиміляції найуживаніших англомовних комп'ютерних термінів в українській мові, коли слова нібито з українською словотворчою будовою є нічим іншим, як "пристосуванням" іншомовних слів до звичних рідних, що в семантичному плані не мають нічого спільного із запозиченими словами, але вони полегшують сприйняття та запам'ятовування останніх: "міцуба" – японська фірма Mitsubishi; "мультик" – редактор Multi Edit; "мило" – електронна пошта (від e-mail); "шара" –

програмний продукт shareware; "паста" – команда PASTE; "пентюх" – комп'ютер IBM Pentium; "борда" – материнська плата (від motherboard); "рарити" – використовувати архіватор RAR; "ромка" – ПЗП – постійний запамятовуючий пристрій (від ROM – read only memory); "сенданути" – відіслати файл (від to send) та інші.

Аналіз багатьох джерел свідчить про те, що найуживанішим засобом асиміляції запозичених комп'ютерних термінів є так звана "народна етимологія". Під цим розуміють переробку та переосмислення незнайомого іншомовного слова за зразком близького за звучанням слова рідної мови, встановлення між ними семантичних зв'язків на основі суто зовнішнього, випадкового збігу, без урахування реальних фактів їх походження [4, с.191]. Під цим найменуванням поєднуються різні випадки звукових взаємодій слів. Характерне таке перетворення звукової форми, при якому "мотивується" лише якась частина слова (звичайно, запозиченого), при чому "залишок" так і залишається немотивованим з точки зору словотворчих моделей мови-реципієнта. Унаслідок спроб усвідомити слово із неясним мотивуванням на основі неправильної асоціації з іншими словами, які в дійсності ніякого відношення до нього не мають, нерідко відбуваються викривлення звукового і морфологічного складу слова.

У цьому параграфі мова йтиме про те, без чого зараз не обходиться жоден форум, чат, ICQ чи SMS-повідомлення. Смайлик або емотикон (від. англ. smile 'усмішка'). — це, як правило, певна послідовність декількох стандартних графічних знаків, які набираються за допомогою клавіатури і мають певне стале значення. Для прочитання такого знака варто нахилити голову вліво (на 90°) — і можна побачити стилізоване зображення. Він звичайно розташовується одразу після повідомлення, якого стосується, або у кінці фрази, наприклад: Здається, веселий буде вечір :-), Нашим забили :-(.

Ця форма передавання емоцій набула поширення серед усіх користувачів Інтернету, тому її певною мірою можна назвати інтернаціональною. Як правило, смислове значення смайлика сприймають усі комуніканти однаково, незалежно від того, хто сидить за комп'ютером — англо-, російсько- чи україномовний

користувач. Смайлики, які використовуються сьогодні у Мережі, умовно поділяють за частотою вживання на чотири групи.[5, с.47–50].

1. Смайлики (емотикони), які вживаються найчастіше. До цієї групи належать смайлики на позначення емоцій та станів людини, наприклад:

%-) ‘стомлені очі’ :-? ‘курити люльку’
:-D ‘голосно сміятися’ :^(‘сумний’, ‘зажурений’
:-7 ‘крива посмішка’ 8:(‘заляканий’
;-(‘плакати’ 8-II ‘сердитий’
:-{) ‘вусатий’ :n) ‘широкий ніс’
:-} ‘бородатий’ :-# ‘вставна щелепа’
{:-) ‘у перуці’ ?:-) ‘красунчик’
‘:-) ‘збрити брову’ :~~) ‘шмаркатий’
:- {} ‘нафарбовані/намазані губи’ :-)X ‘із краваткою-метеликом’
[:-) ‘слухати плеєр’ X-(‘мертвий’ Ж:-) ‘скуйовджена зачіска’
:-(‘сумний’ :-Q ‘курити’:-> ‘саркастичний’
;-) ‘підморгувати’<:-I ‘тупий’
:-v ‘говорити’ :-] ‘дурень’
:-$ ‘не могти говорити’:-P ‘показувати язика’
:-S ‘непослідовний’:-9 ‘облизувати губи’
:*) ‘п’яний’8-) ‘у сонячних окулярах’
:-* ‘цілувати’B-) ‘в окулярах з роговою оправою’
:^) ‘щасливий’B:-) ‘в окулярах, піднятих вгору’
:-@ ‘кричати’g-) ‘у пенсне’
8-O ‘волати’O-) ‘у водолазній масці’

Характерною рисою цих графічних знаків є те, що вони можуть мати різну міру вияву ознаки.

Так, смайлик :-)))) означає ‘надзвичайно веселий’. Причомукількість знаків) може бути необмеженою — від двох аж до кількох десятків, і, звісно ж що більша кількість знаків, то більша міра вияву ознаки. Серед смайликів цієї групи є своєрідні омоніми, наприклад: :-)) ‘дуже веселий’ і ‘той, що з подвійним підборіддям’;

O-) ‘у водолазній масці’ і ‘циклоп’, синоніми: :-)) і (:-) ‘дуже веселий’; :-((і :-< ‘дуже сумний’; :-P і :-b ‘той, що показує язика’.

2. Друга група смайликів (емотиконів) — ті, які трапляються в Інтернеті не так часто. Серед цих знаків — форми на позначення соціальних, професійних та ін. ознак людини:

8:-) ‘маленька дівчинка’ ~0-{) ‘козак’
:-)-8 ‘доросла дівчина’ *<:-) ‘Санта-Клаус’
<:o) ‘клоун’ -% ‘бюрократ’/’банкір’
(:-| ‘солдат’ K:-) ‘Карлсон’
):-) ‘фея’>:-) ‘диявол’
@:-) ‘мусульманин’ :-[‘вампір’
Q:-) ‘лікар-лор’ d8= ‘зварник’
<|-) ‘китаєць’ :-: ‘мутант’
-:-(‘панк’ E-:-) ‘радіооператор’
+:-) ‘священик’ [:] ‘робот’

Якщо для першої групи характерною була ознака, то наступні знаки — це переважно суб’єкти. А тому й не дивно, що саме ці смайлики можуть «сміятися», «плакати», «ридати». Тобто визначальною рисою цих смайликів є те, що вони можуть уживатися в різних смислових варіантах, наприклад:<|-) ‘китаєць’, і <|.(.. ‘китаєць, який ридає’. Деякі з них часто використовуються лише в якійсь одній формі, наприклад: панк — це здебільшого «зле обличчя», мутант — «смислово невизначене».

3.Третя група графічних знаків — це смайлики-«ідіоматичні вирази»:

:-| ‘усього найкращого’:-& ‘прикусити язика’
:-)~ ‘слина котиться’X-) ‘помирати не страшно’
:’-) ‘сміх крізь сльози’ X-I ‘мертвим усе одно’
:-X ‘рот на замку’ X-X ‘мертві не говорять’
%@) ‘щасливий, як порося’ X-E ‘після смерті відомщу’

Смайлики цієї групи трапляються рідко. Умовність позначення ними певних ідіом виявляється в тому, що такі знаки функціонують і в англійських текстах, хоч відомо, що ідіоматичні вирази англійської та української мов не завжди тотожні. Очевидно, ця група – просто знаки, сприймані саме так українськомовною аудиторією.

Смайлик – специфічний різновид графічного мистецтва – поєднання писемних знаків у рисунки.[3, с.11–18]. То що ж це: знак-рисунок, або ієрогліф, чи просто рисунок, або піктограма?

Скоріше за все, така форма комп'ютерного письма – система піктографічних знаків. Смайлик у сучасних текстових повідомленнях – набір певних знаків письма, а не звичайний рисунок. Тому це, а також застосування його для схематичного позначення якогось поняття наближає смайлик до ієрогліфа — подібно до ієрогліфа він є схематизованим рисунком. Однак те, що за смайликом не закріплена конкретна одиниця мови, а також те, що він може інтерпретуватися будь-якою мовою, наближає його до піктограми. Більше того, смайлик може бути прочитаний як слово, синонім цього слова, словосполучення, речення з різними варіаціями змісту.

Деякі сучасні комп'ютерні програми для роботи з текстами передбачають використання цих новотворів комп'ютерних користувачів. Наприклад, програма Microsoft Wordавтоматично замінює звичайні смайлики на схематичні рисунки. Знак :-) при наборі на клавіатурі програма автоматично замінює на знак ☺; знак :-(– на знак ☹. Однак кількість таких автозамін, та і власне рисунків-смайликів, як правило, цим і обмежується. До того ж такі рисунки можна використовувати в онлайновому режимі, що відбувається на основі Microsoft Word. Загалом же текстові програми здебільшого не передбачають використання подібних рисунків. По-перше, тому що кількість смайликів зростає з величезною швидкістю, а по-друге, уведення бодай одного додаткового знака доуніверсальної знакової таблиці, яку ми використовуємо при наборі тексту, пов'язане з технічними труднощами. Щоб уникнути цієї проблеми, на сторінках більшості сайтів (зокрема у місцях спілкування) є стандартні набори рисуночків, використання яких пропонується при спілкуванні. Це, як правило, різні схематичні різнокольорові зображення людей, тварин, предметів тощо. Ці рисунки характерні лише для конкретного сайту, однак стиль смайликів, які трапляються найчастіше й є найбільш уживаними, залишається незмінним.

Ще одним доказом на користь того, що смайлики є піктограмами, може стати те, що на сторінках деяких сайтів вони

активно використовуються уже не як знаки, уведені за допомогою комп'ютерної клавіатури, а як повноцінні малюнки чи елементи так званої gif-анімації, тобто художні малюнки чи малюнки специфічного комп'ютерного мультиплікаційного мистецтва.

Отже, смайлики – нові мовні форми, створені комп'ютерними користувачами, які швидко поширюються у Всесвітній мережі Інтернет. На сьогодні, з погляду загальної структури мови, це лише вузькопрофесійне явище, однак його утвердження в комп'ютерній мові, зважаючи на швидку комп'ютеризацію та розвиток мережі Інтернет, — не за горами.

Крім емотиконів у Інтернет-спілкуванні використовуються скорочення та абревіатури.

За визначенням скорочення є ширшим поняттям, ніж акронім або абревіатура. Скорочення – це такий спосіб словотвору, суть якого складається у відсіканні частини основи, що або збігається зі словом, або являє собою словосполучення, об'єднане загальним змістом[1, с. 134]. Скорочення прийнято класифікувати на лексичні й графічні. До лексичних відносять усічені слова (clipped or stump words) й акроніми (initial words or acronyms). Скорочуватися можуть будь-які фрагменти слова не залежно від морфемних границь.

Абревіатура (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. Абревіатури називають також акронімами (від грец. άκρος – «найвищий, крайній» та όνυμος –«ім'я»)) [1, с. 134].

Виділяють такі види абревіатур та скорочень:

– лексичні скорочення (види усічень) – найчастіше зустрічаються кінцеві усічення типу exam, doc, gym (з examination, doctor, gymnasium відповідно); усічення типу plane, phone (з airplane, telephone) називаються початковими, а приклади frig або flu (з refrigerator, influenza) ілюструють так звані кінцево-початкові усічення. Значна сторона отриманого в результаті слова залишається незмінною, хоча стилістична приналежність змінюється у бік зниження. Можливі й деякі орфографічні зміни (mike – microphone, ambish – ambition, etc.).

Скорочення кожного зі слів відбувається, як зрозуміло із визначення, тільки одним способом – кінцевим усіканням. Орфографічно акроніми також однозначні та являють собою сполучення великих літер.

– графічні скорочення та напівскорочення також численні й вживаються для позначення мір, одиниць або величин (kg, km, mph, Dr, Mr, etc.). Умовність такого типу скорочень проявляється у тому, що в усному мовленні вони відтворюються повністю. Особливу підгрупу становлять графічні. До цієї групи відносяться широко відомі скорочення:

i.e. (латинське id est, англійське that is)

e.g. (латинське exempli gratia, англійське for example)

etc. (латинське et cetera, англійське and so on)

Дотогожтипускороченьвідносятьсяйприйнятінаписьміпознач еннядеякихгрошовихзнаків, наприклад (лат. libra, англ. pound), (лат. denarius, англ. penny) іт.д.[4, с.134].

Специфічно англійський підтип скорочень – напівскорочення. тобто комбінації акроніма одного члена словосполучення із повною основою іншого. Наприклад: A-bomb – atomic bomb, V-day – Victory Day.

З приведених прикладів (ALGOL (Algorithic Language) – Алгол; LISP (List Processing) – Лисп; FORTRAN (Formula Translation) – Фортран) виходить, що для утворення акронімів використовуються частини слів, що входять до складу початкових термінологічних груп або корелят. На відміну від акронімів, для утворення абревіатур використовується лише перші літери слів, що входять до складу початкових термінологічних груп: FOB – free on board; ASAP – as soon as possible.

У сучасній мові ділового спілкування процес утворення нових акронімів і абревіатур значно випереджає терміноутворюючі процеси. Процес перекладу відсутнього в словниках і довідниках скорочення виконується в два етапи, першою з яких є дешифровка скорочення, тобто виявлення початкової англомовної форми або корелята. Другим етапом є передача корелят засобами української мови, тобто пошук еквівалентної української форми, яка найточніше передає виявлений зміст.

Коли мова йде про скорочення, слід також згадати:

а) використання приголосних (першої і останньої або першої, середньої і останньої) для скорочення слова: ctr (centre); fwd (forward); jr (junior); shtg (shortage); rqs (requirements); ppd (prepaid);

б) використання початкового складу: libs (liberals) – ліберали; dept (department) – департамент; nukes (nuclearweapons) – ядерна зброя;

в) змішані скорочення: ALGOL (Algorithic Language) – алгол 9 алгоритмічна мова); ATMmachine (automatedtellermachine) – банкомат; E-mail (Electronicmail) – електрона пошта; M-way (Motorway) – автошлях; X-rays – рентгенівські промені .

Нарешті, скорочення із літер і цифр стали використовувати для вираження слів і навіть, цілих фраз, які співпадають за звучанням із назвою літер і цифр: IOU – Ioweyou; O2 – youtoo; R – are; 4U – foryou; B2B – businesstobusiness; B4U – beforeyou; ICQ – Iseekyou; 4X – forex (foreignexchange);B&B – bedandbreakfast.

Окрему групу абревіатурних скорочень складають абревіатури, що виникли під час листування у всесвітній мережі Інтернет. Найбільш поширені з них такі:

BTW – By The Way – до речі; BOT – Back On Topic – повертаючись до теми спілкування; FWIW – For What It's Worth – справжня ціна; FYI – For Your Information – до вашого відома; GIGO – Garbage In Garbage Out – за що купив за те і продав; HTH – Hope This Helps – сподіваюся, це допоможе; IBTD – I Beg To Differ – вибачте, але я з вами не згоден; ICQ – I Seek You – я шукаю вас; IIWM – If It Were Me – що до мене; IMNO – In My Considered Opinion – за моїм переконанням; IMHO – In My Humble Opinion – на мою скромну думку; KISS –Keep It Simple Stupid – будь простіше; LOL – Laughing Out Loud – від души сміюся; NRN – No Reply Necessary – відповідь не обов'язкова; OBTW – Oh By The Way – о, доречі; OTOH – On The Other Hand – з іншого боку; PLS – Please – будь ласка; RBTL – Read Between The Lines – читати між рядками; TAFL – Take; A Flying Leap – відсилаю повітряний поцілунок; TIA – Thanks In Advance – заздалегідь спасибі; TKVM – Thank You Very Much – дуже дякую та ін.[6, с.272].

Висновки. Український та англійський комп'ютерний дискурс характеризується великою розмаїтістю форм, розвиненими синонімічними і словотворчими рядами, та український комп'ютерний дискурс має незрівнянно більш високу емоційно-експресивне забарвлення, ніж англійський. При цьому основна маса слів містить жартівливо-іронічну, негативну оцінку. В англійському комп'ютерному жаргоні переважає метафоричний і метонімічний перенос, не пов'язаний, як правило, із словотворчими діями, а сама виразність слів значно нижча. Є ряд факторів, що сприяють утворенню особливої мови Інтернету: анонімність інтернет-спілкування; високий темп спілкування; залежність від технічних засобів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алексеев А.В. Специфика компьютерного эпатажа языка / А.В. Алексеев. – К., 2001. – 234 с.
2. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии / Г.О. Винокур. Труды Московского института истории, философии и литературы. 1939. Т. 5.
3. Волохов С.А. Я в аську войду только за смайликом! / С.А. Волохов // Уикенд. – 2003. – №34 (184). – С.18.
4. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови /Ю.А. Зацний. – Запоріжжя: Запорізький державний університет, 1998.–431 с.
5. Каращук П.И. Словообразование английского языка / П.И. Каращук. – М., 1977. - С. 46-58.
6. Crystal D. Language and the Internet [Текст] / Crystal D. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272p.

Галушко Анна Олексіївна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

КОРОТКИЙ ОГЛЯД КЛАСИФІКАЦІЇ ТЕРМІНІВ

Вступ. Багато авторів, що досліджували терміни, робили спробу класифікувати ці одиниці. Так, наприклад, М.І. Мостовий [6, с.63] поділяє термінологію на номенклатуру і професіоналізми.

Основна частина. Номенклатура – це сукупність спеціальних термінів-назв, які вживаються в окремій фаховій ділянці. Своєрідно визначав номенклатуру Г.О. Винокур, під якою розумів систему повністю абстрактних і умовних символів, єдине призначення яких полягає у тому, щоб дати максимально зручні з практичної точки зору засоби для визначення предметів, речей без прямого відношення до потреб теоретичної думки, яка оперує цими речами [6, с. 68].

Професіоналізми – це слова, які виникли внаслідок дублювання науково-технічних термінів, що не складають замкнутої системи. Професіоналізми визначають спеціальні поняття, знаряддя або продукти праці, виробничі процеси, народні ремесла. Вони носять чіткий місцевий характер, і їм властива деяка емоційність, що викликана особливостями просторіччя. Внаслідок цього професіоналізми належать до окремого підвиду діалекту, особливо якщо вони вживаються поза межами виробничих стосунків.

М.І. Мостовий [6, с.24] виділяє ще один різновид терміну – торговельний знак або паронім. В умовах масового виробництва і за необхідності збуту товарів виникла ціла наука утворення торговельного знаку. Його застосування пов'язане з дослідженням мотивації поведінки перспективного покупця. У процесі утворення пароніма враховують як психологічні фактори припущення, переконання і принадження, так і мнемонічні, семантичні, аналогові

і інші особливості слова, що залучаються. При найменуванні об'єкта чи виду послуг до уваги беруться комбінаційні особливості звучання і значення форми, змішані імітаційні процеси. Торговельний знак розрахований на широкі кола населення, а тому до складу знаку залучається добре відоме загальновживане слово. При цьому враховується й те, як до цього слова ставиться споживач.

Спеціальна лексика у мові представлена не тільки термінами. Специфіка відображення наукових понять у спеціальній лексемі дозволяє виділити деякі типи спеціальних лексем.

Д.С. Лотте виділяв напівтерміни (*рос.* полутермины) і дійсні (*рос.* действительные) терміни. До перших відносять слова, які в більш простих конструкціях є по суті термінами, в інших, більш складних, вони втрачають свою єдність і іноді перетворюються на суто описові. Дійсними термінами називаються такі, що не підлягають корінному перегляду, оскільки відповідають умові однозначності [3, с.92].

С.В. Гриньов розрізняє терміни, прототерміни, терміноїди, передтерміни, квазітерміни та професіоналізми.Прототермінами вчений називає спеціальні лексеми, що з'явилися і застосовуються в донауковий період розвитку спеціальних знань, і називають не поняття, а спеціальні явища.

Терміноїдом є спеціальна лексема, яка використовується для називання так званих натуральних понять, тобто недостатньо усталених, і понять, що розуміються неоднозначно, які не мають чітких меж, а отже і дефініцій.

Передтерміни визначаються як спеціальні лексеми, що використовуються як терміни для називання новостворених понять, але які не відповідають основним вимогам, що висуваються до терміну, а також несталі терміни, які є лексичними одиницями з коливаннями значення і форми.

Квазітермін, за визначенням С.В. Гриньова, це передтермін, закріплений у спеціальній лексиці, який набув стійкого характеру [5, с.32].

О.М. Трубачов розрізняє статуальні (тимчасові) терміни і генуїнні (споконвічні) [11, с.37].

В.А. Татаринов виділяє 4 типи термінологічних одиниць: терміни, термінономенни, терміноніми, професіоналізми (просторічні терміни) [9, с.25].

Із проблеми розмежування термінів і номенів існує велика кількість літератури [8, с.32].Є роботи, в яких проблема терміна і номена не ставиться [10, с.95] або факт розшарування термінології на терміни та номенклатуру заперечується [1, с.61].

Термінознавство налічує багато різних класифікацій термінів: за діапазоном застосування, за ознакою, за структурою, за будовою тощо.

Учені О.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильєва [12, с.36] поділяють терміни на:

1. Терміни-слова (вони виражені єдиним словом: *звук, екран, швидкість, search, save, system, site, template*).

2. Терміни-словосполучення, серед яких розрізняють: а) вільні словосполучення (*backup devices – резервні диски, computer hardware – апаратне забезпечення комп'ютера, computing power – обчислювальні можливості, control functions – функції управління, copying machine – копіювальний апарат, desktop publishing – видавничі програми, digital data – числові дані* і т.д.), де кожний із компонентів – термін, що може вступати у двосторонній зв'язок; б) зв'язані словосполучення, де ізольовано взяті компоненти можуть і не бути термінами, а в поєднанні вони утворюють термін-словосполучення: *full screen – повноекранний режим, character recognition – розпізнавання символів, internal operations – внутрішні операції, primary memory – первинна пам'ять* тощо.

3. Багатокомпонентні терміни. Такі терміни можуть бути три-, чотири- і більше компонентними і представлені вони в значно меншій кількості: *general protection fault – загальна помилка захисту, cathode-ray tube display – дисплей на електронно-променевій трубці, compact disc read-only memory – пристрій для зчитування компакт-дисків, desktop computing applications – програми, що виконуються на робочому столі, flat liquid crystal device display – плаский дисплей на рідких кристалах* та ін.

Схематично цю класифікацію можна зобразити на *рис. 1.1*.

Свій погляд на класифікацію термінів за будовою має А.Я. Коваленко [7]. Термінолог поділяє терміни на:

1) прості, які складаються із одного слова: *search – пошук, тепи – меню команд, mode – режим, port – порт*;

2) складні, які складаються з двох слів і пишуться разом або через дефіс: *shortcut – ярлик, backup – резервне копіювання даних, bookmark – "закладка", clipboard – буфер обміну;*

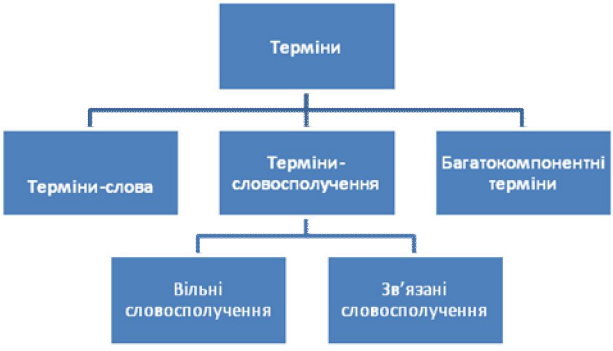

Рис. 1.1. Класифікація термінів за О.В. Суперанскою, Н.В. Подольскою, Н.В. Васильєвою

3) терміни-словосполучення, які складаються із декількох компонентів: *digitizing techniques – числові технології, dot-matrix printer – матричний принтер, dual catridge – подвійний картридж.*

Терміни-словосполучення, у свою чергу, поділяються на три типи.

До першого типу належать терміни-словосполучення, компонентами яких є самостійні слова, які можуть вживатися окремо і які зберігають своє значення: *window – вікно, device – прилад*.

До другого типу відносяться такі терміни-словосполучення, які мають один із компонентів технічний термін, а другий – загальновживаної лексики. Компонентами такого типу можуть бути два іменники, або іменник і прикметник. Цей спосіб утворення

науково-технічних термінів більш продуктивний, ніж перший, де два компоненти є самостійними термінами: *back coupling* – зворотній зв'язок.

До третього типу відносяться терміни-словосполучення, обидва компоненти яких є словами загальновживаної лексики і тільки сполучення цих слів є терміном. Такий спосіб утворення науково-технічних термінів непродуктивний: *line wire* – провід під напругою.

Отже, А.Я. Коваленко [2, с. 16] звертає увагу на те, що усі терміни об'єднуються в термінологічні системи, які виражають поняття однієї галузі знань. У кожній термінологічній системі утворюються певні групи, для яких загальним є їх приналежність до класу предметів, або до класу процесів, властивостей і т.д.

У складі термінологічної лексики можна виділити декілька "прошарків", які відрізняються сферою застосування, особливостями об'єкту, що позначається:

1. Перш за все, це загальнонаукові терміни, які використовуються в різноманітних областях знань і належать до наукового стилю мови в цілому. Наприклад такі терміни як: *експеримент, реакція, еквівалент, прогнозувати, гіпотетичний* і т.д. Такі терміни утворюють загальний понятєвий фонд різних наук та мають найбільшу частоту застосування.

2. Розрізняють також вузькоспеціальні терміни, які закріплені за певними науковими дисциплінами, галузями виробництва та техніки. Наприклад у галузі інформаційних технологій: *комп'ютеризовані системи, дискета, інтерфейс, desktop, laser printer* і т.д. У цих термінологіях концентрується квінтесенція кожної науки.

3. Терміни-абревіатури та скорочення. Наприклад: *VBA (Visual Basic for Application), SOHO (Small Office Home Office), FIDOnet* та інші.

Варто також навести класифікацію Козьміної Н.А. та Кравченко Т.В. [4, с.63], яка поєднує кілька вищезгаданих класифікацій в одну, і має свою особливість – були досліджені та класифіковані терміни у галузі інформатики та обчислювальної техніки. Отже, за будовою такі терміни поділяються на:

1) прості;

2) похідні (суфіксальні, префіксальні, суфіксально-префіксальні);

3) складні;

4) терміни-словосполучення;

5)терміни-абревіатури (прості, складні, терміни-словосполучення).

У відповідності до типу структури, терміни-словосполучення поділяються на:

1) прості словосполучення (складаються з двох слів, головного й залежного) *binary system – бінарна система*;

2) складні словосполучення, в яких залежні слова визначають різноманітні аспекти значення головного слова. За морфологічним типом головного слова виділяються а) субстантивні словосполучення з підметом – *baseaddress – адреса бази*, з прикметником – *inverse code – зворотній код*; б) ад'єктивні словосполучення з прикметником або прислівником у ролі головного слова – *thermal printer – термографічний печатний пристрій;*

3) дієслівні словосполучення.

Структурні особливості складних термінів: компоненти складних термінів знаходяться в атрибутивному зв'язку. Основний компонент майже завжди стоїть останнім. Означальний компонент виражає поняття, які використовуються як ознаки, що характеризують основний компонент.

Термінологічні словосполучення мають свої структурні особливості. Основні форми їх утворення наступні: 1) термінологічні словосполучення, які складаються з іменників – *fax adapter;* 2) з прикметників та іменників – *remote control system*; 3) з прислівників (I, II) та іменників *binary-coded number*; 4) з прийменникових словосполучень – *trunnion of converter.*

Компоненти термінів-словосполучень перебувають в атрибутивному зв'язку. Атрибутивний зв'язок може здійснюватись за допомогою: 1) прийменникових сполучень *field tests of software*; 2) конструкції типу "іменник + іменник" *man-machine commutation*; 3) конструкції типу "прикметник + іменник" *small-scale integrated*

microcircuit; 4) конструкції типу "прислівник I + іменник" *linking loader*; 5) конструкції типу "прислівник II + іменник" *fixed contact*.

Термін характеризується чітким зв'язком із певним поняттям, явищем чи процесом, точністю і тяжінням до однозначності. Це сприяє його відносній незалежності від контексту.

Для того, щоб правильно визначити поняття, яке виражає термін, треба знати ту галузь науки і техніки, до якої він відноситься. Слід пам'ятати, що термін – це не окрема смислова одиниця поза будь-яким зв'язком із оточуючими його словами й контекстом в цілому. Його слід розглядати як слово, яке має визначене технічне значення. Однак, в залежності від того, в якій галузі воно використовується, це значення може змінюватися.

Висновки. Отже, праналізувавши та систематизувавши окремі класифікації таких вчених як М.І. Мостовий, А.Я. Коваленко, О.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильєва можна зробити висновок, що всі терміни за своєю будовою поділяються на прості слова, які, як правило, входять до загальнонаукової лексики, складні, які описують певне наукове поняття і зазвичай вживаються лише у певній терміносистемі, та словосполучення, пов'язані за допомогою атрибутивних зв'язків. Кожна із поданих вище класифікацій доповнює одна одну, висвітлюючи нові аспекти та пропонуючи нові характеристики як загальнонаукових, так і вузькоспеціальних термінів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ВолковаИ.Н. Стандартизация научно-технической терминологии. М.,1984.– 213с.
2. Термінологія. Засади і правила розробляння стандартів на терміни та визначення понять. − К.: Держстандарт України, 2000. − 32с.
3. Єнікєєва С.М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови: Дис…канд. філол. наук: 10.02.04 / Запорізький держ. ун–т – Запоріжжя, 1999. – 176 с.

4. Капанадзе Л.А. О понятиях “термин” и “терминология”. − В кн.: Развитие лексики современного русского языка. М., 1965. – 512с.

5. Карабан В. І.: Переклад англійської наукової і технічної літератури: Учбовий посібник. – Вінниця. Видавництво «Нова Книга», 2001. −303 с.

6. Карабан В.І. Посібник–довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. – К.: Політична думка, 1997. – 300 с.

7. Коваленко А. Я.: Загальний курс науково–технічного перекладу: Учбовий посібник. 2001. – 290 с.

8. Лотте Д.С. Как работать над терминологией. Основы и методы. −М., 1968 — 63 с.

9. Науково–технічний переклад: Конспект лекцій і дидактичний матеріал для студентів лінгвістичних спеціальностей / Черкаський держ. технологічний ун–т / Людмила Олександрівна Андрієнко (уклад.). – Черкаси: ЧДТУ, 2002. – 91 с.

10. Панько Т., Кочан І., Мацюк Г. Українське термінознавство. – Львів, 1994. – 215с.

11. Табанакова В.Д. Понятие научно-технического термина и требования к его определению. − В кн.: Термин и слово. Межвузовский сборник. Горький. −1982. – 175с.

12. TheDictionaryofComputerandInternetTerms. – Tenth edition. – Barron. – 2009.– 561 p.

Гаран Ольга Володимирівна,
студентка 2 курсу магістратури,
спеціальності «Філологія (переклад)»
Полтавського інституту економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.філол.н., доц. кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ПАРЕМІЇ ЯК ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ

Вступ. У сучасних лінгвістичних дослідженнях актуальним питанням постає взаємозв'язок мови і культури. Культурна специфіка мовних одиниць завжди викликає підвищений інтерес науковців, так як можна дізнатись про різні сторони та рівні прояву певного культурного явища у мові. Мова віддзеркалює як матеріальні сторони життя народу (географічне положення, клімат, побут), так і духовні сторони носіїв мови (мораль, систему цінностей, менталітет, національний характер тощо).

Основна частина. Кілька десятиліть тому були опрацьовані основні засади фразеології, що дало можливість відокремити їх від лексикології, стилістики та синтаксису. Поряд із цим на сучасному етапі розвитку загального мовознавства англомовні фразеологічні одиниці стають об'єктом вивчення у лінгвокогнітивній парадигмі. Фразеологічний фонд різних варіантів сучасної англійської мови відрізняється багатством та різноманіттям і кожен аспект його дослідження заслуговує на особливу увагу. Проблема дослідження зумовлена різними дискусіями у сучасній лінгвістиці щодо вивчення структурно-семантичних особливостей англомовних фразеологічних одиниць.

У лінгвістиці відомі понад 20 визначень фразеологічної одиниці, але жодне з них не знайшло загального визнання. Деякі мовознавці справедливо вважають, що визначення фразеологічної одиниці таке ж складне, як і визначення слова. Ця складність полягає насамперед у тому, що і для слова, і для фразеологізму важко встановити спільні риси, які можна було б віднести до кожного з них без винятку. У нашому дослідженні користуватимемося визначенням О. Куніна, який, аналізуючи фразеологічний склад мови, дає таке визначення: «Фразеологічна одиниця – це стійке сполучення лексем із повністю або частково переосмисленим значенням» [10].

Не виникає сумніву про те, що більшість фразеологічних одиниць – це суто національні звороти. Вони породжені мовотворчою діяльністю широких народних мас, які приймають та закріплюють у своєму мовленні вдалі, влучні та красномовні вирази окремих невідомих або, навпаки, добре відомих осіб (здебільшого письменників). Саме ці звороти надають фразеології специфічного

національного характеру, що зумовлено факторами лінгвістичного і екстралінгвістичного плану.

Дослідження фахівцями-фразеологами національно-специфічних рис фразеологічних систем різних мов відбувається у межах ідіоетнічної фразеології [8]. Невід'ємною частиною фразеологічного фонду є паремії, під якими ми розуміємо стійкі у мові та відтворювані у мовленні анонімні вислови (вирази), придатні до застосування у дидактичних цілях [14, с. 67].

Паремії є специфічними стійкими відтворюваними мовними одиницями, бо «постають із пам'яті як мовленнєві реакції на типовість подій та явищ. Причому ці одиниці не є їхніми ідентифікуючими відбитками. Мета актуалізованої паремії – не кваліфікувати позамовну дійсність, а характеризувати та оцінювати її. За допомогою паремійного вислову мовець намагається вплинути на адресата, перейняти його власним ставленням до позначуваного» [7, с. 3].

Завдяки своїй багатогранності визначення «паремія» не має чітко окресленого формулювання. Відомий американський пареміолог А. Тейлор звертає увагу на те, що дати прийнятну дефініцію практично неможливо. Сутність її як фольклорного тексту потребує окремого спеціального дослідження. Людина усвідомлює, що послуговується саме прислів'ям чи приказкою за якимись невиразними ознаками, які досить складно оформити в одному визначенні. А. Дандіс у праці «Про структуру прислів'я» наводить думку іншого знаменитого дослідника в царині пареміології Б. Вайтинга: паремії подекуди не піддаються визначенню, та й особливої потреби в цьому немає, оскільки всім відомо, що це таке. Сам же А. Дандіс зауважує: «Можливо, усі ми і знаємо це, проте цілком не зрозуміло, чому ніхто не може сформулювати цю загальновідому істину» [6, с. 14].

Багатогранність паремій як фразеологічних одиниць лише ускладнює дефініцію. Проблема визначення завжди супроводжувала всіх збирачів і дослідників народних висловів ще від Аристотеля, який відзначив своєрідність цих комплексних одиниць і вперше спробував їх витлумачити. Відтоді здійснювалися численні спроби дати визначення, однак це стало справжньою лінгвістичною

проблемою, на чому акцентують самі пареміологи: сьогодні тлумачень не менше, ніж самих прислів'їв (В. Мідер).

Великий тлумачний словник сучасної української мови подає таке визначення: "до класу паремій належать: прислів'я і приказки (вони становлять основну масу – до трьох чвертей – усього паремійного фонду), примовки, загадки, прикмети, "ділові" вислови, повір'я, "віщі" сни, ворожби, задачі, головоломки, скоромовки, пустомовки, замовляння, небилиці, нісенітниці, одномоментні анекдоти, казкові формули тощо" [3, с. 887].

У російському енциклопедичному словнику-довіднику лінгвістичних термінів та понять паремія визначається наступним чином: "паремія" – (грец. paroimia "притча, вислів") коротке крилате висловлювання, що містить мораль, повчальне спостереження або узагальнення" [16, с. 133].

У зарубіжних джерелах термін "паремія" взагалі не вживається, а замість нього, як правило, ми знаходимо термін "proverb" (прислів'я), тобто "короткий добре відомий всім вислів, що несе узагальнену думку, висновок, пораду та відноситься до таких форм фольклорної літератури, як загадка і байка" [18, с. 168].

Оксфордський етимологічний словник (The Oxford dictionary of etymology) тлумачить термін "proverb" як усталений у мовленнєвому вжитку вислів, приказка, крилате слово; утворено з префікса pro– + слова verbum + суфікса -ium" [19, с. 718]. Далі словникова стаття представляє розгорнуте багатоступінчасте розкриття терміна, ключовими моментами якого є постійні ознаки, такі як стисліть, небагатослівність, метафоричність, загальність вживання, анонімність, алегоричність, особлива віршована форма, передача життєвого досвіду або спостереження. При цьому прислів'я (proverb) має цілий ряд синонімів. Словник англійських синонімів і антонімів (The Penguin Dictionary of English Synonyms and Antonyms) дає наступні синоніми слова proverb: adage, saing, maxim, aphorism, apophtegm, saw, dictum, byword [20, с. 209]. У результаті спостереження за змістом зазначених синонімів семантичне поле терміна proverb розширюється за допомогою додаткових значень: "короткий стислий вислів, виражений небагатьма словами, що містить істину загальної важливості ..."; "короткий влучний вислів,

що викладає важливу істину в декількох словах ...", "речення (особливо в афористичній або сентенційно формі), яке виражає деякі загальні істини науки або досвіду; правило або принцип поведінки" [20, с. 45]. Як видно з наведених фактів, синонімічний ряд терміна "proverb" збагачує дефініцію, доповнюючи, уточнюючи і розширюючи її поле.

У вітчизняному мовознавстві паремію в психокогнітивному аспекті розглядає О. Селіванова. Вона констатує: поняття «паремія» зазвичай уживається «на позначення стійких відтворюваних одиниць реченнєвої структури, зокрема прислів'їв, приказок, примовок» [15, с. 415].

Дослідниця об'єднує цим терміном не лише одиниці пареміологічного, а й фразеологічного та лексичного масивів. У зв'язку з цим вона зазначає: «Ми використовуємо широкий зміст цього терміна як одиниці фразеологічного фонду мови через наявність численних і досі не розв'язаних питань, що стосуються розмежування і кваліфікації стійких словосполук, фразем, прислів'їв, приказок, етикетних сполук, крилатих висловів, складених термінів тощо» [15, с. 415]. Очевидно, науковець стоїть на позиціях широкого витлумачення фразеології і до складу паремійного корпусу зараховує більшою мірою мовні одиниці, які формально представлені словосполученням, і найменшою – предикативно завершеними структурами. Інакше кажучи, у концепції О. Селіванової термін «паремія» є рівноцінним поняттю «фразеологічна одиниця» в широкому витлумаченні. При цьому спостерігається відхід від етимологічного визначення та експліцитно / імпліцитно вираженої категорії дидактичності, що є референційним складником семантичної інформації паремії як тексту.

У іншому тлумаченні паремія – це одиниця пареміології, що вирізняється афористичністю, усталеністю, відтворюваністю, переосмисленим чи буквальним узагальненим значенням, здебільшого повчальним змістом, мовний знак, який передає специфічну інформацію про традиційні цінності та погляди, ґрунтовані на життєвому досвіді народу, позначає типову життєву ситуацію.

О. В. Дуденко релевантними ознаками паремій називає стійкість структури, відтворюваність, повчальність змісту; наявність граматично та інтонаційно оформленого судження; лаконічність народного поетичного висловлення; узагальнення головних закономірностей, життєвих правил або істин; наявність конотативного компонента, що містить оцінну інформацію, експресивність [7, с. 16].

Румунська дослідниця П. Савін зараховує паремії до складу фразеології і звертає увагу на те, що хоча прислів‟я і приказки є об’єктом дослідження пареміології, їм притаманні такі загально-функціональні риси, що й фразеологізмам, а саме стійкість та ідіоматичність [17, с. 62].

Для перелічених точок зору, що становлять лише незначну частину поглядів, спільним є те, що усі мовознавці значущими як для паремій так і для фразеологізмів визначають такі ознаки: відтворюваність, стійкість, експресивність та сентенційність.

Їх відтворюваність у мовленні забезпечується тим, що вони існують у мові та у пам’яті мовців як готові конструкти, які при потребі вилучаються з пам’яті у готовому цілісному вигляді в супроводі загальновідомого значення, набуваючи конкретно ситуативного смислу залежно від умов та обставин спілкування.

Відтворюваність паремій, як і фразеологічних одиниць, є наслідком їхньої стійкості. Для них стійкість не є абсолютною: кожна паремія має хоча б один, а найчастіше кілька варіантів. Проте інваріантна сталість компонентного складу, структурно-граматичної моделі, а головне – фразеологічного значення, яке є домінуючим при функціонуванні паремій, – разом забезпечують їхню стійкість.

Варіативність, можна сказати, визначається стійкістю. Як зауважує В. Т. Бондаренко, прислів’я тому й допускають незначні трансформації мовцями, що кожен носій мови знає їхнє значення і структуру [2, с. 13].

Паремії також характеризуються сентенційністю (моралістичністю), яка полягає в тому, що будь-яка паремія, крім фактичної, обов’язково містить оцінну інформацію. Як зазначає А. А. Крікманн, у пареміях часто поєднуються три функції: ствердження – оцінка – припис. “Причому оцінний елемент завжди

знаходиться між ствердженням і прескрипцією, але здебільшого є імпліцитним: оцінка приховується у метафоричній тканині тексту чи у контексті" [9, с. 96].

Іншою ознакою прислів'їв є їх експресивність, яка є однією з основних ознак як фразеологізму так і паремії. Експресивність прислів'я обумовлює його виразність і дію на слухачів. В образних прислів'ях яскравість і вражаюча сила відбувається головним чином за рахунок метафор, метонімій і порівнянь.

Орієнтуючись на перелік диференційних ознак фразеологізмів, виділимо як релевантні такі: 1) відтворюваність у мовленні; 2) стійкість лексико-семантичного складу; 3) цілісність номінації; 4) популярність, загальновідомість вислову у даній мові; 5) незмінюваність компонента, парадигматична зв‟язаність; 6) ідіоматичність, 7) образність, 8) експресивність.

Етнолінгвістичні й соціокультурні правила і схеми використання й розуміння паремій дають змогу кваліфікувати їх як «національно-культурні вислови, які є узагальнено-образними, синтаксично замкненими, семантично цілісними конструкціями, що виражають специфіку життя й побуту кожної окремої спільноти та виконують директивну функцію» [12, с. 7].

Переважна частина паремій, які мають структуру речення, є категоричними судженнями з постулативною формою твердження про наявність у дійсності певного стану речей [6, с. 33].

Паремії як узагальнювальні вислови становлять окремий тип фразеологічних одиниць у функціональній класифікації С. Гавріна. Науковець кваліфікує їх як афористичні фразеологізми, що виконують кумулятивну функцію. Такий підхід став підґрунтям подальших досліджень мовознавців у царині пареміології. С. Гаврін визначає афористичну фразеологію «як самостійний і специфічний розряд <…>, що межує з розрядами експресивно-образних та інших усталених єдностей і якому притаманні ознаки самостійної лінгвістичної категорії» [4, с. 3]. Такі погляди мають значну вагу для теоретичної розбудови пареміології та відмежування її від фразеології.

О. Райхштейн розглядає паремії серед стійких фраз, які поділяє на крилаті вислови, прислів'я, приказки, де перші

об'єднують книжно-літературні та ідеологічні різновиди. Крилаті фрази книжно-літературного походження належать до паремій за особливостями їхньої семантичної структури [13, с. 114–137]. На основі зазначених підходів прихильники широкого витлумачення об'єкта фразеології окреслили коло пареміологічних проблем саме в її межах.

У пареміологічний концепції Г. Пермякова паремія – це багатогранна одиниця складної тріади: 1) знак (логіко-семантична природа); 2) одиниця мови (мовна природа); 3) художній текст (літературна природа). Визначаючи сутність паремій, науковець наголошує, що вони «посідають проміжну ланку між одиницями мови й фольклору <…> і вивчаються як лінгвістикою, так і фольклористикою» [11, с 250]. Науковець визначає місце паремій у ряду мовних кліше, досліджує текстові функції й тематику. Аналіз пареміологічних одиниць, зіставлення з фраземами сприяли обґрунтуванню їх самостійного мовного статусу. Г. Пермяков, порівнюючи мовні й семіотичні типи сполучень слів, з'ясував мотивацію їхнього загального значення за текстовими і компонентними характеристиками. Прислів'я разом з афоризмами вчений зараховує до класу фразових паремій, що становлять завершене речення і є повністю клішованими одиницями [11, с. 262–269].

Запропонована Г. Пермяковим пареміологічна типологія є спробою універсалізації мовного матеріалу у вигляді архітектурних формул. Цінним у концепції мовознавця є погляд на те, що одиниці пареміології виступають знаками ситуації і мають прямі й непрямі значення, формульний характер. Попри безумовну значущість теорії Г. Пермякова для розуміння мовної природи паремій та їх статусу в лінгвістичній системі, усе ж таки доводиться констатувати: не всі його положення в контексті сучасних пареміологічних досліджень є беззаперечними. Окремі загальнометодологічні позиції мають суперечливий характер, зокрема: 1) усім «названим» кліше (слову, фраземі, паремії – авт.) притаманна функціональна схожість, і вони можуть виступати в мовленні в однаковій чи подібній ролі»; 2) «усі три типи кліше <…> мають ту чи ту парадигму» без чіткого розмежування прислів'їв та афоризмів [11, с. 250].

Лінгвальну природу паремій ускладнює тенденція до знакового статусу в мовній системі. У кожній мові є певна кількість цілісно оформлених речень, які належать до мовної системи як усталені знаки для позначення певних незмінних у своїх відповідних характеристиках категорій конкретних явищ чи абстрактних положень (О. Мельничук): прислів'я, формулювання загальновизнаних істин, поширені афоризми, частина політичних гасел. Усе це сприяє розгляду зазначених одиниць як класу онтологічних знаків, жоден із яких не може бути виведений за межі загальної категорії мовного знака.

Я. А. Баран визначає, що пареміям притаманний комплекс таких онтологічних ознак: 1) двобічна природа – означуване (план змісту) і означувальне (план вираження); 2) спосіб знакотворення (знак вторинного означення); 3) завершеність процесу породження (повне висловлення); 4) співвіднесеність з актом мовлення (віртуальний, потенційний / актуальний характер); 5) усталеність, здатність до узагальнення й відтворюваність у процесі комунікації; 6) системність (наявність семантичних полів і мікросистем); 7) здатність до номінації й репрезентації певного явища об'єктивної дійсності або його відображення у свідомості [1, с. 7–10].

Водночас паремія співвідноситься з явищем прецедентності, зокрема з прецедентним висловленням, прецедентним текстом і прецедентною ситуацією. Ці поняття, на думку Д. Гудкова, становлять специфічну групу вербальних феноменів, пов'язаних з інваріантними уявленнями конкретних образів, предметів, явищ культури, їх національно детермінованими когнітивними моделями. Як прецедентне висловлення, паремія являє собою «репродукований і самодостатній складний вербальний знак, сума значень компонентів якого не дорівнює смислу» [5, с. 251]. Паремія входить до когнітивної бази (універсальної чи національної), має потенційну властивість неодноразово відтворюватися в мовних актах, розглядатися як еталонна одиниця мови. Загальною специфікою паремії як прецедентного висловлення є особливий різновид дискурсивного дейксису, система координат якого знаходиться у віртуальному вимірі дискурсу – семіотичному просторі.

Висновки. Отже, паремії є особливими знаками мовної системи, які мають текстову природу, що реалізується в таких дискурсивних ознаках, як цілісність, зв'язність, референційність, дискретність, інформативність, і є водночас репрезентантами відповідного фольклорного жанру. Паремії виконують основні й факультативні функції, побутують у художній сфері спілкування, у публіцистичному, політичному та інформаційному дискурсах. Однією з основних їхніх функцій є естетична, через що вони можуть розглядатися як особливі естетичні знаки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови : автореф. дис. ... д-ра філол. наук / Я. А. Баран. – Івано-Франківськ, 1998. – 32 с.
2. Бондаренко В. Т. К вопросу о лингвистической сущности пословицы / В. Т. Бондаренко // Лексикология и фразеология: новый взгляд. Раздел "Фразеология": 2-я межвуз. конф. : [тезисы докл.]. – М. : МГЗПИ, 1990. – С. 11–16.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [упоряд. та гол. ред. В. Т. Бусел]. – Ірпінь : Перун, 2009. – 1736 с.
4. Гаврин С. Г. Афористическая фразеология как лингвистическая категория / С. Г. Гаврин // Вопросы теории и методики русского языка. – Пермь, 1971. – Т. 87. – С. 3–23.
5. Гудков Д. Б. К вопросу о словаре прецедентных феноменов / Д.Б. Гудков // Культурные слои во фразеологизмах и дискурсивных практиках; отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 251–259.
6. Дандис А. О структуре пословицы / А. Дандис // Паремиологический сборник : Пословица. Загадка : Структура, смысл, текст; под ред. Г.Л. Пермякова. – М. : Наука, 1978. – С. 13-34.
7. Дуденко О. В. Номінативна та комунікативна природа українських паремій : автореф. дис. … к. філол. н. : 10.02.01 "Українська мова" / О.В. Дуденко. – К., 2002. – 19 с.

8. Кириллова Н.Н. Фразеология романских языков: этнолингвистический аспект [Електронний ресурс] / Н. Н. Кириллова // Итоговая публикация по гранту РГНФ-2003. – Режим доступа : http://phraseo.narod.ru/st/1.htm.

9. Крикманн А. А. Некоторые аспекты семантической неопределенности пословицы: Паремиологический сборник: Пословица. Загадка. (структура, смысл, текст) / А. А. Крикман. – М. : Наука, 1978. – С. 82–104.

10. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка : Уч. пос. для ин-тов и фак. иностр. яз.– 3-е изд., стереотип./А.В. Кунин. – Дубна: Феникс+, 2005. – 488 с.

11. Пермяков Г. Л. К вопросу о структуре паремиологического фонда / Г. Л. Пермяков // Типологические исследования по фольклору; сост. Е. М. Мелетинский, С. Ю. Неклюдов. – М. : Наука, 1975. – С. 247–274.

12. Пирогов В. Л. Структура і семантика паремійних одиниць японської, англійської, української та російської мов : типологічний та лінгвокультурологічний аспекти : автореф. дис. … канд. філол. наук / В.Л. Пирогов. – К., 2003. – 19 с.

13. Райхштейн А. Д. Немецкие устойчивые фразы / А.Д. Райхштейн. – М. : Просвещение, 1971. – 184 с.

14. Савенкова Л. Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты / Л.Б. Савенкова. – Ростов-на-Дону : Изд-во Ростовского ун-та, 2002. – 240 с.

15. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.

16. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий / [уклад. Тихонов А. Н. и др.]. – М. : ФЛИНТА, 2014. – 840 с.

17. Savin P. Phraseology as Autonomous Linguistic Discipline / P. Savin // Linguistic and Literary Broad Research and Innovation. – Bucharest : 2010. – № 1. – P. 60–73.

18. The Concise Oxford Dictionary of Proverbs / Edited by J.A. Simpson. – Oxford University Press, 1982. – 256 p.

19. The New Encyclopedia Britannica. Proverb. – Chicago : Encyclopedia Britannica. – 1994. – Vol. 9. – 749 p.
20. The Oxford dictionary of etymology / [ed. C. T. Onions]. – New York : Oxford Clarendon Press, 1966. – 1026 p.

Грінченко Наталія Олександрівна
студентка 6 курсу, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент, доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ПРОБЛЕМА СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ФОНОВИХ ЗНАНЬ У СУСПІЛЬНОМУ ТА ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСАХ

Вступ. Процес комунікації при перекладі значно відрізняється від комунікації природної. Ключова відмінність полягає у тому, що оригінальний текст і текст перекладу функціонують за різних комунікативних обставин і навіть у різний час, якщо мова йде про письмовий переклад. Крім того, адресат та адресант під час такого комунікативного акту – це не просто носії двох різних мов, але і представники двох відмінних культур, що володіють різними картинами світу. У такому випадку особливого значення набуває проблема структури та змісту фонових знань, що лежать у основі соціокультурної компетенції та країнознавчої, лінгвокраїнознавчої та предметної (галузевої) субкомпетенцій перекладача.

Огляд основних досліджень і публікацій. Фонові знання як один із компонентів значення слова розглядалися ще у 1970-х роках у рамках лінгвокраїнознавчої теорії слова в роботах Є. М. Вєрєщагіна та В. Г. Костомарова. Вчені з'ясували, що у семантичному складі лексичних одиниць містяться т. з.

«національно-культурні семантичні долі», які репрезентують семантичні ознаки, сформовані у межах певної національно-мовної спільноти або «культурно-історичний компонент значення», який створює певний фон, що асоціюється з даною лексичною одиницею [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 67]. Крім того, у семантичній структурі слова ці фонові додаткові ознаки можуть реалізовуватись як на денотативному, так і на конотативному рівні.

Російська дослідниця І. Г. Ігнатьєва визначає термін «фонові знання» як частину знань із когнітивної системи комунікантів, яка активізується у процесі спілкування і необхідна для взаєморозуміння, однак безпосередньо не пов'язана з умовами протікання процесу комунікації [4, с. 8] Очевидно, що подібна інформація сприяє втіленню кумулятивної функції мови як засобу зберігання та передачі культурно-історичної інформації.

На думку Т. В. Ганічєвої, фонові знання є неоднорідними. За ступенем поширеності розрізняють їхні три види: загальнолюдські, регіональні та країнознавчі. Сюди можна також додати соціально-групові знання, притаманні певним професійним спільнотам — педагогам, лікарям, правникам [3].

Л. М. Черноватий визначає 14 основних компонентів у структурі обсягу фонових знань майбутнього перекладача, яка у ідеалі мала б наближатися до аналогічного обсягу освіченого носія відповідної мови. За основу даної класифікації була взята концепція «культурної грамотності» Е. Д. Хірша [7], викладена у його роботі *CulturalLiteracy: WhatEveryAmericanNeedstoKnow,* яка передбачає оволодіння певними знаннями-концептами, що є спільними для всієї цивілізації: 1. Біблія: структура, походження, основні персонажі, Палестина часів Ісуса Христа, найбільш вживані біблійні алюзії; 2. Релігійні групи; 3. Міфологія та фольклор; 4. Географія; 5. Історія; 6. Культура: 6.1. – література, 6.2. – живопис та скульптура, 6.3. – архітектура, 6.4. – театр, кіно та музика; 7. Освіта; 8. Політика; 9. Юриспруденція; 10.Економіка та підприємництво; 11. Техніка; 12. Природничі науки; 13. Медицина; 14. Гуманітарні науки; 14. Ідіоми, прислів'я та приказки [6, с. 5].

Соціокультурний компонент комунікативної компетенції та його складові у різний час і різні автори називали по-різному: фонові

знання (Є. М. Вєрєщагін, В. Г. Костомаров, Федоров А. В.), фонова інформація (В. С. Виноградов), вертикальний контекст (Ахманова О. С.). Розмаїття концепцій та підходів до термінологічного визначення основ соціокультурного компоненту розглянуто у статті Т. В. Ганічевої «Фонові знання у структурі професійно-орієнтованої перекладацької компетенції майбутніх філологів» [3].

Виклад основного матеріалу дослідження.Однією з перших спроб систематизації фонових знань у американському науковому дискурсі належить Еріку Дональду Гіршу молодшому (EricDonaldHirsch, Jr.). У 1987 році, Гірш, на той час професор Університету Вірджинії, написав книгу *CulturalLiteracy: WhatEveryAmericanNeedstoKnow.*у якій виклав своє розуміння концепції «культурної грамотності» [7].

Дослідник розкритикував формалістичні теорії грамотності, що у більшій мірі були зосередженні на розвитку навичок читання академічних текстів, ніж на механізмах їх розуміння та розшифровки спільних культурних кодів. Основною метою Гірша було визначення феномену «культурної грамотності» як перемінного об'єму інформації, збереженого у колективній пам'яті, та виявлення ключових культурних елементів, які мав засвоїти кожен американський студент для того, щоб у подальшому мати змогу ефективно функціонувати у суспільному культурному просторі. Фонові знання вчений називає «інтелектуальним капіталом людини», оскільки вони необхідні для адекватного монокультурного спілкування й охоплюють основні принципи суспільно-політичного устрою, базові математичні та мовні поняття, обізнаність з ключовими історичними подіями у світі та визнаними творами образотворчого мистецтва, музики, літератури тощо [7]. На думку Е. Гірша, людина, яка неволодіє ключовими концептами певної культури, «втрачає шанс стати повноправним учасникомсоціокультурного буття широкого загалу» (*переклад мій – Н. Г.)* [4, с. 15]. Разом з тим, дослідник зазначає, що культурна грамотність перевищує рівень повсякденних знань, але знаходиться нижче експертного рівня спеціалістів різного фаху.

На думку Е. Гірша 80% корпусу культурноїграмотності людини складає основна, незмінна протягом більше ніж 100

років,інформація. Наразі решту 20% становлять новітні, так звані «периферійні»знання, що можуть змінюватися з плином часу [7].

На структурно-семантичному рівні у роботах Е. Гірша зазвичай виявляються три рівні культурної грамотності. Це універсальні поняття зі світової історії та культури, географії, природничих наук, спорту, які повинні знати всі люди, незалежно від національності: Біблія, олімпіада тощо. До другого рівня належать поняття, що належать історичній пам'яті народу: етнокультурні поняття, топоніми, імена реальних персонажів вітчизняної історії, літературних героїв та їхні висловлювання.. Зміст цього рівня культурної грамотності також складають прислів'я, крилаті фрази, в яких закладено загальнолюдський досвід, виражений національною мовою. Третій рівень співвідноситься з периферійними званнями, оскільки представлений реалії сучасної культури (тут і зараз) [7].

У 1988 разом з колегами (William G. Rowland, Michael Stanford) Е. Гірш створює перший «Словник культурної грамотності», що містив 5 тисяч ключових понять і був призначений в основному для внутрішньо національної комунікації. Наступні видання словника, зокрема редакція 2002 року (Cultural Literacy Eric Donald Hirsch, Joseph F. Kett, James S. Trefil), налічували вже близько семи тисяч концептів з 23 галузей знань, хоча деякі з цих галузей стосуються однієї і тієї ж сфери, але у різні часові рамки, наприклад: галузі 17 і 18 – всесвітня історія до та після 1550 року, галузі 19 і 20 – історія США до та після 1865 року.

Висновки. Незважаючи на різні точки зору відносно лінгвістичної чи екстралінгвістичної природи фонових знань, потрібно акцентувати увагу на їх складній, динамічній, багаторівневій системі, яка включає як універсальні, так і специфічні знання, що стосуються різних сферах життєдіяльності людини та здобуті емпіричним або опосередкованим шляхом. Переклад як основний інструмент міжмовного та міжкультурного спілкування забезпечує адаптацію культур, зокрема, шляхом адекватної передачі вербальних репрезентацій фонових знань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1.Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвистическая проблематика страноведения в преподавании русского языка иностранцам / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 84 с.

2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – [Изд. 5-е, стереопит.]. – М. : КомКнига, 2007. – 144 с. – (Лингвистическое наследие XX века).

3.Ганічева Т.В. Склад англомовного термінологічно-соціокультурного компонента фахової компетенції майбутніх перекладачів / Т.В.Ганічева // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – № 725. – 2006.– С. 180-183.

4.Игнатьева И. Г. Вербальные репрезентации фоновых знаний в медиатекстах и способы их передачи в переводе (на материале медиаиздания «The Economist») : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / И. Г. Игнатьева. – Москва, 2010. – 20 с.

5.Игнатьева И. Г. Фоновые знания как составляющая компетенции переводчика медиатекстов // Актуальные вопросы филологии теория и методика преподавания иностранных языков. Межвузовский сборник научных статей. Выпуск 5. – Ростов н/Д: Изд-во РИНЯЗа, 2009. – 356 с. – С. 89–96.

6.Черноватий Л. М. Навчально-методичний комплекс для підготовки перекладачів з англійської мови. Серія DICTUM FACTUM / Л. М. Черноватий // Наукові записки. – Випуск 89 (1). – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 5 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – с. 5–13.

7.Hirsch, E.D. Cultural Literacy: What Every American Needs to Know / E.D. Hirsch. – NY: VintageBooks, 1988. – 253 p.

Громик Оксана Миколаївна,
Поліщук Лариса Миколаївна,
студентки 5 курсу, спеціальності "Філологія (Переклад)"
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,

к. ф. н., доцент, доцент кафедри перекладу та іноземних мов
Полтавський інститут економіки і права

СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Вступ. Термінологія лісового господарства є ефективним комунікаційним інструментом лісогосподарської сфери у вирішенні питань функціонування соціуму на засадах сталого розвитку, збереження природи та довкілля для майбутніх поколінь. Вона обслуговує різні види виробничої діяльності: від вирощування лісу до використання лісових ресурсів, а також активно функціонує в нормативно-законодавчій сфері, діловій документації, у межах міжнародної співпраці фахівців лісовогосектору.

Основна частина. Теоретичні аспекти цієї проблематики досліджували визначні мовознавці: Д. С. Лотте, Б. М. Головін, Т.І. Панько, І. М. Кочан; та нове покоління вітчизняних науковців: Н.О. Заніздра, О.А. Мартиняк, С. Б. Лбаюрський та інші. Семантичні процеси термінологізації загальновживаних слів на матеріалі загальновживаної англомовної лексики лісотехнічного профілю досліджував В. П. Прач [6].

Термін лісового господарства (forestry term) – це слово або словосполучення, що 1) виражає поняття у сфері лісового господарства, має визначення у галузевій літературі, 2) введене і функціонує у галузі лісового господарства та 3) вживається у системі знань лісогосподарської науки, закріплене у законодавстві на позначення об'єктів, явищ, процесів, ознак, характеристик, правовідносин у лісівничій науці та виробничій діяльності. Джерелами термінів лісового господарства є наукова література, галузеві та фахові словники, законодавчі й нормативно-правові акти, а також розмовна фахова мова.

Виникнення синонімії в термінології зумовлено мовними й позамовними чинниками. Передусім, це зумовлено постійним розвитком наукового пізнання, що супроводжується появою нових реалій і потребою надати новим поняттям найточнішу номінацію; відсутністю уніфікованості деяких термінологічних систем;

наявністю застарілих назв, які функціонують паралельно з новими; паралельним вживанням запозиченого й питомо національного терміна; наданням переваги коротким формам, зручним для фахової комунікації тощо [2]. З множини різних підходів сучасних термінознавців до розуміння синонімії в термінології вважаємо доцільним представити думку О. А. Мартиняк і розглядати синонімію як різновид варіантності в термінній лексиці. Варіантами називають не формальні видозміни одного слова, а будь-які паралельні назви того ж поняття. "Поняття "абсолютний синонім", або "дублет", можна застосувати лише до частини паралельних назв, які функціонують у термінології. Відмінностей у значенні не мають лише пари термінів "повний термін – скорочений термін, абревіатура". Щодо інших видів синонімічних термінів, то вони можуть мати певні семантичні відмінності" [3].

В англомовній термінології лісового господарства існує низка термінів, які позначають те саме поняття, тобто мають значення, що повністю або частково збігаються. Зокрема, семантичний аналіз ключових термінів forest та wood показав, що ці одиниці є ідеографічними синонімами з власним змістовим обсягом, відрізняються відтінками значень, мають різне походження й характеризуються різною сполучуваністю [4−5].

Англомовна термінологія лісового господарства є однією з множини термінологій фахових мов, які сукупно входять до національної мови у складі лексики наукового стилю. Констатовано, що джерелом виникнення термінологічних одиниць у зазначеній терміносистемі є загальновживана англомовна лексика і що галузеві терміни формувалися на національній лексичній основі. До терміносистеми належать: вузькогалузеві терміни, які формують її основу (лісознавчо-лісівнича специфіка, лісокористування, економіко-правові дисципліни лісового сектору), терміни суміжних галузей – міжгалузеві (біологія, біохімія, географія, геодезія, екологія, охорона довкілля, сільське господарство тощо) та загальнонаукові. У фаховій мові виокремлюємо: професіоналізми (неунормовані фахові одиниці, номенклатурні знаки обладнання) та жаргонізми. Таксономічні назви рослин і тварин формують особливі таксономічні підсистеми у межах терміносистеми.

Синонімічний ряд: logging, harvest / harvesting, timber harvest у значенні "лісозаготівля" (заготівля деревини). Лексема logging походить з log (колода; кряж), натомість harvesting – від harvest (1. жнива 2. врожай). Сьогодні harvest / harvesting охоплює широке коло лісосічних операцій і робіт у процесі первинного оброблення деревини і відповідно має ширше значення, logging – суто звалювання і вивезення. Проте, на відміну від harvest / harvesting, лексема logging утворює ширше гніздо термінів. Для прикладу, aerial logging (підвісне трелювання), cable logging / skyline logging (линвове трелювання), animal logging (гужове трелювання), balloon logging (аеростатне трелювання), ground-lead logging (наземне трелювання за допомогою лебідки), salvage logging (освоєння пошкоджених лісосік після лісових пожеж, вітроломів), logging safety (техніка безпеки під час лісозаготівлі), logging unit (лісозаготівельна дільниця), logging industry (лісозаготівельна промисловість), logging company (лісозаготівельна компанія) [1]. З лексемою harvesting поєднується вужче коло термінів: harvesting system (спосіб лісозаготівлі), harvesting equipment (лісозаготівельне обладнання), harvest cutting (рубання головного користування), annual allowable harvest (річний обсяг лісозаготівлі). Від обидвох лексем утворилися терміни на позначення агента дії – logging → logger (лісоруб, заготівельник), від harvesting → harvester (звалювально-гілкорізно-розкряжувальна машина – харвестер). Синонімічна тотожність також проглядається в терміносполуках: illegal harvest / illegal logging (незаконне, неконтрольоване рубання), однак натрапляємо лише на лексемну сполучуваність: abusive logging (зловживання правилами лісозаготівлі; неконтрольоване вирубування) [1].

Отже, обидва терміни logging та harvesting вживають у лісовій експлуатації (forestry utilization → lumbering → harvesting → logging). Незважаючи на те, що операція logging є складовою частиною harvesting, ці терміни мають спільну семантику на позначення лісозаготівлі, але функціонують у терміносистемі паралельно в межах власних лексикосемантичних полів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Англо-український словник лісотехнічних термінів = English-Ukrainian Dictionary of Forestry and Forest Engineering Terminology / Леся Миклаш, Богдан Магура; за заг. ред. Ю. Бігуна. – Львів : Каменяр, 2013. – 124 с.

2. Заніздра Н.О. Явище синонімії в українській термінології / Н. О. Заніздра // Вісник Кременчуцького державного політехнічного університету − Кременчук : КДПУ. Випуск 2/2008 (49). Частина 2. – С. 7–10.

3. Мартиняк О. А. Синонімія та варіантність в українській науково-технічній термінології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філолог. наук : спец. 10.02.01 “українська мова” / Мартиняк Оксана Андріївна. –Львів 2010. – 21 с.

4. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Видання 2-ге, виправлене і доповнене / М. П. Кочерган. − Видавничий центр “Академія”, 2006. – 464 с.

5. Миклаш Л. Т. Семантико-морфологічний аналіз англомовних термінів лісового господарства: forest, wood, silva / Л. Т. Миклаш // Науковізаписки. – Випуск 129. – Серія: Філологічнінауки (мовознавство) – Кіровоград: РВВКДПУім. В. Винниченка, 2014. – С. 507-512.

6. Прач В.П. Семантическая структура английских общеупотребительных слов и процесы их терминологизации (на материале лексики по лесотехническим специальностям) : диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук / В. П. Прач – Львов, 1990. – 221 с.

Губарь Тетяна Володимирівна,
студентка 4 курсу, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

АНАЛІЗ АБРЕВІАТУР БРИТАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ "THE GUARDIAN")

Вступ. Дослідження проводиться на текстах газетно-публіцистичного стилю, тому що саме в них в першу чергу відбуваються усі лексичні зміни, що спостерігаються у мові.

Основна частина. Матеріалом дослідження абревіатур британського варіанту англійської мови є 40 статей (165 288 тис. знаків) газети "The Guardian " [1; 2], з яких за допомогою методу суцільної вибірки було зібрано 122 абревіатури.

Дослідження абревіатур передбачає аналіз їх структурно-семантичних, фонетичних, орфографічних особливостей та частоти їх вживання. Як показує аналіз фактичного матеріалу, зібрані абревіатури британського варіанту англійської мови, розподіляються на 6 таких груп: усічення, ініціальні абревіатури, графічні абревіатури, складні, змішаний тип абревіатур та абревіатури запозичені з іншої мови. У складі деяких груп виділяються окремі підгрупи. Розглянемо кожну з груп окремо.

Найпоширенішою групою (57%) в британському варіанті англійської мови виявилисяініціальні абревіатури, серед яких виділяються декілька підгруп, а саме:

1) алфабетизми (буквенні) **–** ініціальні комплекси, утворені від початкових літер вихідного словосполучення. Характерною особливістю, яка виявляє себе на рівні вимови, є те, що вони вимовляютьсявідповідно до назв цих літер у алфавіті:

IDS [ai: di: es:] (Integrated Data System)*; DPM [di: pi: em:]* (Deputy Provost Marshal)*; AFP [ei: ef: pi:]* (Association of Financial Professionals)*; FT [ef: ti:]* (Financial Times)*; OGP [ou: ʤi: pi:]* (Open Government Partnership)*; BBC [bi: bi: si:]* (British Broadcasting Corporation).

2) акроніми (звукові абревіатури) становлять собою утворення з початкових звуків слів вихідної номінативної одиниці. Читаються вони як і звичайні слова:

Libor [li: bor:] (London interbank of feredrate)*; PIN [pin]* (Personal Identification Number)*; Pac [pək]* (Political Action Committee).

3) ініціальні абревіатури, які збігаються з англійськими словами в їх звуковій формі:

NoW [nau] (News of the World); *PIN [pin]* (personal identification number); *ACE [eis]* (Allied Command Europe).

Такі лексичні одиниці зазвичай мають номінативний характер, тобто вони є іменами предметів чи явищ і належать до класу іменників:

MP (Member of Parliament – член парламенту), *UK* (United Kingdom – Сполучене Королівство)*, PA* (Personal Assistant – особистий секретар)*, GP* (General Practitioner – терапевт).

Як показав аналіз, за семантикою зібрані ініціалізми британського варіанту використовуються, як номінації у багатьох сферах життєдіяльності людей, а саме:

- назви політичних партій та організацій: *SDLP* (Social Democratic and Labourparty); *OGP* (Open Government Partnership); *HR* (House of Representatives);

- назви компаній, установ та організацій: *NHS* (National HealthService); *RBS* (Royal Bank of Scotland); *OECD* (Organization for Economic Cooperation and Development; *NSA* (National Security Agency);

- ранги, звання та професії: *PA* (personal assistant); *GP* (General practitioner); *DC* (Doctor of Chiropractic); *QC* (Queen's Counsel);

- назви часових поясів та географічні назви:*GMT* (Greenwich Mean Time); *EST* (Eastern Standard Time); *UK*(United Kingdom);

- медичні поняття та технології: *rTMS* (Repeated transcranial magnetic stimulation); *MMR* (measles, mumps, rubella); *NSU* (Non Specific Urethritis);

- назви газет та документів: *FT* (Financial Times); *NoW* (News of the World); *CV* (curriculum vitae);

- політичні та економічні об'єднання: *EU* (European Union); *LEPs* (Local Enterprise Partnerships);

- **фінансові терміни:** *Libor* (London interbank offered rate); *UKFI*(United Kingdom Financial Investments); *CPI* (consumer price index);*RPI*(retailpriceindex);

-**технічні терміни:***URL*(Uniform resource locator); *PPI*(Programmable peripheral interface); *UVM* (unique voicemail number);

- **назви навчальних установ:** *RCN* (RoyalCollegeofNursing); *RCGP*(Royal College of General Practitioners).

Висновки. Дослідження орфографічних особливостей зібраних ініціальних абревіатур показало, що переважна більшість такого типу скорочень пишеться з великих букв: *DNC* (Democratical national committee). Але зустрічаються також випадки написання скорочень з маленьких букв: *dpa* (District Publicity Assistant). Випадків відділення букв крапками не було зафіксовано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. "The Washington Post" (November 12, 2013) – [Електронний ресурс] – http://www.washingtonpost.com/
2. "The Guardian" (November 12, 2013) – [Електронний ресурс] – http://www.theguardian.com/uk

Дрюченко Ольга
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ПЕРЕКЛАД МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Вступ. В даній роботі розглянемо поняття тексту, більш глибше розглянемо що ж таке насправді медична термінологія, з чого вона складається, розглянемо що таке переклад а також в чому особливості медичного перекладу.

На сьогоднішній день медичний переклад є одним з най складніших та найвідповідальніших типів перекладів, тому що одна помилка перекладача, який працює з медичними текстами та документацію, може мати дуже плачевні наслідки. Тому кожному перекладачеві працюючому в сфері медичного перекладу, треба бути високо компетентним та уважним. Мати достатній рівень підготовки в галузі в якій він працює та високий рівень знання спеціалізованої термінології як на мові перекладу так і мові оригіналу.

1.Термін. Види термінів.

Науково-термінологічна лексика– один з основних лексичних компонентів таких функціональних стилів писемного мовлення, як науковий, офіційно-діловий і публіцистичний. Усі слова, які належать до термінологічної лексики, об'єднують у мові професійного спілкування загальною назвою „термін".

Термін (від латин. *terminus - межа, кінець*) - це слово або словосполучення, яке позначає чітко окреслене поняття певної галузі знання чи діяльності людини. Так, термінами економіки є такі назви, як *видатки, авіста, брутто-прибуток, господарський механізм, міжнародний поділ праці, повна сатисфакція боргових зобов'язань.*

Термін – це спеціальне слово, яке має дефініцію. Конкретний зміст поняття, визначеного терміном, стає зрозумілим лише завдяки цій ***дефініції*** – лаконічному логічному визначенню, яке зазначає суттєві ознаки предмета або значення поняття, тобто його зміст і межі.

Терміном може бути будь-яке слово, якому дана чітка дефініція, що означає поняття, яке суворо обмежує понятійну сферу. Терміном може стати й штучно утворене слово. У нових галузях знань у разі пошуку вдалого однослівного терміна можуть використовувати коротку дефініцію.

Більшість термінів – іменники (*ген, імунітет, біт, атом*), є терміни прикметники, що переважно є прикметниками, які перейшли в іменник (*колоскові, парнокопитні, типове*), рідко трапляються інші частини мови, зокрема, прислівники (*пристрасно*), дієслова (*рости – у ботаніці*).

За умови прискореного розвитку якоїсь галузі науки чи техніки починається активне відображення її досягнень засобами масового інформування, перехід окремих термінів зі спеціального використання в загальне, у зв'язку з чим терміни втрачають наукову точність, розширюються сфери їх використання. Відбувається їх детермінологізація.

При всій відмінності й багатогранності сучасних галузей наукового знання і властивих їм понять існує ряд спільних ознак, які визначають суть терміна як особливої мовної одиниці. Отже, основні **ознаки терміна**:

а) належність до певної термінологічної системи;

б) наявність дефініції (визначення);

в) однозначність у межах однієї терміносистеми;

г) точність;

д) стилістична нейтральність;

є) відсутність синонімів та омонімів у межах однієї терміносистеми;

є) відсутність експресивності, образності, суб'єктивно-оцінних відтінків.

1. **Системність**. Кожний термін входить до певноїтерміносистеми, у якій має термінологічне значення. За межами своєї терміносистеми термін може мати зовсім інше значення, пор: ***ножиці*** *цін* "розбіжність рівнів і динаміка цін у сфері міжнародної торгівлі на окремі групи товарів" і значення загальновживаного слова *ножиці*.

2. **Точність**. Термін повинен якнайповніше й найточніше передавати суть поняття**,**яке він позначає: *короткотерміновий кредит, чекодавець*. Неточний термін може бути джерелом непорозумінь між фахівцями, тому іноді говорять, що науковці спершу домовляються про терміни, а вже потім приступають до дискусії. Так, кандидат економічних наук О.Петрик вважає, що

термін *аудит* слід використовувати зі значенням "незалежна перевірка та підтвердження фінансової бухгалтерської звітності незалежним професіоналом щодо її достовірності, повноти та законності"; уживання цього терміна органами Державної податкової адміністрації України вона вважає неправомірним. Оскільки нові поняття сучасної науки досить складні, то для точного називання їх часто використовують багатослівні терміни, наприклад: *міжнародна фінансово-господарська операція, Міжнародне товариство міжбанківських фінансових телекомунікацій.*

3. **Тенденція до однозначності** в межах своєї терміносистеми. Якщо більшість слів загальновживаної мови багатозначні, то більшість термінів - однозначні, що зумовлено їхнім призначенням. Проте повністю усунути багатозначність (найчастіше двозначність) з терміносистем не вдається.

Термінології не властива багатозначність. Якщо ж термін має кілька значень, кожне з них належить до різних термінологій. Наприклад, значення термінів *стопер* та *стела: стопер* – 1) машина для буріння свердловин, спрямованих уверх; 2) захисник у футболі та деяких інших спортивних іграх; *стела* — 1) вертикальна кам'яна плита або стовп з рельєфним зображенням чи написом; 2) центральна частина стебла й кореня вищих рослин, у якій міститься провідна система всіх осьових органів.

У межах конкретної галузевої термінології термін в ідеалі має бути однозначним, щоб забезпечити точність передачі наукового поняття. Однак існують випадки порушення цієї вимоги. Так, слово *караул* має такі значення: 1) збройна варта, сторожа; 2) збройний підрозділ для охорони військових об'єктів або для віддання військових почестей; 3) несення охорони; 4) місце, де розташована варта, сторожа. *Репертуар* — 1) сукупність творів, які виконуються в театрі за певний час; 2) ролі, в яких виступає актор; 3) добір музичних, літературних творів тощо, з якими виступають актор, співак, музикант, читець.

Наявність багатозначних термінів у межах однієї наукової галузі є виявом невпорядкованості конкретної термінології. До недоліків термінології відносять також синонімію

термінів: *мовознавство — лінгвістика, алфавіт — абетка, орфографія — правопис, багатозначність — полісемія, значення — семантика*. Про досконаліть термінології можна говорити, коли дотримується таке правило: кожен термін називає одне поняття, кожне спеціальне поняття позначається одним терміном. Синонімія і багатозначність у термінології порушують вимогу однозначної відповідності між терміном і позначуваним ним поняттям.

4. **Наявність дефініції**. Кожний науковий термін має дефініцію (означення), яка чітко окреслює, обмежує його значення. Так, дефініцією терміна *аудиторський висновок* є вислів "документ, що містить результати аудиторської перевірки".

Деякі термінознавці називають і такі ознаки (або вимоги) до терміна:

- нейтральність, відсутність емоційно-експресивного забарвлення;
- відсутність синонімів (справді, розвинена синонімія ускладнює наукове спілкування: *форфейтинг - форфейтування, жирант - індосант, профіцит- прибуток - зиск - вигода*);
- інтернаціональний характер (знаючи терміни-інтернаціоналізми, легко спілкуватися з іноземними фахівцями, читати іншомовну літературу, проте їхні значення непрозорі і це ускладнює, зокрема, навчальний процес: *рамбурсація, ампліація, лаж*);
- стислість (дуже зручно користуватися короткими термінами, але не завжди вдається утворити короткий термін, який би при цьому був ще й точним, наприклад: *акредитив з платежем на виплат*);
- здатність утворювати похідні, наприклад: *зношення - зношування - зношеність - зношуваний.*

Проте усе це - вимоги до ідеального терміна, на практиці ж далеко не завжди вдається утворити термін, який би відповідав усім вищеназваним вимогам.

2. Поняття термінології.

Від слова ***термін*** утворено слово ***термінологія,*** яке означає сукупність термінів з усіх галузей знання (або однієї галузі знання). Науку, що вивчає українську термінологію,

називають ***термінознавством***.

Термінологія - 1) розділ мовознавства, що вивчає терміни (у цьому значенні все частіше використовують слово **термінознавство**); 2) сукупність термінів певної мови або певної галузі. Наприклад, можемо говорити про англійську, польську, російську, українську та ін. термінологію, а також про термінологію математичну, юридичну, хімічну, технічну тощо.

Галузеві термінології (тобто сукупності термінів конкретних галузей) називають терміносистемами, або термінологічними системами. На чому ґрунтується системність термінології?

Системність термінології зумовлена двома типами зв'язків, які надають множинам термінів системного характеру:

1) логічними зв'язками (якщо між поняттями певної науки існують системні логічні зв'язки - а вони є в кожній науці, - то терміни, які називають ці поняття, мають теж бути системно пов'язаними);

2) мовними зв'язками (хоча терміни позначають наукові поняття, вони залишаються одиницями природної людської мови, а відповідно їм властиві всі ті зв'язки, які характерні для загальновживаних слів - синонімічні, антонімічні, словотвірні, полісемічні, граматичні, родо-видові і т. д.). Академік Реформатський про ці особливості терміна сказав образно: "Термін служить двом панам - науці і мові".

Таким чином, термінологія - це не хаотична множина слів, а організована на логічному й мовному рівні система спеціальних назв.

3. Медична термінологія

Сучасна медична термінологія — поняття комплексне, до її складу входить кілька сот тисяч слів і стійких словосполучень, які складають термінологічну базу цілого ряду медико-біологічних дисциплін. Це природно сформована терміносистема, яка має багатовікову традицію. Характерна її особливість — використання латинської та грецької мов для утворення термінів. Однак у ній зустрічаються і терміни арабського, італійського, німецького, англійського і французького походження.

Один з найбільш значних розділів медичної термінології — клінічна термінологія. Вона поєднує назви галузей медичної науки, симптомів, хвороб, синдромів, функціональних реакцій, рефлексів, морфологічних порушень і методів досліджень. На відміну від анатомічної термінології, яка оперує в основному латинською лексикою, основу клінічної складають слова грецького походження. Поряд зі словами чисто грецького або латинського походження у клінічній термінології зустрічаються терміни-гібриди, утворені одночасно з грецьких та латинських компонентів. Наприклад: dysfunctio, onis f — порушення функції (dys — префікс грецького походження зі значенням «порушення, розлад», functio, onis f — латинський іменник зі значенням «виконання, здійснення, функція»).

Окремі клінічні терміни перекладаються українською мовою, як наприклад, subacutus, a,um — підгострий, але частіше вони транслі- терируються: syndromum, i,n — синдром. Більшість клінічних термінів — інтернаціональні.

За структурою розрізняють прості, складні та складені клінічні терміни. Прості — це окремі іменники, які позначають конкретні поняття (наприклад: ulcus, eris n — виразка). Складені терміни утворюються за допомогою декількох окремих слів і можуть містити узгоджене, неузгоджене означення або те й інше одночасно. Наприклад: hyperkinesia cordis — гіперкінезія серця, dyspersia hepatica — печінкова дисперсія; enphysema pulmonum diffusum — дифузна емфізема легень. Складні терміни — це слова, утворені шляхом складання декількох грецьких або, рідше, латинських терміноелементів. Наприклад: ot-o-rhin-o-laryng-o-logia — розділ медицини, який вивчає захворювання вуха, горла і носа й методи їхнього лікування.

Розрізняють:

грецькі корневі терміноелементи, які звичайно, є еквівалентами до латинських анатомічних назв (наприклад: - myo - = musculus, i m);

кінцеві терміноелементи, які вказують на патологічні зміни, оперативні втручання та способи діагностування (наприклад: - poesis — кінцевий терміноелемент, зі значенням «утворення», «творення»);

афікси (префікси і суфікси, які мають стале семантичне значення). Наприклад: -Itis, itidis f — суфікс зі значеним «хвороба, запалення», hypo — грецький префікс зі значенням «нижче, під».

Багато терміноелементів можуть вживатися як на початку, так і наприкінці терміна. Деякі терміни з самостійним значенням можуть також використовуватися як кінцеві терміноелементи.

Оволодіння клінічною термінологією передбачає знання достатньо великого обсягу греко-латинських терміноелементів та способів конструювання складних термінів. При утворенні клінічних термінів використовується: суфіксальний спосіб творення іменників та прикметників (myoma, atisn — міома, доброякісна пухлина з м'язової тканині; lateralis, e — латеральний, боковий); префіксальний і префіксально-суфіксальний (dystonia, aef — дистонія, порушення тонусу; sublingualis, e — сублінгвальний, під'язиковий); а також спосіб складання основ (odontalgia, aef — зубний біль).

Особливості медичної термінології є те, що терміни усталені, латинського та грецького походження. Окрім того, обов'язковими є також знання термінології біологічної, хімічної, біохімії, фармакології, патанатомії, адже це близькі до медицини галузі. *Ще одна особливість медичної термінології - взаємопов'язаність з іншими групами.*

Лексика латинської мови настільки життєздатна, що на її основі створена та постійно поповнюється сучасна термінологія в усіх галузях нашого життя. Міжнародна термінологія медицини теж грецького та латинського походження.

Особливістю медичної термінології є наявність синонімів, дублетів грецького та латинського походження. Наприклад, окуліст (від лат. oculus - око), офтальмолог (від грецьк. ophtalm - око), medicus (лат. - лікар) - iatras, iatr (грецьк. - лікар) - звідси: медик, педіатр, медикаментозний (лат. - medicamentum - ліки) - фармацевтичний (від грецьк. pharmacon - ліки).

Терміни латинського походження - це переважно анатомічні назви, грецького - клінічні.

Згідно з вимогами до термінологічної лексики вживаються слова, зафіксовані в словниках, особливої уваги, чіткості вимагають саме дублети. Що стосується медичної термінологічної лексики, то

терміни-дублети стали твірними для багатьох слів. Слова з латинськими та грецькими коренями органічно увійшли в мову, підпорядковуючись її вимові, граматичним нормам.

Латинського - грецького походження:
albus - lenco (білий)
ruberbra, brum - erythro (червоний)
multus - poli, polis (багаточисельний)
muskulus - myo (м'яз)
nervus - neuron (нерв)
ventriculus - gastr (шлунок)
somnys - hypnos (сон)
mamma - mast (молочназалоза)
aqua - hydr (вода)
lingua - glossa (язик)

Ці слова дали корені для утворення нових, споріднених із ними: альбінізм - вроджена відсутність пігментації; еритроцити - червоні кров'яні тільця; вентикулярний - що стосується шлуночків серця; рубеола - (краснуха), червона висипка; мамолог - лікар, що займається проблемами захворювань молочної залози; вентральний - черевний; мастит - запалення молочної залози; лінгвальний - язиковий; неврит - запалення нерва; глососкероз - сухість язика; сомнамбулізм - лунатизм; глосагра - біль у язику; гіпноз - усипляння; гідремія - підвищений вміст води у крові; гастрит - ураження слизової оболонки шлунка; мускул - м'яз; міозит - запалення м'язів.

Медичні терміни – це спеціальні слова або словосполучення, що дають точне визначення чи пояснення предметам, діям у галузі медицини.

Однією з особливостей медичної термінології є поділ її на групи.

I група – анатомічні терміни – назви частин людського тіла та їх складових органів: *кістка, м'яз, нижня кінцівка, скелет, стопа.*

II група – клінічні терміни – слова чи словосполучення, що вказують на назви захворювання та методи обстеження, діагностику, лікування.

Хірургія: *апендицит, виразка, непрохідність, грижа, гострий холецистит.*

Урологія: *ниркова коліка, гострий простатит, гостра затримка сечі.*

Терапія: *гастрит, запалення легенів, бронхіальна астма.*

III група – фармацевтичні – назви хімічних речовин, лікарських препаратів, їх функції та дія на людський організм: тусупрекс, нітрогліцерин, мукалтін, сустак.

За будовою медичні терміни поділяють на прості, складні й складені.

Прості терміни виражені, як правило, іменниками: *стегно, скроня, повіка, пухир, клофелін, фуросемід.*

Складні терміни утворені складанням кількох основ або цілих слів: *протигарячковий, кровотеча, порохоподібний, плазмозамінник.*

Окрему групу становлять складені терміни: *Аддіса-Каковського проба; Аддісона-Бірмера анемія (терміни – епоніми);адамове яблуко; диплегія лицева природжена, канал шийки матки, міоцит серцевий.*

Складені терміни об'єднуються навколо заголовного слова, утворюють з ним гніздо: *ритм коронарного синуса; правошлуночкова серцева недостатність, ритм серця синусовий.*

Прізвища вчених у складеному терміні-епонімі пишуться переважно з великої літери.

Складні терміни, які пишуться через дефіс: *гамма-ритм; лопатково-ключичний, демоз-Н, апо-індометацин, бета-хвилі та інші.*

У медичній термінології затверджена група термінів-абревіатур, наприклад: *АТФ, СНІД, ДОКСА, ДНК, РНК, ЕКГ та ін.*

Одне поняття може виражатися кількома термінами-синонімами:

синюшність – ціаноз, синява, синюха;

синхондроз – сполучення хрящове;

токсикодермія – екзантема токсична, токсидермія, токсикодерма.

Синонімія на етапі створення і нагромадження наукових термінів була бажаною і потрібною. Вона давала можливість вибирати для наукової праці найвідповідніші терміни, а після

утвердження котрогось з них здійснювався остаточний вибір.

Можна виділяти ще медичні терміни-метафори: *симптом барабанних паличок, симптом намистинки, симптом метелика, симптом черв'ячка, симптом хоботка.*

Зупинимося на процесі виникнення медичних термінів.

Термінологія медицини – одна з найскладніших терміносистем сучасної науки. Загальна кількість медичних термінів невідома. Термінологія сучасної медичної науки – це відкрита система, в якій спостерігається постійний процес виникнення нових термінів.

Українська наукова медична термінологія формувалася на власному ґрунті й одночасно сприймала латино-грецький та осмислювала світовий термінологічний досвід.

В основі української медичної термінології лежать два основних джерела – народна побутова мова і мова наукова. Співвідношення цих двох початків виразно простежується при проведенні семантичного аналізу матеріалів, що мають певне відношення до медичної проблематики. Хоча медицина обрала для себе власний шлях творення термінів за допомогою морфем класичних мов, які не обмежені додатковим змістом і виступають як чисті символи, їй також притаманні назви, утворені шляхом перенесення значення, що свідчить про нероздільний зв'язок термінологічних систем із загальною мовою та про розвиток за її законами.

Одним із джерел поповнення української медичної термінології є загальнонародні слова, які ми називаємо **побутовизмами.**Розширення системи національної медичної термінології шляхом використання побутовізмів зумовлено законом вторинної номінації (називання).

Одним із значущих способів вторинного називання та збагачення медичних термінів є асоціативний принцип. З усіх видів асоціацій у медичній термінології найчастіше творяться найменування за допомогою асоціативності за подібністю.

Серед загальновживаних слів, зокрема побутового призначення, можна виділити кілька тематичних груп, з яких той чи інший термін взято. Серед них:

- назви речей хатнього вжитку: *миска, таз* (миска ниркова, таз); *чашка, чашечка* (чашечки нирки великі, чашечки нирки малі); *голка*(гістологічна, дерматологічна, ін'єкційна); *сито* (молекулярне); *лійка* (вушна, гіпоталамуса, решітчаста);

- назви речей господарського призначення: *мішок* (аневризматичний, ендолімфатичний, киловий, сльозовий); *мішечок* (альвеолярний, волосяний, еліптичний, зубний), *сідло, сідло турецьке* (заглибина на верхній поверхні клиноподібної кістки, де міститься гіпофіз); *вуздечка*(верхньої губи, нижньої губи, язика); *вузлик* (долонний, лімфатичний, фібрознопиловий); *ланцюг* (важкий – поліпептидний ланцюг); *замок*(кістковий); *цвях* (Єланського, Сміт-Петерсена – пристрої для з'єднання переломів);

- назви частин будівель і будівельних пристроїв: *поріг* (виведення, видимості, відчуття); *вікно* (завитки вуха, присінка вуха); *вічко* (маткове, сечоводу); *присінок* (гортані, кісткового лабіринту, носа, піхви, рота); *покрівля* (барабанної порожнини, четвертого шлуночка); *сходи* (барабанні, присінкові); *ворота* (інфекції, легені, лімфатичного вузла, надниркової залози, нирки, печінки, селезінки);

- назви вживаних у побуті предметів: *гребінці* (шкіри); *гребінь* (ампельний, головки ребра, кістки лобкової); *калитка* (чоловічих статевих залоз); *кишеня* (гіпофізарна, пародонтальна, ясенна); *паличка* (ботулізму, дифтерії); пояс (плечовий, тазовий); *стремено* (одна зі слухових кісточок барабанної порожнини); *сумка* (волосяна, кришталика, сальникова, слизова).

Термінами такого типу можуть бути ландшафтні назви (*долина мозочка, ямка скронева, шлях зоровий, кірково-спинномозковий, шляхи нюхові*), реалії сільськогосподарських робіт (*борозна барабанна*), назви тварин (*жаба грудна*);

військові терміни (*шолом сухожилків*), релігійні реалії (*чотки рахітичні*), назви рослин (*ячмінь*), назви мінералів (*камені ниркові, оксалатні*) та інше.

3. Переклад. Поняття перекладу.

Пере́клад – відтворення оригіналу засобами іншої мови із

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

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

Переклад є однією з важливих форм міжкультурних взаємин. Оскільки знання іноземних мов і в давні часи, і сьогодні не можна назвати масовим, перекладачі виступають посередниками між народами, які спілкуються в найрізноманітніших сферах життя. Окрім посередницької функції, перекладні твори виконують і творчу, продуктивну місію, бо завжди були важливим стимулом розвитку національних мов, літератур, культур.

Спочатку переклад виконувався винятково людиною, але були спроби автоматизувати та комп'ютеризувати переклад текстів природними мовами (машинний переклад) (англ. *MT — Machine Translation*) або використовувати комп'ютери як допоміжні засоби під час перекладу (автоматизований переклад) (англ. *CAT — computer aided translation*).

4. Медичний переклад та його особливості.

Переклад медичних текстів і висновків - дуже затребуваний вид перекладу, але в той же час один з найбільш складних і відповідальних. Даний жанр передбачає стовідсоткове розуміння перекладачем тексту оригіналу і копітку роботу зі словниками і довідниками. Тут не можна фантазувати і вгадувати, адже від точності перекладу нерідко залежить медичний діагноз, призначається лікування і, як наслідок, життя пацієнта. Плюсами даного виду перекладу є наявність великої кількості паперових та електронних словників і довідників, а також сам зміст перекладаються текстів, адже з них можна отримати багато цікавої і

корисної інформації, яку можна використовувати не тільки "для загального розвитку ", але і для підтримки власного здоров'я і здоров'я близьких.

Мінусами є трудомісткість і відповідальність, оскільки медичні тексти рясніють не тільки латинськими назвами, а й всілякими скороченнями. Нерідко в переклад віддають рукописні тексти, а почерк у лікарів не завжди розбірливий.

Розглянемо наступні види медичних перекладів:

• переклад медичних аналізів, які містять масу скорочень, де кожна часом зовсім нечитабельна буква або цифра щось означає. (Пр .: HEENT - Head, Eye, Ear, Nose and Throat Examination; Bilateral BKA - below-knee amputation; Heart: S1 - The first heart sound, S2 - The second heart sound which marks the beginning of diastole).

• переклад інструкцій до медичного обладнання, де потрібно не тільки добре розбиратися в медичних питаннях, а й мати деякі технічні пізнання. (Пр. Acetal resin 'ацеталь', Centering ferrule 'центральна ізоляційна трубка', Melting chamber 'плавильна камера ', Relative mould' форма для відливання штучного зуба ', Flask 'Зуботехніческая кювету').

• переклад спеціалізованих текстів. В цьому випадку з такими текстами потрібно враховувати, що тексти суміжної тематики можуть бути насичені абсолютно різної термінологією. Наприклад, в описі двох аутоімунних захворювань можуть зустрічатися різні терміни. (Пр .: Scleroderma - Backflow, cramping, fecal impaction, fibrosis, morphea; Systemic Lupus erythematous - musculoskeletal, glomerulonephritis, chorea, seizure).

Одним з аспектів використання медичної термінології є робота з Міжнародною анатомічною номенклатурою, а також вільне володіння топографічними орієнтирами, площинами і осями, що застосовуються при описі морфології. (Пр .: Reg. frontalis 'лобова область', Reg. Nasalis 'область носа', Fossa infraclavicularis 'підключичної ямка', Reg. sacralis 'крижовий область', Palma manus 'долоню кисті', Angulus costae 'кут ребра', Processus pyramidalis 'пірамідальний відросток (піднебінна кістка)', Decussatio pyramidum 'перехрещення пірамід (розрізи довгастого мозку)', Fenestra cochleae 'вікно равлики').

Зробити якісний медичний переклад здатний не кожен лінгвіст, так як специфіка тексту таїть в собі безліч труднощів.

Це здатний зробити досвідчений перекладач, працюючи разом з медичний спеціалістом. Для підвищення кваліфікації, перекладачеві, який займається перекладом медичної літератури, слід відвідувати різноманітні тренінги та лекції на медичну тему англійською мовою. Завдяки цьому перекладач зможе дізнатися багато особливостей вживання медичних термінів на англійській мові. Гіппократ сказав, що «медицина воістину є найблагородніша з всіх мистецтв », а робота перекладача полягає в тому, щоб усунути будь-які мовні бар'єри і дати лікарям можливість виконувати своє основне завдання - рятувати життя пацієнта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. https://studopedia.com.ua/1_28458_terminologiya-yak-sistema-termin-ta-yogo-oznaki.html
2. http://b-ko.com/book_111_glava_129_%C2%A7204._%D0%97%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D0%B2%D1%96%D0%B4.html
3. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4
4. Особенности перевода медицинских текстов Т.С. Хайновская http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/29121/1/153-154.pdf

Заіка Віталій Миколайович,
студент 4 курсу, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

СТИЛІСТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Вступ. У словниковому складі мови відбуваються значні кількісні та якісні зміни, причиною яких слугують економічна глобалізація і розвиток бізнесу, стрімкий розвиток і впровадження сучасних інформаційних технологій у всі сфери нашого життя. Комп'ютеризація соціального життя призводить до того, що багато неологізмів, які пов'язані з інформаційною революцією, належать одночасно сфері сучасної техніки, економіки, політики, медицини та іншим сферам суспільства.

Основна частина. Проблемою неології займалися такі вчені, як Ю.О. Жлуктенко, В. І. Заботкіна, Ю.А. Зацний, І.І. Мурко, Н.О. Рябокінь та інші [1; 2; 3; 4; 5].

Термін «неологія» вживається дослідниками в двох значеннях:

1) наука про неологізми;

2) сукупність неологізмів.

Що стосується самого терміну, то неологізм(від грец. νέος – молодий, новий і λογισμός – судження, вислів) – новостворений термін, слово або фраза, що перебуває в процесі входження в загальне використання і ще не включений до загальновживаної мови, є новим або за формою або за змістом.

Серед неологізмів можна виділити:

1. Власне неологізми (новизна форми поєднується з новизною змісту): *playlistism* – плейлистизм, дискримінація за ознакою музичних вподобань, *netiquette* – нетікет, правила поведінки в мережі Інтернет.

2. Трансномінаційні неологізми, які поєднують новизну форми слова зі значенням, яке вже передавалося раніше іншою формою: *umbrella* – політичне прикриття, *big C* – рак.

3. Семантичні інновації, або переосмислення (нове значення позначається формою, котра вже була в мові): *bread* – гроші, *drag* – нудьга.

Неологізм проходить кілька стадій соціалізації (прийняття в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мові).

Особливістю неологізмів є те, що вони досить пізно фіксуються, або взагалі не фіксуються словниками. У перекладацькій практиці, у тих численних випадках, коли відсутній еквівалент перекладу, при передачі неологізмів з англійської мови на українську використовується ряд прийомів: транслітерація; транскрибування; калькування; описовий переклад або експлікація; пряме включення.

Транслітерація – механічна передача тексту й окремих слів, які записані однією графічною системою, засобами іншої графічної системи при другорядній ролі звукової точності, тобто передача однієї писемності літерами іншої. Наприклад: *hackerazzi* – хакерацці, людина, яка зламує електронну пошту знаменитостей, їх рахунки для отримання певних даних з комп'ютера;*lostaphile* – лостофіл, фанатичний прихильник серіалу Lost («Залишитися в живих»);*blonder* – блондер, молодий хлопець, котрий зав'язує стосунки тільки з білявками.

Транскрибування– механічна передача тексту й окремих слів, які записані однією графічною системою, засобами іншої графічної системи при головній ролі звукової точності, тобто передача однієї писемності літерами іншої, але з врахуванням фонетичного звучання слова. Наприклад:*brandalism* – брендалізм, завішування фасадів міських будівель потворними рекламними постерами;*oprahization* – опраізація, зростаюча тенденція сповідатися на людях, чому немало посприяло популярне телешоу Опри Уінфрі.

Калькування – копіювання іншомовного слова за допомогою свого, незапозиченого матеріалу, або поморфемний переклад іншомовного слова, відтворення не звукового, а комбінаторного складу слова або словосполучення, коли складові частини слова (морфеми) чи фрази (лексеми) перекладаються відповідними елементами мови, що здійснює переклад: *word of mouse*–слово миші, інформація поширена через чати і блоги; *garage mahal* – гараж– махал, багатоповерховий гараж або парковка.

Описовий переклад, або експлікація – прийом перекладу, який полягає в описі засобами іншої мови певного поняття.

Наприклад:*outernet* – традиційні засоби масової інформації (які протиставляють Інтернету), або реальне життя; *Arab Spring* – Арабська весна, – словосполучення, яким стали позначати революційні події в Лівії, Сирії, Єгипті та інших арабських країнах.

Останнім часом досить розповсюдженим і популярним став прийом прямого включення, котрий представляє собою використання оригінального написання англійського слова в іншомовному тексті. Використання способу прямого включення може бути виправдано в тих випадках, коли неологізм неможливо передатижодним з розглянутих способів перекладу у зв'язку зі специфічністю його звучання або написання: *iPad, iPod, Apple.*

Висновки. Основними критеріями, які повинні бути прийнятідо уваги перекладачем при пошуку відповідності англійського неологізму в українській мові, є стислість і однозначність тлумачення, тому запропонований перекладачем варіант повинен бути в першу чергу зрозумілим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Жлуктенко Ю.А. Неорганический язык в многоязычной ситуации // Языковые ситуации и взаимодействие языков. – К.: Наукова думка, 1989. – С. 22–42.
2. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка: Учеб. пособ. для ин-тов и фак. иностр. яз. / Заботкина В.И. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
3. Зацний Ю.А., Янков А.В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. – 360 с.
4. Мурко І.І. Зміни в повсякденному житті носіїв американського та британського національних варіантів і поповнення словникового складу сучасної англійської мови / Вісник Сумського державного університету, 2002. – № 4. С 138–144.
5. Рябокінь Н.О.Поняття і сутність неологізмів в дослідженнях сучасних авторів / Монографічне видання "Гуманітарні науки: сучасна наукова парадигма". – ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2017. – С. 17-24.

Запара Сергій Анатолійович,
студент 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Вступ. Сучасна тенденція до аналізу текстів у комунікативно-прагматичному аспекті призводить до виникнення низки інноваційних підходів не тільки до проблеми класифікації текстів, але й до тлумачення самого поняття «текст».

Основна частина. Різними дослідниками текст характеризується з різних аспектів як основна одиниця комунікації, засіб зберігання і передачі інформації, форма існування культури, продукт певної історичної епохи, індивідуальну мовленнєву форму відображення дійсності (Гальперін І.Р., Каменська О.Л., Колегаєва І.М., Кухаренко В.О., Радзієвська Т.В., Тураєва З.Я., інш.) [1]. У загальному представленні текст доцільно визначити як будь-яку вербалізовану подію мовленнєвої діяльності людини незалежно від форми або способу вербалізації. Отже текстами вважаються як писемні, так і усні структурно, семантично і комунікативно завершені повідомлення. Для лінгвістичних досліджень останніх десятиріч характерним є зростання інтересу до вивчення текстів масової комунікації, зокрема, текстів реклами. Важко заперечувати той факт, що реклама у наш час активно проникає в мовлення. Такий факт не може залишити розвиток реклами як мовного явища без уваги вчених-лінгвістів. Рекламу можна розглядати, як форму комунікації, яка намагається перевести якості товарів і послуг, ідеї на мову потреб і запитів споживача. Рекламний текст – складне семіотичної ціле, що являє собою вільну – як лінійну, так і нелінійну – послідовність знакових

одиниць, максимально пристосований для виконання головного завдання – просування на ринок продукту, що рекламується. Рекламний текст як предмет лінгвістичного дослідження є об'єктом аналізу як зарубіжних, так і вітчизняних мовознавців, які досліджують рекламні тексти в різних аспектах: 1) загальний лінгвістичний опис рекламних текстів (К. Бове, О.І. Зелінська, О.В. Медведєва, Г.Г. Почепцов); 2) дослідження певного аспекту реклами: прагмалінгвістичного (Ю.Б. Корнєва, Т.М. Лівшиц, І.П. Мойсеєнко, Ю.В. Сильвестров, Е.С. Тернер); психолінгвістичного (Е. Макгрегор, Ю.О. Сорокін, Є.Ф. Тарасов); когнітивного (О.В. Анопіна, В.І. Охріменко, О.Є. Ткачук-Мірошниченко); 3) власне лінгвістичний аналіз рекламних текстів на різних мовних рівнях: фонетичному (О.А. Ксензенко, І.О. Лисичкіна); лексичному (І.О. Соколова, С.А. Федорець); морфологічному (О.І. Зелінська, В.В. Зірка, Є.П. Ісакова); синтаксичному та структурно- семантичному (О.І. Зелінська, Н.Л. Коваленко, Ю.Б. Корнєва, О.В. Медведєва); аналіз текстових категорій у рекламі (Н.Т. Гуменюк, Н.Л. Коваленко, М.Л. Крамаренко, Т.М. Лівшиц); 4) дослідження рекламного дискурсу (Н.В. Вертянкіна, Н.Л. Волкогон, А.О. Дедюхін, І.О. Лисичкіна, А.І. Раду, О.Є. Ткачук-Мірошниченко) тощо.

Рекламні тексти різноманітні за своєю формою і змістом. Це може бути щира порада і жарт, переконливий аргумент фахівця й емоційний відгук покупця, заклик до дії або вдало використана крилата фраза тощо. Для з'ясування закономірностей використання мови при створенні рекламних текстів наявний фактичний матеріал було розподілено за структурними типами. В основу такої класифікації було покладено спрямованість рекламного тексту та наявні у ньому ключові слова. Всього було виділено шість типів рекламних оголошень: 1. Спонукальний, або реклама-заклик; 2. Власне інформативний; 3. Контактний, або психологічний; 4. Експресивно-оцінний; 5.Асоціативний, або реклама-девіз; 6. Реклама-загадка.

У 1896 році американський рекламіст Елмер Левіс запропонував першу і найвідомішу сьогодні рекламну формулу AIDA (attention – interest – desire – action, тобто увага – інтерес – бажання – дія). Саме за цією формулою побудовані тексти

спонукального типу. Суть формули полягає в тому, що ідеальне рекламне звернення (маємо на увазі не тільки текст, але рекламу в цілому) у першу чергу повинно привертати увагу. Йдеться про зовнішній бік реклами, зокрема, малюнок, який може мати яскраве кольорове оформлення тощо. Три наступні складові прямо пов'язані з текстом. Привернувши увагу аудиторії, реклама повинна утримати її інтерес. Для цього звернення може містити гарантію задоволення потреб адресата реклами. Крім того, воно має викликати бажання спробувати запропонований товар чи скористатися послугою.

За своїм змістом власне інформативний тип оголошень близький до зразків офіційно-ділового стилю. Найчастіше головною метою таких текстів є бажання викликати у споживача довіру, для чого уникають використання вищих ступенів порівняння, невизначеності, розповідаючи все повністю й правдиво.

Оголошення контактного, або психологічного типу, за своєю структурою знаходяться якнайближче до потенційного споживача, спрямовані саме на нього. Таке наближення забезпечує використання особового займенника Ви (зрідка ти) або присвійних займенників Ваш, твій як “ключового” слова.

Тексти рекламних оголошень експресивно-оцінного типу відрізняються від інших широким використанням емоційно-забарвлених мовно-стилістичних засобів.

У композиції тексту реклами-девізу найважливішу роль відіграє слоган. Саме слово "слоган" походить від двох гальських слів, що в перекладі означають "армія” і "клич", тож виходить, що слоган − це "бойовий клич" фірми. Отже, слоган − це чітке, зрозуміле й лаконічне формулювання рекламної ідеї, яке легко сприймається і запам'ятовується.

До категорії реклами-загадки відносимо рекламні оголошення, на яких зображення товару супроводжується завданням або загадкою, що його стосується.

Крім того, можна б було виділити й ще одну − проміжну, або змішану − групу рекламних текстів. Адже деяким оголошенням притаманне одночасне поєднання характерних рис кількох типів.

Дослідивши рекламний текст, ми можемо його умовно поділити на 4 основні частини:

1) слоган;
2) заголовок;
3) основний рекламний текст;
4) фраза-відлуння.

Присутність у кожному рекламному тексті всіх складових не є обов'язковою. Хоча, присутність рекламного заголовка є майже обов'язковою. Наявність інших частин визначається видом товару (послуги) й залежить від деяких інших характеристик.

Заголовок – найважливіша вербальна частина реклами. Звичайно, в ньому виражається суть рекламного звертання та основний рекламний аргумент. За даними досліджень, близько 80% читачів, прочитавши заголовок, не читають основний рекламний текст. Відомо, що мета рекламного заголовку полягає в тому, щоб привернути увагу аудиторії і викликати інтерес до рекламованого товару або послуги. Рекламний заголовок повинен містити рекламне звернення і головний рекламний аргумент, що згодом розвивається в основному рекламному тексті. Наприклад: ***Looking for a drive through wedding chapel? Try Vegas,*** *Why a touch of Hyatt, means a touch more especially on the weekend?, Wouldn't you pay a little more than economy fare for a first class seat?, Ever slept under the stars? Welcome to the new Emirates A340-500. Unique mood lighting lets you sleep easy, Chicagoans have a reputation for being weird. Wrong, it is just that they have a river flowing backwards.*

Можна помітити що слоган дещо подібний до рекламного заголовку, але слоган і рекламний заголовок є різними елементами реклами. Мабуть, найголовнішою характеристикою слогана (яка не стосується жодного з інших елементів реклами, за винятком назви торговельної марки) – це те, що він відбиває сутність, філософію фірми, її корпоративну політику в різних областях. Причина в тім, що фірми або компанії, особливо великі, можуть робити сотні й тисячі різних найменувань товарів. У кожного найменування свій життєвий цикл. Використати слоган у кожній рекламі цих товарів не ефективно, тому що рекламний заголовок відбиває всю специфіку даного товару або послуги в певний момент його життєвого циклу й для його цільової групи. Тобто, навіть для того самого товару не завжди прийнятно використовувати однаковий заголовок. Типовим

прикладом є реклама авіакомпанії KLM, салоганом якої є *«KLM. The reliable airline» - КЛМ. Надійна авіалінія, «It's time to fly» - Час літати, «Something special in the air» - Щось особливе в повітрі, «The Wings of Man» - Крила Людини* та слогани туристичних компаній такі як: *«YoucandowhatchawannainNewOrleans» – Ви можете робити що завгодно в Новому Орлеані, «HongKongwilltakeyourbreathaway», **«Virginia Is for Lovers»** - Вірджинія - країна закоханих, **«What Happens Here, Stays Here»** - Все, що трапляється тут, тут же і залишається», Лас-Вегас.*

Предмет реклами також впливає на стиль рекламного тексту, що зокрема відзначає автор відомої книги «Advertising as Communication» – Джилліан Дайер: «Мова (реклами) часто є дотиковою та пестливою. Вона використовує прикметники дотику, форми та фізичного комфорту. Суть цього у тому, щоб надати значенню продукту тону, ритму та асоціативності»[3, с. 133].

Рекламний текст намагається передати властивості рекламованого продукту як за допомогою образів, так і за допомогою мови. Наприклад*: Outside, our streets, viewpoints and waterfronts can be as inspirational as our galleries. Sir John Betjeman described the graceful curve of Newcastles Grey Street as finer than Londons Regent Street, and the iconic Gateshead Millenium Bridge has won a clutch of awards including the RIBA Stirling Prize for architecture - strolling across when its lit up at night is truly magical. За красою наші галереї можуть зрівнятись хіба що з нашими вулицями та краєвидами. Сер Джон Бетжеман порівняв граційний вигин вулиці Грей у Ньюкаслі з вулицею Регент у Лондоні, а міст Гейтсхед Міленіум, що завоював безліч винагород, серед яких і RIBA Stirling Prize за архітектуру, є незамінним для нічної прогулянки під світлом ліхтарів.*

Незважаючи на загальні форматні ознаки, які дозволяють виділити рекламу в окрему групу текстів масової інформації, рекламні тексти відрізняються нескінченною розмаїтістю. Важливо розуміти - для того, щоб якось систематизувати цю нескінченну розмаїтість графічних образів і словесних форм вираження, доцільно вдатися до такого способу класифікації, який дозволить найбільш повно відбити сутність розглянутого питання. Для багатьох практиків рекламної діяльності текст іноземної мови служить тільки

засобом для розуміння ідеї рекламованого продукту, сам же текст часто пишеться заново мовою країни споживача, враховуючи особливості його національної специфіки. У тих випадках, коли точний переклад є недоречним, перекладач користується приблизними за змістом фразами, які обов'язково повинні враховувати традиційні етнічні, національні й соціальні особливості, стереотипи поводження конкретної аудиторії, на яку спрямована продукція, позначена в рекламному тексті [2].

Дослідник творчого процесу перекладу А. Лілова розцінює переклад рекламних текстів, як «творчість на мовному рівні», тоді як переклад художніх текстів – як «творчість, пов'язану з художньо-образним мисленням».

Висновки. Підсумовуючи даний матеріал, варто зазначити, що рекламний текст містить у собі цілий ряд екстралінгвістичних компонентів і буде адекватно сприйнятий при їх гармонічному сполученні. Цей фактор є значимим при перекладі реклами, тому що перекладач повинен враховувати, що, зневажаючи цими компонентами, не вдасться перекласти рекламний текст із найбільшою ефективністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бархударов Л.С. Уровни языковой иерархии и перевод. – Тетради переводчика., 6 вып. – М.: Высшая школа, 1969. – 230 с.

2. Розенталь Д.Э. Язык рекламных текстов: Учеб. пособие для фак. журналистики вузов / Д.Э. Розенталь, Н. Н. Кохтев. - М.: Высш. шк, 1981. - 125 с.

3. Dyer G. Advertising as Communication. – L.: Routledge, 1995. – 140 p.

Запотоцька Олена Василівна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права

Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ СИСТЕМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ГАЛУЗІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Вступ. Словниковий склад мови визначає можливості для вираження тих чи інших понять чи предметів для їх точного й виразного визначення. Відсутність в мові визначення відомого поняття являється однією з найбільших перешкод для його передачі в мові. Зазвичай ці перешкоди долаються шляхом створення нового слова чи запозичення слова з іншої мови.

Кожна область життя й знання характеризується своїм колом найменувань, якими слід оволодіти кожному, хто має з ними справу. Необхідність найменувань являється елементарною умовою точності самої мови.

Підкреслюючи важливість найменувань, слід звернутися до термінів. Терміни, які служать для точного визначення понять з області науки і техніки являються найвищим розрядом найменувань.

Основна частина. Проблемами термінології глибоко займались такі лінгвісти як Г.О. Винокур, А.А. Реформатський, О.С. Ахманова, В.П. Даниленко, Н.З. Котелова, С.В. Гринєв та інші. Більшість дослідників признає, що термінологічність – одна з основних стильових рис наукового стилю, інформативне ядро лексики мов науки. Під терміном, зазвичай, розуміється мовний засіб вираження спеціального поняття.

О.С.Ахманова визначає **термін** як "слово чи словосполучення спеціальної (наукової, технічної і т.п.) мови, яке створене (отримане, запозичене і т.п.) для точного вираження спеціальних понять і позначення спеціальних предметів" [3, с.54].

В.П.Даниленко також дотримується точки зору, що "**термін** – це слово (чи словосполучення) спеціальної сфери застосування, яке називає спеціальне поняття".

Словник, в свою чергу, дає таке визначення слова "**термін**": Термін (лат. *terminus* "границя, кінець, межа") – це спеціальне слово чи словосполучення, що прийняте в певній професійній сфері і застосовується в особливих умовах. Термін представляє собою словесне означення поняття, яке входить в систему понять певної області професійних знань.

Мови для спеціальних цілей як область існування спеціальної лексики нерозривно пов'язані з національною мовою. На базі літературної мови формується мова науки – самостійна функціональна підсистема зі своїм інвентарем засобів вираження спеціальних понять (знаків), правилами їхньої організації й оцінки. Термінології належить у ньому центральне місце [5, с.104].

У сучасному термінознавстві термінологія розглядається як терміносистема. **Терміносистема** – сукупність одиниць спеціальної номінації деякої галузі діяльності, ізоморфна системі її понять і така, що обслуговує її комунікативні потреби. У свою чергу, термін трактується як елемент терміносистеми. Незважаючи на значні розбіжності із цих питань, думки вчених сходяться в тому, що для свого правильного розуміння термін вимагає спеціальної дефініції (точного наукового визначення), а визначення терміна – це пояснення його понятійного змісту.

Інформатика – порівняно молода наука. Вона з'явилася кілька десятиліть назад, а розвивалася й розвивається в основному на тлі сучасних досягнень науки й техніки. Інформатика з моменту виділення в самостійну предметну галузь стала бурхливо розвиватися в багатьох країнах. Цим пояснюється **міжмовна інтерференція**, яку можна помітити не тільки як процес активної асиміляції запозичень із інших мов, але і як процес адаптації термінів-кальок, наприклад: *computing system catalog – комп'ютерний системний каталог, Computer GraphicsInterface (CGI) – інтерфейс комп'ютерної графіки.*

Внутрішньомовна інтерференція обумовлена субординативним білінгвізмом, що виражається в переносі знань, умінь та навичок з рідної мови в іноземну.

Тематична інтерференція в комп'ютерній термінології викликана міжпредметними зв'язками інформатики. Дослідження

показало, що комп'ютерні терміни мають найтісніші зв'язки з термінами суміжних предметних галузей (математики, обчислювальної техніки, радіоелектроніки). Тут значення термінів практично однакові, можна сказати, копіюють одне одного. Варто помітити, що міжпредметні зв'язки між інформатикою та юриспруденцією, інформатикою та економікою, інформатикою та медициною тощо, також досить близькі. Ми не можемо говорити про повну відповідність, наприклад, медичних термінів і комп'ютерних, тому що має місце метафоричний перенос. Наприклад, термін *card*присутній і в словнику комп'ютерних термінів, і в словниках суміжних з інформатикою наук, таких як обчислювальна техніка, фізика, математика. Його можна знайти у медичному й у юридичному словниках. У словниках суміжних з інформатикою наук значення ідентичні: 1) карта, перфокарта, 2) плата. В інших предметних областях він вживається в переносному значенні на підставі подібності, аналогії, наприклад: *карта (мед.) – невеликий прямокутний шматокпаперу, картону з надрукованим на ньому текстом* [1, с.42–45].

Статистичні дані свідчать про те, що найбільш «активними постачальниками» комп'ютерної лексики були латинська, французька й англійська мови. Етимологічні дані подають інформацію про інтернаціональний характер комп'ютерних термінів. Ці терміни із упевненістю можна назвати інтернаціоналізмами, тому що вони не тільки збігаються за своєю зовнішньою формою в різних мовах, але й виражають поняття міжнародного характеру.

Дослідження показали, що значна частина комп'ютерної термінології (близько 80%) є інтернаціональною; сюди входять терміни-слова, терміни-словосполучення. Особливу групу інтернаціоналізмів становлять графічні символи. Те ж можна сказати щодо абревіації. Фахівці різних національностей розуміють ці терміни, і навіть необов'язково фахівці в галузі інформатики.

Запозичені терміни підмови інформатики можна класифікувати:

1) **за джерелом запозичень**, наприклад термін *address* запозичений із французької мови (фр. addresser), *alphabet* – із

грецької мови (греч. alphabetos), *code* – з латинської мови (лат. codex);

2) **за аспектом запозичень** (за тим, який аспект слова є новим для приймаючої мови):

а) *фонетичний аспект* (загальний звуковий комплекс виявляється новим для мови, що запозичує), наприклад:*montage (франц.), moiré (франц.), medium (лат.);*

б) *семантичний аспект*(запозичення нового значення, часто переносного, до вже наявного слова в мові), наприклад: *language (лат. lingua)*. Під комп'ютерним терміном language розуміють мову, використовувану для написання програм для комп'ютера;

в) *морфологічний аспект* (запозичення окремих значущих частин слова: кореневих морфем, префіксів, суфіксів), наприклад префікси латинського походження *ab-, anti-, non*-у термінах: *abort, anti-clash, nonprint*;

г) *перекладацький аспект* (калькування, або запозичення у вигляді буквального перекладу іноземного слова або виразу, тобто у вигляді точного відтворення засобами прийнятої мови зі збереженням морфологічної структури й умотивованості, наприклад: *index character (лат.), parallel computer (франц.);*

3) **за ступенем асиміляції**:

а) *повністю асимільовані*(відповідають всім фонетичним, орфографічним і морфологічним нормам мови, що запозичила), наприклад:*table (франц. яз.), disc (лат. discus), code (лат. codex);*

б) *частково асимільовані* (такі, що залишилися іноземними за своєю вимовою, написанням або граматичною формою), наприклад: *moire (франц.), medium (лат.);*

в) *безеквівалентні частково асимільовані*(пов'язані із чужоземною національною культурою й не мають еквівалентів в приймаючій мові), наприклад: *Hangeul – письмова мова в Кореї, Hanja – китайські знаки, використовувані в корейській мові.*

Засоби термінологічної номінації в інформатиці неоднорідні. Зазвичай виділяють два типи термінів: **терміни-слова** (терміни-лексеми), наприклад *code,disk, display*і **терміни-словосполучення** (терміни-фраземи), наприклад: *abstract datatype* (абстрактний тип даних), *initial program loader* (початковий завантажник програм).

Можна запропонувати ще один тип термінів – це **символи-слова**: особливий комбінований структурний тип термінологічної номінації, до складу якої поряд зі словесними знаками входять символи (літери, цифри, графічні знаки: ((включення), → (виводимість) та ін.

Дослідження показали, що в підмові інформатики відбуваються ті ж лексико-семантичні процеси і явища, що й у загальнолітературній мові, зокрема, **полісемія** *cell* – 1) основна одиниця в електронних таблицях; 2) прямокутник у місці перетинання рядка й стовпця; 3) комірка пам'яті; **синонімія** (*diskette, floppydisk, flexible disk – дискета*), **омонімія** (*argument* – 1) довід, аргумент; 2) незалежна змінна), **антонімія** (*start – end, internal – external*) [2, с.15–20].

Спостереження за семантичними процесами в комп'ютерній термінології показали, що тут має місце й таке явище як **гіпонімія**. Проілюструємо прикладом з комп'ютерної термінології. Термін *subdirectorie* (субдиректорія, підкаталог) є гіперонімом стосовно таких термінів (гіпонімів) як*bin* (каталог зовнішніх команд),*user* (каталог, що містить окремі підкаталоги для всіх користувачів системи), *accounts* (каталог, що містить інформацію рахунку), *programs* (каталог програми), *memos* (каталог текстових файлів). У наведеному прикладі знаходить висвітлення багаторівнева структура поняття субдиректорії (або підкаталогу). На основі гіпонімії взаємозалежні лексичні одиниці послідовно поєднуються в тематичні й лексико-семантичні групи, підкласи та класи, семантичні поля й семантичні сфери, що знаходить висвітлення в структурі ідеографічних словників.

Для термінологічних одиниць будь-якої предметної області, у тому числі й інформатики, властива системність. Теорія «поля», метод компонентного аналізу (МКА) та групування термінологічних одиниць може знайти застосування в галузі дослідження комп'ютерної термінології. В основу розподілу комп'ютерних термінів за лексико-граматичними полями покладено їх ідентифікацію окремими лексемами, словосполученнями або розгорнутими описами в лексикографічних джерелах, а також наявність інтегруючих елементів їхньої семантики. На основі аналізу компонентів семантики комп'ютерних термінів видається можливим

виділити лексико-граматичні поля (ЛГП): ЛГП із родовим поняттям «програмне забезпечення», ЛГП із родовим поняттям «мови й методи програмування», ЛГП із родовим поняттям «теоретичні основи інформатики», ЛГП із родовим поняттям «архітектура ЕОМ» та ін.

Висновки. Найбільша кількість термінів у сфері інформатики й обчислювальної техніки входить у ЛГП «мови й методи програмування». Комп'ютерні терміни, що належать до цієї галузі, становлять часто вживану й типову серію термінів та вирізняються розвиненою системою значень, образів та засобів вираження. Найчастіше часто в цьому ЛГП зустрічаються конституенти, об'єднані таким поняттям як команда (*Command*). Вони є основою створення різних застосунків як апаратного, так і програмного забезпечення комп'ютера [6, с.70–76].

Розподіл мовних засобів (термінів) по групах і підгрупах може відбуватися нерівномірно: одна група включає велику кількість терміноодиниць, інша – відносно мала.

Наприклад, група термінів виділення включає терміни: *select, unselect, markout, search, find, choose, locate.* У неї входять дієслова, що мають загальну семантичну ознаку «виділення об'єкта» (або групи об'єктів) із класу об'єктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Акулинина Т.В. О стилевой характеристике термино в компьютерной информатики /Т.В.Акулинина. – Омский научный вестник. Вып. 12. − Омск: ОмГТУ, 2000. – С.43 – 47.

2. Акулинина Т.В. О терминонимах в терминологии компьютерной информатики /Т.В.Акулинина // Межкультурная коммуникация: материалы всероссийской научной конференции 23–24 ноября 2000г.− Омск: Омск. Госуниверситет, 2000. – С. 14 – 21.

3. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологи / О.С. Ахманова. — М., 1957. – 157 с.

4. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии /

Г.О. Винокур. Труды Московского института истории, философии и литературы. 1939. Т. 5.

5. Головин Б.Н. Лингвистические основы учения о терминах: Учеб. Пособие для филол. спец. вузов [Текст] / Б.Н. Головин, Р.Ю. Кобрин. – М.: Высш. шк., 1987. – 104 с.

6. Канделаки Т. Л. Значение терминов и системы значений научно–технических терминологий // Проблемы языка науки и техники / Т.Л. Канделаки.– М., 1970. − С. 12−92.

Калюжка Олена Олександрівна,
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

МІСЦЕ ІДІОМ У СИСТЕМІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ МОВИ

Вступ. Як відомо сфера фразеології усвідомлюється по-різному в різних теоретичних концепціях. Проте більшість дослідників погоджуються в тому, що фразеологізми повинні характеризуватися трьома найважливішими параметрами: неоднослівністю, стійкістю та ідіоматичністю. Перший із цих параметрів можна вважати єдиним відносно ясним й операційним поняттям, хоча й тут виникають проблеми, пов'язані з наявністю або відсутністю в тій чи іншій мові орфографічної традиції, розрізненням слів і словосполучень, слів і речень у даному морфологічному типі мови тощо. Категорія стійкості є вже менш визначеною, але найбільші запитання викликає поняття ідіоматичності. У загальному розумінні ідіоматичність позначає «властивість мовних одиниць формувати цілісне значення не із суми

значень її складників або незалежно від них» [4, с.173] Фразеологія є лише одним із проявів ідіоматичності.

Основна частина. Розглянемо фактори, які можна розглядати як причину стійкості ідіоматичних одиниць. Вочевидь, достеменно виявити справжні причини формування стійких зворотів тільки в межах лінгвістики неможливо, адже найчастіше причини стійкості носять екстралінгвістичний характер. Тут може виявитися важливою культурна значущість вихідного тексту (пор. численні ідіоми-біблеїзми, ідіоми літературного походження з відомих художніх творів, зокрема, із творів В. Шекспіра в англійській мові); підвищення престижності та/або поширення сфери функціонування певних фахових мов або жаргонів (поширення сленгізмів через розмовне мовлення та ЗМІ до художньої літератури). культурно-історичний контекст (так, за даними А.Д. Швейцера, унаслідок контактів із представниками інших народів протягом колонізації Північної Америки, в американському варіанті англійської мови опинилися ідіоми не лише британського, а й індіанського, французького, голландського, німецького та іспанського походження [6, с.36-37]). Втім, багато з причин узуалізації залишаються незрозумілими. Роль власно лінгвістичних факторів узуалізації, вочевидь, є невеликою, однак суто лінгвістичні особливості мовних виразів, які сприяють узуалізації, безсумнівно, існують. Можна впевнено вказати лише один із них – ускладненість форми. Найчастіше – це рима, пор. укр. «не сіло, не впало», «часто-густо», «попав на ліки – пропав навіки», «ні сват ні брат»; англ. “high and dry”, “by hook or by crook”, “at sixes and sevens”. До цього ж типу ідіоматичних утворень належить також подвоєння основи на зразок: «вік вікувати», «дурень дурнем», “in bag and baggage”. До числа прийомів ускладнення форми належать також алітерації (характерні для германських мов), асонанси тощо. Зокрема, В. Колінз зазначає: “Sometimes a dominating factor in the formation or the popularity of an idiom must have been a desire for euphony, alliteration, rhyme, repetition” [7, p. XI].

Зауважимо, що в сучасній лінгвістиці поняття «ідіоматичності» пов’язується не лише з фразеологією. Ідіоматичність проявляє себе також у морфології та синтаксисі. Так,

у словотворі ідіоматичність представлена простим чи складним словом, формальні складники якого не беруть участі у формуванні його семантики. Такі слова характеризуються умовною мотивацією (псевдомотивацією). Причинами такої ідіоматичності значення є формальні зміни, утрата значень слів-мотиваторів або їхнє переосмислення, руйнування первісного образу, покладеного в основу творення слова, невірне калькування, ефективність вибору мотиваторів, які є випадковими, що надає слову особливої експресивності й увиразнює мовлення. У синтаксисі ідіоматичність розглядається на підставі фразеологізованих неподільних речень [4, с.173-174].

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 кліше, чи мовних штампів, на зразок «добрий день», «шановне товариство» тощо. Звернемо увагу також на величезний лінгвокультурознавчий потенціал фразеології, адже саме в ідіоматичних одиницях мови відбито багатовікову історію народу, своєрідність його культури та побуту. Унаслідок того, що в ідіоматичних виразах чітко відображається національний характер народу, їхнє активне засвоєння необхідно кожному, хто вивчає мову. Також необхідно розвивати вміння коректно вживати ідіоми в мовленні, правильно відчуваючи їхній стилістичний регістр – чи належать вони до просторіччя або вульгаризмів, канцеляризмів або книжкового стилю. "One of the main difficulty is that the learner doesn't know in which situations it is correct to use an idiom. The expression marked formal are found in written more than in spoken English and are used to show a distant relationship between the speakers. Such expressions would be used for example when making a formal speech to a large audience. Expressions marked 'informal' are used in everyday spoken English and in personal letters. Slang expressions are used in very informal situations between good friends. Learners should

not make frequent use of slang expressions as they usually – but unexpectedly – become out-of-date and sound strange. It is advisable to concentrate on the expressions that are marked informal and on the unmarked expressions which are neutral in style and can be used in any situation.[…] Mastery of idiom comes only slowly, through careful study and observation, through practice and experience, but remember: 'practice makes perfect' and 'all things are difficult before they are easy" [5, с.8].

Автори також зазначають, що нові ідеї можуть бути вираженими не тільки окремими лексемами-неологізмами, але також і комбінацією двох-трьох слів, наприклад: відомі слова wage і to freeze, але ідея a wage-freeze прийшла в мову лише на початку вісімдесятих років минулого століття. To freeze wages – інший вираз, що прийшов із британської політики й економіки та означає «зупинити зростання заробітної плати». Подібну ідею передають усталені вирази to freeze prices та a price-freezer [5, с. 2]. Отже, ідіоматичні одиниці або фразеологічні зрощення складають ядро фразеологічного фонду будь-якої мови. Вони не тільки містять у собі історико-культурну інформацію, а й відображують динаміку розвитку мови.

Висновки. Проаналізувавши низку наукових праць, зазначаємо, що у вітчизняній лінгвістиці мовознавці є здебільшого послідовниками «вузького» розуміння ідіоматичних одиниць, згідно з традиціями, започаткованими радянським вченим В.В. Виноградовим, у той час, як їхні британські й американські колеги віддають перевагу «широкому» підходу, уносячи до складу ідіом такі одиниці, як приказки, прислів'я, крилаті вирази, які за вітчизняними науковими традиціями прийнято вважати предметом вивчення фольклористики або пареміології.

Крім класифікації В.В. Виноградова, розглянуто також низку типологій ідіоматичних одиниць, зокрема: типологія Н.Н. Амосової [1, с. 65], О.В. Куніна [3, с. 15], також дуже цікава та змістовна семантична класифікація Г.С. Грінь [2, с. 36-41], яка розподіляє дієслівні фразеологічні одиниці американського варіанту англійської мови за семантичною ознакою. Серед класифікацій, пропонованих зарубіжними дослідниками, особливий інтерес становлять класифікації ідіом британських лексикологів Дж. Сейдл й

У. Макморді за походженням, а також за критеріями повної/неповної фіксованості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. – 208 с.
2. Гринь Г.С. Глагольные фразеологизмы в американском варианте английского языка. – М.: Издательство МГУ, 1980. – 123 с.
3. Кунин А.В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины./ Англо-русский фразеологический словарь. – М.: «Русский язык», 1967. – 1260 с.
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
5. Сейдл Дж., Макморди У. Идиомы английского языка и их употребление. – М.: Высшая школа, 1983. – I-VI+266 с.
6. Швейцер А.Д. Очерк современного английского языка в США. – М.: «Высшая школа», 1963. – 215 с.
7. Collins V.H. A Book of English Idioms with Explanations. – London, New-York, Toronto: Longmans, Green and Co., 1960. – 258 p.

Калюжка Олена Олександрівна
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ПОНЯТТЯ ПРО ІДІОМИ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Вступ. Термін «ідіома» походить від давньогрецького слова «ídiōma», що означає «особливість, своєрідність». Виділяються два основні погляди на ідіоматичні одиниці – так звані «широкий підхід» та «вузький підхід» до ідіом. Згідно з останнім, ідіомами вважається лише такі «стійкі словосполуки, семантика яких не виводиться зі значень її складників, а інтегрована ними формально; виникає внаслідок утрати мотиваційних відношень» [3, с.173].

Основна частина. У вітчизняному мовознавстві протягом довгого часу існувала традиція називати ідіоми «фразеологічними зрощеннями», за термінологією відомого радянського мовознавця акад. В.В. Виноградова, який розподілив фразеологічні одиниці на фразеологічні зрощення (або ідіоми у вузькому значенні), фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення. На думку В.В. Виноградова, фразеологічні зрощення характеризуються немотивованістю складу зворотів (тобто з суми складових таких фразеологічних одиниць неможливо дізнатися про загальний зміст одиниці) та абсолютною семантичною єдністю компонентів. Серед фразеологічних зрощень виділяють наступні підтипи:

1) фразеологічні зрощення, у складі яких є так звані «слова-некротизми» (лексичні архаїзми, історизми та інші лексеми, що вийшли з ужитку мовлення). Наприклад, англійська ідіома “to buy a pig in a poke” на позначення невигідного та невдалого придбання чогось, що не було уважно розглянуто передусім (порівн. укр. ідіому «купувати кота в мішку». Лексема a poke позначає «мішок» і є архаїзмом (сучасний синонім “sack”), який в сучасній англійській мові вживається лише у вищезгаданій ідіоматичній одиниці. Тобто ми бачимо випадок, коли лексема продовжує жити значно довше у межах ідіоматичного словосполучення, аніж у вільному словосполученні чи ізольовано;

2) фразеологічні зрощення, які мають у своєму складі граматичні архаїзми, що є синтаксично неподільним цілим.

Дж.Сейдл і У.Макморді зазначають, зокрема: “The way in which the words are put together is often odd, illogical or even grammatically incorrect” [4, с.4].

Так, ідіома I am good friends with him ("ми з ним добрі друзі») є, з точки зору граматичної структури, неправильною та нелогічною. Займенник I стоїть в однині, проте форма I am a good friend with him є неможливою, хоча значно більш логічною. Можливою є форма I am good friend of his, але вона не є ідіоматичною одиницею;

3) фразеологічні зрощення, які стали нерозкладними як лексично, так і семантично, наприклад:

to be born with the silver spoon in one’s mouth;

to go through thick and thin;

4) фразеологічні зрощення, які є семантичною єдністю, у якій лексичні значення компонентів зовсім неважливі для розуміння цілого [1, с.144].

Прикладами подібних одиниць в англійській мові можуть бути:

to bring the house down;

to take it out on someone.

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” [4, 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 Спієрс 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 phases and sentences that occur frequently in American English» [5, p.7]. Тобто ми бачимо значне розширення поняття «ідіоми» порівняно з розумінням В.В. Виноградова: адже до складу ідіом віднесені не лише словосполучення, а й речення (sentences) різного характеру: кліше, прислів'я, сленгові фрази, мовленнєві штампи (common sayings), які об'єднує одна спільна риса: їхня ідіоматичність. Подібним чином укладено більшість оригінальних словників і довідників ідіом англійської мови. Укладач іншого популярного словника ідіом британського варіанту англійської мови Вільям Колінз зазначає: «Вивчаючи ідіоми, завжди стикаєшся з двома найголовнішими проблема. Перша – проблема походження. Як зауважує Піарсел Сміт, навіть фахівці не в змозі чітко і впевнено пояснити значення численних ідіоматичних виразів. По-друге, існує проблема зв'язку між походженням і поточним використанням. Часто стає необхідним, вивчаючи ідіому, наявне значення якої зрозуміло й широким загалом використовується правильно, визнати, що зв'язок між походженням та значенням не є відомим» [6, с.11].

У своїй передмові до словника Дж.Сейдл й У.Макморді "English idioms and how to use them" (1983) проф. Мєднікова зазначає: «Слово «ідіома» не є однозначним. Ним називають й особливу фразеологічну одиницю, яка має яскраво виражені стилістичні особливості (власно ідіоми) й інші види фразеологічних одиниць. Ось чому Дженіфер Сейдл й У.Макморді, розуміючи слово ідіома у всій системі його значень, включили до складу посібника все те, що, на їхню думку, може вважатися специфічно англійським і те, що необхідно знати тим, хто вивчає англійську мову як іноземну. Радянська лінгвістика, яка досягла великих успіхів у своєму теоретичному розвитку, інакше розглядає проблеми класифікації фразеологічних одиниць. Наше мовлення, коли ми розмовляємо, є ідіоматичним у тому сенсі, коли ми користуємося характерними для нашої мови виразами та зворотами, що демонструють у своєму синтаксичному та семантичному складі її специфіку» [2, с.5].

Висновки. Проаналізувавши вище зазначений матеріал, будемо керуватися терміном «ідіома» або «ідіоматична одиниця», маючи на увазі фразеологічну одиницю мови, для якої характерна

стійкість, відтворюваність та немотивованість значення, тобто зміст якої не дорівнює сумі значень слів-складників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1977. – С.140-161.
2. Медникова Э.М. Предисловие к изданию Дж.Сейдл, У.Макморди «Идиомы английского языка и их употребление». - М.: Высшая школа, 1983. – С.5-6.
3. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
4. Сейдл Дж., Макморди У. Идиомы английского языка и их употребление. – М.: Высшая школа, 1983. – 266 с.
5. Словарь американских идиом. / Сост. Спиерс Ричард.А. – М.: Русский язык, 1991. – 464 с.
6. Collins V.H. A Book of English Idioms with Explanations. – London, New-York, Toronto: Longmans, Green and Co., 1960. – 258 p.

Клевака Леся Петрівна,
студентка 3 курсу, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ПОНЯТТЯ ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

До газетно-публіцистичного стилю відносяться тексти газет, суспільно-політичних журналів, доповідей, виступів, бесід, промов, дискусій, мови радіо і телепередач, документально-публіцистичного кіно [2, ст. 47].

Істотний вплив на газетно-публіцистичний стиль має швидкість створення газетно-журнальних текстів, пов'язана з необхідністю оперативно реагувати на події, що відбуваються. Чималий вплив на вибір мовних засобів і на структуру газетно-публіцистичного тексту має обмежений обсяг цього тексту, необхідність вмістити в нього якомога більше інформації.

До основних рис газетно-публіцистичного стилю, як зазначає І.В. Арнольд, належать:

1) економія мовних засобів, лаконічність викладу при інформативній насиченості;

2) використання суспільно-політичної лексики і фразеології, переосмислення лексики інших стилів (термінологічної лексики) для цілей публіцистики;

3) використання характерних для даного стилю мовних стереотипів, кліше;

4) жанрова різноманітність та стилістичне використання мовних засобів: багатозначності слова, ресурсів словотворення (авторські неологізми), емоційно-експресивної лексики;

5) поєднання рис публіцистичного стилю з рисами інших стилів (наукового, офіційно-ділового, літературно-художнього, розмовного), обумовлене різноманітністю тематики і жанрів;

6) використання зображально-виражальних засобів мови, зокрема засобів стилістичного синтаксису (риторичні питання і вигуки, паралелізм побудови, повтори, інверсія) [1, с. 156].

Досить часто в газетно-інформаційних матеріалах використовуються назви та імена у скороченій формі. Часто ці скорочення можуть бути невідомими широкому загалу читачів і їх значення відразу ж розшифровуються. Але існує багато таких скорочених назв, до яких читачі газети давно звикли, і тому їх не потрібно тлумачити. Велика кількість таких скорочень – це характерна риса газетно-інформаційного стилю сучасної англійської мови [5, с. 105].

Сюди належать назви партій, різних організацій та посад: *ILM (Industrial Light & Magic)* – кінокомпанія, що створює цифрові та звукові ефекти; прізвища відомих політичних діячів культури:

RLS (Robert Louis Stevenson); географічні назви: *NJ (New Jersey);SF (San Francisco).*

Як свідчить аналіз спеціальної літератури, стилістичні особливості англійської та української мов майже не відрізняються. Для усіх газетних жанрів характерні загальні форми реалізації стислості: компресія інформації та передача певної частини повідомлень імпліцитно. Як результат стислості відбувається економія мовних засобів за рахунок комунікативно менш важливих фрагментів повідомлення. Основний стилістичний принцип організації мови в публіцистиці – поєднання стандарту та експресії [1; 4; 5; 6].

До особливостей синтаксичної організації тексту газетно-інформаційного стилю належать:

- наявність коротких самостійних повідомлень (1-3 висловлення), які складаються з довгих речень із складною структурою;

- максимальний поділ тексту на абзаци, коли майже кожне речення починається з нового рядка; наявність підзаголовків у всьому тексті для підвищення зацікавленості читачів; використання численних атрибутивних груп [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. Учебник для ВУЗ – 4-е изд., испр. и доп. / И. В. Арнольд. – М.: Флинта, 2002. – 384 с.

2. Гальперин И. Р. Лексикология английского языка / И. Р. Гальперин,Е. Б. Черкасская. – Москва: Высшая школа, 1981. – 316 с.

3. Мацак Ж. Г. Лінгвостилістичні особливості газетного стилю / Ж. Г. Мацак // Кременчуцький державний політехнічний університет імені Михайла Остроградського, Україна. – Режим доступу до статті: http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Philologia/40175.doc.htm.

4. Ніколенко А. Г. Лексикологія англійської мови – теорія і практика /

А. Г. Ніколенко. – Вінниця: Нова Книга, 2007. – 528 с.

5. Скребнев Ю. М. Стилистика английского языка / Ю. М. Скребнев. – М.: Астрель, 2003. – 221 с.

6. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка /А. И. Смирницкий. – М.: Московский Государственный Университет, 1998. – 260 с.

Колос Юлія Зіновіївна
студентка 5 курсу, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент, доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ НА ДОПОМОГУ ПЕРЕКЛАДАЧЕВІ

Вступ. Інформаційно-комунікаційні технології проникли в усі галузі людської діяльності. Не залишилася осторонь і професія перекладача. Зважаючи на те, що інтернет є по суті великим зібранням текстів, написаних на всіх існуючих мовах, так би мовити, «мега-контекстом», його роль для перекладача сьогодні важко переоцінити. Метою цієї доповіді є окреслити наявні в глобальній мережі інтернет-ресурси на допомогу сучасному перекладачеві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Джерела, які можуть стати у пригоді перекладачам, включають:

1. Системи контекстуального пошуку в готових перекладах, такі як *Reverso Context, Linguee* (context.reverso.net, www.linguee.ru), що здійснюють пошук за ключовими словами у паралельних текстах та віднаходять, як шукане словосполучення було перекладене іншими перекладачами та в якому контексті.

2. Електронні словники та енциклопедії. Онлайн-словник *Мультитран* (www.multitran.ru) наповнюється перекладачами. Хоча

інформація в ньому не завжди достовірна, тут можна знайти багато вузькоспеціальних термінів у різних галузях. Український тлумачний словник, а також словник іншомовних термінів можна знайти на сайті *ЛікНеп* (http://www.liknep.com.ua/), словник словозміни, синонімії та фразеології – на сайті *Словники України* (http://lcorp.ulif.org.ua/dictua/). У популярній англомовній енциклопедії *Encarta* компанії Microsoft (http://encarta.msn.com) міститься статті, а також ілюстративний матеріал та медіа-вміст. Серед україномовних енциклопедій: *Енциклопедія Києва* (wek.kiev.ua), *Енциклопедія УСЕ* (www.ukrop.com/ua/encyclopaedia/use), *Українська літературна енциклопедія* (www.ukrlib.com.ua/encycl/index.php), *Енциклопедія історії України* (www.history.org.ua/EHU), тощо. Чимало різних словників та енциклопедій можна знайти на російському сайті *Академик* (dic.academic.ru/).

3. Електронні бібліотеки. Не в усіх інформаційних системах такого типу надаються повнотекстові версії наукових праць. До вітчизняних електронних бібліотек належить сайт *Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського* (www.nbuv.gov.ua). Цінним ресурсом бібліотеки є електронний фонд, до якого входять каталог авторефератів дисертацій, доступні для завантаження. Іншим важливим ресурсом є *Наукова періодика України* (журнали та збірники наукових праць), де міститься інформація про журнали, є можливість перегляду архівів номерів більшості видань. Серед інших наукових бібліотек *Наука и техника* (http://n-t.ruбібліотека літератури про інформаційні технології *InfoCity* (http://www.infocity.kiev.ua/), тощо. Серед бібліотек художньої літератури – *Електронна бібліотека української літератури Університету Торонто* (http://www.utoronto.ca/elul/Main-Ukr.html), *Бібліотека Української Літератури* (http://www.ukrlib.km.ru/), бібліотека на *Мемі* (http://lib.meta.ua/), тощо.

4. Професійні форуми. Перекладацькі форуми присвячені різним темам. Загалом на перекладацьких сайтах можна знайти чимало корисної інформації, що стосується актуальних проблем перекладу, мовознавства, а також трудового законодавства. На

багатьох сайтах розміщені електронні бібліотеки довідкової літератури.

5. Можливості Google. Сюди віднесемо ресурси Google Books, Google Scholar, можливості розширеного пошуку Google для віднаходження слова, словосполучення чи речення у контексті, а також можливості машинного перекладу Google Translate, що може використовуватись як переклад-підрядник.

Висновки. Отже, мережа Інтернет відкриває перед перекладачами широкі можливості в аспекті віднаходження довідкової інформації, однак не слід забувати, що надійність цієї інформації слід перевіряти за різними джерелами та за формальними ознаками сайту й тексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. AeLib: Бібліотека світової літератури. Оригінали та переклади – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://ae-lib.org.ua/links.htm
2. Self-made / Self-Education Resource List scholar переклади – Електронний ресурс. – Режим доступу : http://selfmadescholar.com/b/self-education-resource-list

Корчан Леонід Миколайович,
студент 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Маркіна Ірина Анатоліївна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Вступ. Ефективність рекламного тексту залежить від удалого сполучення всіх складових його компонентів: зображення, звук, образ, словесна тканина. Разом із тим дослідники відзначають важливість саме вербального компонента реклами – словесного тексту. «Infact the language of ads is sometimes more important than the visual aspect», – пише англійський автор Джиллиан Дайер [1]. Дійсно, значення вербальної мови для реклами надзвичайно важливе: адже тільки завдяки словесному тексту ключова рекламна ідея одержує своє реальне втілення, інакше кажучи, починає «працювати». Наприклад, сенс «трюку» з коровою в телевізійній рекламі кетчупа «Heinz» стає зрозумілим лише при появі напису «80% of all cows are eaten with ketchup «Heinz».

Звичайно, «рекламні зображення привертають увагу споживача і виражають деякі ключові моменти реклами. Але саме завдяки вербальним знакам ці ключові моменти домислюють строго за тим рекламним комунікативним інтенціям, які мав на увазі рекламодавець, і які були розроблені рекламним агентством. Крім того, велика частина рекламних зображень не здатна покрити значеннєвий простір в цілому», – пише болгарський дослідник реклами Христо Кафтанджиєв [2].

Основна частина. Вербальна частина рекламного тексту володіє внутрішньою структурою: як правило, це заголовок (зачин), основний рекламний текст (інформаційний блок) і луна-фраза – tagline (слоган).

Мета рекламного заголовка полягає в тому, щоб привернути увагу аудиторії та викликати інтерес до рекламованого товару чи послуги. Рекламний заголовок повинен містити рекламне звернення й головний рекламний аргумент, який згодом розвивається в основному рекламному тексті.

Carlsberg! Probably the best beer in the world.
Карлсбегр! Мабуть краще пиво в світі
Philip Morris. Universal Taste of Lightness.
Відчуй смак життя разом з Філіп Морріс!

EFG Private Bank: ... in tune with our clients

EFG банк - у згоді з клієнтом

Business knows no boundaries. Neither do we. The Economist

Для бізнесу, як і для нас, немає меж. Economist

Головний рекламний аргумент на цих прикладах розвивається потім в основному рекламному тексті, мета якого полягає в тому, щоб більш докладно розповісти про переваги рекламованого продукту. Розвиток головного аргументу в основному рекламному тексті будується на цілому ряді різних прийомів: це може бути вказівка на високу якість предмета, апелювання до раціонального початку, звернення до емоційно-чуттєвого сприйняття, використання відомих образів і соціально-значимих стереотипів, підкреслення виключно вигідних умов продажу, а також пряме переконання в необхідності придбання. Основний рекламний текст варіюється за довжиною від порівняно невеликого (20-30 слів) до досить розгорнутого (80-100 слів).

Структура основного рекламного тексту відбиває комунікативну стратегію, обрану його укладачами і може будуватися на основі наступних комунікативних моделей: модель перевернутої піраміди; реклама-порівняння; сюжетна або драматизована реклама; реклама-інструкція; реклама-діалог; реклама-питання або загадка, парадокс; реклама за участю відомих особистостей; реклама за участю пересічних споживачів. Графічна модель перевернутої піраміди рекламного тексту означає, що найбільше інформаційне навантаження несе перший параграф тексту, в якому зосереджені найважливіші й вагомі аргументи. У англійської рекламі це виглядає наступним чином.

Реклама англійської консалтингової фірми «London Economics»:

London Economics is Europe's Leading economics constancy. We have over

80 consulting staff in London, Melbourne, Boston, Brussels, Dublin and

Tokyo and operate worldwide. Our clients include major multinational companies, governments and international agencies. (London Economics – сталий лідер економіки в Європі. У нас більше

80 консультантів у Лондоні, МельбурніЮ Бостоні, Брюселі, Дубліні та Токіо, і це ще не межа. Нашими клієнтами є найбільші транснаціональні компанії, уряд та міжнародні організації.)

Реклама-порівняння заснована на зіставленні рекламованого продукту з аналогічними, але представленими іншими фірмами та організаціями. При цьому закони рекламного ринку забороняють приводити назва фірми-конкурента, щоб не нашкодити її діловій репутації, наприклад:

All investment bands says they do the same things. One does them differently. Warbyrg Dillon Bank has a global mandate, yet out thinking isa world apart from standardized rigid and restrictive. (Всі інвестиційні групи стверджують, що роблять одне і те ж. Проте є дещо, чим вони відрізняються. Warbyrg Dillon Bank маючи всесвітній мандат, все ж враховує міжнародні аудиторські стандарти, окрім стандартизованих жорстких обмежень.)

Сюжетна або драматизована реклама найчастіше використовується на телебаченні, так як саме можливості телебачення дозволяють «драматизувати» рекламну ідею, втіливши її у вигляді конкретного сюжету.

Основний текст інструктивної реклами являє собою послідовний опис дій споживача, виконаний у вигляді інструкції, в якій вдало поєднуються необхідна аргументація з стійкою.

Комунікативна модель реклама-діалог успішно застосовується як на радіо, так і на телебаченні, надаючи укладачам рекламного тексту необмежені можливості в прояві оригінальності і дотепності.

Аргументація в основному тексті реклами-питання будується у вигляді низки питальних конструкцій, наприклад:

The world is shrinking. Whereas your scope is constantly growing.

Theoretically. And Practically? After all what could be closer to your wishes than a bank with a perspective as broad as your own? Are you looking for a partner near you? Simply call our automatic fax service in Germany. (Світ скорочується.У той час як ваші межі постійно розширюються. Теоретично. А практично? Що може бути ближче до ваших бажань, ніж банк з планами на майбутнє такими ж сміливими,

як і ваші? Ви шукаєте партнера? Просто зателефонуйте нам до Німеччини.)

Комунікативна стратегія реклами за участю відомих людей заснована на довірі споживача до свідчень зірок про високу якість товару, а також на бажанні імітувати той чи інший престижний образ. Наприклад:

Хочеш бути схожим на мужнього Пірса Броснана в ролі Джеймса Бонда? Носи дорогі швейцарські годинники «Omega».

Переклад подібної реклами повинен ураховувати національні особливості масового споживача країни, в якій ці годинники рекламуються.

Реклама, заснована на свідченнях пересічного споживача, також високо ефективна і часто використовується як комунікативна стратегія для побудови основного рекламного тексту.

Вербальна частина рекламного тексту, так звана луна-фраза (в англійському варіанті tag-line), несе велике функціональне навантаження. Це луна-фраза, у тій чи іншій мірі, повторює головний рекламний аргумент, крім того, вона надає рекламному тексту завершеність. Як правило, у заключній луна-фразі звучить назва рекламованої торгової марки або продукту в поєднанні з таким, що запам'ятовується виразом або рекламним слоганом, наприклад:

Англійський варіант

Swiss Line. The right direction.

Star Alliance, the airline network for Earth.

Mitsubish Electric. Sometimes invisible, sometimes high profile, always at the front.

Український варіант

Пиво Солодов. За якість відповідаю!

Бочкарьов. Правильне пиво.

Ефективність вербальної частини реклами залежить від органічності з'єднання всіх трьох її компонентів – заголовка, основного рекламного тексту і слогана. Як, наприклад, у тексті реклами консалтингової компанії «Locate in Scotland», що наводиться нижче:

Заголовок: WHY HAS A COUNTRY THIS SIZE 0 ATTRACTED 4 OF THE WORLD'S TOP 5 COMPUTER COMPANIES?

It might not stand out on a map, but Scotland has made a bigimpression on the world of business and commerce. Over 600 international companies - in sectors ranging from biotechnology and electronics to software and internationally traded services – are already benefiting from Scotland's skilled work force, highly developed infrastructure and one of Europe's most cost competitive operating environments. Locate in Scotland provides a one stop service, offering expert advice and solutions to all prospective investors. If you would like to know how your business could benefit from expanding into Scotland, please contact us today - (основний рекламний текст).

After all, 4 out 5 world class companies can's be wrong. Locate in Scotland (луна-фраза).

(Чому країна такого розміру привернула 4 з 5 провідних комп'ютерних компаній?

Вона можливо і не стоїть на карті, але Шотландія вразила світ бізнесу та комерції. Понад 600 міжнародних компаній – сфери біотехнологій та електроніки, програмного забезпечення та послуг міжнародної торгівлі – вже оцінили кваліфіковану робочу силу Шотландії, високо розвинуту інфраструктуру та одне з найбільш конкурентоспроможних у Європі середовищ. «Locate in Scotland» являє собою сервіс, що пропонує рекомендації експертів та рішення для всіх потенційних інвесторів. Якщо ви хочете знати, як ваш бізнес може отримати вигоду з розширення в Шотландії, будь ласка, зв'яжіться з нами сьогодні.

Зрештою, 4 з 5 компаній світового класу можуть помилятись. Locate in Scotland.)

Підсумовуючи все вищезазначене, слід зауважити, що зіставлення англійських і українських рекламних текстів дозволяє помітити перевагу одного і того ж композиційного типу: «зачин + інформаційний блок + салоган + довідкові дані» (29% українських рекламних текстів і 35% англійських). Великою схожістю для рекламних текстів обома мовами можна визнати тип «зачин + інформаційний бік + слоган». Дана подібність в обох мовах

зустрічається у 18% рекламних текстах. Решта типів рекламних текстів, характерних для цих мов істотно різняться. Разом із тим, треба зазначити, що композиція англійських рекламних текстів є більш суворою, так як послідовність «зачин + інформаційний блок + слоган +довідкові дані» є стандартом, і відхилення від нього більше відноситься до одиничного вживання, ніж у випадку з численними українськими рекламними текстами, де ця послідовність не завжди дотримується.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Dyer G. Advertising as Communication. – L.: Routledge, 1995. – 140 p.
2. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы. – М.: Смысл , 1995. – 17 с.

Кузьменко Лариса Михайлівна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Михайлютенко Світлана Миколаївна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Вступ. Як вже згадувалось у вступі, робота присвячена особливостям перекладу письмового рекламного тексту. Однак, перш ніж приступити до розгляду цих особливостей, варто

звернутися до деяких базових теоретичних понять перекладу, що є характерними для цього процесу і лягли в основу дослідження.

Основна частина. Відомий перекладознавець А.Д. Швейцер визначає переклад, як "Однонаправлений і двофазний процес міжмовної й міжкультурної комунікації, при якому на основі підданого цілеспрямованому (перекладацькому) аналізу первинного тексту створюється вторинний текст (метатекст), що заміняє первинний в іншому мовному й культурному середовищі; процес, який характеризується установкою на передачу комунікативного ефекту первинного тексту, частково модифікований розходженнями між двома мовами, між двома культурами й двома комунікативними ситуаціями" [4]. У цьому визначенні науковець із перекладом пов'язує такі поняття, як "мова й соціальна структура" та "мова й культура". Дане А.Д. Швейцером поняття перекладу має велике значення для перекладу рекламного тексту і тому в даній роботі йому надана перевага.

Відомо, що умови ринкової економіки викликали форсований розвиток реклами, як соціального інституту й області професійної діяльності сотень тисяч людей у нашій країні. З дилетантської торгівельної пропозиції реклама перетворюється у витончений механізм впливу на споживача. Сучасні засоби масової інформації дали поштовх поширенню міжнародної рекламної діяльності.

Сьогодні переклад реклами став не тільки необхідним, але й повсякденним явищем життя світового співтовариства. При цьому знання теоретичних основ процесу є не тільки обов'язковою умовою, але й гарантією якості перекладу.

Базові теоретичні поняття перекладу включають адекватність перекладу й неминуче пов'язану з нею прагматичну адаптацію. "Адекватним перекладом називається переклад, здійснюваний на рівні, необхідному й достатньому для передачі незмінного плану змісту при дотриманні норм мови перекладу" [1; 2]. У зв'язку з цим А.Д. Швейцер зазначає: "Адекватність спирається на реальну практику перекладу, що часто не допускає вичерпної передачі всього комунікативно-функціонального змісту тексту. Вона виходить із того, що рішення, прийняте перекладачем, нерідко

носить компромісний характер, що переклад вимагає жертв" [4]. Цим вчений хоче сказати, що адекватність часто носить компромісний характер, і досягнення перекладацької адекватності пов'язане з деякими втратами смислу в змісті тексту. Далі він припускає, що "теоретично оптимальним можна вважати переклад, у якому разом з відтворенням функціональних характеристик тексту передаються всі функції включених у нього одиниць" [5]. Під визначенням функціональні характеристики маються на увазі властивості висловлення (функція, що служить для опису предметів і зв'язку між ними) та експресивна функція (функція, що виражає відношення мовця до висловлення) [5].

Однак, на практиці такий переклад не завжди можливий. Перекладачеві нерідко доводиться шукати особливі засоби для передачі смислових і стилістичних складових оригіналу. У такому випадку досягається прагматична еквівалентність між оригіналом і перекладом, що й визначає комунікативний ефект реклами.

Прагматичні аспекти перекладу дослідив видатний вчений В.Н. Комісаров. Згідно його науковим дослідженням, теорія рівнів еквівалентності ґрунтується на виділенні в плані змісту оригіналу й перекладу п'яти рівнів:

1) рівень мовних знаків;
2) рівень висловлення;
3) рівень повідомлення;
4) рівень опису ситуаціЇ
5) рівень мети комунікації.

На кожному із цих рівнів за допомогою мовного коду (одиниць слів) і змісту, що володіють планом, передається особливий вид інформації. При цьому обов'язковою умовою еквівалентності В.Н. Комісаров вважає збереження домінантної функції висловлення [3].

У зв'язку з цим А.Д. Швейцер, який доповнив дослідження В.Н. Комісарова, стверджує, що "прагматичний рівень займає вище місце в ієрархії рівнів еквівалентності" [5]. Отже, адекватний переклад можна визначити як переклад, що забезпечує прагматичні завдання перекладацького акту на максимально можливому для досягнення цієї мети рівні еквівалентності.

Варто зазначити, якщо цільова аудиторія говорить на іншій мові, а також має інші специфічні особливості соціокультурного середовища, то прагматичною адаптацією можна вважати зміни, внесені перекладачем у текст перекладу з метою домогтися необхідної реакції з боку цільової аудиторії, інакше кажучи, варто правильно передати основну комунікативну функцію оригіналу.

Перекладачі рекламних текстів стикаються з істотними труднощами при передачі прагматичного потенціалу оригіналу. Зокрема, це пов'язано з перекладом у рекламному тексті фактів і подій, пов'язаних з культурою певного народу, різними національними звичаями й назвами страв, деталями одягу і т.д.

А.Д. Швейцер виділяє важливість передачі прагматичного аспекту змісту перекладного тексту шляхом його переадресації іншомовному одержувачеві "з урахуванням тієї реакції, яку викличе текст, що точно передає денотативний і конотативний компоненти змісту вихідного висловлення в іншомовного читача. При цьому відбувається прагматична адаптація вихідного тексту, тобто внесення певних виправлень щодо соціально-культурних, психологічних та інших розходжень між одержувачами оригіналу й перекладного тексту" [4].

На практиці саме соціолінгвістичні фактори стають визначальними при перекладі текстів реклами на іншу мову.

Подібно іншій продукції мас-медіа - газет, журналів, телепрограм, радіопередач, реклама матеріалізується у вигляді готового оформленого медіа-тексту. Причому, поняття "текст" стосовно до сфери масової інформації використовується не тільки для позначення властиво текстового вербального ряду, але й здобуває риси об'ємності й багатомірності, вміщуючи в собі такі важливі для медіа-продукції складові, як візуальний ряд у його графічному або телевізійному втіленні, а також аудіо ряд у вигляді добутку. Тому поняття "рекламний текст" ставиться не тільки до словесного ряду, але й містить у собі сукупність екстралінгвістичних компонентів: графіки, образів, звуків і т.п., конкретний набір яких залежить від рекламо носія засобів масової інформації. Таке тлумачення поняття "рекламний текст" знаходить своє відбиття в

роботах багатьох англомовних дослідників, зокрема, у книзі Анжели Годдар “The Language of Advertising”, яка пише:

"The word "text" here (as applied to advertising) is used in its widest sense, including visual artifacts as well as verbal language" [6].

Концепція багатомірного “медіа-тексту” надзвичайно важлива для вивчення рекламних текстів, тому що дозволяє одержати об'ємне зображення описуваного об'єкта, краще зрозуміти особливості функціонування слова й образа в масовій комунікації, а також розкрити механізм їхнього сукупного впливу на масову аудиторію. Будь-який рекламний текст сприймається як реклама тільки в єдності свого словесно-графічного або аудіо візуального втілення.

Поряд з багатомірністю до істотних ознак рекламного тексту ставляться також багаторазова, надлишкова повторюваність і колективний спосіб свідомості, або корпоративність. У цьому рекламний текст подібний текстам новин, тому що дані ознаки властиві й текстам новин, що свідчить про деяку схожість характеру функціонування тексту новин і рекламних текстів у масовій комунікації. Разом з тим, звичайно, варто пам'ятати, що мова тут іде лише про часткову схожість. Тексти новин повторюються протягом дня в постійно обновлюваному вигляді, вплив рекламних текстів засновано на більш тривалому періоді повтору, причому в стійкій незмінній формі. На "повторюваність", як важливу ознаку текстів новин і рекламних текстів, вказує професор Ю.В. Рождественський у книзі "Теорія риторики". Ознака "повторності повідомлень" означає, що повідомлення може бути повторене для одержувача багато разів. Рекламні тексти характеризуються повторюваністю повідомлень. Надлишкова повторюваність того або іншого рекламного тексту багато в чому сприяє створенню образа "нав'язливої" реклами [4].

Висновки. Незважаючи на загальні форматні ознаки, які дозволяють виділити рекламу в окрему групу текстів масової інформації, рекламні тексти відрізняються нескінченною розмаїтістю. Для того, щоб якось систематизувати цю нескінченну розмаїтість графічних образів і словесних форм вираження, доцільно вдатися до такого способу класифікації, який дозволить найбільш повно відбити сутність розглянутого питання.

Підсумовуючи даний підрозділ, варто зазначити, що рекламний текст містить у собі цілий ряд екстралінгвістичних компонентів і буде адекватно сприйнятий при їх гармонічному сполученні. Цей фактор є значимим при перекладі реклами, тому що перекладач повинен враховувати, що, зневажаючи цими компонентами, не вдасться перекласти рекламний текст із найбільшою ефективністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
2. Ганич Д.И., Олейник И.С.. Російсько-український та українсько-російський словник. К., «Радянська школа».
3. Ерогова А. Теория и практика перевода экономических текстов с английского языка на русский. – М. : Международные отношения, 1974. – 192 с.
4. Мюллер В.К. Англо-русский словарь. – М.: Русский язык, 1985. – 832 с.
5. Пирогова Ю.К., Паршин П.Б. Рекламный текст, семиотика и лингвистика. – М.: изд. Гребенникова 2000. – 250 с.
6. Пономарів О.Д., Різун В.В., Шевченко Л.Ю. та ін. Сучасна українська мова: Підручник: За ред. О.Д. Пономарева. – 2-ге вид., перероб. – К.: Либідь, 2001. – 400 с.

Материнко Марина Олександрівна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права**,**

УРАХУВАННЯ ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНИХ ТА ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ У ПИСЬМОВОМУ ПЕРЕКЛАДІ ПОВІДОМЛЕНЬ ІНТЕРНЕТ-ФОРУМУ

Вступ. Мовне середовище Інтернету — це сукупність великої кількості не пов'язаних між собою сфер спілкування, що функціонують автономно, а тому мова інтернет-комунікації функціонально-стилістично неоднорідна, вирізняється великою кількістю жанрів. Характерною особливістю спілкування між комунікантами-людьми є можливість здійснювати комунікативний акт анонімно, довільно вибирати учасника для розмови, що зменшує соціально-психологічні ризики комунікації, відповідно такому спілкуванню також властива афективність, часте недотримання літературних норм, використання некодифікованих одиниць.

Основна частина.Мова інтернет-комунікації поповнюється новими лексемами за рахунок запозичень (зокрема з англійської мови — *драйвовий, меседж*), професіоналізмів (з мови комп'ютерників — запатчити, онлайн) та слів інших груп лексики. Запозичення нерідко використовуються в англійському написанні, транслітеруються українською абеткою. Частина лексем зафіксована словниками (*файл, ноутбук*). До морфологічних особливостей мови інтернет-комункації належить, зокрема, активне використання імперативу. У запозиченнях нерідко використовуються деривацийні моделі інших мов (здебільшого англійської та російської). Синтаксичні конструкції найбільше зазнають змін у розмовній мові, що відповідає тенденції до спрощення синтаксичних конструкцій, текстової економії при спілкуванні в Інтернеті. Тут характерні короткі розмовні репліки, специфічна розмовна синтаксична структура. На рівні стилістичної організації тексту для мови інтернет-комунікації властиве розширення функцій епістолярного жанру, а також трансформація традиційних форм розмовного стилю, головною ознакою якого є відсутність усного варіанту мови. Як наслідок — одиниці писемного тексту перебирають на себе функції усної мови. Для такої мови характерне обмежене використання невербальних засобів, тому для позначення почуттів комуніканти послуговуються особливими знаковими системами — серед яких

спеціальні піктограми — емотикони, а також пунктуаційними знаками, великими літерами для позначення модуляцій голосу. Організація тексту в мові інтернет-комунікації нерідко має нелінійний характер, що забезпечується використанням гіпертексту.

Переклад повідомлень Інтернет-форумів ускладнюється прагматичними особливостями. Зокрема, це пов'язано з перекладом фактів і подій, пов'язаних з культурою певного народу, різними національними звичаями й назвами страв, деталями одягу і т.д.

А.Д. Швейцер виділяє важливість передачі прагматичного аспекту змісту перекладного тексту шляхом його переадресації іншомовному одержувачеві "з урахуванням тієї реакції, яку викличе текст, що точно передає денотативний і конотативний компоненти змісту вихідного висловлення в іншомовного читача. При цьому відбувається прагматична адаптація вихідного тексту, тобто внесення певних виправлень щодо соціально-культурних, психологічних та інших розходжень між одержувачами оригіналу й перекладного тексту.

У наш час напевно немає жодної людини яка хоча б один раз в своєму житті не спілкувалася з друзями, колегами, рідними. Особливо молодь полюбляє використовувати Інтернет при спілкуванні. Надзвичайно характерним є використання при спілкуванні в Інтернеті скорочень, абревіатур і емотиконів(смайликів).

Смайлик, смайл (англ. smile), емотикон (emoticon) - це ідеограма, що змальовує емоцію. Складається з різних символів, у тому числі і службових. Поширення смайлик набув в Інтернеті та SMS, проте останнім часом він використовується повсюдно. А простіше: "Смайлики"- це маленькі зображення, які можна використовувати для вираження своїх почуттів або емоцій, коли слів не вистачає[1, с.11–18].

Насправді ж, те, що в нашій країні називають смайлами, правильно називається «эмоціконки» (емоційні іконки). Справжніми смайлами є лише ті эмоціконки, які позначають посмішку.

Смайлики бувають двох видів:

–**текстові**, складені із знаків пунктуації, букв і цифр, можна знайти на клавіатурі комп'ютера. Двокрапку представляють очі, права дужка - рот.

:-) посмішка, радість :-(печаль, смуток.

– **графічні**, у вигляді маленької картинки-ікони, правильніше було б їх називати эмоціконками (або емотиконами - від англ. emoticon). Приклади цих смайликів є, наприклад, в аські або на будь-якому чаті, форумі.

Останнім часом текстові смайлики поступово відходять в минуле, а їм на зміну приходять графічні - прикольні картинки, що змальовують осіб, предмети, тварин і так далі.

Ці смайлики - эмоціконки показують емоції за допомогою "іконок". Зараз вже використовують сотні (якщо не тисячи) цих анімаційних смайликів.

Смайлики текстові звичайні (приклади використання смайлів в Інтернеті- повідомленнях)

-) посмішка, просто гарний настрій;
:-)) сміх, радість;
:-D гучний, тривалий сміх, регіт на все горло;
)) повний ржач (очі не видно від сміху);
:] задоволена посмішка;
O:-) ангельська посмішка;
:-O здивований (рот відкритий від здивування);
%-0 безмежно здивований (очі вилізли з орбіт);
8-) cool, просто круто;
:-X рот на замку, берегти таємницю, мовчати, заткнутися;
:-p показувати язика;
:- поцілунок;*
:-I незалежна посмішка, власна думка, задумливість;
:(похмурий вираз обличчя, сердитість;
:-(смуток, незадоволеність, незадоволення;
:< дуже сумно;
:3 сумно, гірше нікуди;
:_(або :'(або :(плач, сльози, засмучення, образа;*
:-/ невдоволений (крива усмішка);
>:-[сердитий, нахмурений;

:-[збентежений, почервонілий;
:-E злий (оскал);
:-F злий з вибитим зубом;
:-> загрозлива, різка, єхидна, зухвала посмішка;
>:- грізний, розсерджений, загрозливий;
>;- грізна підморгуюча фізіономія;
X гримаса, скорчена як просто від сміху, так і від болю;
D широка посмішка (у всі зуби);
xD гучний сміх;
HD найнезрозуміліший настрій – від смутку до нестримної веселості;
>:3 лев, якого потрібно боятися, тобто цим смайлом вас просто лякають;
:-з присутність іронії або сарказму.

Якуже зазначалося, **скорочення** – це такий спосіб словотвору, суть якого складається у відсіканні частини основи , що або збігається зі словом, або являє собою словосполучення, об'єднане загальним змістом.

Таблиця 1. *Скорочення, що використовуються в Інтернеті-форумах*

Скорочення	**Англійська**	**Українська**
10X	Thanks	*Спасибі*
2	To	*К*
4	For	*Для*
4GET	Forget	*Забудь*
ADDY	Address	*Адреса*
AFAIK	As far as I know	*Наскільки мені відомо*

AFK	Away from the keyboard AFTK	*Далеко від клавіатури, тобтомене немає за клавіатурою*
AKA	Also known as	*Також відомий як*
ANY1	Any one	*Кожен*
AOP	Authorized operator	*Авторизований оператор*
ASAP	As soon as possible	*Так скоро наскільки це можливо*
ASL	Age / sex / location A / S / L,	*Вік, стать, місце проживання*
ATM	At the moment	*На дану хвилину, зараз*
BBIAF	Be back in a few minutes	*Повернуся через кілька хвилин*
BBIAH	Be back in an hour	*Повернуся за годину*
BBIAM	Be back in a minute	*Повернуся через хвилину*
BBIAS	Be back in a second	*Повернуся через секунду*
BBL	I'll be back later	*Повернусяпізніше*

BBS	Be back soon	*Скоро повернуся*
BE4	Before	*Перед*
BF	Boyfriend	*Улюблений хлопець*
BRB	I'll be right back	*Зараз повернуся*
BTW	By the way	*Між іншим*
C	See	*Бачу*
CU	See you	*До зустрічі*
EM	Them	*Їм*
F2F	Face to face	*Віч-на-віч, тет а тет*
FAQ	Frequently asked questions	*Часті питання*
FU	Fuck up	*Безлад*
FW	Freeware	*Безкоштовно*
FYI	For your information	*Інформація для Вас*
GF	Girlfriend	*Кохана дівчина*
GR8	Great	*Чудово*

GTG	I got to go	*Я повинен йти*
H8	Hate	*Ненавидіти*
HTH	Hope this help	*Сподіваюся, це допоможе*
IC	I see	*Зрозуміло, зрозумів (а), розумію*
IMCO	In my considered opinion	*На мою думку продуманому*
IMHO	In my humble opinion	*На мою скромну думку*
IMNSHO	In my not so humble opinion	*На мою думку нескромного*
IMO	In my opinion	*На мою думку*
IOW	In other words	*Іншими словами*
IRL	In the real life	*У справжньому житті*
JK	Just kidding	*Просто жарт*
K	Ok	*Окей*
L8R	Later	*Пізніше*
LOL	Lot of laugh, laughing out laud	*Купа сміху*

LTNS	Long time no see	*Давно не бачилися*
LTNT	Long time no type	*Довго не писав*
M8	Mate	*Товариш*
ME2	Me too	*Я теж*
MF	Male or female	*Чоловік чи жінка*
NO1	No one	*Жоден*
NP	No problems	*Немає проблем*
OIC	Oh, I see	*О!Я бачу!*
ONNA	Oh no, not again	*О ні, тільки не знову!*
OTOH	On the other hand	*З іншого боку*
PMJI	Pardon my jumping in	*Прошу вибачення, що я втручаюся*
POV	Point of view	*Погляд*
PPL	People	*Люди*
R	Are	*Бути*
RE	How are you	*"Як справи?"*
RL	Real life	*Справжнє життя*

ROFL	Rolling on the floor laughing	*Кататися по підлозі від сміху*
RSN	Real soon now	*Дійсно скоро*
SF	Science fiction	*Наукова фантастика*
SMT	Something	*Щось*
SOP	Super operator	*Супер оператор*
SOW	Speaking of which	*Говорячи про який*
SUP	What's up	*Як справи?*
SW	Shareware	*Умовно безкоштовно*
SYSOP	System operator	*Системний оператор*
TFHAOT	Thank for help ahead of time	*Заздалегідь вдячний*
TGAL	Think globally act locally	*Думати широко, діяти в рамках*
TTFN	Ta ta for now	*Ну давай, пока!*
TTYL	Talk to you later	*Поговоримо пізніше*
U	You	*Ти*
U2	You too	*Ти теж*
UBD	You be damned	*Будь ти проклятий*

UC	You see	*Бачиш*
W8	Wait	*Чекати*
WB	Welcome back	*З поверненням*
WBR	With best regards	*Серцевий привіт*
WBW	With best wishes	*З найкращими побажаннями*

Абревіатура (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.

Проаналізувавши кілька десятків повідомлень з Інтернет-форумів, було виділено три головні і два додаткові типи абревіатур та скорочень:

1) **буквені** (складаються з назв початкових літер слів, які входять у вихідне словосполучення). Наприклад:

AFAIK – as far as I know
BBL – be back later
FTL – faster than light
HTH – hope this helps
IDK – I don't know
OTOH – ontheotherhand[2].

2) ***звукові*** (складаються з початкових звуків слів вихідного словосполучення, тобто читається як звичайне слово). Наприклад:

FAQ – frequentlyaskedquestion
CU – seeyou

3) ***буквено-звукові*** (складаються як з назв початкових букв, так і з початкових звуків слів вихідного словосполучення). Наприклад:

THX – thanks

4) ***буквено(звуко)-цифрові*** (складаються, з початкових букв (звуків) та цифр). Наприклад:

B4 - before

2L8 – toolate[3]

5) ***цифрові*** (складаються із цифр). Наприклад:

4 – for;

2 – to, too.

Варто зазначити, що мова Інтернет спілкування досить різноманітна та багата і метою лінгвістів, котрі займаються її проблемами, є детально вивчати та структурувати лексику даного типу.

Класифікація англійських абревіатур для спілкування в Інтернеті

Привітання

LTNS - long time no see - давнонебачилися

LTNT - long time no type - довгоНЕписав

WB - welcome back - с поверненням

Знайомство

AFAIK - as far as I know - наскількименівідомо

ASL - age / sex / location - вік / стать / місцепроживання

F 2F - face to face - віч-на-віч

FAQ - frequently asked questions - частіпитанняMF - male or female - чоловікчижінка

RE - how are you - якправи?

SUP - what's up - якправи? [4]

Прощання

BBIAF - be back in a few minutes - повернусячерезкількахвилин

BBIAH - be back in an hour - повернусячерезгодину

BBIAM - be back in a minute - повернусячерезхвилину

BBIAS - be back in a second - повернусячерезсекунду

BBS - be back soon - скороповернуся

CU - see you - дозустрічі

GTG - I got to go - яповиненйти

TTFN - ta ta for now - нудавай, пока!

Підписукінцілиста

WBR - with best regards - серцевийпривіт

WBW - with best wishes - знайкращимипобажаннями
WRT - with respect to - зповагою
Позитивніемоції
GR8 - great - чудово
LOL - lot of laugh - купасміху
ROFL - rolling on the floor laughing - кататисяпопідлозізсміху
Невдоволення
H 8 - hate - ненавидіти
ONNA - oh no, not again - оні, тількинезнову!
TANJ - there aren 't no justice - нісправедливості
UBD - you be damned - будьтипроклятий!
WTF - what the fuck - щотаке?
Подяка
10X - thanks - спасибі
TFHAOT - thanks for help ahead of time - заздалегідьвдячний
Стійківирази
AFK - away from the keyboard - менененаєзаклавіатурою
IMO - in my opinion - помоємудумку
IMHO - in my humble opinion - помоємускромномудумку
IMNSHO - in my not so humble opinion
LOL - lot of laugh - купасміху
PMJI - pardon my jumping in - прошувибаченнящовтручаюся
POV - point of view - точказору
ROFL - rolling on the floor laughing - кататисяпопідлозівідсміху

Висновки. Отже, спілкування в інтернеті особливе, тому при письмовому перекладі потрібно враховувати лексико-стилістичні та прагматичні особливості перекладу Інтернет-спілкування, щоб уникнути помилок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Волохов С.А. Я в аську войду только за смайликом! /С.А. Волохов // Уикенд. – 2003. – №34 (184). – С.18.
2. Quinion M. Jargon File. www.jargon.com

3. The Web's Dark Sides [Текст] // US News and World Report. – 2000. – Aug. 28. – P.36-38.
4. Wallis G. Year 2000 Survey // US News and World Report. – 2000. – Dec. 9. – P. 39-43.

Мельничук Віталій Васильович
студент 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ Й ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЗАСОБІВ І СПОСОБІВ ПЕРЕКЛАДУ ПАРЕМІЙ

Вступ. Як відомо, англійська та українська культури відрізняються своїми традиціями, звичаями, поглядами, реаліями, світосприйняттям, що зумовлює одну з найбільших проблем при перекладі. Зберегти культурну специфіку мови оригіналу в мові перекладу – це завдання особливої складності [Карпець, с. 1].

Адекватне відтворення прислів'їв і приказок складає особливу перекладацьку проблему. На відміну від лексичних одиниць, фразеологізмів, еквівалентних слову, у прислів'їв і приказок образний зміст, тобто їх внутрішня форма зберігає свою значущість. Носії мови не лише знають сенс прислів'я і ситуації, в яких її слід вживати, але і сприймають образ, метафору чи порівняння, що формує прислів'я. Звичайно, початкові реалії, пов'язані з виникненням прислів'я, забуваються. Але двоплановість прислів'їв зберігається. Їх прямий сенс і сенс іносказання співіснують. Сенс вільного поєднання, що лежить в основі прислів'я, і зміст іносказання актуалізуються в мові. Тому перекладачу важливо передати ці її обидва компоненти: і сенс прислів'я, і метафоричний

зміст [Раєвська, с. 34].

Основна частина. Нагадаємо, що прислів'я визначаються як закріплені в мові стійкі образні судження, які мають повчальний зміст, виражають певну мораль та часто мають звуко-ритмічну організацію. З огляду на ці ознаки прислів'їв, В. Виноградов [Виноградов, с. 185] виділяє п'ять можливих типів перекладу прислів'їв:

1) повним відповідником (еквівалентом), коли в мові перекладу є прислів'я, яке рівнозначне за змістом, функцією та стилістичними характеристиками прислів'ю в мові оригіналу. Метафора, закріплена в прислів'ї, повинна спиратися на ідентичні образи. Повні еквіваленти часто зустрічаються у так званих інтернаціональних прислів'ях та крилатих висловах, які беруть свій початок від міфічних або біблійних джерел [Виноградов, с. 185];

2) частковим відповідником, коли прислів'я мови перекладу еквівалентне прислів'ю мови оригіналу за змістом, функцією та стилістичним забарвленням, але відрізняється своїм образним значенням. Наприклад, вислів *red herring*, який перекладається як *відволікаючий маневр*, має такі аналоги в українській мові як *замилити очі, задурити голову*; *paint the town red* – в англійській мові використовується на позначення гарного проводження часу, веселої прогулянки. В українській мові зустрічається такий його аналог: *відірватися на повну;*

3) при передачі прислів'їв нерідко використовується прийом калькування. Прислів'я відтворюється майже дослівно, але контекст підказує реципієнту, що він має справу зі стійким зворотом, наприклад, *red rag to a bull* - *червоний колір для бика*, тобто *той, що дратує* [Виноградов, с. 186];

4) так званим «псевдодослівним» відповідником, коли перекладач вважає за потрібне вжити прислів'я мови оригіналу, або при відсутності в мові перекладу повного або часткового еквіваленту. В цьому випадку перекладач «винаходить» прислів'я та відтворює без модифікацій або з незначними змінами образний зміст прислів'я оригіналу, таким чином зберігаючи його зміст [Виноградов, с. 190];

5) описовим перекладом, тобто шляхом переказу

фразеологізму, який зумовлений відсутністю в мові перекладу необхідних відповідників та неможливістю калькування: *Beware of reds under the beds — Пильнуйте! Комуністи всюди*[Виноградов, с. 190].

Як бачимо, існують різні способи адекватної передачі приказок та прислів'їв українською мовою. Г. Салямов [Карпець, с. 2] розділяє ідею В. Виноградова щодо способів перекладу паремій, стверджуючи, що зазвичай використовується п'ять можливих способів їх перекладу:

1) повний еквівалент;
2) частковий еквівалентний переклад;
3) підбір псевдовідповідника;
4) описовий переклад;
5) калькування.

При цьому вважають [Мостовий, с. 55], що, оскільки у пареміологічних одиницях часто міститься метафоричний елемент, то їх не можна перекладати дослівно. У багатьох випадках вони мають явно виражене національне забарвлення, що призводить до того, що паремії часто не мають абсолютних відповідників в іншій мові. Складність перекладу прислів'їв та приказок полягає у тому, що перекладач повинен уміти їх розпізнати і підшукати відповідний український варіант.

З погляду перекладу приказок та прислів'їв, Кочерган М. [Кочерган, с. 41] розділяє їх на 3 групи.

До першої групи відносяться такі прислів'я й приказки, які повністю співпадають з українськими — і по смислу, і по формі, тобто по описуваному образу або складових компонентах, наприклад: *All that glitters is not gold. - Не все те золото, що блищить; As a man sows, so shall he reap. - Як посієш, так і пожнеш; New brooms sweep clean. — Нова мітла по-новому мете* [Дубенко, с. 96]. Неспівпадіння числа в українській та англійській приказці в останньому прикладі не має суттєвого значення, тому ми включаємо його до першої групи.

Такі приказки та прислів'я, які повністю співпадають в різних мовах, мають своїм джерелом спільний прототип і часто є калькою з грецької або латинської, рідше інших мов.

До другої групи належать прислів'я і приказки, які співпадають по змісту, але не співпадають за образом, який лежить в їх основі, наприклад:

Too many cooks will spoil the broth. - У семиняньокдитябезноса; As well be hanged for a sheep, as for a lamb. - Сімсмертямнебути, аодноїнеминути; To buy a pig in a poke. - Купитикотавмішку [Дубенко, с. 313].

При перекладі таких паремій рекомендується користуватися саме такими відповідниками, які закріпилися в мові, оскільки перекладач повинен притримуватися принципу перекладу чогось звичного таким же звичним. У протилежному випадку приказка або прислів'я викличе у читача враження чогось несподіваного та оригінального. Тому англійську приказку *At a snail's pace - Як на волах,* не можна перекладати *Із швидкістю равлика.*

До третьої групи відносяться приказки та прислів'я, які не мають відповідників в українській мові — ні за змістом, ні за образом. Вони перекладаються або описово, або за допомогою приказки, створеної перекладачем, наприклад: *Little pitchers have long/ wide ears. - Діти люблять слухати розмови дорослих; В малих дітей великі вуха.*

Як приклад вдалого відтворення приказки у перекладі можна навести англійський переклад такого місця роману Л. Толстого "Війна і мир":

Ерема, Ерема, сидел бы ты дома, точил свои веретена. - Jerome, Jerome, do not roam, but mind spindles at home(Переклад А. Мод і Л. Мод) [Кочерган, с. 43].

Незважаючи на те, що при перекладі цього прикладу вжито іноземне ім'я, дуже вдало збережено римовану форму приказки, її ритмічну рівновагу, а також досить вірно передано її зміст.

У тих випадках, коли прислів'я і приказки мають чітко виражений національний характер, вони не можуть бути використані при перекладі, не зважаючи на те, що вони повністю співпадають за змістом. Так, англійську приказку *to carry coal to Newcastle* не можна перекладати російською приказкою *ездить в Тулу со своим самоваром,* оскільки це внесло би в переклад чуже національне забарвлення. У таких випадках доводиться або давати близький до

оригіналу переклад, робити описовий переклад або перекласти цю приказку із зміною образу: *Ніхто не возить вугілля в Ньюкасл; В ліс дрова возити; В криницю воду лити* [Кочерган, с. 56].

Висновки. Проаналізувавши лінгвістичні джерела, присвячені особливостям перекладу паремій, ми дійшли висновку, що більшість вчених-лінгвістів розрізняють п'ять способів перекладу паремій: повний відповідник (еквівалент), частковий відповідник, "псевдодослівний" відповідник, описовий переклад, калькування, які і будуть нами детально проаналізовані під час подальшого дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 2001. – С. 185-190.
2. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки. – К.: Нова книга, 2004. – 416 с.
3. Карпець Л.А. Український спортивний жаргон: структурно-семантичний аспект: Дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Харківський національний ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2006. — 192 с.
4. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства. – К.: Академія, 1999. –С. 41-56.
5. Мостовий М.І. Лексикологія англійської мови: (Підруч. для ін-тів і фак. інозем. мов). – Х.: Основа, 1993. – 256 с.
6. Раєвська Н.М. Englishlexicology – Київ. -- 1991. – 236 с.

Мельничук Віталій Васильович
студент 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,

к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ДЖЕРЕЛА ВИНИКНЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЇВ ТА ПРИКАЗОК

Вступ. Немає такої людини, яка б у своєму житті не користувалася цими короткими, але з глибоким змістом виразами. Свої життєві спостереження, особливо спостереження над явищами природи, люди здавна фіксували в коротких висловах, які віками відточувалися, шліфувалися танабувалидедалі досконаліших форм. У прислів'ях і приказках народ виразив своє соціально-політичне мислення, прагнення до кращого життя, мрії про волю. Народ використовував приказки та прислів'я у боротьбі проти гнобителів, проти суспільних вад. Високо цінували народні афоризми О. Пушкін, М. Гоголь, М. Горький, Т. Шевченко, І. Франко.

Основна частина.Прислів'я та приказкимають різні походження. Їхніми джерелами були відомі народні пісні, казки, байки, анекдоти і т.п. Говорячи про генетичні коріння народних прислів'їв та приказок, М. Шолохов писав, що вони "перелітають із століття в століття", від одного покоління до іншого, а багатоманітність людських відносин знайшла свій відбиток у карбованих народних висловах і афоризмах, у яких відображаються радість і страждання людські, сміх і сльози, любов і гнів, віра і безвір'я, правда і кривда, чесність і обман, працьовитість і лінощі тощо [Сухенко, с. 24].

Прислів'я та приказки в основному створюються самим народом і відбивають найрізноманітніші віхи людського життя. Виникнення прислів'їв, на думку дослідників [Баранцев, С. 87], бере початок із часів первіснообщинного ладу. Воно пов'язане з трудовою діяльністю людей. Прислів'я та приказки мали утилітарно-практичне значення, носили повчальний характер. У майбутньому тематика прислів'їв значно розширилась. Проте їх повчальний зміст зберігся та незабаром став однією з їх відмінних жанрових ознак.

Деякі лінгвісти стверджують [там само], що поряд з фольклорними прислів'ями та приказками широко вживаються

образні вирази, створені письменниками й окремими громадськими діячами. Згодом вони стають «крилатими виразами» й починають уживатися як звичайні прислів'я та приказки. Встановити авторство окремих паремій можливо. Наприклад, в англійській мові багато прислів'їв і приказок було популяризовано або створено В. Шекспіром, Дж. Байроном, Дж. Мільтоном та іншими відомими письменниками й поетами. Прикладом можуть слугувати шекспірівські вислови, багато з яких зберегли свою початкову форму, наприклад, Brevity is the soul of wit.–Стислість – сестра таланту[Баранцев, с. 7]. Інші є адаптацією його висловлювань, наприклад: He jest sat scars that never felt a wound.–Над шрамами сміється той, що болю рани ще не знає[там само, с. 7];Cowards die many times before their deaths. –Боягузи вмирають багато разів[там само,с. 9].

Важливим джерелом англійських прислів'їв є також запозичення з інших мов (латинської, грецької, французької, іспанської мов тощо) [там само, с. 7]. Так, наприклад, велика група паремій сформувались під впливом латинської мови і приписується Юлію Цезарю:Thewishisfathertothethought. [там само, с. 7] –Бажання є батьком думки; He gives twice who gives quickly. – Віддає двічі той, хто віддає швидко[Дубровин, с. 7].

Має авторство і крилатий вислів, що став широко вживаним, який приписують давньогрецькому поету Херилу:Constant drop ping wearsawayastone [Баранцев, с. 7]–Краплина по краплині і камінь точить.

До наших часів дійшов уривок із поеми Херила „Краплина води точить камінь наполегливістю". Пізніше ця ж фраза зустрічається у висловах авторів 15 століття, таких як вчений Міхаіл Апостолій, церковних письменників Григорія Богослова та Іоанна Дамаскіна [Баранцев, с. 7].

Вираз "Добрими намірами пекло вибрукувано" приписується англійському письменнику Джонсону, який згідно з його біографом у 1775 році сказав: Hell is paved with good intentions [Молотков, с. 40].

Вальтер Скотт у романі "Ламермурська наречена" приписує цей вираз одному з англійських богословів. Дійсно, Джордж

Герберт, що помер у 1632 році, в книзі «Jacula prudentium» говорить: Hell is full of good meaning and wishing [Молотков, с. 40]. – Пекло переповнене добрими намірами та бажаннями.

Прислів'я використовував у своїх творах і Чарльз Діккенс [Баранцев, с. 16], який запропонував свою версію інтерпретації цього прислів'я:Пекло вибрукувано добрими намірами – добрі наміри частіше руйнують, ніж створюють [Баранцев, с. 16].

Байки Езопа також відносяться до тих джерел, які поповнюють й урізноманітнюють прислів'я та приказки, наприклад: One swallow doesn't make a summer [Баранцев, с. 8] – Одна ластівка весни не робить. Пізніше це прислів'я використовують у своїх працях Аристотель, І.А. Крилов, Чарльз Діккенс.

Щодо прислів'їв, запозичених із французької мови, наочним прикладом може бути прислів'я: The appetite comes with eating. [Баранцев, с. 5] – Апетит приходить під час їжі [Дубенко, с. 146]. Його автором був французький єпископ Жером де Анже, хоча своє широке вживання воно отримало після того, як Франсуа Рабле використав його у романі «Гаргантюа і Пантагрюель» [Баранцев,с. 5].

Безумовно, існує багато запозичень прислів'їв із Біблії, прикладом чого може слугувати висловлювання: A soft answerturns away wrath. – М'яка відповідь відвертає гнів [Баранцев, с. 11].

Деякі прислів'я та приказки, у свою чергу, беруть своє коріння з теологічної доктрини сімнадцятого століття: The endjustifies the means [Баранцев, с. 12]. – Мета виправдовує засоби.

Висновки. Отже, виникнення прислів'їв бере початок із часів первіснообщинного ладу. Прислів'я та приказки в переважній більшості створюються самим народом. Їхніми джерелами були відомі народні пісні, казки, байки, анекдоти. В англійській мові багато прислів'їв і приказок було популяризовано або створено відомими письменниками та поетами. Іншим важливим джерелом англійських прислів'їв є запозичення з інших мов. Безумовно, існує багато запозичень прислів'їв з Біблії. Разом із тим, із часом і народне, і літературне джерела зливаються. Усі перераховані

чинники виникнення паремій є характерними і для англійських, і для українських мов, що необхідно буде враховувати під час дослідження особливостей їх перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Баранцев К.Т. Английские пословицы и поговорки. – К.: Радянська школа, 1973. – 175 с.
2. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки. – К.: Нова книга, 2004. – 416 с.
3. Дубровин Н.И. Русско-английский словарь: А-Я: более 8000 слов и выр.: пособие для учащихся. – М.: Просвещение, 1997. – С. 7.
4. Молотков А.И. Основы фразеологии русского языка. – Л.: Госкнига, 1977. – С. 40.
5. Сухенко К. М. Лексичні проблеми перекладу. – К.: Київ. Нац. Універ. Ім. Тараса Шевченка, 1992. – 252 с.

Назаренко Аліна Володимирівна,
студентка 5 курсу
спеціальності «Філологія (Переклад)»
Полтавського інституту економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Вступ. Словниковий склад мови включає в себе безліч лексем різного типу, серед яких фразеологічні одиниці займають важливе місце, оскільки передають експресивність. Часто фразеологічні одиниці несуть більш широке та більш виразне значення, яке має свою власну структуру, образність, емоційність

тощо. Фразеологічні одиниці, не зважаючи на те, що давно є предметом вивчення, залишаються і сьогодні об`єктом дослідження вітчизняних та зарубіжних мовознавців.

Фразеологічна одиниця є унікальним феноменом, який у сучасному науковому світі досліджується на всіх рівнях.

Виклад основного матеріалу. Саме тому необхідно зосередити увагу на цій проблемі. Предметом дослідження є структурні та семантичні особливості англомовних фразеологічних одиниць та способи їх відтворення українською мовою.

Для детального дослідження особливостей фразеологічних одиниць, перш за все, потрібно визначити поняття фразеологічної одиниці. Як показує аналіз спеціальної літератури, існує декілька визначень фразеологічної одиниці. Так, за визначенням В.В. Виноградова, фразеологічна одиниця – це абсолютно неподільна одиниця мови, значення котрої зовсім не залежить від її лексичного складу, від трактування її компонентів, а також умовно та довільно, як значення немотивованого слова – знаку [1, с. 61]. Подібні мовні одиниці В.В. Виноградов вважає можливим називати ідіомами. Трактування або ознаки їхніх компонентів не мають жодного зв'язку з реальним значенням фразеологічної одиниці.

Не можна не зауважити, що фразеологічні одиниці мають багато спільних рис із словосполученнями. В.В. Виноградов не відносить крилаті слова, прислів'я й приказки до фразеологічних одиниць, пояснюючи це тим, що їх синтаксична структура та семантика відрізняється від самого поняття фразеологічна одиниця. В.В. Виноградов зауважував, що основною ознакою фразеологічної одиниці є її семантична неподільність, абсолютна неможливість визначення цілого значення із значення складових компонентів. Вона є семантичною одиницею, подібною до слова, яка позбавлена внутрішньої форми, підкреслюючи, що – фразеологічна одиниця не є ні добутком, ні сумою семантичних елементів цієї одиниці [1, с.124].

Сучасна українська наукова література не налічує достатню кількість робіт, котрі були б пов'язані з труднощами та особливостями англійських фразеологізмів та їх українських відповідників. Неодноразово серед лінгвістів піднімалося питання

про відмінності між фразеологічною одиницею та словотворенням [2, с.36-43].

Проведений аналіз спеціальної наукової літератури показує, що можна виокремити 2 основні теорії трактування фразеологічних одиниць. Одна частина науковців, таких як В.М. Телія, В.Д. Ужченко, В. П. Жуков та інші вважають, що фразеологізм виступає мовною одиницею, котра налічує слова в своєму складі, тобто за своїм походженням її можна віднести до словосполучення. Тут можна виділити деякі особливості, наприклад, об'єктом фразеології можуть бути будь-які словосполучення мови, якщо не брати до уваги їх якісні відмінності.

Розглядаючи питання основних видів перекладу ФО були виділені наступні види:

- транскрибування і транслітерація;
- калькування;
- лексико-семантичні заміни (конкретизація,модуляція,генералізація).

Найбільш поширені граматичні трансформації містять:

- синтаксичну схожість (дослівний переклад);
- членування пропозицій;
- об`єднання пропозицій;
- граматичні заміни (заміни частини мови, члена пропозиції, форми слова).

До комплексних лексико-граматичних трансформацій належать:

- антонімічний переклад;
- експлікація (описовий переклад);
- компенсація.

Калькування – Цей прийом полягає в тому, що складові частини (морфеми) безеквівалентного слова або словосполучення заміняють на їх буквальні відповідності в МП, наприклад: upper chamber — верхня палата, committee of directors —рада директорів, Security Council —Рада Безпеки.

Конкретизація – спосіб перекладу, при якому одиниця більш широкого значення передається в мові перекладу одиницею з більш вузьким значенням. Завдяки проведеному аналізу можна виокремити

і навести приклади кожного з способів перекладу англійських фразеологічних одиниць українською.

Генералізація – це заміна слова, що має більш вузьке значення, словом з більш широким значенням. Цей прийом прямо протилежний прийому конкретизації.

Синтаксична схожість – спосіб перекладу, при якому перекладач повинен зберегти синтаксичну структуру похідної мови у результаті перекладацької діяльності. Часто зустрічаються випадки, коли фразеологічна одиниця у похідній та цільовій мовах збігаються.

Граматичні заміни – використання цього способу перекладу вимагає заміну граматичної одиниці з похідної мови на іншу граматичну одиницю у цільовій мові перекладу.

Антонімічний переклад – сутність прийому антонімічного перекладу полягає в тому, що перекладач замінює стверджувальну конструкцію негативною або навпаки, що супроводжується відповідною лексичною заміною одиниці похідної мови на його антонім у мові перекладу.

Генералізація:

1) He said that tomorrow will be a lot of snow. But it is only the first day of September, so it is real as well as to see a flying saucer. – Він сказав, що завтра буде багато снігу. Але це тільки перший день вересня, так що це реально так само як побачити літаючу тарілку.

Якщо розглядати наведені вище приклади детальніше, то у першому з прийомів – генералізація - було замінене більш вужче значення saucer (блюдце) на більш ширше, те, з яким воно тісно пов'язане – тарілка. Беручи до уваги другий приклад методу перекладу англійських фразеологізмів українською мовою, було замінене більш вузьке значення one`s ears (тобто почуте) на більш ширше значення – чутки.

Антонімічний переклад:

1) It's a pity you are not going to Italy with us, but it's not the end of the world and you are still able to go there next year. – Дуже шкода, що ви не поїдете в Італію з нами, але життя продовжується, і ви все ще можете поїхати туди в наступному році.

У прикладах антонімічного перекладу відбулася зміна з стверджувальної форми в оригіналі на негативну форму в перекладі та, навпаки, негативну на стверджувальну.

Калькування:

1) Since mother's death, Ann has been father's right arm. – Після смерті матері, Енн стала справжньою батьковою правою рукою.

2) The most dangerous thing you can do is to take any one impulse of our own nature and set it up as the thing you ought to follow at all costs. – Найнебезпечніше, що ви можете зробити, це взяти якийсь один імпульс нашої власної природи і встановити його як річ, якої ви повинні слідувати за будь яку ціну.

3) Our new director had been working for our main competitor for 15 years. I think that he is a trojan horse in such conditions. – Наш новий директор працював на нашого головного конкурента протягом 15 років. Я думаю, що він є троянським конем в подібних умовах.

У наведених прикладах перекладу англійських фразеологічних одиниць українською мовою методу калькування відбулася передача лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин їх лексичними відповідниками в українській мові, які копіюють структуру вихідної лексичної одиниці.

Граматичні заміни:

1) They could afford to spend their honeymoon on the islands. – Вони могли дозволити собі провести свій медовий місяць на островах.

2) We may kill if necessary, but we must not hate and enjoy hating. In other words, the feeling of resentment must be killed inside us. – Ми можемо вбити, якщо це необхідно, але ми не повинні ненавидіти і насолоджуватися ненавидячи. Іншими словами, почуття образи повинно бути вбито всередині нас.

3) Thank you for your help. It was just what the doctor ordered! – Дякую за твою допомогу. Це було те, що лікар прописав!

Приклади граматичної заміни можна розглянути детальніше і простежити особливості цього методу. У першому випадку, була замінена обставина in the air на прикметник повітряні. Другий

приклад цікавий тим, що при перекладі українською мовою з одного англійського іменика honeymoon – були отримані прикметник та іменник в українській – медовий місяць.

Синтаксична схожість:

1) And then she closed her eyes, hugged herself as goose skin raised the hairs all over her body. – А потім вона закрила очі, обхопила себе руками, коли гусяча шкіра підняла волосся по всьому тілу.

2) In any case, you might have guessed she would visit this party. – У будь-якому випадку, ви могли б здогадатися, що вона відвідає цю вечірку.

Наступним механізмом перекладу англійських фразеологічних одиниць українською мовою був наведений метод синтаксичної схожості, при якому синтаксична структура оригіналу перетворюється в аналогічну структуру в українській мові. Також можна зазначити, що синтаксичне уподібнення може призводити до повної відповідності кількості мовних одиниць та порядку їх розташування в оригіналі та перекладі.

Конкретизація:

1) After the collision with a truck, Gregory's life hung by a thread. – Після зіткнення з вантажівкою, життя Грегорі висіло на волосині.

2) He was a cowboy in grain. – Він був ковбоєм за вдачею

3) That was so many years ago that i can`t member his name – it is a small world, he thought. – Це було так багато років тому, що я не можу згадати його ім'я – світ тісний, подумав він.

Останнім механізмом був метод конкретизації, де, в наведених прикладах, були замінені явища з більш широким предметно-логічним значенням на більш вузьке. Останній приклад є яскравим проявом конкретизації, де small world (маленький світ) перекладений як світ тісний.

Отже, на вибір одного з видів перекладу впливає багато факторів, за яких той чи інший вид буде вдалим та точним у певному контексті.

Перекладач повинен вміти враховувати стилістичні особливості фразеологічної одиниці та передавати її значення максимально точно щоб зберегти яскравість та структуру похідної мовної одиниці. Відсутність знання особливостей фразеології може призвести до неточного перекладу або повного спотворення англійського відповідника, що є грубою помилкою перекладача.

Висновки. Отже, були проаналізовані твори Ернеста Хемінгуея «Райський сад» і «Старий та море» використовуючи метод кількісного аналізу. Аналіз перекладу роману «Райський сад» Ернеста Хемінгуея українською мовою дозволив виявити, що найбільш притаманні способи перекладу для автора – дослівний переклад, повний еквівалент, описовий переклад.

Таким чином, особливості перекладу англійських фразеологічних одиниць українською мовою налічують дуже багато аспектів, які перекладач повинен врахувати при перекладі, щоб результат перекладацької діяльності був максимально точним та подібно стилістично забарвленим для досягнення адекватності перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛАХ:

1. Виноградов В.В. Перевод: Общие и лексические вопросы / В.С. Виноградов. М.: КДУ, 2006. - 240 с.
2. Демський М.Т. Системні зв'язки у сфері фраземіки // Мовознавство. – 1991. - №2 с.36-43

Овсій Анна Олегівна,
студентка 1 курсу, спеціальності Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно)
Полтавський національний технічний університет імені Ю.Кондратюка
Науковий керівник:
Кушнірова Тетяна Віталіївна,
доктор філологічних наук, професор

МЕНТАЛІТЕТ БРИТАНЦІВ ЯК ВИРАЖЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

Вступ. Проблеми лінгвістики певної мови тісно пов'язані із суспільно-історичними особливостями держави, у якій функціонує ця мова. Вивчення певної мови сприяє дослідженню культорологічних особливостей, узусу, суспільно-політичних орієнтирів певної нації. Метою нашої статті є детальний аналіз особливостей менталітету британців, що передбачає окреслення самого поняття менталітет, дослідження його ґенези та еволюції, взаємозв'язку із поняттям «ментальність» та виокремлення основних рис суспільного менталітету мешканців Великої Британії.

Основна частина. На сучасному етапі поняття «менталітет» і «ментальність» є досить суперечливими, і такими, що викликають багато запитань. У суспільних і гуманітарних науках поняття "ментальність" вживається паралельно із поняттям "менталітет". Однак, співвідношення цих понять та окреслення їхнього взаємозв'язку залишається дискусійним питанням, яке по-різному вирішується в межах окремих наукових напрямів та підходів.

Термін "ментальність" був використаний вперше в XIX столітті американським філософом Емерсоном, який прагнув пов'язати метафізичні та психологічні проблеми суспільних настроїв. У науковий обіг термін "ментальність" був запроваджений французьким етнологом і соціоантропологом Леві-Брюлем, який вивчав діалогічне мислення та "колективні уявлення" [1,с.1]. Характерною рисою ментальності він уважав їхню непояснюваність за допомогою звичайної логіки та здорового глузду, "містичність", взаємозв'язок різних вірувань. Дослідник наголошує на складності спроб зрозуміти колективне життя різних народів.

Засади соціально-історичного розгляду ментальностей закладені французькою історичною школою. Саме там вперше теоретично обґрунтовувалися поняття, що формують життя людей у суспільстві, наголошуючи на мінливості їхнього змісту, що є невід'ємною особливістю кожної культури.

Історія поняття «ментальність» сформувалася як самостійний напрям у 1960-х рр. у межах так званого історико-антропологічного методу – інтересу до людини, до її уявлень та способу життя [1, с.1].

Науковці не змогли дійти єдності щодо визначення поняття, існує безліч точок зору на окреслену проблему. На нашу думку, ментальність, менталітет (походить від лат. mens (mentis) – розум, мислення, душевний склад) – це сукупність соціально-психологічних настанов, автоматизмів та навичок свідомості, які формують способи бачення світу та уявлення людей, що належать до тої або іншої культурної спільноти. Як будь-який соціальний феномен, ментальності історично мінливі, але зміни в них відбуваються дуже повільно [1, с.1].

Ментальність - це призма, через яку людина споглядає світ і себе в ньому. Тож ми можемо констатувати, що ця категорія притаманна кожній людині, незалежно від етнічної приналежності, соціального стану, статі, мови тощо. Ментальність залежить від цих факторів, особливо від національності та зумовлених нею мови та культури, проте вони не заперечують її існування, а навпаки — формують.

Для перекладача дуже важливо бути обізнаним із менталітетом країни, повністю розуміти значення реалій тощо. Дослідник О.Л. Кундзіч справедливо зазначає: "Поринувши в атмосферу буття іншого народу, перекладач знаходить у ній нове, незвичне для його національного світовідчуття, що спочатку дивує його і не завжди зрозуміле, – щоб виник творчий імпульс (задум – перекласти, показати своєму народові), перекладачеві треба вжитися в новий національний світ, сприйняти його, захопитися ним, певною мірою стати громадянином країни, яка створила мистецтво, що сподобалося йому. І, знайомлячи свого читача з іншим народом, він уже якоюсь мірою є представником цього народу, носієм його національних особливостей" [2, с.209].

Відмінність у ментальності може виражатися різними способами. Для перекладача важливо розуміти, сприймати й уміти пояснити певні елементи «іншої» мови, культури. Так, в англійській мові існують слова та терміни, що не мають еквіваленту в інших

мовах та культурах. Їх не можна назвати реаліями, однак дещо схоже з реаліями спостерігається. Один з таких прикладів наводить відомий англійський письменник, дослідник англійської культури, її соціального та політичного життя Джеремі Паксман. Він зазначає, що слово, яке можна було б зіставити з англійським словом "privacy" не існує ні у французькій, ні в італійській мовах, проте в Англії це один із базових принципів життя нації [5, с.118].

Адже відомо, що британці більше від будь-якої іншої нації турбуються про особистий простір та невтручання інших у власне життя. Це виражається навіть у їхньому виборі житла. Сучасна дослідниця М.Возна у своїй статті зазначає : «І тут англійці вирізняються серед інших, зокрема, європейських країн. Наприклад, їх типове житло – це окремі будинки, де можна заховатися від сторонніх очей за високим густим живоплотом. На відміну від багатьох європейців, значна частина життя яких, умовно кажучи, проходить на вулиці, англійці воліють сховатися в своєму "back garden", що дослівно перекладається як "садочок позаду будинку", куди потрапити можна лише за запрошенням» [3, с.89].

Ще одним прикладом особливостей англійської ментальності є дещо комічний факт, що британці постійно і безперервно можуть обговорювати одне – погоду. Більше того, сучасні дослідження доводять, що 94% британців визнали, що казали щось про погоду протягом останніх шести годин, а 38% робили це останні 60 хвилин. "Практично в будь-який момент часу третина населення Великої Британії або розмовляє про погоду, або щойно її обговорила, або збирається це зробити"[4, с. 55], - пояснює соціальний антрополог Кейт Фокс. Свого часу вона вивчала це питання для написання книги і навіть приділила в ній погоді вісім розділів.

Дослідниця дійшла висновку, що в багатьох з них коментарі про погоду насправді потрібні лише для того, щоб налагодити спілкування. "Це - своєрідний код, який дозволяє здолати незручність на початку розмови" [4, с.57]. Але досить часто коментар про погоду дозволяє з'ясувати настрій співрозмовника. "Залежно від відповіді на ваше "погодне" вітання, ви можете дізнатися, чи людина в гуморі підтримувати розмову далі" [4, с. 58].

Варто зазначити, що англійці – дуже стримана нація. Вони терплячі і ніколи не показують власних емоцій. Відомим є приклад, що британець нічого не скаже, якщо хтось наступить йому на ногу. Або нетипова ситуація для українця, коли британець стримано реагує на неналежне обслуговування у ресторані. Уявімо ситуацію: ви зробили замовлення у ресторані, а вам принесли іншу страву, або не принесли взагалі. Можливо, страва була холодною, несмачною або з іншими видимими недоліками. Звичайний українець у такій ситуації виявить своє невдоволення офіціанту і буде вимагати компенсацію. Британці ж, яке б жахливе замовлення не було, воліють змовчати, або навіть похвалити страву. Істинний британець ніколи не поскаржиться. Англійці аргументують це тим, що ніхто не хотів би бути на їхньому місці. Якщо адміністратор готелю не помічає клієнта, перукар пофарбував волосся не в той колір або обрахував таксист, британець нічого не скаже, бо ніхто не може знати з якої причини вони це зробили. Можливо, вони чимось занепокоєні або у їхній сім'ї сталася якась прикрість. Британці можуть виявити невдоволення мімікою, але не гучною сваркою. Вони швидше напишуть статтю до місцевої газети, коли прийдуть додому, аніж влаштують привселюдний скандал.

Щодо газет, то це ще один прояв англійського консерватизму. Більше 80% населення Британії читає національні щоденні газети. Хоча в Британії цілих чотири таких інформаційних видання, лише 16% англійців читають так звані якісні національні щоденні газети. Це широкоформатні газети, і багато хто не може зрозуміти, навіщо їх випускають в такому незручному вигляді. Але якщо спостерігати за пасажирами, які читають у громадському транспорті, можна зрозуміти, у чому справа. Причина зовсім не в цікавості або зручності видання. Англійці беруть з собою в дорогу великоформатні газети, тому що за ними можна сховатися. А це є ще одним підтвердженням їхньої любові до особистого простору, так званого "privacy". За величезними розворотами газет можна не лише сховатися, а і виключити будь-які форми комунікації з оточуючими, майстерно переконуючи себе в тому, що всіх цих людей не існує.

Ще один спосіб почуватися комфортно у громадському транспорті серед безлічі людей – це так зване правило заперечення.

Цікаво цей процес описує Кейт Фокс у своїй книзі: «Ми намагаємося не визнавати, що знаходимося в бентежному натовпі незнайомців, і, замикаючись в собі, вдаємо, що їх не існує, - і більшу частину часу вдаємо, що самі ми теж не існуємо» [4, с. 68]

Правило заперечення несе у собі відсутність контакту з незнайомцями. Воно вимагає, щоб люди не говорили з незнайомими людьми, навіть не зустрічалися з ними поглядами і взагалі жодним чином не визнавали їх присутності, поки для цього не буде крайньої необхідності. У той же час, дане правило накладає зобов'язання не привертати увагу до себе самих і не втручатися в чужі справи. Воно цілком влаштовує британців і забезпечує їм спокій.

Таким чином, при міжкультурній комунікації необхідно враховувати особливості ментальності певного народу. Риси менталітету різних країн важливі також для особистісної комунікації. Менталітет мешканців Великої Британії значно відрізняється від представників інших національностей. Константними рисами британського менталітету є ті, що відтворюють їхній консерватизм та сталі вікові традиції. Британці стримані у спілкуванні, тому необхідно ретельно добирати як вербальні, так і невербальні засоби комунікації.

СПИСОК ВИКОРТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Галушко К. Ю. . Ментальність, менталітет / К.Ю.Галушко // Енциклопедія історії України : у 10 т. - К.: Наукова думка, 2009. - Т. 6 : Ла - Мі. - С. 615.
2. Кундзіч О.Л. Творчі проблеми перекладу / О. Л. Кундзіч. – К.: Дніпро, 1973. – 264с.
3. Возна М. До питання про англійську ментальність та еквівалентність англо-українського перекладу (на прикладах назв житла) / М. Возна // МОВНІ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ КАРТИНИ СВІТУ. – К.: "Київський університет", Вип. 2(44). - 2013 – С.86-93.
4. Фокс К. Спостереження за англійцями (переклад М.Госовська) / К. Фокс. –Львів: Видавництво Старого Лева, 2018. – 608с.

5. Paxman, Jeremy. TheEnglish. APortraitofaPeople. – London, 1999. – 308c.

Опанасюк Марк Вікторович
студент 6 курсу, Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник: Рябокінь Наталія Олександрівна, к.ф.н.,
доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

МОВА ПРАВА ЯК ПРЕДМЕТ ВИВЧЕННЯ ЮРИДИЧНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Спеціаліст у будь-якій сфері, будь то медицина, історія, філологія, юриспруденція, військова справа або будь-яка інша сфера, має у своєму лексиконі певні слова, терміни, вирази, які будуть незрозумілі людині, яка не причетна до даної області.

Мова – це історично сформована система звукових, словникових та граматичних засобів, що об'єктивують роботу мислення і є знаряддям спілкування, обміну думками та взаємного розуміння людей в суспільстві [1, с. 138]. Виходячи з цього визначення, робимо висновок, що мова повинна бути зрозумілою усім людям для їх взаємного обміну думками, спілкування. Однак існують мови спеціалізовані, які орієнтовані на вузьке коло людей, що займаються певною діяльністю. Прикладом такої мови може бути мова права.

Останнім часом в Україні й за кордоном виникла тенденція зрощування двох областей діяльності дослідників, що призвело до народження нової науки на стику двох галузей. Однією з таких гуманітарних наук є юридична лінгвістика, що вивчає мову права. Вона досить важлива для сучасного суспільства. Правнича мова вкрай поширена і управляє всіма сферами життя людини. Більш того, вона є однією з найдавніших спеціальних мов. Це говорить не тільки про важливість юридичної мови для життя в суспільстві, а й про її вплив протягом багатьох століть на мови повсякденного спілкування людей в багатьох державах.

Як окрема наука юридична лінгвістика склалася не так давно, проте інтерес людства цей напрямок зазнавав протягом декількох століть. Вперше це поняття було сформульовано в 1976 році німецьким лінгвістом Альбертом Подлехом. Правовою лінгвістикою він вважав «сукупність всіх методів і результатів досліджень, які стосуються питань зв'язку мови і правових норм, і відповідають вимогам сучасної лінгвістики» [2, с. 11]. За час свого існування ця наука значно розширила рамки свого розуміння, бо останні півстоліття характеризуються різким стрибком у розвитку як технічних наук, так і гуманітарних. Найбільшою мірою змінилися критерії та вимоги лінгвістики як самостійної науки. Внаслідок цього правознавство і мовознавство виявилися на якісно новому рівні, і їх взаємовідношення стрімко розширюється. Слід зауважити, що зміни відбулися не тільки у вивченні мовних питань у правовій сфері, а й е ролі, яку відіграють лінгвістичні дослідження у цій сфері: вона значно зросла.

Науково-дослідна група з вивчення мови права Берлінсько-Брандербурзької академії наук виділяє кілька напрямів у вивченні взаємин права і мови.

Першим напрямком є комунікація в суді. Під цим поняттям слід розуміти мовну поведінку сторін-учасниць судового процесу. Цей напрямок включає не тільки питання стилістики, риторики, граматики і лінгвістики текстів, а й такі мовні аспекти як діалектні і соціальні відмінності в мові сторін-учасниць процесу [3, с. 61].

Другим напрямком вважається юридична аргументація, що включає в себе вираз аргументів, доказів і доводів за допомогою природної мови, тобто розгляд юридичної логіки крізь призму властивостей мови.

Третій аспект – судова лінгвістика: технічні прийоми розслідування, які вивчаються і застосовуються в судовій практиці, засновані на законах лінгвістики [4, с. 29-31].

Наступним напрямком прийнято вважати критерії трактування текстів, тобто зв'язок мовних закономірностей і позамовних критеріїв (наприклад, правова культура, знання учасників комунікації та ін.). Також, як окремі напрями, виділяють мовні вимоги до юридичних формулювань, правову силу мовних дій

і мовні норми в праві, критерії трактування текстів, мовну строгість до юридичних формулювань і т. д. [5].

Мова права включає до себе не тільки терміни і професіоналізми, що вживаються виключно в сфері права, але і слова з повсякденного життя, знайомі кожній людині. Правові терміни найбільш часто вживаються в нормативних правових актах різних галузей права, при тлумаченні специфічного юридичного феномена або ж при детальному аналізі юридичної ситуації. Повсякденні терміни, в свою чергу, використовуються в питаннях загального зв'язку фактичних ситуацій [6].

Повертаючись до особливостей мови права, можна сказати, що за своєю суттю вона призначена для вираження волі людей в правових актах. У зв'язку з тим, що такі документи складаються за допомогою офіційного стилю мовлення, в них відсутні будь-які емоції і прояви почуттів.

Отже, мова права – особлива мова, де реалізується спеціальне термінологічне значення лексики; вона являє собою свого роду галузевий словник. Мова права розрахована на логічне сприйняття інформації індивідом. З цієї причини в правових актах відсутні художні засоби відображення дійсності. Саме тому мова права точна, лаконічна і послідовна [7, с. 46].

У зв'язку із тим, що право, зафіксоване в нормативних актах, є, в першу чергу, волевиявленням народу, то ці акти повинні бути бездоганними не тільки за змістом, а й за формою. Для досягнення цієї мети необхідно досконально вивчити існуючі нормативно-правові акти і виявити їх переваги та недоліки. Цим і зайнялися дослідники юрислінгвістики. У підсумку вони прийшли до висновку, що мова права має бути точною, є мною і зрозумілою людям. При складанні правового документа законодавець повинен уникати задовгих фраз, безлічі додатків і повторень, намагатися викладати матеріал без зайвих відступів і ділення на зайві підрозділи.

Однак виникає ще одне ускладнення: з плином часу свідомість людей змінюється. Спосіб мислення минулого покоління може бути незрозумілий нинішньому, а нинішнього – майбутньому. Тобто мова права теж не має бути сталою. Правові акти, які змінюють один одного, повинні перетворюватися не тільки за своїм

змістом, але і за формою вираження нових норм, адже з часом одні слова відживають свій вік і їм на зміну приходять абсолютно нові. У тому випадку, якщо з кожним новим проміжком часу намагатися удосконалювати мовну права, то в підсумку можна перетворити цю мову на набір штучних конструкцій, абсолютно відірваних від реального життя людей.

Україна є правовою державою. Це означає, що всі сфери життя в країні підпорядковані праву, у більшості випадків вираженого в законі, тобто нормативних правових актах. У зв'язку із цим зростає значення правильного викладу норми, зафіксованої в акті, так як право звернено в першу чергу до народу, який повинен норму не просто знати, а й розуміти. Однак не все населення держави має юридичну освіту, і тому не всі можуть зрозуміти норму, написану юридичною мовою.

Право – це сукупність встановлених і охоронюваних державною владою норм і правил, що регулюють відносини людей в суспільстві, а також наука, що вивчає ці норми. Так як право має безпосередній зв'язок із суспільством, а точніше, регулює відносини в ньому, то мова права має бути доступною і зрозумілою членам цього самого суспільства. Адже не маючи уявлення про те, що диктує людині право, не розуміючи норм, відображених в нормативних правових актах, людина не буде знати, що їй робити дозволено, що не бажано, а що суворо заборонено, вона почне слідувати своїй особистій волі, що у низці випадків може призвести до злочинів і погіршення криміногенної ситуації у країні. Із цього випливає висновок, що право повинне бути максимально наближене до народу, зрозуміле йому. Таким чином, мова права має складатися з трьох елементів: точності, достовірності і ясності.

Практично всі дослідники мови права сьогодні сходяться у думках, що нинішня мова права не ідеальна, вона вимагає доопрацювань і змін. Однак, щоб зрозуміти, в якому напрямку здійснювати поліпшення цієї науки, дослідник має бути фахівцем не тільки в галузі лінгвістики, а й у сфері юриспруденції: адже як дисципліна, в основі якої лежать дві самостійні науки, юрислінгвістика має рівною мірою зосереджуватися і на правовому, і на мовному аспектах.

Внаслідок цього дослідники в області юрислінгвістики ставлять собі як завдання проведення лінгвістичної експертизи над текстами законів перед їх прийняттям. Саме лінгвістична експертиза дозволяє уникнути неточності і багатозначності тексту закону. Таким чином, за допомогою експертизи фахівців закон стає дієвим і ефективним, законодавство – зрозумілим не тільки юристам, а й найширшому колу осіб, суспільству в цілому, до якого цей закон, в кінцевому підсумку, і адресований [8, с. 367].

Найчастіше юридичну мову сприймають лише як засіб, за допомогою якого законодавець доносить до населення свою волю. Однак помилково думати, що функції мови права вичерпуються цим. У цій метамові, як і в будь-якій іншій, фіксується думка людини, яка віддається іншим людям. Тим самим мова права фіксує в собі правовий досвід людства, його мислення на кожному окремо взятому історичному етапі. За допомогою мови права люди не тільки пізнають навколишню реальність у царині права, а й аналізують юридичні явища, з якими стикаються практично у всіх сферах життя.

Незважаючи на явну відмінність юридичної мови від звичної нам повсякденної мови, серед дослідників точаться суперечки з приводу виділення мови права в групу спеціальних мов. Правова мова представляє величезний інтерес як для лінгвістів, так і для правознавців. Вона є підґрунтям для проведення безлічі досліджень, так як має свої неповторні особливості. Так як мова права є не тільки семіотичною системою, але і невіддільною частиною правової системи з її традиціями, особливостями логіки і функціями, то особливості цієї мови природним чином випливають з особливостей самого права [9, с. 45].

Головною особливістю мови юриспруденції є висока ступінь абстракції юридичних термінів, а сам ця мова використовується для вираження абстрактних понять і зв’язків між ними.

Через відсутність одноманітності мови і деяких інших факторів з’являється ряд труднощів, з якими стикаються посадові особи і державні органи, що займаються законотворчою діяльністю.

На сьогодні лінгвістичні дослідження в області права акцентують свою увагу на проблемі створення максимально високих лінгвістичних стандартів у сфері мови законодавства з метою

створення зрозумілого тексту закону. Не можна переоцінити внесок Н. Артикуци [10] на підтримку і розвиток української юридичної лінгвістики. Під її редакцією вийшов вже не один збірник наукових праць, присвячений проблемам існування української мови в її юридичному бутті.

До кола проблем юрислінгвістики входить також і проблема процесу інтерпретації тексту закону. У зв'язку з цим необхідно розрізняти юридичну і законодавчу техніки. Цим питанням займаються Баранов В. М., Александров А. С., Голев Н. Д. в рамках досліджень про співвідношення риторики і права.

Також однією з важливих тем в сучасній юридичній лінгвістиці є питання про правову комунікацію в законотворчості. А. С. Піголкін [9, с. 33-40], застосовуючи основні положення загальної теорії комунікації, що розроблена американським лінгвістом К. Шенноном, а в подальшому отримала розвиток в роботах Р. Якобсона [11] виводить поняття правової комунікації щодо сфери суспільного життя, й визначає, що правова комунікація – це процес передачі правової інформації від правотворчого органу до суб'єкта права.

Звернення до юридичних текстів стає особливо актуальним сьогодні, коли професійна співпраця юристів у галузі правоохоронної і правозастосовчої діяльності все більше інтернаціоналізується – боротьба з міжнародним тероризмом, незаконним обігом наркотиків, зброї, стратегічних матеріалів, торгівлею людьми, фінансово-економічними злочинами і т. д. Виникає практична необхідність співвідношення національних законодавств з міжнародними нормами права, обміну досвідом діяльності поліції, суду, прокуратури та органів виконання покарань різних країн.

Усі ці обставини, з одного боку, істотно підвищують роль і відповідальність перекладачів юридичних текстів, а з іншого – дозволяють сьогодні більш розширено тлумачити самий термін «юридичний текст». Сучасне розуміння юридичного тексту не обмежується тісними рамками власне юридичного документа, а включає також інші види як усних, так і письмових текстів, предметом яких є правові питання, обговорювані професійним

співтовариством юристів і громадянами. Такі полемічні дискусії з правових проблем є в текстах наукових монографій, статей, газетних і журнальних публікацій, відбуваються в ході живого професійного спілкування фахівців, в електронних засобах масової інформації, серед різних груп населення.

Якщо дотримуватися широкого розуміння терміну «юридичний текст», що цілком допустимо, особливо при лінгвістичному дослідженні на лексико-семантичному рівні, то навряд чи можна беззастережно погодитися з такими традиційно виділюваними характерними рисами юридичного тексту, як незалежність від контексту, однозначність використовуваних термінів і термінологічних словосполучень, відсутність компресії. Слід також брати до уваги, що як і в будь-якому спеціальному професійному тексті, частка власне термінів, як системних одиниць, не так вже й велика – близько 5-7% від загальної кількості слів. Найбільший інтерес і складність представляють лексичні одиниці (окремі лексико-семантичні варіанти (ЛСВ) слів, словосполучення різного ступеня свободи їхніх складових елементів), що регулярно функціонують в юридичних текстах.

Лексика сучасних юридичних текстів цікава для лінгвістичного аналізу і практики перекладу ще й тому, що вона активно поповнює склад загальновживаних слів тієї чи іншої мови, оскільки питання права сьогодні надзвичайно широко обговорюються в суспільстві, а правова культура населення зростає. Усе це означає необхідність істотно підвищити професійну компетенцію перекладача у цій предметній області та підтверджує актуальність подальших лінгвістичних досліджень мови права.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
2. Ліпко І. В Англійська мова для юристів / І. В. Ліпко. – Вінниця : Нова книга, 2004. – 208 с.

3. Child B. Language Preferences of Judges and Lawyers: A Florida Survey / B. Child // Florida Bar Journal. – № 32. – 1990. – P. 60-65.
4. Власенко Н. А. Язык права / Н. А. Власенко. – Иркутск : Восточно-Сибирское книжное изд-во, 2014. – 176 с.
5. Зархіна С. Е. Мова права як предмет філософсько-логічного аналізу (історичний аспект): дис. на здобуття наук, ступеня канд. юрид. наук : 12.00.12 / С. Е. Зархіна ; Нац. юрид. акад. України імені Я. Мудрого. – Х., 2005. – 21 с.
6. Артикуца Н. В. Мова права і юридична термінологія / Н. В. Артикуца – К. : Стилос, 2004. – 266 с.
7. Голев Н. Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении / Н. Д. Голев // Юрислингвистика. Проблемы и перспективы. – Барнаул, 1999. – С. 11-58.
8. Mellinkoff D. The Language of the Law / D. Mellinkoff. – Boston : Little, Brown and Co, 1963. – 526 p.
9. Язык закона / под ред. А. С. Пиголкина. – М. : Юридическая литература, 2010. – 189 с.
10. Артикуца Н. В. Мова права і юридична термінологія / Н. В. Артикуца – К. : Стилос, 2004. – 266 с.
11. Якобсон Р. Речевая коммуникация / Р. Якобсон // Избранные работы. – М. : Прогресс. 1985. – С. 306-319

Пустовіт Юлія Юріївна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

КОМП'ЮТЕРНІ ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Вступ. Світ, що оточує людину, безкінечний. Безкінечним є розмаїття його форм та проявів. Протягом тисячоліть людство намагалось якомога повніше відобразити об'єктивну (та суб'єктивну) реальність у мові. Найдійовішим та найнаочнішим засобом такої своєрідної "саморефлексії" завжди було поповнення словникового складу мови за рахунок виникаючих реалій та концептів буття.

Основна частина. Наприкінці XX століття комп'ютерні технології із зростаючою інтенсивністю займають своє місце як невід'ємна частина суспільного життя. Нові комп'ютерні реалії, що з'являються з незбагненною швидкістю, потребують негайного відображення у сучасній англійській мові. З лінгвістичного погляду це знаходить своє відображення у виникненні цілої низки словосполучень, основою яких є поняття*revolution*. Наприклад: *cable revolution* – широке застосування кабельного телебачення, *wireless revolution*– широкомасштабне упровадження сотового зв'язку, *network revolution*– комп'ютеризація підприємств. Загальним терміном для позначення цього процесу є поняття "кібернетичної революції" як такої – *cyber revolution*.

Таким чином, майбутнє світу, де вся інформація здобуватиметься та розповсюджуватиметься за допомогою комп'ютерної техніки, з погляду сучасної англійської мови, постає як "кібермайбутнє" – *cyberfuture*. Однак, доки "кіберреальність" не завершилася ще до кінця, у мові відбиваються події, явища та процеси, що відбуваються у створеному комп'ютерною мережею Internet "кіберпросторі" – *cyberworld*. Варто зазначити також, що такий період "тотальної комп'ютеризації" став мішенню атракції різноманітних сталих "епітетів" для свого позначення: *Cyber Age, Digital Age, Age of Bits, etc*.

Поряд з абсолютним лідером *cyber-* в англійській мові на даному етапі функціонують ще декілька продуктивних комп'ютерних словотворчих елементів. Значною мірою "обслуговують" комп'ютерну революцію високопродуктивні афіксоїди *techno- ma tele-*. Елемент *techno- (tech-)* широко застосовується для введення понять, пов'язаних із сучасною технікою (*technonerd, technohead, techno-journalist),* а елемент *tele-*

бере участь у створенні похідних, що співвідносяться з телекомунікаційною та інформаційною технікою (*telecommuting, teledemocracy*, *telemedicine*) [6, с.16].

Цілий ряд лексичних одиниць не тільки закріпився за інформаційною технікою, а й перетворився на справжні центри словотворення. Це стосується насамперед слова *electronic*, що, окрім загальних значень, все частіше використовується в значенні "здійснюваний через комп'ютерну мережу" – *electronic cash, electronic commerce*. Але найчастіше в такому значенні надане слово функціонує в абревіатурній формі *(E-):E-generation, e-book, e-business, e-shop*[6, с.16]. Семантичний неологізм *web* (спочатку *World Wide Web*) став одним із найбільш вживаних синонімів поняття Internet та центром численних інновацій. Наприклад: *webber, web-browser, web-head, web-page, web-site, webliography, web-surfer.*

Бурхливе впровадження найсучасніших технологій у сферу ділових відносин стало поштовхом до створення синонімічних рядів, пов'язаних із таким поняттям, як "*електронна комерція*" (економічні операції через комп'ютерну мережу): *e-commerce, e-business, cyberbusiness*. Схожий процес спостерігаємо і навколо концепту так званої "*віртуальної валюти*": *cybercurrency, e-money, e-cash*, *digital cash, cyberdollars*.

З вищезазначеного випливає можливість проведення різноманітних розрахункових банківських та брокерських операцій через Internet, що також знайшло своє відображення у цілій низці неологізмів, як-от: *cyberpayment,cyberbanking, cyberbroking*. З'явився особливий різновид цінних паперів – акції компаній, пов'язані з виробництвом комп'ютерної техніки та програмного забезпечення, – *cyberstock*. Самі такі підприємства отримали назву *dot.coms (dot.comies).*

Раніше суто комп'ютерними афіксами у подібній функції стали вживатися частини Internet-адрес: *.com, .net,*а згодом і такі елементи, як *dot-com, dot-net*. Проте функціональний статус частин електронних адрес, на думку вчених, не можна вважати визначеним. Ці елементи дійсно беруть участь в утворенні інновацій, однак якщо вони виконують роль словотворчих елементів, тоді такі знаки, як *dot-commer, dot-commie*, не можуть належати до похідних (і взагалі-

то до слів), оскільки складаються лише з двох афіксів. Зазначимо, що елемент *dot* - є лише графічним позначенням крапки, тому можна припустити, що поняття "афікс" у зв'язку з інформаційною революцією набуває "віртуального" значення [1, с.177].

Як наслідок, існування ринку збуту зумовлює необхідність реклами товарів та послуг, що здійснюється також через комп'ютерну мережу та набула назви *data-base marketing* [4, с.27].

Розвиток сфери "віртуальної" економіки, втягнення якомога більшої кількості людей у користування міжнародною комп'ютерною мережею зумовило виникнення якісно нових (цифрових) засобів масової інформації (відповідно – *New media / Digital media*), які функціонують виключно через Internet. Цей процес зумовлює необхідність відображення у мові таких новоутворених реалій, як електронні журнали (*e-zine, cyberzine*), процес їх розповсюдження у "віртуальному" просторі (*cybercast, datacast, Webcast*). Цікаво, що ці неологізми створено шляхом **телескопії** – зрощення сталих комп'ютерних морфем *(e-, cyber*, *Web-)* з елементами, що їх було виділено зі слів *magazine* – журнал та *broadcast* - трансляція. Цей приклад наочно ілюструє досить розповсюджений у сучасній англійській мові процес словотворення шляхом вилучення з цілого слова морфеми (або того, що ми називаємо "хибною морфемою", як у випадку з елементом *–zine*) і надання їй значення "батьківської" лексеми.

Повернемось до соціального аспекту буття "віртуального" простору. Оскільки всі процеси, що відбуваються по іншу сторону комп'ютерних дисплеїв, здійснюються та регулюються все-таки людьми, варто сказати декілька слів про покоління, що було виховане в епоху комп'ютеризації і зветься тому *cybergeneration, e-generation*. Основну масу осіб, що безпосередньо використовують комп'ютери у своїй діяльності, можна умовно поділити на два великі класи: спеціалісти-професіонали та користувачі. Світ спеціалістів із виробництва комп'ютерної техніки отримав назву *computerdom*.

Видатні, визнані авторитети в галузі новітніх технологій, які складають так звану "кібереліту" (*cyberelite)*, позначаються поняттями *cyber-guru*або*cyberati* (*digirati*). Необхідно звернути увагу, що остання словотворча модель набула надзвичайної популярності в

сучасній англійській мові. Суть її полягає в зрощенні відповідного словотворчого елемента зі словом "*literati*", що останнім часом функціонує в значенні "висококваліфікована людина, професіонал". Взагалі, особи, що володіють навичками роботи з комп'ютерною технікою, останнім часом стали позначатись неологізмами *cybersavvy, computersavvy, net-savvy*, які концентруються навколо поняття *savvy,* вживаного у значенні "компетентний, володіючий необхідними знаннями" та функціонуючого в ролі новітнього словотворчого елемента. Зазначимо, що лексична одиниця savvy потрапила до англійської мови як перекручення французького дієслова "*savoir*" – знати.

Як бачимо, одне й теж поняття комп'ютерного "профі" сприяє виникненню цілої низки синонімічних словотворчих елементів [5, с.104]. Подібний випадок синонімії споглядаємо при означенні комп'ютерного користувача (cyberuser), до нестями захопленого своїм ПК. З одного боку, для позначення особи, насправді завзятої, в англійській мові почав функціонувати елемент *–junkie*. Таким чином, за аналогією до існуючих зразків виникли неологізми *computer-junkie, cyber-junkie, data-junkie.*

Значну категорію "кіберзлочинників" складають "хакери" (*hackers*), які можуть проникати майже до будь-якої комп'ютерної системи для викрадення інформації. Найбільш майстерні з них отримали назву *superhackers* або *überhackers*. Необхідно звернути увагу на те, що префікс *über-,* який було запозичено з німецької, де він має значення "над", на даному етапі функціонує в англійській мові паралельно з префіксом *super-,* як тотожний йому. Окрім того, поняття *"hacker"* може бути враховане як досить продуктивний словотворчий елемент. Так, на його основі виникло позначення електронного приладу для захисту від стороннього втручання в комп'ютерну систему: *hacker-watch*. А комп'ютери, захищені від подібного втручання, відтепер одержали означення hackerproof.

Багато авторів, що досліджували терміни, робили спробу класифікувати ці одиниці. Так, наприклад, М.І. Мостовий поділяє термінологію на номенклатуру і професіоналізми [9, с.180–187].

Номенклатура – це сукупність спеціальних термінів-назв, які вживаються в окремій фаховій ділянці. Своєрідно визначав

номенклатуру Г.О. Винокур, під якою розумів систему повністю абстрактних і умовних символів, єдине призначення яких полягає у тому, щоб дати максимально зручні з практичної точки зору засоби для визначення предметів, речей без прямого відношення до потреб теоретичної думки, яка оперує цими речами.

Професіоналізми – це слова, які виникли внаслідок дублювання науково-технічних термінів, що не складають замкнутої системи. Професіоналізми визначають спеціальні поняття, знаряддя або продукти праці, виробничі процеси, народні ремесла. Вони носять чіткий місцевий характер, і їм властива деяка емоційність, що викликана особливостями просторіччя. Внаслідок цього професіоналізми належать до окремого підвиду діалекту, особливо якщо вони вживаються поза межами виробничих стосунків.

М.І. Мостовий виділяє ще один різновид терміну – **торговельний знак** або **паронім**. В умовах масового виробництва і за необхідності збуту товарів виникла ціла наука утворення торговельного знаку. Його застосування пов'язане з дослідженням мотивації поведінки перспективного покупця. У процесі утворення пароніма враховують як психологічні фактори припущення, переконання і принадження, так і мнемонічні, семантичні, аналогові і інші особливості слова, що залучаються. При найменуванні об'єкта чи виду послуг до уваги беруться комбінаційні особливості звучання і значення форми, змішані імітаційні процеси. Торговельний знак розрахований на широкі кола населення, а тому до складу знаку залучається добре відоме загальновживане слово. При цьому враховується й те, як до цього слова ставиться споживач[9, с.190].

Спеціальна лексика у мові представлена не тільки термінами. Специфіка відображення наукових понять у спеціальній лексемі дозволяє виділити деякі типи спеціальних лексем.

Д.С. Лотте виділяв **напівтерміни** (рос. полутермины) і **дійсні** (рос. действительные) терміни. До перших відносять слова, які в більш простих конструкціях є по суті термінами, в інших, більш складних, вони втрачають свою єдність і іноді перетворюються на суто описові. Дійсними термінами називаються такі, що не підлягають корінному перегляду, оскільки відповідають умові однозначності [8, с.49].

С.В. Гриньов розрізняє терміни, прототерміни, терміноїди, передтерміни, квазітерміни та професіоналізми[2, с. 59–73].

Прототермінами вчений називає спеціальні лексеми, що з'явилися і застосовуються в донауковий період розвитку спеціальних знань, і називають не поняття, а спеціальні явища.

Терміноїдом є спеціальна лексема, яка використовується для називання так званих натуральних понять, тобто недостатньо усталених, і понять, що розуміються неоднозначно, які не мають чітких меж, а отже і дефініцій.

Передтерміни визначаються як спеціальні лексеми, що використовуються як терміни для називання новостворених понять, але які не відповідають основним вимогам, що висуваються до терміну, а також несталі терміни, які є лексичними одиницями з коливаннями значення і форми.

Квазітермін, за визначенням С.В. Гриньова, це передтермін, закріплений у спеціальній лексиці, який набув стійкого характеру.

В.А. Татаринов виділяє 4 типи термінологічних одиниць: терміни, термінономени, терміноніми, професіоналізми (просторічні терміни).

Учені О.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильєва поділяють терміни на:

1. **Терміни-слова** (вони виражені єдиним словом: *звук, екран, швидкість, search, save, system, site, template*).

2. **Терміни-словосполучення**, серед яких розрізняють: а) вільні словосполучення (*backup devices – резервні диски, computer hardware – апаратне забезпечення комп'ютера, computing power – обчислювальні можливості, control functions – функції управління, copying machine – копіювальний апарат, desktop publishing – видавничі програми, digital data – числові дані* і т.д.), де кожний із компонентів – термін, що може вступати у двосторонній зв'язок; б) зв'язані словосполучення, де ізольовано взяті компоненти можуть і не бути термінами, а в поєднанні вони утворюють термін-словосполучення: *full screen – повноекранний режим, character recognition – розпізнавання символів, internal operations – внутрішні операції, primary memory – первинна пам'ять* тощо.

3. **Багатокомпонентні терміни**. Такі терміни можуть бути три-, чотири- і більше компонентними і представлені вони в значно меншій кількості: *general protection fault – загальна помилка захисту, cathode-ray tube display – дисплей на електронно-променевій трубці, compact disc read-only memory – пристрій для зчитування компакт-дисків, desktop computing applications – програми, що виконуються на робочому столі, flat liquid crystal device display – плаский дисплей на рідких кристалах* та ін.

У складі термінологічної лексики можна виділити декілька "прошарків", які відрізняються сферою застосування, особливостями об'єкту, що позначається [7, с.93]:

1. Перш за все, це **загальнонаукові терміни**, які використовуються в різноманітних областях знань і належать до наукового стилю мови в цілому. Наприклад такі терміни як: експеримент, реакція, еквівалент, прогнозувати, гіпотетичний і т.д. Такі терміни утворюють загальний понятєвий фонд різних наук та мають найбільшу частоту застосування.

2. Розрізняють також **вузькоспеціальні терміни**, які закріплені за певними науковими дисциплінами, галузями виробництва та техніки. Наприклад у галузі інформаційних технологій: комп'ютеризовані системи, дискета, інтерфейс, desktop, laser printer і т.д. У цих термінологіях концентрується квінтесенція кожної науки.

3. **Терміни-абревіатури та скорочення**. Наприклад: VBA (Visual Basic for Application), SOHO (Small Office Home Office), FIDOnet таінші.

Варто також навести класифікацію Козьміної Н.А. та Кравченко Т.В. [3, с.63], яка поєднує кілька вище згаданих класифікацій в одну, і має свою особливість – були досліджені та класифіковані терміни у галузі інформатики та обчислювальної техніки. Отже, за будовою такі терміни поділяються на:

1) прості;

2) похідні (суфіксальні, префіксальні, суфіксально-префіксальні);

3) складні;

4) терміни-словосполучення;

5)терміни-абревіатури (прості, складні, терміни-словосполучення).

У відповідності до типу структури, терміни-словосполучення поділяються на:

1) прості словосполучення (складаються з двох слів, головного й залежного) binary system – бінарна система;

2) складні словосполучення, в яких залежні слова визначають різноманітні аспекти значення головного слова. За морфологічним типом головного слова виділяються а) субстантивні словосполучення з підметом – base address – адреса бази, з прикметником – inverse code – зворотній код; б) ад'єктивнісловосполучення з прикметником або прислівником у ролі головного слова – thermal printer – термографічний печатний пристрій;

3) дієслівні словосполучення.

Висновки. Проблема класифікації лексичного складу мови завжди посідала значне місце в лінгвістичних дослідженнях. Це пояснюється й роллю слова в системі мови загалом, різноманіттям і складністю зв'язків слова з іншими мовними одиницями, і різноманітністю внутрішньо- і зовнішньомовних характеристик слова.

Класифікувати комп'ютерні інновації можна не тільки за словотворчими елементами, а й за морфемною будовою, способом переклау та за граматичними моделями утворення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Головин Б.Н. Типы терминосистем и основания их различения Горький / Б.Н. Головин. − В кн.: Термин и слово. Межвузовский сборник. – 1981. – 352с.

2. Гринев С.В. Практическая стилистика английского языка / С.В.Гринев. – Л., 1987. – 184 с.

3. Капанадзе Л.А. О понятиях "термин" и "терминология". − В кн.: Развитие лексики современного русского языка / Л.А. Капанадзе. – М., 1965. – 512с.

4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин–тов и фак. иностр. яз. / В.Н.Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990.–253 с.

5. Кочан І. Українське термінознавство на сучасному етапі// Український правопис і наукова термінологія: проблеми норми та сучасність / І. Кочан. – Львів, 1997. – С.101–107.

6. Лейчик В.М. Предмет, методы и структура терминоведения: Автореф. дис. док. …филол. Наук / В.М.Лейчик. − М., 1996. – 16с.

7. Лилова А. Введение в общую теорию перевода /А. Лилова. – М.: Высшая школа, 1995. – 256 с.

8. Лотте Д.С. Как работать над терминологией. Основы и методы / Д.С. Лотте. − М., 1968. – 63 с.

9. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови. Підручник для студентів ін–тів і фак. іноземної мови / М. І.Мостовий. – Харків: «Основа». 1993. – 255 с.

Селезень Ігор Олександрович,
студент 2 курсу магістратури,
спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

КРАЄЗНАВЧА ЛЕКСИКА В ПЕРЕКЛАДІ

Вступ. Краєзнавчу концептуальну картину світу ВТ формує група лексики, поєднана облігаторним краєзнавчим компонентом. Зважаючи на ядерні критерії краєзнавства в перекладознавчому аспекті, до цієї групи ми зараховуємо такі лексичні одиниці як краєзнавчий символ, краєзнавча реалія та аксіологема.

Послідовне системне зіставлення об'єктивної реальності та відтворюючих її мовних форм, метою якого є визначення лексичних

одиниць, що відображають специфічні риси конкретної національної культури, вимагає формування особливого понятійного й термінологічного апарата, придатного як для опису реальної дійсності, так і для роботи з текстами в перекладі [4].

Основна частина. Дослідження лексики в ракурсі представлення нею культурних цінностей є винятково важливим. Ця проблема отримала ґрунтовне відображення у працях вітчизняних і зарубіжних учених [10; 11; 12].

Символи чи слова з символічним значенням є тією групою лексики, яка сприяє формуванню культурно-ціннісної картини світу в процесі концептуального розвитку лінгвоконцепту [8]. Поняття «символ» одне з найбагатозначніших у системі семіотичних наук. Досліджуючи символ у системі культури, Ю. Лотман говорить про те, що і в плані змісту, і в плані вираження символ становить собою текст. Ця позиція базується на глибоко архаїчній природі символу, оскільки «здатність зберігати у згорнутому вигляді винятково великі й значні тексти» залишилась в основному тільки в символах [9, с. 213; 37, с. 156].

Ще одна архаїчна риса символу виявляється в тому, що він, являючи собою замкнений текст, наділений смисловою і структурною самостійністю, що дозволяє йому легко вийти з семіотичного оточення, і так само легко увійти в інше текстове оточення [14, с. 213]. Звідси визначальною рисою символу є його діахронічність.

Пам’ять символу завжди давніша, ніж пам’ять його несимволічного текстового оточення [7, с. 278]. Будучи самостійною смисловою і структурною одиницею, і легко переміщаючись з тексту в текст та інші семіотичні утворення, символ як механізм пам’яті культури пронизує хронологічні шари культури по вертикалі, уособлюючи пам'ять культури в собі.

Проте це зовсім не означає, що символ – це застиглий згусток культури, який не підпорядковується екстралінгвальним чинникам мінливості тієї чи іншої лінгвокультури. Зовсім навпаки, саме символ, що активно взаємодіє з усіма елементами широкого культурного контексту, не лише трансформується сам, а й трансформує навколишній час і простір.

У такому сенсі символи становлять один з найбільш стійких і впливових елементів культури. Тож, якщо ми говоримо про національно-культурну своєрідність тієї чи іншої лінгвокультурної традиції, ми маємо перш за все звернутися до ключових для цієї традиції символів, їх значень, адже інваріантна сутність символу завжди реалізується в його варіантах. І, як справедливо зауважив Ю. Лотман, «єдність основного набору домінантних символів і тривалість їх культурного життя значною мірою визначають національні та ареальні межі культури» [7, с. 214].

У дихотомії «національні символи – ареальні символи», вивчення варіантів інваріантної сутності символу великою мірою сконцентровано в царині виявлення його національної специфіки, водночас, ареальні особливості символу залишаються поза увагою філологів, і зокрема, перекладознавців.

Отже, краєзнавчі символи – це слова, загальнокультурне символічне значення яких відображає специфіку ареальних національно-культурних цінностей певного етносу. Крім власне краєзнавчих символів, символічне значення в тексті формується за допомогою краєзнавчих реалій і аксіологем (лексичних одиниць з оцінною семантикою).

Для того щоб висвітлити краєзнавчу специфіку реалії, варто детальніше розглянути поняття «реалія», що є ключовим для філологічних наук і, зокрема, для лінгвокраїнознавства й перекладознавства, першочерговим завданням яких є і вияв національно-культурної складової мовних одиниць.

Термін «реалія» в аспекті лінгвокраїнознавства всебічно розглядався Є. Верещагіним і В. Костомаровим, дослідження яких присвячені вивченню іноземної мови крізь призму культури. Учені виділяють культурний компонент значення слова, наявність якого дозволила їм виділити лексику з краєзнавчим культурним компонентом, до якої належать безеквівалентна лексика (у тому числі реалії), конотативна лексика й фонова лексика [2].

З позицій лінгвокраїнознавства під реаліями розуміють як предмети і явища культури, так і слова, що їх позначають. У плані змісту реалії становлять факти, пов’язані з державним устроєм певної країни, її природними особливостями, історією та культурою.

У плані вираження реалії актуалізуються широким колом мовних засобів, до яких, здебільшого, відносять слова, словосполучення, речення і скорочення [1].

У перекладознавстві поняття «реалія» вивчалося такими вченими як Л. Бархударов, Я. Рецкер, А. Федоров, О. Чередниченко, А. Швейцер. У сучасних перекладознавчих дослідженнях найчастіше цитують визначення реалії, запропоноване С. Влаховим і С. Флоріним, а також Р. Зорівчак.

Так, С. Влахов і С. Флорін пропонують власне визначення реалії як особливої категорії засобів вираження, що містить «слова (і словосполучення), які називають об'єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального й історичного розвитку) одного народу й чужі для іншого». Здебільшого реалії, будучи носіями національного і / або історичного колориту, не мають точних відповідників (еквівалентів) у інших мовах і, відповідно, не підлягають перекладу «на загальних підставах», вимагаючи особливого підходу [3, с. 55].

По суті С. Влахов і С. Флорін подають два визначення реалії, одне з яких розкриває національну специфіку цих лексичних одиниць своєї мови щодо іншої. За окресленим принципом вичленовуються «винятково свої» реалії з одновекторною, але не бінарною направленістю їх перекладу в інші лінгвокультури. Власне кажучи, ця частина визначення співвідноситься з дефініцією до поняття «безеквівалентна лексика», запропонованого Є. Верещагіним і В. Костомаровим. Згідно з цим визначенням, до безеквівалентної лексики належать слова «план значення яких неможливо зіставити з будь-якими іншомовними лексичними поняттями», які у строгому смислі слова є неперекладними [1, с.56]. Друга частина дефініції розкриває вже власне перекладознавчі аспекти цього поняття.

У межах нашого дослідження таке визначення реалії вбачається актуальним, оскільки воно допомагає, по-перше, вичленувати реалію за мовною ознакою в площині одного і / або пари мов. А, по-друге, за критерієм розповсюдженості й уживаності воно дозволяє виявити краєзнавчий компонент реалії.

Згідно запропонованої С. Влаховим і С. Флоріним класифікації реалій, краєзнавчі реалії входять у всі виділені групи реалій, класифікованих за критерієм предметного поділу. Ознака місцевого поділу (залежно від національної та мовної приналежності) вбачається облігаторною для виявлення краєзнавчого компоненту. Так, за місцевим поділом краєзнавчі реалії належать до групи мікролокальних, оскільки вони вербалізують соціальні й територіальні об'єкти та явища, характерні не так для регіону, як для міста або селища, що прогнозує і певні труднощі при перекладі такого типу реалій [3, с. 71]. Виділяючи цю групу реалій, автори класифікації зауважують про певну умовність цього терміну, що, на наш погляд, зумовлено відсутністю перекладознавчих розвідок зі специфіки перекладу текстів саме краєзнавчого характеру на момент виходу (тепер уже хрестоматійної) монографії. Проте для нас мікролокальна група реалій уповні відповідає цілям нашого дослідження. Крім того, саме поняття «реалія» невід'ємне від поняття локальної співвіднесеності, яке фіксує ту чи іншу ділянку дійсності, у межах якої поширена ця реалія. Сема «локальності» у структурі реалії становить відображення важливого моменту в пізнанні об'єктивної дійсності та є невід'ємним семантичним компонентом лексичного значення реалії.

Дефініція, запропонована Р. Зорівчак, базується на лінгвокраїнознавчій теорії слова Є. Верещагіна та В. Костомарова й перекладознавчій природі слова, запропонованої В. Виноградовим. За Р. Зорівчак «реалії – це моно- й полілексемні одиниці, основне лексичне значення яких вміщає (в плані бінарного зіставлення) традиційно закріплений за ними комплекс етнокультурної інформації, чужої для об'єктивної дійсності мови-сприймача» [5, с. 58].

Це визначення становить для нас інтерес з двох причин: по-перше, воно охоплює всі текстові прояви варіативних форм реалій і дозволяє відмежувати реалії від суміжних явищ, таких як, наприклад, неологізми, терміни, діалектизми, символи; і по-друге, виходячи з твердження, що реалія являє собою комплекс етнокультурної інформації, можна припустити, що «реалія … може набути в контексті будь-якої стилістичної функції, певної

адгерентної конотативної семантики, більше того – стати ключовим словом» що у свою чергу не може не вплинути на способи перекладу, до яких повинен удатися перекладач у вирішенні відомого питання: «або показати специфіку і впасти в екзотику, або зберегти звичність і втратити специфіку» [5, с.85].

Усе викладене дозволяє нам стверджувати, що краєзнавчі реалії – слова-референти, у номінації яких семантично відображено весь комплекс етнокультурної інформації локального характеру, відсутні в ареалі іншої лінгвокультури.

Окремі реалії наділені ознаками власних назв, а для нас – це топоніми й антропоніми, що функціонують у тексті в статусі реалії. Ці лексичні одиниці зумовлені певною національно-культурною фоновою інформацією чи мають велику національно-культурну значущість, і, відповідно, відомі більшості представників певної лінгвокультурної традиції.

У межах нашого дослідження критерій «відомості» чи «знайомості / незнайомості» (термін С. Влахова та С. Флоріна) відіграє важливу роль, оскільки він уточнює ареал поширеності й уживаності реалії. На думку С.Влахова та С.Флоріна, цей критерій принципово важливий саме для мікролокальних реалій [3, с. 71]. Для того, щоб віднести ту чи іншу власну назву (топонім, антропонім) до низки краєзнавчих реалій, ця лексична одиниця має відображати таке національне забарвлення (колорит), яке не співвідноситься з національними особливостями культури будь-якої іншої локальної території, крім тої, етнокультурний простір якої його породив.

На сьогодні ученими-перекладознавцями визначено базові прийоми відтворення реалій у перекладі, а також вироблено критерії, що дозволяють перекладачеві визначити, який із прийомів максимально розкриє значення реалії, зводячи втрати до мінімуму, що спричинить адекватне сприйняття тексту і його колориту. Проте необхідно відзначити той факт, що ці концепції розроблено винятково на матеріалі художніх текстів [1; 3; 4; 5; 6]. У межах нашого дослідження краєзнавчі реалії становлять особливий інтерес у зв’язку з вирішенням проблем відбору прийомів і способів їх перекладу в нехудожніх прагматичних типах текстів краєзнавчого характеру.

З позицій перекладознавства від збереження / незбереження експліцитності / імпліцитності й відтворення / невідтворення позитивної / негативної конотації залежить ступінь адекватного / неадекватного відтворення краєзнавчої лексики згідно зі стереотипами очікування аудиторії іншої лінгвокультури.

Варто також зазначити, що важливу роль відіграє критерій частотності реалізації певного типу краєзнавчої лексики в конкретному типові тексту краєзнавчого характеру. Цей параметр допомагає побудувати ієрархію типів краєзнавчої лексики для кожного типу тексту, що у свою чергу, окреслює для перекладача галузь облігаторно інваріантного й облігаторно варіативного відтворення краєзнавчої лексики певного типу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Верещагин Е.М. Лингвострановедческая теория слова / Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. — М.: Русский язык, 1980. – 320 с.
2. Верещагин Е.М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / / Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1990. – 246 с.
3. Влахов С.И. Непереводимое в переводе / Влахов С.И., Флорин С.П. – М. : Р. Валент, 2006. – 448 с.
4. Гарбовский Н.К. Теория перевода / Гарбовский Н.К. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 544 с.
5. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад (На матеріалі англомовних перекладів української прози) / Р.П. Зорівчак. – Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 216 с.
6. Казакова Т.А. Практические основы перевода / Т.А. Казакова. – СПб. : Изд-во «Союз», 2000. – 320 с.
7. Кошарная С.А. Миф и язык: Опыт лингвокультурологической реконструкции русской мифологической картины мира/ С.А. Кошарная. – Белгород: Изд-во Белгородского госуниверситета, 2002. – 288 с.

8. Лотман Ю.М. Несколько мыслей о типологии культур / Лотман Ю.М. // Языки культуры и проблемы переводимости. – № 4. – М., 1987. – с. 351-359.

9. Лотман Ю.М. Культура и взрыв / Ю.М. Лотман. – М.: Прогресс, 1992. -479 с.

10. Основи перекладу / Г.Є. Мірам, В.В. Дайнеко та ін. — К.: НікаЦентр, 2002. – 467 с.

11. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода / Я.И. Рецкер / Дополнения и комментарии Д.И. Ермоловича. – М.: Р. Валент, 2004. – 240 с.

12. Семенец О.А. История перевода / Семенец О., Панасьев А. – К.: Высшая школа, 1991. – 425 с.

13. Стриженко А.А. К вопросу о страноведческом аспекте перевода / А.А. Стриженко // Теория перевода и научные основы подготовки переводчиков. – М.: МГПИИЯ им. Мориса Тореза, 1985. – С. 86-90.

14. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – М. : Флинта, 2003. – 320 с.

Совгиря Світлана Миколаївна,
студентка 1 курсу магістратури,
спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

КОМП'ЮТЕРНИЙ СЛЕНГ ТА СПОСОБИ ЙОГО ПЕРЕДАЧІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Вступ. Причиною швидкої появи нових слів у комп'ютерному сленгі є стрімкий розвиток самих комп'ютерних технологій. Якщо зазирнути в численні журнали, що висвітлюють

новинки ринку комп'ютерних технологій, стає зрозуміло, що практично щотижня з'являються більш-менш значні розробки. І в умовах такої технологічної революції кожне нове явище в цій області мусить одержати свою словесну номінацію.

Відбувається так зване заповнення лексичних лакун за допомогою англомовних термінів. Відсутність у мові досить стандартизованої термінології в цій галузі, чисельність фірмових і рекламних термінів стали причиною появи великої кількості комп'ютерного сленгу [5, с.50–54].

Основна частина. Багато з існуючих професійних термінів досить громіздкі і незручні в щоденному використанні. Виникає тенденція до скорочення, спрощення слів. Наприклад, один з термінів що найчастіше використовується – 'motherboard', має таку відповідність в українській мові як *"материнська плата"*. У сленгу ж цьому слову відповідає *"мамка"* або *"мотрійка*"; *'CD-ROM Drive' ("накопичувач налазерних дисках")* у сленгу має еквіваленти *"сидюк", "сидюшник"*. Наступне речення містить слова, що ілюструють тенденцію до скорочення: "*Компи буваютьдвох видів – біми та маки*" (Персональні комп'ютери бувають двох видів – IBM-сумісні і Macintosh).

Люди, що працюють з обчислювальною технікою в нашій країні досить молоді. У зв'язку з цим знову ж з'являється бажання "розбавити" ці терміни гумором, додати власне емоційне забарвлення, елемент невимушеності: *"флоповерт" (дисковод)* або *"утоптаний" (стиснутий програмою-архіватором)*

Останнім часом відбулося також повальне захоплення молоді комп'ютерними іграми. Це також послужило могутнім джерелом нових слів. З'явилися різні слова для тих або інших понять, до них відносяться *"аркада", "бродилка", "бос"* (у значенні найголовніший ворог у грі), *"думер"* (людина, що грає в гру 'DOOM'), *"квакати"* (грати в гру 'Quake') і т.п.

Необхідно також зазначити той факт, що більшість непрофесійних користувачів не володіють достатнім рівнем англійської мови. Але, так чи інакше, їм усе рівно доводиться користуватися новою англійською термінологією, і найчастіше спостерігається неправильне прочитання англійських слів, що часом

міцно осідають в словникових запасах. Так, від неправильного прочитання повідомлення *"NO CARRIER"* у сленгу з'явилося *"НО КАР'ЄР"*, до того ж те й інше означає відсутність з'єднання при зв'язку через модем [5, с.54].

Шляхи і способи утворення комп'ютерного сленгу досить різноманітні, але усі вони зводяться до того, щоб пристосувати англійське слово до вітчизняної дійсності і зробити його придатним для постійного використання. До основних методів утворення сленгу, що охоплюють більшість нині існуючої сленгової лексики належать:

1)калька (повне запозичення);

2)напівкалька (запозичення основи);

3)фонетична мімікрія;

4)переклад:

а) з використанням стандартної лексики в особливому значенні;

б) з використанням сленгу інших професійних груп.

Калька – спосіб утворення, що містить у собі запозичення, граматично не освоєні українською мовою. При цьому слово запозичається цілком зі своєю вимовою, написанням і значенням. Такі запозичення піддаються асиміляції. Кожен звук у слові, що запозичується, заміщається відповідним звуком в українській мові (відповідно до фонетичних законів). Ці слова здаються іноземними у вимові, в написанні вони відповідають усім нормам англійської мови:*device– девайс, hard drive – хард драйв.*

Імовірніше за все деяка кількість подібних слів у російській та українській мовах є наслідком того, що більшість програмних забезпечень на комп'ютерах усе ще працюють з англійською мовою. Внаслідок цього у людей відбувається своєрідна звичка до деяких розповсюджених команд або повідомлень: наприклад *"інвалідюзер"* (популярна відповідь на питання про те, чому що-небудь не працює) є популярним перефразуванням повідомлення операційної системи MS-DOS 'Invalid drive'.

Крім цього, свою роль зіграла ще і загальна тенденція серед молоді до залучення у свою повсякденну мову англіцизмів. Захоплення англіцизмами стало своєрідною модою, воно зумовлено

створеними в молодіжному суспільстві стереотипами, ідеалами. Саме в цій групі має місце українське чи російське, або просто неправильне прочитання англійського слова. Часом помилка є привабливою в такій мірі, що стає загальновживаною: *message – мессаг.*

Дуже часто зустрічається просто перенесення слова в російську та українську мови з неправильним наголосом: *label– лабе́ль.*

Тому деякі сленгові запозичення є варіативними в написанні, і можна зустріти кілька різних запозичень слова *keyboard: ке́йборд, ке́борд, кіборд.*

Варто відмітити, що стилістично нейтральні в англійській мові слова, що перейшли до сленгу програмістів, здобувають іронічно-зневажливе або просто розмовне забарвлення [3, с.140].

При переході терміну з англійської в російську чи українську мови, остання підпорядковує нове слово під норми не тільки своєї фонетики, як у попередній групі, але і під норми спелінгу та граматики (напівкалька). При граматичному засвоєнні англійський термін надходить у розпорядження російської/української граматики, підкоряючись її правилам. Іменники, наприклад, здобувають відмінкові закінчення :*application –аплікуха (прикладна програма) – аплікухи (Р.в.), аплікуху (З.в.).*

Слова цієї групи утворилися в такий спосіб: до первісної англійської основи певними методами додаються словотворчі моделі російської та української мов. До них відносяться, насамперед, зменьшувано-пестливі суфікси іменників -ик, -к(а), -ок та інших: *disk drive – дискетник, User's Manual – мануалка, ROM – ромка, CD-ROM – сідіромка*.

Також зустрічається суфікс *-юк*, характерний для простої мови: *CD [compact disk] – сідюк.*

Внаслідок того, що мова-орігінал є аналітичною, а мова перекладу – синтетичною, додавання флексій до дієслів є дуже розповсюдженим явищем:

to connect – коннектитися (з'єднуватися за допомогою комп'ютерів),

to programm – програмити (займатися програмуванням).

Скорочення довгих професіоналізмів, через прийом універбіалізазації (зведення словосполучення до одного слова) приводить також до сленгу: *strategic game – стратегія.*

Досить велика кількість слів цієї групи відбулися від різних абревіатур, назв різних протоколів, фірм: *Bulletin board system – BBS – бебеска; IBM – Айбіемка.*

Тут не можна не згадати, що операційна система MS-DOS, що працювала багато років на більшості персональних комп'ютерів у СРСР, дозволяла давати файлам і каталогам імена, що складаються не більш, ніж з восьми знаків, і розширення, що складаються усього з трьох знаків. Це привело до того, що назву багатьох програм і ігор також доводилося скорочувати або використовувати абревіатури, якщо повні назви складалися з декількох слів. Похідні від різних варіантів цих скорочень потрапляли до українського сленгу: *Norton Utilities – NU – нушка; Kai's Power Tools – KPT – кепетешка; Execution file – EXE – екзешни.*[5, с.55].

Фонетична мімікрія – метод найбільш цікавий з погляду лексикології. Він заснований на фонетичному збігу семантично несхожих загальновживаних слів і англійських комп'ютерних термінів: *error – Єгор,jamper – джемпер, button – батон, shareware – шаровари.*

Слово, що переходить у сленг, здобуває зовсім нове значення, ніяким чином не зв'язане з загальновживаним, наптиклад: *laser printer – лазар* – слово, що має в загальнонародній мові значення чоловічого імені Лазар, у комп'ютерному сленгу придбало зовсім новий зміст. Можливі як випадки, засновані на фонетичному збігу повних слів, так і випадки, засновані на збігу частини слів. У цьому випадку сленгове слово доповнюється частиною слова, що залишилася, запозиченим методом кальки з англійського оригінала: *break point – брякпоїнт, ARJ archived – аржеваний, Windows – віндовоз.*

Є слова, у яких одна частина – фонетичне наслідування, інша переклад. У цій групі слів особливо багато назв різних програм. Саме ці назви найчастіше неясні у вживанні і сприйнятті для українських користувачів обчислювальної техніки: *Corel Draw –*

Король дров, Aldus PageMaker – Альдус Піжамкер, AutoCAD – Автогад.

До цього явища також відносяться випадки ономатопії, без якихось подібностей зі словами стандартної лексики. Такі слова являють собою своєрідну гру звуків. Вони утворюються шляхом віднімання, додавання, переміщення деяких звуків в оригінальному англійському терміні: *MS-DOS – мздос, interpretator – інтертрепатор, Pentium – пентюх.*

Не завжди до комп'ютерного сленгу потрапляють слова, запозичені з англійської мови. Дуже часто сленгова лексика утворюється способом перекладу англійського професійного терміна [6, с.30]. Існує два можливих способи перекладу. Перший спосіб містить у собі переклад слова з використанням існуючих в українській мові нейтральних слів, що при цьому набувають нового значення зі зниженням стилістичного забарвлення: *virus – живність*, *user's manual – буквар.*

У процесі перекладу спрацьовує механізм асоціативного мислення. **Асоціації** (або метафори), що виникли, можуть бути різноманітними: за формою предмета або пристрою: *(disk – млинець, adapter card – плитка*), за принципом роботи: *(matrix printer – вжикалка, patch file – заплатка).* Численні також і дієслівні метафори: *to delete – зносити, to read from disk – пилять диск, to seeksmth on disk – шарудіти*. Потрібно зазначити, що до цієї групи належать лише ті слова, що раніше не мали ніяких сленгових значень.

Друга група – це терміни, що отримали свій сленговий переклад шляхом використання лексики інших професійних груп. У результаті значення слова трохи змінюється, здобуваючи специфічний для комп'ютерного сленгу зміст. Найчастіше зустрічаються слова і вирази з молодіжного сленгу: *incorrect programm – глюкало, streamer – мофон.*

Численні також переходи слів з водійського, карного і т.п. сленгу: *microassembler programmer – макрушник, to connect two computer – шлангувати.*

Цікаво, що при такому утворенні сленгових слів створюється деяка нечіткість у значенні, не характерна для

професійних англійських термінів. У більшості випадків позначається тільки характер дії або явище і не визначається його специфіка: *LED – світлодіод – ліхтар.*

Коли людина вперше чує сленгове "ліхтар", їй навряд чи стане зрозуміло, про що мова, тому що це слово вказує лише на те, що предмет розмови випромінює світло. Слово, ймовірно, з'явилося в сленгу завдяки його тенденції до перебільшення, що створює невідповідність.

Комп'ютерний сленг містить слова з тотожними або близькими значеннями – синоніми. Можна виділити синонімічні ряди:

computer – комп – компухтер – цампутер – тачка – апарат – машина;

to hack – хакнути – хрякнути – ломанути – проломити;

hard drive – винт – хард – бердан.

Природно, що чим більш вживаним є слово, тим більше синонімів воно має: більше всього їх у слів, що позначають частини комп'ютера. Таке явище, як поява синонімів, пов'язано з тим, що в різних регіонах для одного й того ж терміна можуть з'являтися різні сленгові відповідності.

Комп'ютерний сленг не позбавлений і фразеологічних зворотів. Серед них є як дієслівні, так і субстантивні звороти: *жати батони (працювати з мишею); глюк полірувати (налагоджувати програму), трипальцевий салют (вихід клавішами Ctrl-Alt-Del, вітер змін (зміна операційної системи).*

Ці звороти практично усі побудовані на асоціативному перекладі. Цікавим є також процес появи своєрідного сленгового фольклору, у якому термінологічна лексика вживається в широкому переносному значенні в різних ситуаціях, що ніяк не стосуються комп'ютерів. Наприклад, програміст, що не хоче виконувати прохання, каже: "*Can't Open*" або "*Invalid Request*". Саме такий англомовний текст висвічується на екрані комп'ютера, коли він не може виконати поставлену задачу. Програміст, що ввечері засипає після важкого дня, заспокоює себе: "*System halted*". Те ж саме, відключаючись, говорить і комп'ютер.

Персональний комп'ютер, пройшовши величезний шлях від

свого народження до сьогоднішнього дня, багато в чому удосконалився, з'явилися нові пристрої, нове програмне забезпечення, нові технології. Користувачі комп'ютерної техніки перейшли від використання досить примітивних пристроїв і технологій до більш сучасних і складних[2, с.234].

Внаслідок цього змінюється і словниковий запас комп'ютерщиків. Сленг також не залишається постійним. Із за міною однієї технології іншою старі слова забуваються, на зміну їм приходять інші. Цей процес, як і розвиток самих комп'ютерів, проходить дуже стрімко на відміну від будь-якого іншого сленгу, де слово може існувати протягом десятків років.

Відбувається (хоч і набагато повільніше, ніж розвиток комп'ютерної техніки) процес зміни поколінь, і ті слова, що здавалися модними і смішними п'ять-сім років тому, зараз виглядають застарілими. Змінюється мода, тенденції в суспільстві, деякі слова просто набридають: *"числогриз",* що позначає комп'ютер, у сучасному сленгу замінили слова "*тачка" або "комп".*

Не можна також обійти стороною і таку проблему, як перехід слів із сленгу в розряд професійних або нейтральних. Найчастіше професійними термінами стають досить старі, що встигли притертися, сленгові слова. Слово при цьому втрачає своє ексцентричне забарвлення. Чималу роль у цьому грають комп'ютерні газети і журнали. Сленгове слово з'являється в них у більшості випадків через те, що професійні, їм відповідні слова є незручними при частому використанні або ж взагалі відсутніми. Журнали присвячені комп'ютерним іграм, часто вживають сленгові слова досить широко, щоб створити більш веселу, молодіжну атмосферу. Але з таких розважальних журналів сленг нерідко переходить на сторінки більш серйозних періодичних видань, а іноді і наукової літератури: слово *'hardware'* у значенні *"залізо",* що якийсь час було винятково сленговим, згодом перейшло в професійну лексику. Тепер його можна зустріти в будь-якому комп'ютерному журналі. Аналогічна ситуація і з виразом "набити текст", у якого відсутній повноцінний аналог, тому що вирази "створити текстовий файл" або "ввести в пам'ять комп'ютера текст" не відбивають у достатньому ступені суті процесу [4, с.667].

Комп'ютерний сленг у більшості випадків являє собою англійські запозичення фонетичної асоціації, випадки перекладу зустрічаються рідше, та й то завдяки бурхливій фантазії комп'ютерників. До залучення іноземних слів у мову завжди варто ставитися уважно, а тим більше, якщо цей процес має таку швидкість.

Нові інформаційні технології, що дозволяють зберігати, швидко передавати більші обсяги інформації, залучати до роботи аудіо- та відеоканали спілкування, взаємодіяти прямо з більшою кількістю учасників із усієї земної кулі, стали реальністю наших днів. Комп'ютер повністю змінив не тільки характер спілкування з інформацією, але й наші уявлення про процес комунікації. У зв'язку із цим правомірним є виділення спілкування, здійснюваного за допомогою комп'ютера, як особливого типу комунікації. Переписка електронною поштою розглядається як особливий комунікативний жанр, що виявляє ряд специфічних рис, що відрізняють його від інших споріднених жанрів. Показано, що вивчення електронної переписки дозволяє виявити лінгвістичні й психолінгвістичні особливості спонтанної письмової мови. Розрізняють кілька видів спілкування за допомогою електронних повідомлень.

Веб-форум – клас веб-застосунків для організації спілкування відвідувачів веб-сайту. Форум пропонує набір розділів для обговорення. Робота форуму полягає у створенні користувачами тем у розділах і наступному обговоренні усередині цих тем.

Найпоширеніша система форуму: Розділи > теми > повідомлення.

До форумів досить близький **чат** (англ. chat – базікати) – засіб обміну повідомленнями по комп'ютерній мережі в режимі реального часу, а також програмне забезпечення, що дозволяє організовувати таке спілкування. Характерною рисою є комунікація саме у реальному часі або близька до цього, що відрізняє чат від форумів та інших «повільних» засобів.

Під словом чат звичайно розуміється групове спілкування, хоча до них можна віднести й обмін текстом «один на один» за допомогою програм миттєвого обміну повідомленнями, наприклад, ICQ або навіть SMS.

E-Mail (електронна пошта) – технологія й надавані нею послуги з пересилання й одержання електронних повідомлень (називаних «листи» або «електронні листи») по розподіленій комп'ютерній мережі.

Основною відмінністю (і позитивною ознакою e-mail) від інших систем передачі повідомлень (наприклад, служб миттєвих повідомлень) раніше була можливість відкладеної доставки повідомлення, а також розвинена (і заплутана, через тривалий час розвитку) система взаємодії між незалежними поштовими серверами (відмова одного сервера не призводила до непрацездатності всієї системи). У наш час будь-який користувач-початківець може завести свою безкоштовну електронну поштову скриньку, досить зареєструватися на одному з Інтернет-порталів [1, с. 45].

Термінологія й сленг, що використається в мережі, буває досить специфічною. Найчастіше використовуються скорочення, запозичені з англійської (або інших мов слова), і «мова аффтарів». Приведемо приклади використання сленгу:

Аккаунт – Це ваша сторінка (наприклад в Контакті) або ваш користувач (на форумі).

Бан, забанений (від англ. ban – заборона) – Обмеження вас у діях (заборона відкривати теми, коментувати інших або ж взагалі заборона на присутності на даному Інтернет-ресурсі). Дане покарання застосовується за порушення вами правил цього ресурсу. Це можуть бути: матюки, образи інших членів співтовариства й адміністрації, мінусова карма, флуд, тролінг, або просто ви не сподобалися модераторові. Бан може встановлюватися модератором до вашому акаунта або комп'ютера на певний термін або довічно.

Гостьова книга, гостьовуха, гостьбука– розділ сайту, де його відвідувачі можуть залишати різні повідомлення на будь-яку тематику для адміна ресурсу. Всі повідомлення видимі іншим користувачам.

ІМНО (англ. In My Humble Opinion), ІМХО, імхо – уживається для підкреслення того, що висловлене – це особиста точка зору на предмет розмови. Аналогічно виразам: «Я вважаю що...», «Як мені здається...», «На мою думку...» і так далі.

Камент, комент (англ. comment) – коментар.

Троль, тролінг – користувач, що любить провокувати інших користувачів на парі або лайку.

Висновки. Це лише приклади термінології, використовуваної при спілкуванні в Інтернеті. В Інтернет-спілкуванні широко використовуються емотикони, абревіатури,скорочення (лексичні та графічні), а також сленг.

Шляхи і способи утворення комп'ютерного сленгу досить різноманітні. До основних методів утворення сленгу, що охоплюють більшість нині існуючої сленгової лексики належать: калька (повне запозичення); напівкалька (запозичення основи); фонетична мімікрія; переклад: а) з використанням стандартної лексики в особливому значенні; б) з використанням сленгу інших професійних груп.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Акулинина Т.В. О стилевой характеристике термино в компьютерной информатики /Т.В.Акулинина. – Омский научный вестник. Вып. 12. − Омск: ОмГТУ, 2000. – С.43 – 47.
2. Алексеев А.В. Специфика компьютерного эпатажа языка / А.В. Алексеев. – К., 2001. – 234 с.
3. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: Учебное пособие / И.В. Арнольд. – М. Высш. школа, 1991. −140 с.
4. Возняк Т. Семантичний простір мови. Тексти та переклади / Т. Возняк. – Харків: Фоліо, 1998. – 667с.
5. Медвідь О.М. Комп’ютерний сленг // Вісник СумДУ / О.М. Медвідь. – 2005. − №6 (78). – С.50−56.
6. Широков В.А. Будова структурної теорії комплекснихлексикографічних систем / В.А. Широков, Л.С. Ковтуненко // Інформатизація та нові технології. - 1995.№2.- С. 4-39.(9)

Сторчак Марія Григорівна
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ІДІОМИ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Вступ. Термін **«ідіома»** походить від давньогрецького слова «ídiōma», що означає «особливість, своєрідність. За словами О. Селіванової, ідіомами вважаються лише такі «стійкі словосполуки, семантика яких не виводиться зі значень її складників, а інтегрована ними формально; виникає внаслідок утрати мотиваційних відношень» [4, с. 173].

Основна частина. В українському мовознавстві протягом довгого часу існувала традиція називати ідіоми «фразеологічними зрощеннями», за термінологією відомого радянського мовознавця акад. В. Виноградова, який розподілив фразеологічні одиниці на фразеологічні зрощення (або ідіоми у вузькому значенні), фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення. На думку вченого, фразеологічні зрощення характеризуються немотивованістю складу зворотів (тобто з суми складових таких фразеологічних одиниць неможливо дізнатися про загальний зміст одиниці) та абсолютною семантичною єдністю компонентів [2, с. 147].

Серед фразеологічних зрощень О.О. Селіванова виділяє наступні підтипи:

1) фразеологічні зрощення, у складі яких є так звані «слова-некротизми» (лексичні архаїзми, історизми та інші лексеми, що вийшли з ужитку мовлення). Наприклад, англійська ідіома *«to buy a pig in a poke»* – для позначення невигідного та невдалого придбання чогось, що не було попередньо уважно розглянуто (аналогом є

українська ідіома – *«купувати кота в мішку»*. Лексема *a poke* позначає «мішок» і є архаїзмом (сучасний синонім *«sack»*), який в сучасній англійській мові вживається лише у вищезгаданій ідіоматичній одиниці. Тобто ми бачимо випадок, коли лексема продовжує жити значно довше у межах ідіоматичного словосполучення, аніж у вільному словосполученні чи ізольовано;

2) фразеологічні зрощення, що містять граматичні архаїзми, які є синтаксично неподільним цілим.

Дж. Сейдл і У. Макморді зазначають, що «шлях, яким слова поєднуються один з одним часто є дивним, нелогічним або навіть граматично неправильним» [3, с. 4]. Так, ідіома *«I am good friends with him» (ми з ним добрі друзі)* є, з погляду граматичної структури, неправильною та нелогічною. Займенник I стоїть в однині, проте форма I am a good friend with him є неможливою, хоча значно більш логічною. Можливою є форма I am good friend of his, але вона не є ідіоматичною одиницею.

3) Фразеологічні зрощення, що стали нерозкладними як лексично, так і семантично, наприклад: to be born with the silver spoon in one's mouth (народитися у сорочці); to go through thick and thin (пройти через будь-які випробування).

4) Фразеологічні зрощення, які представляють таку семантичну єдність, де лексичні значення компонентів зовсім неважливі для розуміння цілого [4, с. 144].

Прикладами подібних одиниць в англійській мові можуть бути: to bring the house down (викликати овації, бурю аплодисментів); to take it out on someone (зірватися на комусь, виплеснути злість).

Багато в чому подібним до вітчизняного розуміння феномену ідіоматичної одиниці є визначення Дж. Сейдл та У. Макморді, які наголошують на відмінності семантики ідіоми від семантики її складників і таким чином «можна стверджувати, що ідіома – це комбінація слів, які разом позначають щось зовсім інакше від того, що позначає кожне окреме слово цієї ідіоми» [3, с. 4].

Проте, варто 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, Р. Спірс у передмові до «Словника американських ідіом» пояснює вибірку одиниць для даного видання наступним чином: «Кожна мова має фрази або речення, які не можна перекладати дослівно. Багато кліше, прислів'їв, сленгових виразів, фразових дієслів та мовленнєвих штампів створюють такі проблеми. Вирази такого типу зазвичай називають ідіоматичними» [4, с. 7].

Тобто ми бачимо значне розширення поняття «ідіоми» порівняно з розумінням В. Виноградова: адже до складу ідіом віднесені не лише словосполучення, а й речення різного характеру: кліше, прислів'я, сленгові фрази, мовленнєві штампи (common sayings), які об'єднує одна спільна риса: їхня ідіоматичність. Подібним чином укладено більшість з інших словників та довідників ідіом англійської мови. Укладач іншого популярного словника ідіом британського варіанту англійської мови В. Колінз, зокрема, зазначає, що «вивчаючи ідіоми, завжди стикаєшся з двома найголовнішими проблемами. Перша – проблема походження. Як зауважує Парсел Сміт, навіть фахівці не в змозі чітко і впевнено пояснити значення численних ідіоматичних виразів. По-друге, існує проблема зв'язку між походженням та поточним використанням. Часто стає необхідним, при вивченні ідіоми, наявне значення якої зрозуміло і широким загалом використовується правильно, визнати, що зв'язок між походженням та значенням не є відомим» [6, с. 11].

У своїй передмові до словника Дж. Сейдл та У. Макморді «English idioms and how to use them» О. Мєднікова висловлює думку, що «слово «ідіома» не є однозначним. Ним називають і особливу фразеологічну одиницю, що має яскраво виражені стилістичні особливості (власне ідіоми) та інші види фразеологічних одиниць. Ось чому Дж. Сейдл та У. Макморді, розуміючи слово ідіома у всій системі його значень, включили до складу посібника все те, що, на їхню думку, може вважатися специфічно англійським і те, що необхідно знати тим, хто вивчає англійську мову як іноземну» [3, с. 5].

Подібну думку підтримує англійський лінгвіст У. Графф, визначаючи ідіому як синтаксичну або структурну форму, яка є специфічною для певної мови.

У. Вайнрайх визначає ідіому як фразеологічну одиницю, що складається принаймні з двох компонентів, у яких існує можливий вибір зворотних контекстуальних підсмислів [5, с. 55].

Ф. Хаузхольдер називає ідіому «основною або елементарною одиницею», за допомогою якої будуються речення [5, с. 55].

І. Арнольд вказує на неоднозначність терміна «ідіома». На її думку, ідіому можна розуміти як словосполучення, значення якого важко або неможливо вивести з компонентів, якщо їх розглядати окремо. З іншого боку – термін «ідіома» може виступати синонімом до слова «мова» або «діалект» і позначати форму виразу, специфічну для певного народу, країни або навіть одного індивіда. Термін «фраза», на думку І. Арнольд, також має неоднозначний характер. Вона пропонує замінити вищезгадані терміни терміном «стійкий вираз», який, на її думку, є більш точним і краще відображає природу сталого утворення [1, с. 141].

Ч. Хоккет використовує термін «ідіома» для таких лексикографічних і синтаксичних явищ, значення яких не можна вивести з їх структури [5, с. 56].

Незважаючи на деяку розбіжність у поглядах, більшість вищезгаданих лінгвістів трактують ідіому як складний вираз, значення якого не виводиться з його компонентів.

Висновки. Таким чином, проблема ідіоматичності вже давно привертає увагу вітчизняних та зарубіжних лінгвістів. Існує багато визначень цього поняття. Варто зазначити, що у нашій роботі ми будемо використовувати термін «ідіома» або «ідіоматична одиниця» (ІО) за визначенням О. Селіванової, Дж. Сейдл, У. Макморді, Ч. Хоккет, а саме маючи на увазі фразеологічну одиницю мови, для якої характерна стійкість, відтворюваність та немотивованість значення, тобто зміст якої не дорівнює сумі значень слів-складників.

Щодо поняття бізнес-ідіоми, то його можна визначити наступним чином: це мовний зворот, значення якого не визначається

окремими значеннями слів, що входять до його складу, який вживається в сфері мови ділового спілкування (бізнес-мови).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. — 9-е изд. — М.: Флинта: Наука, 2009. – 384 с.
2. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В.В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1986. – С. 140–161.
3. Сейдл Дж. Идиомы английского языка и их употребление / Дж. Сейдл, У. Макморди. – М.: Высшая школа, 1993. – 266 с.
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
5. Сингаївська А. В. Функція, функціональність і функціональний клас: функціональний підхід до вивчення ідіоматики / А. В. Сингаївська, О. М. Мосейчук // Вісник Житомирського державного університету імені І. Я. Франка. – 2006. – №27. – С. 55 – 59.
6. Collins V.H. A Book of English Idioms with Explanations / V.H. Collins. – London: Longmans, 1980. – 258 p.

Сторчак Марія Григорівна
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н, доцент, доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

СПЕЦІИФІКА ПЕРЕКЛАДУ БІЗНЕС-ІДІОМ У СПІВВІДНОШЕННІ З АВТОРСЬКИМ СТИЛЕМ

Постановка проблеми. Питання дослідження бізнес-ідіом в аспекті перекладу залишається і сьогодні актуальним.Це зумовлюється постійним оновленням лексики в англомовному економічному дискурсі та складнощами, що виникають при передачі бізнес-ідіом українською мовою. Крім того, існує певна асиметричність у співвідношенні значень конституентів ідіоми та значення самого вислову, і тому важко зберегти специфіку кожної ідіоми з етномаркованим компонентом при перекладі її на іншу мову.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми лексикології загалом та семантики бізнес-фразеології стали об'єктом дослідження у працях вітчизняних мовознавців – О.О. Потебні, В. С. Ващенка, М. П. Кочергана,С. П. Денисової, Г. В. Крайчинської та ін. і зарубіжних – Л.Вайсгербера, О.І. Смирницького, Г.А.Уфімцевої, Л.М. Васильєва та ін. Над розробкою фразеологічних дисциплін та бізнес-фразеології англійської мови працювали такі видатні вчені як А. М. Баранов, В. Д. Берловська, Т. Н. Федуленкова, Т.С. Соловйова та ін.

Незважаючи на те, що поняття «ідіома» є центральним для фразеології, воно допускає ряд інтерпретацій, як це слідує з визначень вітчизняних та зарубіжних учених. Велика кількість російських дослідників виділяють ідіоми як один з класів фразеологізмів (В.В. Виноградов, О.С. Ахманова, О.І. Смирницький, Н. М. Амосова, О. В. Кунін, А. М. Баранов, Д. О. Добровольський та ін.). Однак існує і більш широке розуміння класу ідіом (В.М. Савицький). Що стосується співвіднесення класифікацій зарубіжних і вітчизняних вчених, то найбільша відповідність виявляється в роботах О.І. Смирницького і Ф. Р. Пальмера (порівняймо: традиційні словосполучення – collocations; фразеологічні одиниці – partial idioms; власне ідіоми – idioms). Трактування внутрішньомовної ідіоматичності збігається в працях О.І. Смирницького і В. М. Савицького. Вітчизняні та зарубіжні вчені єдині у ствердженні про

градуальність характеру поняття «ідіоматичність» і неоднорідність класу фразеологічних одиниць в цілому.

О. І. Смирницький виділяє фразеологічні одиниці та ідіоми. До фразеологічних одиниць належать звороти типу: to get up, to give up, to fall in love. Ідіоми засновано на перенесенні значення, метафорі, яка ясно усвідомлюється об'єктом мовлення. Наприклад: To take the bull by the horns –узяти бика за роги; діятирішуче. Dead as doornaila – без жодних ознак життя. Беручи до уваги вище зазначене, головним завданням теоретичних досліджень у царині перекладу є формулювання чітких принципів перекладу фразеологізмів, ідіом, фразеологічних сполучень, враховуючи їх походження [7, 138-139].

Метою нашого дослідження є аналіз особливостей перекладу бізнес-ідіом в англомовному економічному дискурсі; визначення ролі авторського стилю перекладача та інших факторів у процесі перекладу значення ідіом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Помилковою є думка, що англійське бізнес-мовлення позбавлене колоритності фразеологізмів. Навпаки, в англійське бізнес-мовлення увійшло багато унікальних фразеологізмів, що пов'язані саме з людиною в бізнесі, з різноманітними видами її діяльності в діловому світі [10].

Думка про те, що бізнес-мовлення періодичних видань газетного стилю Financial Times складається лише з фактів і цифр, та позбавлена образності та переосмислення компонентів словосполучень, широко поширена в ділових колах [10].

Однак, проведені дослідження лексики бізнес-мовлення свідчать про зворотне. Фразеологічний фонд англійського бізнес-мовлення постійно поповнюється:

а) фразеологізмами, запозиченими з загально розмовної англійської мови (67%). Наприклад:*to catch a cold*(букв.: спіймати холод; розм.мова: простудитись) зі значенням «втратити гроші в діловій угоді»;*wear and tear* (букв.: носити і рвати) – зменшення цін на вантажні автомобілі через їх старість або руйнування [11].

б) виразами, властивими лише мові бізнесу і зрозумілими вузькому колу фахівців (33%). Наприклад:*free astray*(букв.: вільна втрата шляху) – «безкоштовно приблудний», про вантаж, помилково розвантажений не в місці призначення й надісланий безкоштовно до

правильного пункту призначення; *rest-of-world account* (букв.: рахунок світового залишку) – рахунок закордонних операцій в системі національних рахунків [11].

Фразеологія бізнес-мовлення має характер офіційності. Тут уклалися набори мовних зворотів і слів, основне призначення яких полягає в тому, щоб точно, об'єктивно, в строгій діловій тональності і, по можливості, коротко позначити стереотипні службові ситуації, різного роду офіційні церемонії, порядок їх проведення, посилання в діловому документі на тих чи інших осіб, дії, причини, вказівки на подальший виклад і т.д. Фразеологізми в цьому випадку виступають як мовні засоби офіційних паперів та мовлення, які надають «яскравість» та емоційну насиченість в стандартизованій мові бізнесу [12].

Спробиперекласти фразеологізми робилися багатьма видатними перекладознавцями, вт.ч. германістами, і вже досягнуто чималих успіхів у цій галузі. Зокрема,сформульовано головні способи передачі значення ідіом різних видів такимивітчизняними вченими, як І. В. Корунець, Б.М. Ажнюк та Р.П. Зорівчак.

В сучасному перекладознавстві дуже багато уваги приділяють питанню досягнення максимально ефективного розуміння в процесі міжкультурного діалогу, що є можливим лише за умови врахування лінгвістичних, культурологічних та етнічних особливостей мови оригіналу. Саме тому, одним з найважливіших завдань перекладу є відтворення фразеологічних одиниць. Але за шкалою «неперекладності» фразеологічні одиниці займають чи не найперше місце, тож їх вивченню приділяється багато уваги [3, с. 179].

Адекватний переклад – це переклад, який виправдовує очікування і сподівання учасників міжмовної комунікації або осіб, які здійснюють оцінку якості перекладу. Адекватний переклад вимагають і англомовні бізнес-ідіоми, наприклад: beancounter – офісний планктон, fastfollower – наступати на п'яти, togowiththeflow – плисти за течією. Зауважимо, що ідіоматичні одиниці – це той прошарок мови, який викликає значні труднощі. Але використання ідіоматичних одиниць в англомовному економічному дискурсі має певні особливості, а саме: зміст ідіоматичних виразів досить часто не

мотивований значенням окремих компонентів, тобто перекласти їх, спираючись лише на лексичні значення слів, неможна.

У мовознавстві протягом довгого часу існувала традиція називати ідіоми «фразеологічними зрощеннями», за термінологією відомого мовознавця академіка В. В. Виноградова, який розподілив фразеологічні одиниці на фразеологічні зрощення (або ідіоми у вузькому значенні), фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення [2].

За Виноградовим В.В., адекватний переклад фразеологічних одиниць – це передання фразеологізму фразеологізмом. Саме так досягається найбільш рівноцінна відповідність у відтворенні фразеологічних одиниць. Проте, інколи таку вимогу виконати неможливо: в мові перекладу може не бути рівноцінного відповідника взагалі, або ж він є, але не підходить за стилістичними характеристиками [2, с. 185].

Саме на цій основі сталі вирази поділяють на фразеологічні одиниці, що мають еквівалент в мові перекладу, та на безеквівалентну лексику (лексичні одиниці, що не мають постійних(словникових) відповідників в мові перекладу [6, с. 246].

Для відтворення лексики цього типу перекладач повинен вдаватись до перекладацьких трансформацій – прийомів, що використовуються під час перекладу з метою досягнення перекладацької еквівалентності, для максимально повного передання інформації з ТО, при суворому дотриманні норм мови перекладу [1, с. 190].

Наступна складність полягає у тому, що основною особливістю фразеологічних одиниць, на думку багатьох вчених, є не співвіднесеність змістовного плану з планом висловлювання, що визначає їх специфіку, надає гнучкість і глибину значення. Мова йде про замкнутий мікрокон-текст фразеологізмів, в якому реалізуються не тільки формальні зв’язки між висловлюванням та змістовним планом, а й асоціативно-семантичні зв’язки [5, с. 55]. Саме через це майже неможливо утворити стійке словосполучення в мові перекладу шляхом вільного підбору слів і поєднання їх стандартними правилами граматики.

Однак, 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, Р. Спієрс у передмові до «Словника американських ідіом» пояснює вибірку одиниць для цього видання як фрази або речення, які можуть бути перекладені буквально. Багато кліше, прислів'їв, сленгових виразів, фраз, фразових дієслів та приказок викликають такі проблеми. Зазвичай кажуть, що фрази або речення такого типу є ідіоматичними. Його словник являє собою збірник ідіоматичних фраз і речень, які часто зустрічаються в американській англійській мові [9].

Результати дослідження Доля А. В. і Пільгуй Н. М. способів перекладу англомовних бізнес-ідіом (на матеріалі спеціалізованого американського журналу «Forbs») констатують: найпоширенішим способом перекладу є переклад відносним еквівалентом (48%); друге місце за частотою використання перекладачем займає переклад фразеологічним аналогом (26%); найменш поширеними способами перекладу виявилися переклад абсолютним еквівалентом (15%) та переклад за допомогою описового методу (11%). Під час дослідження задача науковців полягала у тому, щоб чітко передати зміст ідіоми, зважаючи на контекст та на полісемію деяких слів[4].

Переклад відносним еквівалентом, на погляд дослідників, є найбільш вдалим, оскільки автор перекладу не змінює суті ідіоми, проте, нажаль, це не завжди вдається через його відсутність в мові перекладу. Під час перекладу абсолютним еквівалентом та фразеологічним аналогом перекладач повинен знати чіткий переклад поданої ідіоми і не замислюватися про полісемію виразу та контекст. Описовий переклад англомовних бізнес-ідіом українською мовою вважається найменш вдалим, оскільки, пояснюючи значення ідіоми, реципієнт зосереджується саме на дефінітивному описі, а не на темі дискусії[4].

В контексті проблеми перекладу англомовних бізнес-ідіом українською мовою постає й *питання специфіки перекладу у співвідношенні з авторським стилем перекладача*. Адже процес перекладу є когнітивним та відбувається у свідомості, тому

перекладач не може бути лише дзеркалом, яке чітко відобразить інформацію разом із семантичними особливостями її подання.

Навіть найталановитіший і досвідчений перекладач не може бути абсолютно «прозорий». Цьому перешкоджає ряд факторів. По-перше, при переході від однієї мовної системи до системи іншої мови перекладачеві потрібно застосувати необхідні трансформації і адаптації. По-друге, на переклад впливає індивідуальний стиль самого перекладача. Він полягає у виборі перекладачем певних трансформації, мовних засобів, в сприйнятті їм тексту оригіналу, а також в індивідуальній манері перекладача [8, С. 187-196].

Л. С. Бархударов, посилаючись на визначення слова «переклад» в тлумачному словнику Д. Н. Ушакова, визначає переклад як психофізичний процес, що проходить в мозку перекладача під час здійснення перекладу, результатом якого є текст на мові перекладу. Він вважає його видом міжмовної трансформації [1, С. 5-6].

Як зазначає Комісаров В. Н., при перекладі фактично відбувається заміна однієї мови іншою. Проте, досягти повної тотожності майже неможливо, зважаючи на відмінність культур і інших позамовних чинників. Перекладачеві доводиться вибирати, які деталі тексту оригіналу важливі, а якими можна пожертвувати, що б точніше передати суть [6, С. 23, 87].

В основі перекладацької еквівалентності є відтворення мовного тексту оригіналу, збереження його комунікативної значимості для одержувача переказу [6, С. 76]. Згідно В. Н. Комісарову «еквівалентність – це максимально можлива лінгвістична близькість тексту перекладу до тексту оригіналу» [6, С. 152-153]. Це робить її одним з найважливіших аспектів якості перекладу.

Доречно звернутися до лінгвостильової категорії «ідіолект», що має у галузі перекладу два значення: індивідуальний стиль перекладача як митця (тобто набір засобів і прийомів для створення тексту) та індивідуальний стиль перекладача як власне перекладача (тобто набір засобів і прийомів для вирішення перекладацьких проблем). Якщо згадати при цьому, що єдина мета перекладу – це збереження індивідуального стилю автора оригіналу (а в

економічних текстах – й передача змісту бізнес-ідіом), то стає зрозумілим, наскільки складними виступають тут індивідуально-стильові труднощі перекладу. Серед вказаної змістовної тріади ідіолекту у перекладознавстві (індивідуальний стиль автора – індивідуальний стиль перекладача як митця – індивідуальний стиль перекладача як перекладача) найбільш перекладацьки вагомими будуть два останніх компоненти, бо перший породжує загальні проблеми і виступає об'єктивним чинником, який не залежить від перекладача і тому повинен залишатись і в перекладі. Інша справа – дві іпостасі в одній особі перекладача: ці чинники мають суб'єктивно-об'єктивний характер: суб'єктивні вони через те, що, за логічною суттю перекладу як іншомовного переоформлення оригіналу, їх не повинно бути у перекладі; об'єктивними є тому, що не можуть не впливати на переоформлення і не залишати свого впадаючого в очі відбитка на перекладі. Отже, категорія «*індивідуальний стиль перекладача»* – це не лише неминуча, але й необхідна складова частина перекладу. Звичайно, що вона відчувається в любому функціонально-стильовому перекладі, але виразно унаочнити її можна лише на значному текстовому матеріалі. Та й на ньому активніше буде діяти перекладацька іпостась перекладача, а не митця, бо, як вказувалось, рівень художності в усіх функціональних стилях, крім белетристичного, занадто низький[8].

Перекладацьку сутність ідіолекту створює особистий характер використання загальних мовних засобів, у змістовній структурі якого треба розмежовувати два компоненти: пристрасті адресанта до певного набору одних і тих самих лінгвальних одиниць (наприклад, до простих непоширених речень або, навпаки, до безмежних складних синтаксичних утворень, до тавтологічного повтору або, у іншого автора, до багатства синонімів тощо) і здібність мовця надавати будь-якій словниковій одиниці додаткові конотації постійного характеру (наприклад, іронічну або пафосну забарвленість, навмисну однозначність або не менш впадаючу в очі полісемантичність) [8].

Тож, перекладач не може бути тільки допоміжною ланкою у процесі перекладу, і так чи інакше вступає в «літературні» відносини з автором будь-якого тексту: пропускає переклад через призму

власного розуміння і додає йому рис власного ідіостилю, мимохіть порушуючи таким чином вимоги естетичної рівнодії.

Висновки. Незважаючи на те, що бізнес-мовлення вимагає стислості викладу, чіткості та прямоти висловлювання, фразеологізми є таким же універсальним виражальним засобом, як і у будь-якій іншій сфері та виконують свою функціональну та семантичну роль, а саме, додають експресивності та колоритності.

Якість перекладу економічного тексту залежить від суб'єктивної думки перекладача, його розуміння тексту та наявності словникового відповідника у мові перекладу. Відсутність в українській мові повного еквіваленту бізнес-ідіом в англомовних текстах економічного дискурсу викликає у перекладача своєрідні складнощі. Домінантним способом перекладу бізнес-ідіом є переклад відносним еквівалентом. Для адекватного перекладу найважливіше – це правильно зрозуміти значення ідіоми. Авторський стиль перекладача – це необхідна складова частина перекладу, що має вплив на його «прозорість».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) [Текст] / Леонид Сергеевич Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. - 240 с.

2. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В. В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М. : Наука, 1977. – С. 40

3. Влахов С.И. Непереводимое в переводе [Текст] / С.И. Влахов, С.П. Флорин. – М. : Межд. отношения, 1980. - 343 с.

4. Доля А.В. Особливості перекладу бізнес-ідіом в англомовному економічному дискурсі / А.В. Доля, Н.М. Пільгуй // Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 13 (1185) С.63-66.

5. Казакова Т.А. Практические основы перевода [Текст] / Тамара Анатольевна Казакова. – С-Пб. : СОЮЗ, 2001. – 320 с.

6. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [Підручник] / Вилен Наумович Комиссаров. – М. : Высшая

школа, 1990. – 253 с.

7. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1986. – С. 3-10,128-139.

8. Псурцев Д.В. Насколько «прозрачным» может быть «прозрачный» переводчик? (к постановке проблемы идиостиля переводчика художественной литературы) / Д.В. Псурцев. – Вестник МГЛУ, 2012. – Выпуск 9(642) .– С. 187–196.

9. Рибачок С. М. Термінологічна лексика як засіб когезії англомовного економічного тексту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / С. М. Рибачок; Запорізький національний ун-т. – Запоріжжя, 2005. – 23 с.

10.Трибуханчик А. М. Фразеологія англійської мови: походження і функціонування / А. М. Трибуханчик. – Ніжин : Видавництво НДУ ім.

М. Гоголя, 2012. – С.130

11. Christian Ammer The American Heritage Dictionary of Idioms. – Boston, New York, 1997. – 729 p.

12. Povarova V., Fedoulenkova T. Cognitive approach to study of Business English idioms // Textual Secrets: The Message of the Medium: Book of Abstracts of 21st PALA Conference. – Budapest: British Council, 2001. – 39.

Стукаленко Валерій Вікторович,
студент 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ТИПОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНИХ ПРОСПЕКТІВ

Вступ. Аналіз наукової літератури з даної тематики засвідчив, що туристичний рекламний проспект обов'язково містить пряму експліцитну інформацію економічного характеру (харчування готелі, торгівельні центри, магазини, послуги тощо). Як рекламний тип тексту, він повідомляє також про ціни, сезонні пільги, знижки тощо. Але водночас, проспект прагне формувати у свідомості одержувачів інформації певну ієрархію культурних цінностей. Вже сама назва даного типа тексту передбачає наявність у ньому елементів рекламного типу тексту. Отже, економічна тема в туристичному рекламному проспекті також міститиме елементи реклами. Зупинимося детальніше на засобах реалізації рекламних елементів у туристичному проспекті.

Основна частина. Важливою складовою реклами є рекламний слоган-девіз. Наприклад, інформація про готель «Blackpool» починається наступним слоганом: «Superior accommodation at affordable prices» [5]. Вже тут лексеми економічного характеру accommodation та prices мають яскраве експресивне забарвлення завдяки супутнім епітетам superior та affordable. При перекладі слід зберегти не лише сам слоган готелю, але також передати його емоційне забарвлення. А ось приклад іншого слогану, тепер вже готель розташований в тихому куточку Чешира і має назву «The Pheasant Inn». Слоган цього готелю звучить таким чином: «Historic inn tucked away in rural Cheshire»[5]. Назва і слоган цього готелю створюють образ чогось спокійного. Завданням перекладача в цьому випадку є відтворення сільської асоціативності.

У тексті самого туристичного проспекту активно використовуються рекламні прийоми і засоби переконання. Так, епітети, порівняння, прикметники найвищого ступеня, фігури порівняння використовуються для створення привабливого образу рекламованого обєкту. Наприклад, описсамогоготелю «The Pheasant Inn» міститьнаступніфрази: charming 300 year old inn, boasting stunning views across the Cheshire plains, a cosy retreat for a long, lazy lunch, luxurious superior rooms [5]. Таким чином, для адекватного

перекладу перекладачеві необхідно зберегти експресивність опису готелю, використовуючи при цьому засоби образної характеристики мови перекладу (далі МП).

Одним з елементів стратегічності при роботі з рекламними текстами є спонукальні конструкції і модальні дієслова. Вони впливають на читача, підштовхують його до дій, радять йому щонебудь зробити. Таку ж роль відіграють займенники та звернення, які створюють ілюзію безпосереднього контакту з читачем. Наприклад, в описі готелю «Blackpool» відразу за слоганом слідує спонукальна конструкція: Stay at a superior luxury Hotel with great sea views which is only one of three 3 star hotels in Blackpool, out of over 1900. Збереження спонукальної конструкції у перекладі створює ілюзію вільного діалогу між читачем та рекламодавцем. Проте, під час перекладу подібних конструкцій слід уникати зайвої категоричності, щоб у читача не склалося враження тиску на нього.

Таким чином, економічна тема у туристичному рекламному проспекті містить елементи емоційності, стратегічності, асоціативності. Саме ця інформація найважча, але найважливіша при перекладі лексичних (далі - ЛО) та фразеологічних одиниць (далі - ФО) у даному типі тексту

Путівник також може надавати інформацію про запропонований сервіс, проте для нього вона буде факультативною. Згідно з великим тлумачним словником сучасної української мови путівник - це «довідник, що містить дані, які допомагають орієнтуватися в певному місці, під час подорожі тощо».

На думку А. Протченко, туристичний проспект є важливим елементом культури будь-якої країни, оскільки він забезпечує зв'язок між представниками різних народів у тому чи іншому культурному просторі [2].

Специфікою ЛО та ФО у проспекті є такі тематичні текстові блоки: 1) співвідношення економіки та природних ресурсів, історичні дані про історію місцевості та/або країни; 2) переважаючий тип господарювання; 3) економічні показники місцевості та/або країни; 4) продукти й обєкти господарювання. ЛО та ФО у цьому типі тексту представлено а) термінами, б) реаліями, в) символами та

г) концептами [3]. Причому кількісне домінування тих чи інших одиниць залежить від тематичного блоку, який вони представляють.

Наприклад, читаючи розгорнутий туристичний рекламний проспект Сполученого Королівства Великобританії та Північної Ірландії ми отримуємо наступні дані про країну:

- Перший текстовий блок: «The first farmers (Neolithic or late stone-age people) arrived in this area around 4,000 BC. The landscape into which they introduced agricultural techniques was an entirely forested wilderness. Clearings soon began to appear as knowledge of farming spread and the population grew». «Yew woods from which Youghal derived its name were used to feed the ironworks of Richard Boyle during the 17th century» [4].

-Другий текстовий блок: «The UK is a member of the G8 group of the worlds leading industrial nations» [1].

-Третій текстовий блок: «Among service industries, tourism, media, retail, financial services, telecommunications and computer services are the most important and have undergone rapid growth, while heavy industries have suffered relative decline. Unemployment in 2006 stood at 2.8%» [6].

-Четвертий текстовий блок: «Engineering (especially of military products), chemicals, electronics, construction and textiles are the main components of the industrial sector» [6].

Інформація, що міститься у першому текстовому блоці, є непрямою імпліцитно культурним забарвленням. Аналіз лексики цього текстового блоку демонструє, що разом із загальновживаною лексикою тут також зустрічаються реалії (clearings - ділянка землі, очищена від дерев та чагарнику) та символи (yew woods). Yew wood (тисове дерево) недаремно дало назву цілому місту, адже впродовж багатьох століть тис і дуб були основними обєктами експорту; символізуючи таким чином, не лише обширні ліси Ірландії, які піддавалися знищенню заради лісоматеріалів, але і промисловість цього краю.

Лексика другого, третього та четвертого текстових блоків містить терміни media, retail, financial services, telecommunications, engineering, chemicals, electronics, construction, textiles. У звязку з тим, що проспект не розрахований на читача - фахівця у сфері

економіки, терміни хоч і несуть основну корисну інформацію, але функціонують лише у поєднанні із загальновживаною лексикою.

Таким чином, у відомостях про промисловість, сільське господарство та інші види господарювання (блок 2, 3 та 4) зустрічаються переважно економічні терміни. В цьому випадку необхідно передати вихідний зміст тексту за допомогою терміносистеми и МП. Переклад такого текстового блоку зорієнтовано на прямі інваріантні відповідники.

Якщо йдеться про місцеві господарські умови, традиції та звичаї, а також історію економіки цього краю (блок 1), домінуватимуть реалії, а дуже часто і символи. Відтак, ЛО та ФО набувають культурної детермінованості. Перекладати їх доводиться вже за допомогою не стільки за рахунок прямих інваріантних відповідників, скільки за допомогою варіативних та контекстуальних (оказіональних) відповідників, а також різних видів лексико-семантичних трансформацій [1].

Ще однією цікавою особливістю функціонування ЛО та ФО в проспекті є наявність експресивних стилістичних засобів. У представленому вище прикладі до таких засобів можна віднести епітети rapid та relative у поєднаннях rapid growth та relative decline, а також метафору heavy industries have suffered. Причому, ці лексично забарвлені одиниці допомагають реалізувати одну з основних функцій рекламного проспекту: підкреслити все краще і зменшити всі негативні сторони, хоча, при цьому, можливо, частична втрата об'єктивності інформації. Це стилістичне забарвлення варто передати в МП, зберігаючи, таким чином, функцію прагматичного впливу на читача.

Висновки. Отже, культурооріентовані тексти можуть містить елементи різних дискурсів, причому переважання елементів того чи того дискурсу залежить від типа тексту і визначається його цільовою установкою. ЛО та ФО у рекламному туристичному проспекті містять елементи емоційності, стратегічності, асоціативності. Кореляція типів тексту, тематичних текстових блоків усередині тексту і домінантних ЛО та ФО у культуро-орієнтованих текстах визначають і конкретні стратегії перекладу цих текстів і текстових блоків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Пилипенко Р. Є. Німецький економічний дискурс: методологія, моделі, жанри / Р. Є. Пилипенко. - К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2005. - 316 с.

2. Протченко А. В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. філол. наук : спец. 10.02.04 - «Германские языки» [Электронный ресурс] / А. В. Протченко. - Самара, 2006. - Режим доступу : #"justify">15.Райс К. Классификация текстов и методы перевода / К. Райс // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. - М. : 1988. - С. 202-228

3. Семина А. В. Лексические и стилистические особенности в туристическом дискурсе англоязычных и русскоязычных текстов // Образование и культура в контексте 21 века [Электронный ресурс] / А. В. Семина. - Комсомольск-на-Амуре : Комсомольский-на-Амуре государственный технический університет, 2011.

4. The best holidays in Ireland [електроннийресурс].

5. Tourist booklet [Електроннийресурс]. - Режимдоступу : http:/ www.breakswithtradition.com/areas/countrysideandcoastal/ <#"justify»>48.Translating Tourism // The Tourism Network. - Manchester : SAGE Publications, 2005. - P. 223-239.

6. United Kingdom Mini Guide [Электронныйресурс]. - Режимдоступу<http://www>.worldtravelguide.net/country/291/country_ guide/Europe/ United-Kingdom.html

Стукаленко Віктор Авксентійович,
студент 2 курсу магістратури,
спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Рябокінь Наталія Олександрівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

КОРОТКА ІСТОРІЯ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИЙМЕННИКІВ

Вступ. Мова постійно змінюється: історична змінність мови – її суттєва ознака, внутрішня властивість. Як зазначає О.О. Шахматов, у цей момент мова не є такою, як вона була 10 хвилин тому [7, с. 269]. Змінність мови забезпечує її відповідність потребам комунікативної і пізнавальної діяльності людини. Як наголошували В. Гумбольдт (1960), О.О. Потебня (1958), Г.Пауль (1896) та ін., мова є діяльністю та її продуктом. Так було започатковано розрізнення статичного і динамічного аспектів мови. В. Гумбольдт, зокрема, вирізняв «вивчення мови у стані її розвитку» та «вивчення організму мови» (Гумбольдт, 1960), що згодом використав Ф. де. Соссюр (1916) у дослідженні про синхронію та діахронію.

Основна частина. Загальноприйнятою класифікацією слів за їхніми семантичними властивостями є дихотомічне угруповання у два основні розряди: повнозначні і службові слова.

Розподіл слів на повнозначні і службові має давню традицію. Основні розбіжності між цими класами словесних знаків полягають у тому, що повнозначні слова, «виконуючи репрезентативну функцію, здатні позначати навколишню дійсність, тобто бути найменуваннями окремих предметів, фактів, явищ» [3].

Утворення й розвиток службових слів, до яких традиційно належать прийменники, починається з уподібнення повнозначних слів службовим [4].

Активним вивченням проблеми переходу лексичних одиниць повнозначних класів слів у службові, а також набуття ними всіх характерних ознак службових слів, дослідники займалися переважно у другій половині ХХ століття [6], інтерес до яких то згасав, то посилювався.

Службові слова обслуговують «сферу комунікативно-мовленнєвої діяльності», трансформуючи «системи віртуальних засобів в актуальні, у мовленнєві одиниці» [6, с. 35]. Іншими словами, службові слова вказують на відношення позамовного світу, вживаючись із повнозначними словами. Позбавлені номінативної

функції, вони виступають у ролі «фіксаторів» специфічних мовних значень, близьких за своєю природою до граматичних.

Виходячи з цього, критеріальною особливістю службових частин мови є службово-граматична або семантико-стилістична функції, які вони виконують у складі лексеми, синтаксеми або фраземи. Із погляду семантики категоріальне значення службових слів не є самостійним ані в області граматики, ані в області лексики, якщо не брати до уваги предикативні зв'язки, частина з яких у складі предикативної синтаксеми зберігає не тільки дієслівну парадигму, але й речовинне значення. Йдеться про т. зв. конкретні дієслівні зв'язки.

Визначаючи службові слова як один із найактивніших класів слів синтагматичного рівня, необхідно мати на увазі й те, що прийменники, сполучники, частки й предикативні зв'язки не у всіх мовах функціонують однаково. У різних системах мов вони відрізняються не тільки за своїми семантико-граматичними функціями, але й особливістю походження, перспективністю розвитку, специфікою функціонально-понятійного значення [6]. Останнє – це те, що лежить в основі «існування» службового слова як лексичної одиниці мови.

На жаль, у сучасному мовознавстві ще існує традиція визначати службові частини мови як суто формально-граматичні засоби мови [7]. Ця точка зору сягає праць академіка О.О. Шахматова й повторюється майже в усіх вузівських і шкільних підручниках, що представляють традиційну школу. Якщо це так, то що сприяло розвитку похідних службових слів при збереженні значення й функцій споконвічних форм?

Існує й протилежна точка зору, логічно сформульована у свій час професором О. І. Смирницьким. Як і в словах повнозначних, у службових частинах мови варто розрізняти два значення: 1) формально-граматичне, пов'язане зі службовою роллю даної категорії слів. Наприклад, прийменник і система відмінкових закінчень; сполучник і система сурядних і підрядних зв'язків і т.ін.; 2) лексичне, характерне для кожного слова, чим воно відрізняється від інших слів, словосполучень і речень [5, с. 16]. І тут слушною видається позиція М. Конюшкевич із приводу того, що службові

слова «є по-своєму повнозначними», а форми повнозначних слів – «по-своєму службовими» [3; 4].

Слід також погодитися з думкою Б. Ільїша, який стверджував, що граматичне значення в слові одночасно є як загальним, так і частковим. Під загальним граматичним значенням розуміється категоріальний зв'язок слова з подібними мовними одиницями, що належать до однієї й тієї ж частини мови. Часткове значення має функціонально-граматичне вираження в конкретній мовній ситуації. Лексичне значення відрізняє одне слово від інших тільки в межах однієї частини мови. А тому воно завжди є частковим [2, с.159].

Перехід самостійних слів у службові становить лише незначний етап процесу, що почався ще в доісторичну епоху. Потреба вираження логіко-граматичних, модальних і семантико-стилістичних зв'язків і відношень у мові й утворення нових форм «службовості» існувала від часу виникнення членороздільного мовлення. Історія давніх прийменників, сполучників, часток і предикативних зв'язок показує, що граматичні й лексико-стилістичні абстракції виникали в мові не миттєво і що службові слова у своєму розвитку пройшли тривалий і складний шлях від конкретних лексичних значень до більш загальних – категоріально-граматичних і семантико-стилістичних.

Прийменник – одна із давніх частин мови, відомості про яку сягають кінця ІІ ст. до н.е., коли прийменники разом із префіксами відносили до частин мови.

Назва «прийменник» (prepositions) походить від латинського слова praepositio, яке складається з двох слів – prae (перед) і positus (поставлений). Прийменник як службове слово звичайно ставиться перед іменником, звідки й походить його назва. Проте тепер прийменники вживаються не тільки з іменниками та їх еквівалентами, але й із дієсловами, прикметниками, дієприкметниками і прислівниками. При цьому, незважаючи на однаковий корінь, від якого походять ці частини мови, вони можуть вживатися з різними прийменниками і ставитись як перед ними, так і після них. Наприклад:

to pride oneself on (з дієсловом)

proud of (з прикметником)
pride in (з іменником)

У процесі поступового нівелювання і відмирання відмінкових закінчень їх функція перейшла до прийменників, які почали вживатися з іменниками і займенниками для визначення граматичних зв'язків. Це був перехід до прийменникової системи, який припадає на ранній середньоанглійський період. У подальшому в залежності від характеру граматичної функції прийменників у реченні і від частоти їх вживання, прийменники зазнали різних змін. Одні з них набули іншого значення, другі розширили своє значення і сферу вживання.

Виникнення і вживання прийменників в англійській мові нерозривно зв'язане з історією самої мови. Тому навіть короткий огляд процесу складання і розвитку англійської мови дасть певне уявлення про ту винятково важливу роль, яку відіграють прийменники в сучасній англійській мові.

Протягом усієї історії свого розвитку англійська мова зазнала докорінних змін. Звичайно виділяють три періоди розвитку англійської мови, зв'язуючи їх з визначними подіями в історії Англії, які мали певний вплив на мову:

1) староанглійський період (V-XI ст.), що охоплює час від завоювання Британії англосаксами до норманського завоювання;

2) середньоанглійський період (XI-XV ст.), в кінці якого остаточно складається англійська нація і формується англійська національна мова;

3) період сучасної англійської мови, який бере початок від епохи Відродження в Англії (XV ст.) і триває до наших днів.

Хоч зміни в мові відбуваються поступово і безперервно, проте на межі староанглійського та середньоанглійського періодів і середньоанглійського та новоанглійського періодів ці зміни мали більш інтенсивний характер. Це теж є однією з підстав умовного поділу історії розвитку англійської мови на три періоди. Кожному з цих періодів властиві певні граматичні, фонетичні і лексичні зміни.

Із праць численних дослідників англійської мови стає ясно, що мова, якою розмовляли германські племена – англи, сакси і юти (перші поселенці на території нинішньої Англії), якісно

відрізняється від сучасної англійської мови в усіх трьох відношеннях – щодо структури мови, вимови і лексики.

У староанглійський період на території Англії, крім того, існувало кілька діалектів, які настільки відрізнялися один від одного, що люди з різних частин країни мало або й зовсім не розуміли один одного.

У сучасній англійській мові діалекти теж існують, проте розбіжності між ними незначні. Ці відмінності стосуються головним чином вимови, проте і вони згладжуються завдяки виробленим загальним стандартним нормам вимови.

У староанглійський період серед багатьох діалектів виділялись три основні: нортумбрійський – на півночі, мерсійський – у центрі і західносаксонський – на півдні Англії.

Морфологічній структурі мови староанглійського періоду властиве багатство флексій. Зв'язки між словами в реченні здійснювались тоді за допомогою синтетичних засобів. Існувала складна система відміни і дієвідміни. Так, іменники мали чотири відмінки (називний, родовий, давальний, знахідний), поділялись на кілька класів, кожному з яких були властиві свої особливості відмінювання, мали також граматичний рід і форму однини та множини [1].

У відмінюванні прикметників і деяких займенників зберігався і п'ятий (орудний) відмінок. Для прикметників існували дві відміни – сильна і слабка. Прикметники узгоджувалися з іменниками в роді, числі і відмінку.

Існувала дуже складна система відмінювання дієслів. Умовний спосіб (Subjunctive mood) у мові староанглійського періоду вживався значно частіше, ніж у сучасній мові.

Завдяки широко розвинутій морфологічній системі в староанглійській мові існував відносно вільний порядок слів у реченні.

Оскільки зміни в мові відбуваються безупинно і поступово, то, як показують дослідження, зміни в структурі англійської мови почалися ще на ранній стадії її розвитку. Зокрема, в староанглійський період в нортумбрійському діалекті в результаті контакту з датськими діалектами в період датського завоювання

(VIII-IX ст.) відбувався помітний процес нівелювання флексій. В інших діалектах цей процес проходив повільніше.

Нівелювання і поступове відмирання флексій супроводились змінами в структурі мови і насамперед в сфері вживання прийменників. Письмові пам'ятки староанглійського періоду вказують на те, що ряд прийменників, як *at, by, for, from, in, of, off, on, through, to, after, over, under, with*, вживався вже в VII-X ст. Дослідженнями доведено, що всі основні прийменники англійської мови – прості і ряд складних – виникли в староанглійський період. Багато з них мають риси загально-індоєвропейської мови-основи, що теж підтверджує їх стародавнє походження (наприклад, прийменники *for, from, of, off*).

У староанглійський період, коли англійська мова за своєю структурою була синтетичною, прийменники виконували і граматичну і лексичну функції.

У середньоанглійський період, більш як через століття після норманського завоювання, в Англії виразно виділялися дві основні мови: французька, з одного боку, і різні діалекти англо-саксонської мови, з другого. Проте вони не існували ізольовано одна від одної, а, навпаки, мали тенденцію до взаємного впливу, що залишило особливо помітний слід на англосак-сонських діалектах – мові корінного населення Англії.

У середньоанглійський період, як і раніше, продовжували виділятись ті ж три діалекти: північний (нортумбрійський), центральний (мерсійський) і південний (західносаксонський). У результаті дедалі тіснішого взаємовпливу діалектів зміни, що відбулися в північному (нортумбрійському) діалекті найраніше, поступово перейшли і в інші діалекти.

Дальший розвиток мови привів до того, що перевагу над іншими діалектами здобуває центральний діалект, який став основою сучасної англійської мови і на кінець середньоанглійського. періоду перетворився в загальнонаціональну мову [1].

Швидкий розвиток цього діалекту і перетворення його в національну мову пояснюється тим, що він був розмовною мовою населення Лондона – великого політичного і торго-вельного центру Англії. Цей діалект був поширений також в районі, де були

розташовані два найбільших університети Англії – Оксфордський і Кембриджський, які, як центри освіти, мали величезний вплив на культурне життя всієї країни.

Щодо граматичних норм, то центральний діалект, був проміжним між північним і південним.

Через відсутність сталих літературних норм в англійській мові процес відмирання флексій нестримно тривав і протягом середньоанглійського періоду, прискорюваний впливом мови завойовників на мову місцевого населення.

У результаті цього на кінець XIV ст. у мові продовжували існувати лише деякі староанглійські флексії, загальна ж структура мови докорінно змінилася. При цьому особливого значення набувають прийменники. Дослідження літературних пам'яток середньоанглійського періоду показують, що в цей час з'явилось чимало нових похідних, складних і запозичених з інших мов прийменників. Серед них слід зазначити такі: похідний *towards*, складні – *about, above, against, around, behind, beneath, between, beyond, into, out of, underneath, upon, within, without*, запозичений *past*.

Протягом середньоанглійського періоду продовжується ослаблення граматичної ролі відмінкових закінчень, уніфікація типів відмінювання.

У результаті розпаду складної системи відмінювання іменників складається двовідмінкова система (загальний і присвійний відмінки), а також двовідмінкова система відмінювання займенників (називний і об'єктний відмінки).

Прикметники в цей період втрачають відмінкові закінчення, проте зберігають форму однини і множини, а також ознаки сильної і слабкої відмін.

У середньоанглійський період складаються перші аналітичні форми дієслова, що разом з іншими змінами в мові намічає тенденцію до сталого порядку слів у реченні.

Початок періоду сучасної англійської мови ознаменувався запровадженням в Англії книгодрукування (1471 р.), що мало значний вплив на уніфікацію мовних елементів і встановлення загальних сталих норм англійської мови. У цей час в основному

завершується розпад системи флексій. Прикметники остаточно втрачають властивість відмінюватися. Встановлюється чіткий і сталий порядок слів у реченні: підмет – присудок – додаток.

Епоха Відродження знаменувала прогресивний переворот у сфері ідеології і культурного розвитку суспільства. Ідеї гуманізму, властиві цій епосі, охоплювали одну країну за одною. Найраніше Відродження почалося в Італії (XIII-XIV ст.). Потім воно поширилось на Францію, Німеччину і Англію. В Англії найвищого розвитку воно набуло в XVI столітті, в період розквіту творчості видатного англійського письменника В. Шекспіра.

У результаті поширення ідей гуманізму протягом XVI-XVII ст. англійська мова зазнала значного впливу, особливо з боку грецької і латинської мов. Цей вплив виявився як в прямому запозиченні слів з цих мов, так і в утворенні нових слів за аналогією. Це стосується і нових прийменників, якими в цей час збагатилася англійська мова. Зокрема, з французької мови були запозичені прийменники *across, except*, з'явився прийменник *below*, що утворився з англійського елемента *be* і скандинавського *low* [1].

Інтенсивний процес розвитку англійської мови тривав і в XVII ст., коли вона остаточно склалася в такому вигляді, в якому існує і зараз. Ті незначні зміни, які відбувалися протягом XVII ст. і пізніше, стосувалися головним чином удосконалення написання і вимови слів, синтаксис же фактично залишився незмінним.

Щодо лексики, то протягом усієї історії свого розвитку англійська мова зазнавала помітного впливу інших мов, і словниковий склад її значно поповнився за їх рахунок. Якщо староанглійська мова була майже цілком вільна від іноземних запозичень, то сучасна англійська мова містить дуже велику кількість іншомовних слів.

Підрахунки показують, що в словниковому складі сучасної англійської мови є приблизно 28 відсотків слів англосаксонського походження, 56 відсотків слів латинського походження і біля 16 відсотків слів, запозичених з інших мов. Проте в письмовій і розмовній мові пропорція вживання слів англосаксонського походження значно більша [1].

У творах відомих англійських авторів процент вживаних ними англосаксонських слів досить високий, зокрема, у Чосера – 93 відсотки, у Шекспіра – 90 відсотків, у Теннісона – 88 відсотків, у Мільтона – 80 відсотків. Тепер англійська мова має приблизно 250 тис. слів, з них більш як половина почали вживатися з середини XIX ст. Процес поповнення словникового складу мови за рахунок запозичень відбувається і зараз.

Із усього вищезазначеного можна зробити висновок, що в той час як староанглійська мова складалася з ряду різних місцевих діалектів із невеликою кількістю слів іншомовного походження і була синтетичною за своєю структурою, сучасна англійська мова має загальноприйняті норми написання і вимови слів, її лексика включає численні іншомовні елементи і прямі запозичення, а за структурою вона переважно аналітична, тобто зв'язки між словами в реченні здійснюються тепер не за допомогою закінчень (флексій), як це було раніше, а за допомогою допоміжних слів і порядку слів у реченні. Особлива роль у цьому належить прийменникам.

Спочатку прийменники служили для визначення відношень місця і руху, потім часу і причини. Слід також мати на увазі, що не всі прийменники використовувалися для передачі колишніх відмінкових відношень.

Із досліджень письмових пам'яток минулого видно, що основна маса прийменників утворилася з прислівників, іменників, прикметників та дієприкметників і тому за походженням вони є прислівниковими, відіменними і дієприкметниковими. Прислівникові прийменники поділяються на прості, які утворилися у стародавні часи з прислівників місця (*in, on, for, to*), і складні, які складаються з двох-трьох прислівників і прийменників (*into, out of* та ін.).

Усі прості прийменники і частина складних належать до лексики староанглійського періоду. Зокрема, десять простих прийменників, що означали простір (*at, by, for, from, in, of, off, on, through, to*), походять від елементів, що мали просторове або просторово-моторне значення і вживалися як прислівники, прийменники і відносно самостійні дієслівні приставки ще в загальноіндоєвропейській мові. Вони споріднені з простими

прийменниками інших германських мов, а також інших індоєвропейських мов – латинської, старогрецької, російської та ін. Це підтверджується літературними пам'ятками VII-X ст. До прийменників цього періоду належать: *about, afore, after, along, amidst, at, before, beneath, between, but, by, for, from, in, into, near, of, off, on, out of, over, through, till, to, towards, under, underneath, with, without*.

За винятком прийменників *afore* і *underneath*, всі ці прийменники широко вживаються і в сучасній англійській мові.

У літературі X–XII ст. зустрічаються такі прийменники: *above, against, among, behind, beside, beyond, next, throughout, until, up, within*.

Прийменники германського і романського походження: ac*ross, below, despite, during, except, past, round* почали вживатися з XIV ст.

Слід зауважити, що з приводу розвитку прийменників у англійській мові існує ряд різних суперечливих і навіть протилежних думок. Зокрема, французький мовознавець А. Мейє вважав, що розвиток англійських прийменників завершився тільки протягом відособленого існування германських мов. На його думку, більшість прийменників є різними в різних мовах, і їх утворення припадає саме на цей пізній період відособленого існування мов, і лише деякі прийменники є спільними для всіх германських мов [1].

Наші вітчизняні мовознавці, навпаки, вважають, що багато простих найбільш уживаних прийменників є спільними для всіх германських мов і походять від загальноіндоєвропейських прислівниково-прийменниково-приставкових основ і лише деякі прийменники з числа складних маловживаних розвинулися в епоху відособленого існування мов і є різними в різних мовах.

Ця думка підтверджується численними фактами вживання прийменників різного походження в англійській мові різних періодів.

Тепер в англійській мові є 130 простих, складних і дієприкметникових прийменників як староанглійського, так і латино-французького походження. Проте не всі вони вживаються широко і часто.

Провідне місце займають прості найстаріші прийменники. З їх допомогою передаються майже всі колишні відмінкові відношення між словами. Багато ж прийменників (32), запозичених з латинської і французької мов у XV–XVIII ст., мають обмежену сферу вживання. До них, наприклад, належать: *vis-a-vis, sans, maugre, pending, re, pro, per, plus, minus, ex, versus*. Такі з них, як: *via, pending, versus, per, plus, minus*, в більшості вживаються людьми відповідних спеціальностей. Прийменники латинофранцузького походження *sans, en, pace, cum, contra, pro, sine, maugre, saving* тепер майже зовсім не вживаються.

Складні прийменники з'явилися в результаті потреби виразити подвійні просторово-моторні відношення (наприклад: *from below, from underneath* – з-під).

Дієприкметникові прийменники виникли, як гадають, в результаті стиснення підрядних речень, внаслідок чого присудок перетворився на дієприкметник, з якого й виник потім прийменник. Ці прийменники наймолодші за походженням, вони звичайно передають абстрактні поняття і становлять нечисленну групу.

Слід мати на увазі, що, крім простих, складних і дієприкметникових прийменників, є велика категорія так званих складених прийменників (біля 280) типу: *by means of, in spite of, on account of.* Вони утворилися з різних прийменникових словосполучень, їх знаменна частина (іменник) в значній мірі втратила речове значення. Складені прийменники загалом відіграють другорядну роль порівняно з простими, складними і дієприкметниковими прийменниками. Найбільше поширення вони мають в науково-технічній літературі.

У сучасній англійській мові ряд прийменників є не тільки маловживаними, але й мають тенденцію до відмирання. Це стосується насамперед довгих прийменників, які заміняються короткими синонімами; однозначних прийменників, над якими переважають багатозначні; запозичених прийменників, які, не маючи достатньої соціальної бази, виходять з ужитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Балла М. І. English Prepositions. Вживання прийменників у англійській мові : посіб. для учителів та уч. ст. кл. серед. шк. і для студ. / М. І. Балла. – К. : Чумацький Шлях, 2000. – 230 с.
2. Ильиш Б. А. О частях речи в английском языке // Вопросы теории частей речи (на материале языков различных типов): сб. науч. трудов / Б.А. Ильиш. – Л.: Наука, 1960. – С. 151–169.
3. Конюшкевич М. И. Синтаксемообразующая функция предлога и механизмы опредложивания знаменательной лексики / М.И. Конюшкевич // Вопросы функциональной грамматики: сб. науч. тр. – Вып. 5 / Отв. ред. М. И. Конюшкевич. – Гродно: ГрГУ, 2005. – С. 3–19.
4. Конюшкевич М. И. Способы выражения лексического компонента синтаксемы (синтаксической позиции), маркированной предлогом (на материале белорусского языка) / М.И. Конюшкевич // Е.Ф. Карский и современное языкознание: матер. X междунар. Карских чтений, 16 – 17 мая 2005 г. Гродно: В 2-х ч. Ч. 1. / М. И. Конюшкевич. – Гродно: ГрГУ, 2005. – С. 104–116.
5. Смирницкий А. И. Сравнительно-исторический метод и определение языкового родства: материалы к курсам языкознания / А.И. Смирницкий; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, В.А. Звегинцев (общ. ред.). – М.: Изд-во Московск. ун-та, 1955. – 256 с.
6. Шаранда К. К. Сравнительная типология категории предлога / К.К. Шаранда. – Минск: Наука и техника, 1981. – 230 с.
7. Шахматов А. А. Синтаксис русского языка/ А.А. Шахматов. – 2-е изд. –М. : Учпедгиз, 1941. – 459 с.

Тесленко Наталя Олександрівна,
студентка 1 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права

Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

СПОСОБИ УТВОРЕННЯ ТА МЕТОДИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕРМІНІВ

Вступ. Термінологічна система галузі інформаційних технологій належить до наймолодших систем, оскільки виникла наприкінці 20 сторіччя разом з виникненням і розвитком комп'ютерних та інформаційних технологій. Оскільки лідером розвитку галузі інформаційних технологій були й залишаються Сполучені Штати, природно, що первинна номінація нових розробок відбувається англійською мовою [8, с.158–163].

Виникнення нових термінів можна пояснити дією системних закономірностей загального характеру, тобто такі слова потенційно існують у внутрішньому лексиконі мовця, і, таким чином, відбувається вільне конструювання інновацій різних структурних типів. Ця думка виходить через визнання варіативності фундаментальною властивістю мови, яку закладено в самій її системі, і відповідно до якої мова розглядається як "динамічна система, що розвивається в часі та просторі" [66, с.37].

Основний зміст. Прийнято розрізняти морфологічний та лексико-семантичний типи словотворення. У першу чергу, розглянемо різновиди морфологічного типу, які розрізняють залежно від характеру словотворчих засобів. У наш час найбільш продуктивними є 5 типів морфологічного словотворення:

1) афіксація;
2) словоскладання;
3) конверсія;
4) реверсія чи зворотній словотвір;
5) контамінація (blending).

Розглянемо кожен з них окремо:

1. **Афіксація** – утворення нової лексичної одиниці шляхом додавання до основи афікса. Залежно від місця розташування

розрізняють: суфікси, префікси, інтерфікси, конфікси, інфікси та ін. Найбільш продуктивним підтипом для комп'ютерної лексики є суфіксація, що може пояснюватися великою кількістю понять, які мають агентивну чи інструментальну функції: *scanner, encoder, formatter, programmer*. Яскравим прикладом продуктивності суфіксації в комп'ютерній лексиці може бути ряд дериватів, утворених від дієслова tohack, що у свій час було утворено шляхом вторинної номінації та вже є зафіксованим у новому значенні у OxfordEnglishDictionary: *hacker, hackerdom, hackerism, hackerish, hackery, hackerly, hacked, hacking, hackitude, hackerese, hackishness*. Ця основа, до речі, характеризується досить високою сполучуваністю та фіксується у багатьох типах словотворення.

Окреме місце займає проблема визначення статусу таких морфем, як: *bio- mini-, maxi-, poly-, micro-, -holic, -mania* та ін. Деякі вчені використовують терміни splinters та completives. Їхназивають комбінуючими формами чи напівафіксами. В.Г. Ґак, В.В. Єлісєєва та Н.Ф. Алєфірєнко [15, с.15] схильні називають такі морфеми афіксоїдами – напівслужбовими морфемами, які частково втратили лексичне значення кореня та набувають службової ролі. Їх десемантизації, за словами В.Г. Ґака, сприяє ряд синтаксичних та семантичних факторів: семантична надлишковість, транзитивне вживання, спеціалізація використання, абстрактність чи переносність значення. Для комп'ютерної лексики характерні як афіксоїди, що притаманні англійській мові взагалі: *computerholic, gigabyte, microchip, microcircuit*, *macroassembler, macrocommand*, – так і суто власні "надбання". Наприклад, префіксоїд *e-*, що є апокопою слова *electronic*, уперше з'явився у слові email, спочатку через дефіс, а згодом і разом. На сьогодні він частково десемантизувався та породив цілу низку неологізмів, деякі з яких через новизну ще пишуться через дефіс: *e-commerce, e-learning, e-business, e-comment, e-back, e-girlfriend* та ін. Префіксоїд *e-* в цих словах не означає "електронний", а лише вказує на імпліцитний зв'язок з мережею Інтернет;

2. **Словоскладання** – об'єднання двох чи більше основ в одне слово-композит, що відрізняється своєю цільнооформленістю. Розрізняють складні та складнопохідні слова. Численними є

новоутворення, що виникли шляхом простого складання основ без з'єднувального елементу, наприклад: *database, motherboard, bitmap, netdead, hardcoded, hardwired, sandbender, wirehead*. Їхня відносно невелика кількість у комп'ютерній лексиціпояснюється ще недостатнім терміном існування цієї галузі як такої. Як правило, композити – це наступний рівень сталих словосполучень, що зумовлюється високою частотністю їх уживання. Ці терміни є прикладом новоутворень, значення яких є сумою значень складових елементів. При утворенні нової лексичної одиниці не відбулося семантичного зсуву її складових частин;

3. **Конверсія** – утворення нового слова шляхом переходу з класу однієї частини мови в іншу. Найпродуктивнішими є дві схеми: N > V та V > N. Для першої схеми конверсії типовою є наявність агентивних чи інструментальних відносин між старою та похідною основами. Для другої схеми – передача похідним результату дії, яку означає основа дієслова. Типовими для комп'ютерної лексики є конвертовані дієслова, що утворені від складних чи скорочених іменників, та іменники, що утворені від дієслівних фраз: *to backspace, to alt-tab, to gensym, to database, to datestapm, to demo, to bookmark, download, backup, login*. Часто процесу конверсії зазнають іменники, що самі відносно нещодавно з'явилися у цій галузі шляхом вторинної номінації: *to boot, to bomb, to freeze, to hang, to mailbomb, to sleep.*

4. **Реверсія чи зворотній словотвір** – деривація нових слів шляхом відсікання афіксів: *doubleclick від double-clicking*. Слід зазначити, що цей тип в цьому випадку не є продуктивним внаслідок непродуктивності словоскладання у цій терміносистемі;

5. **Контамінація** (blending) – вплив одного слова на інше, результатом чого є виникнення нової форми (бленда), що містить ознаки обох слів: *Hackintosh, advermation, anticipointment, hacktivist, netizen, netiquette, slacktivism, webliography.* Зараз ще важко сказати, які з цих неологізмів залишаться у мові, а які зникнуть.

Лексико-семантичний спосіб також є одним з найпродуктивніших – велика кількість неологізмів з'являється шляхом переосмислення – метафори та метонімії – вже існуючих слів та словосполучень: *bug, skyscraper, firewall, mailbomb,*

mockingbird, Columbo site, chipmunk effect, meatloaf, mouse potato, three finger salute, warchalking, Easter egg, Swiss-knife effect.

Класифікацію термінологічної лексики можна здійснювати за моделями утворення термінологічних інновацій або за семантичними групами. Найбільш поширеним способом утворення термінів-неологізмів для позначення понять у галузі інформаційних технологій є надання нового значення вже існуючим лексичним одиницям. Приклади таких новоутворень є найчисленнішими:

menu – 1) a list of dishes available at a restaurant or to be served at a meal;

2)(computing) a list of possible actions from which a user can choose, displayed on a computer screen;

file – 1) any of various types of drawer, self, holder, cover, box, etc. usually with a wire or metal rod for keeping loose papers together and in order, so they can be found easily;2) (computing) an organized collection of related data or material in a computer;

application – 1) the action or process of making a formal request;2) the action or an instance of putting or spreading sth onto sth else;3) the action or process of making a rule;4) the action or an instance of putting a theory, discovery, etc. to practical use;

5) (computing) a program designed to perform a particular task for the user.

Так звані «синтаксичні» складні слова, сформовані з сегментів мовлення, зберігають у своїй структурі ознаки синтагматичних відносин, що є типовими для мовлення. Такий тип словотворення є типовим для англійської мови і широко представлений у сфері інформаційних технологій. Напр.: *ready-to-use, black-and-white, clear-to-send, digital-to-analog, dual-in-line, etc*[31, с.433].

Структура більшості складних слів у галузі інформаційних технологій є прозорою. Семантика похідного слова повністю відповідає семантиці його елементів. Очевидно, що такі складні слова походять від словосполучень. Утворення і вживання термінологічних словосполучень є функціонально виправданим, оскільки вони більш точно описують процес або об’єкт, ширше розкривають поняття. Такі словосполучення є цілісною лексичною

одиницею. Зі структурної точки зору терміни поділяються на 7 груп, згідно з граматичною моделлю, за якою вони утворені. Структура англійських термінів може бути представлена за допомогою комбінації буквенних символів A (Adjective), N (Noun), PI (ParticipleIorGerund), PII (ParticipleII), PropN (properNoun), Num (Numeral). Найбільш поширеними граматичними моделями утворення комп'ютерних термінів є:

1) **Модель N+N**. Стислість і чіткість, простота утворення, смислова й семантична струнκість, широта лексичної сполучуваності й семантична місткість цієї моделі дають можливість простими синтаксичними засобами, тобто одним контактним співрозміщенням двох іменників, виразити різноманітні й водночас складні атрибутивні відношення. Може перекладатися, як: прикметник + іменник, наприклад: *addressbook – адресна книжка*; іменник в Н.в.+іменник в Р.в., наприклад: *speakervolume – гучність динаміка, fileseparator – розподільникфайлів, accesslevel – рівень доступу, filename – ім'я файлу*, складне слово, наприклад: *faulttolerance – відмовостійкість, placeholder – мітка-заповнювач;* одночленний термін, наприклад: *interruptrequest – переривання, scratchpad – блокнот*; описовий вираз, наприклад: *FibreChannel – високошвидкісний інтерфейс передачі даних, що використовується для з'єднання разом робочих станцій, мейнфреймів, суперкомп'ютерів і пристроїв зберігання даних* .

2) **Модель A+N**, що є цілком зручним засобом систематизації термінів. У двокомпонентних термінах цього типу іменник у більшості випадків називає узагальнене поняття (родове), а прикметник – відмінну, класифікаційну ознаку цього родового поняття (його видову відмінність). Може перекладатися, як: прикметник + іменник, наприклад: *operationalenvironment – операційнесередовище, fatalerror – фатальна помил;*іменник в Н.в.+іменник в Р.в., наприклад: *grayscale – шкала градацій*; іменник +прислівник+ прислівник, наприклад: *upwardcompatibility – сумісність знизу уверх*; одночленний термін, наприклад: *floppydisk – дискета*; описовий вираз, наприклад: *complimentarycopy – копія електронного посилання, що відправляється третій особі, яка не є прямим адресатом.*

3) **Модель P I (G)+N**, може перекладатися наступними способами: прикметник+іменник, наприклад: *operatingsystem – оперативна система, conflictingdata – суперечливі дані, routingrecipient – конкретний адресат*; дієслово+іменник, наприклад: *floatingpoint – плаваюча крапка, recurringappointment – повторюваний захід*; іменник в Н.в.+іменник в Р.в., наприклад: *sizinghandle – маркер розміру, samplingfrequency – частота опитування, mailinglist – список розсилання*; одночленний термін, наприклад: *filingsystem – картотека;* описовий вираз, наприклад: *hangingindent – негативний відступ, абзац із виступаючим вперед першим рядком.*

4) **Модель P II+N**, перекладається, як: прикметник+іменник, наприклад: *continuedaccess – безперервний доступ*, *unauthorisedaccess – несанкціонованийдоступ, sharedname – мережне ім'я, screenedhost – екрановий хост, rootedhierarchy – коренева ієрархія, numberedoutline – багаторівнева схема*; дієслово+іменник, наприклад: *arbitratedloop – керована петля, testedinteroperability – гарантована сумісність;* описовий вираз, наприклад: *sharedaccount – спільно використовуваний обліковий запис, sharedlibraries – бібліотеки колективного доступу.*

5) **Модель PropN+N**, перекладається формою іменника в Н.в.+іменник в Р.в., наприклад: *Didotsystem – система Дідо.*

6) **Модель Num+N**, як правило, перекладається, іменник+числівник, наприклад: *zerosuppression – придушення нулів.*

7) **Модель A+PI** (прикметник+іменник), наприклад: *electroniceavesdropping – електронне прослуховування, adaptiverouting – адаптивна маршрутизація.* Термінологічні словосполучення можуть бути як двокомпонентними, так і багатокомпонентними (*disasterrecoverydisk*), але вони є структурно ідентичними – у препозиції використовуються іменники в атрибутивній функції (*defaultapplication*), прикметники (*personalcomputer*) або іменник + прикметник (*virtualmachinemanager*).

Поширеним способом утворення комп'ютерних неологізмів також є **композиція**. Численними є новоутворення, що виникли шляхом простого складання основ без з'єднувального елементу:

keyboard, filename, software, *spreadsheet*. Ці терміни є прикладом новоутворень, значення яких є сумою значень складових елементів. При утворенні нової лексичної одиниці не відбулося семантичного зсуву її складових частин.

Так звані «синтаксично» складні слова, сформовані з сегментів мовлення, зберігають у своїй структурі ознаки синтагматичних відносин, що є типовими для мовлення. Такий тип словотворення є типовим для англійської мови і широко представлений в сфері інформаційних технологій. Напр.: *ready-to-use, black-and-white, clear-to-send, digital-to-analog, dual-in-line, etc.*

Термінологічні словосполучення часто використовуються у вигляді абревіатур/акронімів, більшість з яких є загальновживаними у галузі інформаційних технологій. Скорочення як засіб утворення слів залишається одним із найбільш продуктивних у сучасній англійській мові, що пояснюється тенденцією до збільшення темпу життя і до економії мовних засобів. Наявність акронімів є однією з типологічних однак, притаманних науково-технічному типу тексту. Акроніми є одним із видів економії мовних засобів і слугують компресії інформації на лексичному рівні.

Поширене вживання абревіатур / акронімів в комп′ютерній термінології спричинено відносною чисельністю багатокомпонентних термінологічних словосполучень, скорочення яких необхідне для економії місця.

Напр.*: ROM – Read Only Memory*
RAM – Random Access Memory
SIP – Single In-line Package
SDLC – Synchronous Data Link Control
TCP/IP- Transmission Control Protocol/Internet Protocol

Для перекладу комп'ютерної термінології використовують декілька шляхів перекладу:

−**транскодування**, коли звукова та/або графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу. Транскодування неологізмів відбувається в перекладі в тих випадках, коли в культурі і, зокрема, науці країни мови перекладу відсутнє відповідне поняття і відповідний перекладний еквівалент, а перекладач не може підібрати слово або слова в мові перекладу, які б

адекватно передавали зміст поняття і відповідали вимогам до термінотворення.

Особливо часто транскодування термінів відбувається в тих випадках, коли термін у мові перекладу складається з міжнародних терміноелементів латинського або давньогрецького походження.

Транскодування поділяється на чотири підвиди:

1.**Транслітерація**: *commutator – комутатор; processor – процесор; operator – оператор; monitor – монітор; printer – принтер; indicator – індикатор; buffer – буфер; portal – портал; server – сервер; laser– лазер; multimedia – мультимедія; decoder – декодер; port – порт; plotter – плотер; scanner – сканер*.

Необхідно зазначити деякі особливості у перекладі цих слів-термінів, а саме:

1) подвоєння приголосних між голосними не передається, як, наприклад, у слові "*комутатор*";

2) літера r у кінці зазвичай передається, незалежно від того, чи вимовляється вона у слові-джерелі, наприклад: *монітор*.

2.**Транскрибування:***server – сервер; browser – браузер; site – сайт; provider – провайдер; cluster – кластер; display – дисплей; user – юзер; driver – драйвер; cartridge – картридж; computer – комп'ютер.*

Цьому шляху перекладу властива така особливість у перекладі українською мовою, як передача в будь-якому випадку літери r, наприклад , *driver – драйвер.*

3.**Змішане транскодування**: *on-line – он-лайн; interface – інтерфейс; organizer – органайзер; device – девайс; chat – чат; chipset – чипсет; adaptor – адаптор; chorus – хорус.*

4.**Адаптоване транскодування**: *profile – профіль; matrix – матриця; domain – домен; command – команда; card – карта; menu – меню; viewer – в'ювер*.Цьому шляху перекладу притаманні наступні особливості:

1) використання в українській мові пом'якшенняв кінці слова, яке відсутнє в англійському слові, наприклад, модуль;

2) наявність родового закінчення в мові;

3) подвоєння приголосних між голосними не передається в українській мові.

– **калькування** – переклад частин іншомовного слова (складного, похідного або словосполучення) з подальшим складанням елементів в одне ціле. Прикладами калькування є переклад таких термінологічних словосполучень, як: *access code – код доступу, autorepeat – автоматичний повтор, absolute disc read – абсолютне зчитування з диску.*

– **експлікація** – однин з поширених способів перекладу комп'ютерних термінів, що використовується задля адекватного відбиття семантики терміна.[1, с.7-40]. Експлікація полягає у поясненні нового терміну засобами, що існують у мові перекладу. Особливо ефективним даний засіб є при перекладі багатокомпонентних словосполучень, елементи яких не мають у мові перекладу відповідних еквівалентів. Напр., *Random Access Memory – запам'ятовуючий пристрій з вільною вибіркою, cache hit – успішний пошук у кеш-пам'яті.*

– **переклад на основі аналогії** (із застосуванням стандартної лексики в іншому значенні).

– **описовий переклад** – слово замінюється в мові перекладу словосполученням, яке адекватно передає зміст слова. При застосуванні описового перекладу важливо 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 літературі), щоб не створювати термінологічні дублети в мові перекладу.Для того щоб правильно застосувати такий прийом перекладу, необхідно добре знати предметну сферутексту, що перекладається, щоб правильно розкрити зміст позначеного терміном поняття: *burning – запис компактдиска; capture; crossfade – плавний перехід від одного звукового фрагмента або відеокліпа до іншого; deluxe – розширена версія програмного пакета, яка включає додаткові програми чи можливості; freeware – безкоштовне програмне забезпечення; software – програмне забезпечення; log – текстовий файл звіту, в який записують усі дії, які виконує програма, і їх результати; shareware – умовно-безкоштовне програмне забезпечення, з яким можна працювати протягом певного часу; wizard – інтерактивний*

інструмент для покрокового виконання різних операцій; protocol – метод передачі даних.

– **еквівалентний переклад** – значення англійського слова повністю відповідає значенню одного українського слова. Цей вид перекладу досить поширений при перекладі англійських комп'ютерних термінів, хоча в українській мові існує не надто велика кількість слів-відповідників у цій галузі. Ми можемо навести наступні приклади еквівалентного перекладу: *keyboard – клавіатура; memory – пам'ять; message –повідомлення; mode – режим; mouse – маніпулятор; notepad – записна книжка; pitch – рівень, висота; screen – екран; desktop – робочий стіл; network – мережа; bar – панель; drive – дисковод; error – помилка; lock –блокування.*

Лексичні одиниці української мови, так само як і англійської, розвивають нові значення задля позначення нових понять і об'єктів. Прикладами функціонування лексичних одиниць у новому лексико-синтаксичному варіанті є такі терміни, як мультиплікація *«оживлення», меню «список команд», програма «комп'ютерна»*. Більшість із цих новоутворень пройшла синхронний шлях разом з англійськими термінами у процесі розвинення нового значення, тому точніше було б вважати, що було запозичене нове значення, а не лексична одиниця.

Афіксалізація є одним із провідних і продуктивних способів утворення англійських лексичних інновацій сфери інформаційних технологій. Афіксальне термінотворення набуває все більшого значення у зв'язку зі швидким розвитком словникового складу сучасної англійської мови.

Афікс – це "морфема, яка у своєму розвитку набула абстрактного значення, що є притаманним цілому класу слів, і яка, приєднуючись до основи, змінює її значення" [20, с.33]. Основа слова є продукувальною базою, у той час як афікс виступає в ролі операційної частини. Афікси є джерелом виникнення інновацій, але вони мають різні показники продуктивності, тобто кількості лексем, які виникли за період існування в мові цих афіксів, і частотності утворення з ними нових слів.

Афіксальні одиниці, як правило, складаються цілком у руслі англійських словотвірних традицій, їхня морфологічна структура та

характер мотивації значення укладаються в уяву, що склалася у носіїв англійської мови про звичайне, стандартне слово. Тому поява відповідних неологізмів свідомо відмічається носіями мови лише тоді, коли вони усвідомлюють новизну позначуваного.

Висновки. Остаточний словотвірний статус цих елементів не є визначений, для їх позначення використовують різні назви: напівафікс, комбінована форма, афіксоїд. "Нові словотворчі елементи, створені шляхом афіксалізації лексичних одиниць, ще зарано розглядати як повноцінні афікси, оскільки вони не втратили зв'язку з вільними корелятами" [13, с.195].

С.М. Єнікєєва, яка стверджує, що нові елементи, які виконують словотвірну функцію, "знаходяться на шляху переходу до повноцінних афіксів", "їх можна назвати словотвірними елементами перехідного характеру"[23, с.57].

Найбільш продуктивним у створенні "інфонеологізмів" є афіксоїд – *cyber,* який походить від слова *cybernetics*. Протягом останніх років стався справжній вибух "*кібернеологізмів*" в англійській мові, а своєрідна мода на їх уживання отримала визначення "*кіберчуми"*. Афіксоїд *cyber-* у загальному значенні – "пов'язаний із комп'ютерною технікою", у вужчому значенні – "пов'язаний з інтернетом". Слід ураховувати, що "елемент cyber- фактично функціонує в англійській мові і як лексична одиниця (на лексичному рівні), і як афікс (на морфемному рівні)". Неологізми, створені за допомогою елемента cyber, існують практично в усіх сферах життя, пов'язаних із комп'ютером.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Азаматова А.Х. О параметрах типологизации международных терминоэлементов /А.Х.Азаматова.– Вестник КазНУ. Сер. филогогическая. – Алматы, 2003. − №4 (66). – С.24 – 28.

2. Бондар О.І. Екологія українського слова: аспекти і проблеми // Мовознавство: Четвертий міжнародний конгресс україністів. 26−29 серпня 1999 р. (Одеса, 2002) /О.І. Бондар. – К.: Пульсари, 2002. – С. 158–163.

3. Волохов С.А. Я в аську войду только за смайликом! /С.А. Волохов // Уикенд. – 2003. – №34 (184). – С.18.

4. Гак В.Г. Об относительности лексикологических категорий в лексикографии //Проблемы учебной лексикографии и обучения лексики / В.Г.Гак. − М., 1987. − С.21.

5. Гринев С.В. Практическая стилистика английского языка / С.В.Гринев. – Л., 1987. – 184 с.

6. Єнікеєва С.М. Особливості перекладу англійських комп'ютерних термінів на українську мову /С.М.Єнікеєва // Вісник Сумського держ. ун–ту. Сер. філол. Наук. – Суми: Вид-во СУМДУ, 2001. – № 5 (26). – С. 54−59.

7. Капанадзе Л.А. О понятиях "термин" и "терминология". − В кн.: Развитие лексики современного русского языка / Л.А. Капанадзе. – М., 1965. – 512с.

8. Eisenstein P.A. Techno Marvels [Текст] / P.A. Eisenstein // Newsweek. – 2000. – Oct. 23. – P.84 – 85.

Фастовець Марина Миколаївна
студентка 4 курсу,
спеціальності «Філологія (переклад)»
Полтавського інституту економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна
к.філол.н., доц. кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавського інституту економіки і права

ПЕРЕКЛАД МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Вступ. Переклад медичних термінів є особливою галуззю теорії та практики перекладу. Усі європейські мови містять схожі медичні терміни із схожими греко-латинські коренями. Збереження латинської мови як мови науки до 19-го століття сприяло тому, що збереглося багато лексичних подібностей у медичній номенклатурі, й наслідки цього можна спостерігати до сьогодні. Знання латинських коренів допомагає професіоналам в галузі медицини розуміти

медичні тексти, написані різними мовами. Поняття «терміна» «терміносистеми» досліджувалось багатьма перекладознавцями: С.В. Гріньовим, О.В. Суперанською, Р.Ф. Проніною, М.Н. Володіною, Г.П. Мельниковою, Б.Н. Головіним, Л. С. Бурхударовим, С.Л. Мішлановою та Л.М. Алексєєвою. Отже, *термін* – це спеціальна номінативна лексична одиниця (слово чи словосполучення) спеціальної мови, яку приймають для точного найменування спеціальних понять. Під *терміносистемою* розуміємо впорядковану велику кількість термінів Із зафіксованими відношеннями між ними, які відображають відношення між термінами, що називають ці поняття.

Виклад основного матеріалу. Медичний переклад можна умовно розділити на дві галузі. Перша - це медичний переклад спеціалізованої медичної літератури, як документація й інструкції до медичного встаткування, наукові статті й клінічні дослідження, нормативи контролю якості лікарських препаратів, фармацевтичні інструкції та інше. Друга галузь - переклад медичних текстів приватного характеру, що стосуються конкретних людей.

Медицина є наукою, у якій точність відіграє величезну роль. Від точності розрізу й кількості препарату, що вводиться, може залежати життя й здоров'я людини. Тому медичний переклад не допускає можливості помилок. Крім відповідальності, уважності, володіння термінологією й розуміння характеру тексту переклад медичних текстів має й інші особливості.

Одна з них - наявність у спеціалізованій медичній літературі особливих скорочень і абревіатур. Абревіатурами позначають діагностичні процедури, методи лікування, назви хвороб, найменування лікарських препаратів. Деякі з них відомі повсюдно, наприклад, слова СНІД розшифрує кожний. Але часто зустрічаються й маловідомі вузькоспеціалізовані скорочення - ТБЦ, МДП і безліч інших схожих слів, що виглядають як набір літер. Переклад таких скорочень і абревіатур являє собою додаткову складність.

Переклад медичних текстів характеризується ще одним мовним феноменом, що пов'язаний із термінологією. Деякі медичні терміни, що мають одне джерело походження й на перший погляд не відрізняються за формою, здобувають у різних мовах і навіть

контекстах різне значення. Значення може відрізнятися в меншому або більшому ступені. У таких випадках перекладач повинен уміти розглянути підступ і звернутися за консультацією до медичних фахівців або до спеціалізованих довідкових матеріалів.

При перекладі англомовних медичних термінів в науково-популярних текстах на українську мову, перекладачі часто зіштовхуються із дилемою: чи вибрати їм спеціальний медичний термін або термін із загальновживаної англійської мови. Саме це синоніми створюють проблему для перекладачів. Необхідно вибрати один термін згідно із сферою перекладу. Для кращого розуміння цієї складної проблеми перекладу було проаналізовано різні науково-популярні тексти, й сформували типологію, що складається з трьох основних випадків, один з яких розділено на кілька підгруп.

Також спостерігається дуже сильна тенденція популяризації наукових термінів у науково-популярних текстах. Такі документи часто пишуться технічними перекладачами для нефахівців, з тим щоб інформувати і інструктувати їх. Важливо підкреслити, що сьогоднішні нефахівці в значній мірі відрізняються від тих, які були кілька десятиліть тому. В наш час, для пацієнтів все більш і більш важливім дізнаватися про найбільш поширені захворювання, їх симптоми, і як захистити себе від них. Сучасний пацієнт став більш цікавим і більш вимогливими. Цей факт є тісно пов'язаним із загальною тенденцією популяризації науки. Тому, можна очікувати, що в майбутньому латинські терміни стануть ще більше широко поширені в науково-популярних текстах.

Можливо, серед найбільш серйозних труднощів, з якими повсякчас стикаються перекладачі, є вміння знаходити еквівалентні медичні терміни. Хоча більшість медичних термінів має грецьке і латинське походження, але їхні значення і різних мовах не завжди можуть бути однаковими. Саме тут більшість перекладачів, які нещодавно отримали свою спеціальність, часто роблять припущення, які можуть бути катастрофічними.

Хоча існує багато винятків, але зазвичай терміни з латинським корінням посилаються на якусь частину людського тіла, а терміни із грецьким корінням показують, що ця частина тіла зараз досліджується, або свідчать про патологію у цій частині тіла. Таким

чином, англійський анатомічний термін для шлунку (gut) - intestinum (лат.), але розділ науки, який вивчає захворювання кишечнику, називається enterology – ентерологія (грец.). Найчастіше терміни, запозичені з грецької мови, використовуються для позначення патологій. Отже, терміни, які походять із грецької мови, найчастіше можна зустріти у номенклатурі хвороб.

Розглянемо латинський корень для грудей (breast) mamm/o, та грецький mast/o. Взагалі, латинський корінь mamm/o можна знайти в термінах, які описують анатомію (наприклад, mammary gland - молочна залоза) або процедур, що проводяться з орієнтовно здоровим органом (наприклад, mammogram - мамографія); грецький корінь mast/o можна зустріти при патології або злоякісних утвореннях (наприклад, mastectomy - мастектомія). Голосний звук після косої риски кореню – це поєднувальний голосний, тобто компонент складного слова, яке складається із двох коренів. У дослідженні захворювань шлунку (stomach) gastr/o та кишечнику (intestines) enter/o вимовляється як gastroenterology, а не gastrenterology. Корінь або ланцюжок з коріння завжди супроводжується суфіксом. Суфікси дають нам дуже корисну інформацію. Наприклад, суфікс-itis означає запалення (inflammation); -malacia (softening) пом'якшення; а -gram or -graphy вказує, що в результаті дослідження були отримані записи, зображення або сліди. При поєднанні голосних у двох коренях, які поєднуються, голосний випадає, якщо суфікс починається з голосної, але залишається, коли він починається з приголосного. Таким чином, tumor (-oma) пухлини, в структурі якого в першу чергу слово, яке позначає м'язи - muscular (my/o) буде myoma (міома), а не myooma. І нарешті, перед цим ланцюжком іноді стоїть префікс. Префікси показують нам де що знаходиться (peri-, supra-), коли щось трапляється (pre-, post-), або якщо щось є надмірним або недостатнім (hyper-, hypo). В англійській префікси рідко прикріпляються до слова, яке вони змінюють.Крім того, термінам латинського походження слід прикріплювати лише латинські префікси, а до термінів грецького походження слід прикріплювати грецькі префікси. Наприклад, анатомічному терміну “tibia” (гомілкуа) має передувати латинський префікс semi-, а не грецький префікс hemi-. Враховуючи, що латинська мова слугує для

описання анатомічної номенклатурі, було б неправильно вважати, що будь-який анатомічний латинський термін буде залишатися незмінним в англійському документі. Двома гарних приклади такої зміни, які порушують всі правила: латинська medulla oblongata (кістковий мозок) і fibula(гомілкова кістка), англійською перекладаються як bone marrow і calf-bone. В інших випадках, латинський термін використовується в англійській мові без жодних змін: patella (колінна чашечка). Тому, щоб уникнути помилок, треба ретельно дивитися у словнику кожен латинський анатомічний термін, перш ніж його перекладати.

Під час роботи з перекладом медичних термінів латинського походження на англійську, багато класичних термінів необхідно спрощувати і писати так, як їх прийнято писати у загальновживаній англійській мові. Наприклад, загальновживаний латинський термін nefropatía (нефропатія), якийпоходить від грецького слова nefr / O (нирки) та суфікса -patía (хвороба), легко може бути перекладено на англійську мову як nephropathy, але жоден лікар в цій країні ніколи не використовує такого терміну, використовуючи замість цього “kidney disease” ("захворювання нирок"). У цій же групі cefalea або cefalgia / headache (головний біль); pirosis / heartburn (печія) і cardiopatías / heart disease (захворювання серця). Цікаво відзначити, що після грецької назви хвороботворних організмів, або самої хвороби може слідувати грецький або латинський модифікатор. Двома гарними прикладами є Helicobacter Pylori (або в короткій формі, H. pylori) і polycythemia vera. Це може спричинити інші труднощі. Наприклад, часто іноземні терміни виділяються курсивом. Але, назви мікроорганізмів прийнято писати курсивом, тоді як назви хвороб не позначаються курсивом. Крім того, перший термін ім'я організму завжди пишеться з великої літери, а модифікатор написано рядковими літерами. Таким чином, Chlamydia pneumoniae і Staphylococcus Aureus пишуться як C. pneumoniae і S. Aureus. Далі, потрібно вирішити, чи слід перекладати ці назви. Деякі з найпоширеніших мікроорганізмів добре відомі для широкої громадськості, як Staphylococcus aureus (золотистий стафілокок), мають англійську версію: aurococcus.. Для рідших мікроорганізмів такої назви немає взагалі. Тому, не бажано брати щось як належне, а

краще подивіться в стандартних джерелах, як називаються ці організми у звичайній мові. Однак, під час опрацювання документу, який включає в себе загальні і менш поширені мікроорганізми, переклад деяких з них не тільки виглядатиме зовсім жахливо, але й читання такого документу стане важкою справою. Краще залишити всі назви у їх первісному вигляді. Навіть якщо це не призведе до плутанини, треба врахувати ще одну річ, а саме - зміни в вимові.На відміну від мікроорганізмів, хвороб, таких, як polycythemia vera and myasthenia gravis, залишаються в їх класичній формі, тобто поліцетимія, міастемія. "Y" у слові poly вимовлятиметься як / і /, але " і " у слові iatrogenic вимовлятиметься як /j/ (jatrogénic), “th” /t/, “ph” як /f/ і т.д. далі.

Филенко Борис Миколайович,
студент 1 курсу магістратури,
спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник: Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО Й АНГЛІЙСЬКОГО КОМП’ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ

Вступ. Комп'ютерним дискурсом вважається спілкування користувачів чи спеціалістів-комп'ютерників безпосередньо чи в комп'ютерних мережах. Основними складовими комп'ютерного дискурсу є електронний текст і термін.

Комп’ютерний дискурс, представляючи собою багатожанровий функціональний різновид монологічного і діалогічного мовлення, характеризується цілим рядом специфічних комунікативних засобів. Своєрідність мовного спілкування учасників комп’ютерної комунікації полягає не тільки у використанні професіоналізмів, але й у комбінації лексичних

одиниць, що належать до різних стилів і регістрів, утворених відповідно до прагматичних настанов і цілей спілкування [2, с.54].

Основна частина. Для лексичного оформлення текстів комп'ютерного дискурсу характерна, насамперед, насиченість мовлення термінами всіх типів. Г.Г. Бабалов виділяє три групи використання комп'ютерної термінології: 1) специфічні комп'ютерні терміни, вживані тільки людьми, пов'язаними з комп'ютерами (server, modem, біт, байт); 2) слова, запозичені комп'ютерною термінологією з інших галузей, що набули іншого значення в комп'ютерному дискурсі (domain – у математиці – область або інтервал, у фізиці – домен, у комп'ютерному дискурсі – це заключна частина Інтернет адреси); 3) загальнолітературні слова, що у комп'ютерному спілкуванні набули термінологічного значення (flame – полум'я, яскраве світло, пристрасть, у комп'ютерному дискурсі – "суперечка, що поступово переходить із предмета дискусії на особистості").

Серед термінів, що вживаються в комп'ютерному дискурсі, широко представлені такі абревіатури: *PC – personal computer*; *IRC (Internet Relay Chat*) – спілкування в реальному часі; *WAN (Wide Area Network)* – будь-яка мережа, що охоплює більш ніж один будинок; *WWW (World Wide Web)* – всесвітнє інформаційне середовище й ін.

Найчастіше скорочуються назви установ, організацій, країн і т.д. Відмінна риса абревіації в комп'ютерних текстах – це скорочення не тільки термінів, але й часто вживаних у розмовному мовленні словосполучень і цілих речень. Наприклад: *AAMOF = As A Matter Of Fact; GON = God Only Knows; TTYL = Talk To You Later; TYVM = Thank You Very Much; IMHO = In My Humble Opinion*та ін.

Оскільки учасники комп'ютерного спілкування – це часто люди, знайомі з математикою, вони переносять вживання формул і різноманітних символів у комп'ютерний дискурс, що дозволяє його максимально стиснути. Наприклад: *PMJI = Pardon My Jumping In, PGY = Post Graduate year, PGY-1, PGY-2* тощо. Оскільки спілкування в комп'ютерній мережі відбувається переважно в писемній формі, поряд із звичайними використовуються і незвичні форми посилення експресивності. Наприклад: U замість you (у прикладах *BSU = Be*

Seeing You, SU = Seeing You); 2 замість *too, to*; *B* замість *be*; *4* замість *for*; *2B* замість *to be*; *B4* замість *before* [3, с.50–53].

Лімітивність – це соціальна функція, зміст якої – обмежити коло учасників спілкування. На наш погляд, абревіатури в комп'ютерних текстах можна назвати "кодовими", тому що вони відомі тільки учасникам спілкування в комп'ютерному середовищі і для недосвідченого перетворюються в таємну мову.

Комп'ютерний дискурс характеризується розмаїтістю тем, змішанням слів, що належать до різних лексичних шарів, сполученням наукових термінів і розмовних слів, піднесеної і грубої лексики, що, безсумнівно, надає специфіки комп'ютерній комунікації.

Залежно від теми комп'ютерних конференцій у комп'ютерному дискурсі зустрічається різноманітна термінологія – наукова, філософська, політична, медична й ін. Наприклад: *радіохвилі, електрон, білкові молекули, біополе, дерматома, точки акупунктури, фотон, сенсорика, relativism, orthogonal, kingdom of God, ontogenesis, neutrino, opposition* та ін.

Україномовне комп'ютерне спілкування характеризується рядом ознак на рівні лексики:

1) активне вторгнення (інкрустація) англійських термінів, виразів у латинському написанні (*Привіт All!; Прийшли мені file,plz*);

2) використання транслітерації і транскрипції для передачі англійських слів (*мануал* – від англ. *manual*, *спам* – від англ. *spam*; *гейт* – від англ. *gate*, *сабж – subj*;

3) використання словотворчих і семантичних кальок (*залізо – hardware*);

4) обігравання англійських слів (найчастіше з метою створення гумористичного ефекту (*бебеска – BBS – Bulletin Board System/ СистемаЕлектронних Дощок Оголошень; яга – EGA – Enchanced Graphics Adapter*);

5) інвенція – вигадування слів, виникнення слів на чужому грунті (*зафіксити*– від англ. *to fix*; *юзати* – від англ. *to use*) [4, с.12–16].

Привертають до себе увагу гібридні утворення на морфологічному рівні, коли корінь слова подається в англійському

написанні, а закінчення українське, наприклад: *прикрутити dimm'и, subj'и; dialup'а, html'ки, аналог getweb'а, посилати MIME'ом, e-mail'ом, getweb'ом, заповнювати refid'ами, MID'ами* й ін. Таке змішання англійської та української графіки в рамках одного тексту, сполучення, здавалося б, непоєднуваних елементів надає іронічно глузливого тону аналізованим повідомленням, часто властивого молодіжному середовищу.

Лексика, що складає **комп'ютерний жаргон**, умовно поділяється на такі тематичні групи:

1. Назви деталей і складових частин комп'ютерів (*батон – кнопка миші*, *клавіша*; *гріб – корпус комп'ютера*).

2. Назви програмних продуктів, (у тому числі ігор), окремих програм, команд і файлів (*дося – дискова операційна система DOS*; презерватив – *антивірусна програма*.

3. Назви операцій і окремих дій, пов'язаних із комп'ютером (*виснути*, *здохнути* (*про комп'юте*р) – *відмовитися реагувати на будь-які зовнішні впливи*; *взяти акорд – перезавантажити комп'ютер за допомогою трьох клавіш*).

4. Повідомлення системи користувачу (*гамовер – game over – закінченнягри*).

5. Назви фірм – виробників устаткування і програм (*Сантехніка – устаткування від Sun Microsystems Computer Corporation*.

6. Позначення людей, що працюють із комп'ютером: професіонали-програмісти (*безсистемник – системний програміст, програмер – комп'ютерник*, *що вміє створювати свої програми*) і користувачі (*юзер – користувач-початківець*, *що має модем, ламер – агресивний або абсолютно некомпетентнийкористувач*).

7. Неспеціальні поняття, пов'язані з оцінним змістом (*битий, кривий, гнилий – непрацюючий*).

Український комп'ютерний жаргон, похідний від комп'ютерних термінів і жаргонних слів англійської мови, характеризується великою розмаїтістю форм, розвиненими синонімічними і словотворчими рядами, незрівнянно більш високою емоційно експресивним забарвленням, ніж англійський. При цьому основна маса слів містить жартівливо-іронічну, негативну оцінку. В

англійському комп'ютерному жаргоні переважає метафоричний і метонімічний перенос, не пов'язаний, як правило, із словотворчими діями, а сама виразність слів значно нижча. Багато жаргонних виразів не виходять за рамки літературної норми (*Trojanhorse / "Троянський кінь*" – приховані команди, введені у вже існуючу програму, яка до певного моменту працює нормально). В українських жаргонізмах важливу роль відіграють звукові асоціації (*клавіатура – клава, мило – e-mail і ін.*). У появі таких слів наявний елемент гри, такий привабливий для молоді. Вони обігрують звучання слова, вишукуючи найбільш виразний, жартівливо-іронічний варіант.

Специфічну характеристику українського комп'ютерного дискурсу складає вживання жаргонних слів, у тому числі й комп'ютерного жаргону. Звертають на себе увагу такі характеристики комп'ютерного дискурсу, як велика кількість запозичень в іншомовній формі з використанням латинської графіки (*e-mail*, *password, MS-DOS*), запозичень із використанням кирилічної графіки (*хост* – від англ.*host;регістрити* – від англ.*to register*), запозичень жаргонного типу (*згідноз рулезом* – від англ. *rules*; *мессага* – від англ. *message*), а також гібридних слів, коли до іншомовної основи в латинській графіці через апостроф додається українське відмінкове закінчення (*html'ки; e-mail'ом; у pwl'і й ін.*).

Є ряд факторів, що сприяють утворенню особливої мови Інтернету [1, с.43].

Перший фактор – анонімність і «непідцензурність» інтернет-спілкування. Анонімності можна дотримуватися навіть у такому інтимному мовному жанрі, як блог. Найчастіше анонімність учасників є непрямою причиною їхньої агресивності відносно один одного. Для непідготовленої людини інтернет-спілкування може здатися надто агресивним. Про цю властивість інтернет-спілкування чудово сказав письменник Дмитро Биков: «Якщо читати ЖЖ (популярна система блогів LiveJournal), виникає стійке відчуття, що увесь світ складається з лютих недоброзичливців. Це тому, що в Мережі практично неможливо одержати в морду». Анонімність Інтернет-спілкування робить співрозмовників більш вільними у виборі мовних засобів для здійснення мовної комунікації.

Другий фактор – високий темп спілкування, що припускає відсутність належного для інших форм спілкування «мовного самоконтролю», самоцензури й саморедактури. За своєю суттю письмове спілкування в Інтернеті набагато ближче до усного спілкування, ніж до письмового «паперового» спілкування. Можна спостерігати вдосталь еліптичних та розмовних конструкцій, певна недбалість стилю, пунктуаційна плутанина. Особливо це є характерним для мови форумів.

Третій фактор – залежність від технічних засобів. Основний комп'ютерний засіб уведення мовної інформації (букв, слів) на сьогоднішній день – клавіатура. Поки що передчасно говорити про доступні системи голосового уведення (з голосу користувача ПК) та про інші альтернативні засоби. Тому як виразні засоби, що сприяють ефективному мовному спілкуванню, найчастіше використовуються невербальні «клавіатурні» елементи: йдеться про смайлики, графічні символи і т.п. Крім цього, використання клавіатури в «швидкому» мовному спілкуванні припускає значну кількість помилок, деякі з них можуть стати приводом для створення нової мовної виразності (наприклад, слово, набране в українській розкладці клавіатури англійськими буквами).[5, с.136–151].

Порівняльний аналіз графіки комп'ютерного дискурсу в інтернет-конференціях дозволив встановити, що в комп'ютерному спілкуванні поряд із традиційними графічними засобами виробилися і специфічні: багатократне повторення знаків оклику і питання; багатократне дублювання тієї самої букви; використання смайликів; виділення великими буквами цілих речень; зірочки, що заміняють брутальне слово. Ці явища відбивають, по-перше, підвищену емоційність та експресивність комп'ютерного спілкування, і, по-друге, дотримання певного етикету спілкування (внутрішня і зовнішня цензура).

Незважаючи на деякі відмінності, у цілому інвентарі використовуваних графічних засобів і їхні функції збігаються в англійському та українському комп'ютерних дискурсах, що дозволяє вважати ці засоби властивими саме комп'ютерному спілкуванню.

Висновки. Вивчення комп'ютерного дискурсу тільки починається. Його перспективи в освітленні специфіки інших жанрів даного типу спілкування, у вивченні експансії двох найважливіших типів дискурсу – масово-інформаційного і повсякденного – у всі інші сфери спілкування, у встановленні експресивних характеристик комп'ютерного дискурсу, що випливають із його віртуальності і використання мультимедійних засобів, в освітленні міжкультурних особливостей використання англійської мови як засобу міжнародного спілкування у віртуальному просторі.

СПИСОК ВИКРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Акулинина Т.В. О стилевой характеристике термино в компьютерной информатики /Т.В.Акулинина. – Омский научный вестник. Вып. 12. − Омск: ОмГТУ, 2000. – С.43 – 47.
2. Єнікеєва С.М. Особливості перекладу англійських комп'ютерних термінів на українську мову /С.М.Єнікеєва // Вісник Сумського держ. ун–ту. Сер. філол. Наук. – Суми: Вид–во СУМДУ, 2001. – № 5 (26). – С. 54−59.
3. Каращук П.И. Словообразование английского языка / П.И. Каращук. – М., 1977.- С. 46-58.
4. Лейчик В.М. Предмет, методы и структура терминоведения: Автореф. дис. док. …филол. Наук / В.М.Лейчик. − М., 1996. – 16с.
5. Пронина Р.Ф. Перевод английской научно–технической литературы / Р.Ф.Пронина. – М.: Высшая школа, 1973. –174 с.

Шаповал Євгенія Юріївна
студентка 2 курсу магістратури, спеціальності «Філологія (Переклад)»,
Полтавський інститут економіки і права
Науковий керівник:
Данилюк Людмила Всеволодівна,
к.ф.н., доцент кафедри перекладу та іноземних мов,
Полтавський інститут економіки і права

ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ СПОРТИВНОЇ ЛЕКСИКИ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

Вступ. Як в англійській, так і в українській мові існує велика кількість фразеологічних одиниць, які мають яскраве національне та емоційно-експресивне забарвлення і перекладаються на українську мову шляхом підбору адекватного еквівалента. У процесі перекладу часто виявляється неможливим використати відповідність слів та словосполучень, які нам дає словник. У таких випадках звертаємося до трансформаційного перекладу, що полягає в перетворенні внутрішньої форми слова або словосполучення, або ж її повній заміні для адекватної передачі змісту висловлювання. Саме такі труднощі є причиною виникнення проблем, які, незважаючи на інтенсивність досліджень у фразеології, викликають постійний інтерес мовознавців.

Основна чатина. Кожний вид спорту чи спортивна гра мають свої правила й особливості, тому їм часто притаманна й специфічна лексика, яка піддається фразеологізації. У динаміці спортивним фразеологізмам властиве набуття нових значень, що очевидно зумовлено глибинними процесами метафоризації та метонімізації, а також семантичною транспозицією. Однак полісемія і жанрово-регістрова співвіднесеність властиві далеко не всім спортивним фразеологізмам, оскільки вони доволі часто не виходять за рамки спортивного дискурсу. Відомо, що проблемам вивчення і класифікації фразеологізмів присвячено немало уваги лінгвістів [2; 4 та інші]. Деякі важливі аспекти спортивних фразеологізмів або ідіом уже були описані. Наприклад, А.Г. Кошик розглядає специфіку перекладу англійських спортивних фразеологізмів українською мовою [4], К. А. Нікітіна – класифікацію спортивної фразеології за походженням [6], А. В. Савченко описує спортивні фразеологізми, як елементи мовної гри [7].

Не дивлячись на те, що фразеологія широко вивчалась на матеріалі як англійської, так і української мов, способам перекладу фразеологічних одиниць спортивної лексики не приділялось

належної уваги. Без розв'язання даної проблеми неможливим є забезпечення якісного перекладу спортивних фразеологізмів.

Таким чином, актуальність даної теми зумовлена практичними труднощами, з якими зустрічаємось, перекладаючи англомовний матеріал спортивної лексики з використанням фразеологічних одиниць.

Як було доведено [2; 3; 4, 8 та інші], фразеологізми суттєво відрізняються від вільних сполучень слів. Їм характерна стійкість, неподільність, багато з них відрізняються високим рівнем образності.

Фразеологізм, або фразеологічна одиниця, також ідіома – стійке словосполучення, яке виконує функцію окремого слова, що вживається як деяке ціле, яке не підлягає подальшому розкладанню і звичайно не допускає всередині себе перестановки своїх частин. Значення фразеологізму не виводиться із значень складових його компонентів (напр. «Дати здачі» – відповісти ударом на удар).

Як відомо, В.В. Виноградов розробив фундаментальну семантичну класифікацію фразеологічних одиниць. Взявши до уваги та доповнивши думки О. Шахматова та Ш. Баллі, академік В.В. Виноградов виділив три типи фразеологізмів: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення [1 та інші]. Серед розглянутої вибірки спортивних фразеологізмів зустрічаються всі три типи. Фрази типу come out on top – здобути перемогу, належать до категорії фразеологічних сполучень, оскільки всі вони були утворені шляхом реалізації зв'язних значень слів.

У спортивних фразеологізмах-сполученнях значною мірою зберігається початкове значення слів-компонентів, що допомагає у з'ясуванні загального значення цілої фрази. До фразеологічних єдностей відносимо такі фрази, як run like a hare – мчати, take over the reins – взяти під свій контроль (авторський переклад) і т. д. Цей тип сполучень слів включає семантично неподільні спортивні фразеологічні одиниці, загальне значення яких умотивоване значенням одного, двох або більше компонентів. Третій класифікаційний тип – це фразеологічні зрощення, до яких відносяться абсолютно неподільні та невмотивовані фразеологізми, значення яких не можна визначити за допомогою жодного з

компонентів фрази. Зважаючи на високий ступінь злиття складових елементів фразеологізмів цього типу, їх також відносять до ідіом.

Ті мовознавці, що дотримуються широкого розуміння фразеології [2 та інші], тобто відносять до неї комунікативні одиниці (речення) і будь-які влучні (крилаті) фрази, виділяють четвертий тип фразеологізмів – фразеологічні вирази. Фразеологічні вирази – стійкі за складом і вживанням семантично подільні звороти, які складаються виключно з лексем із вільним значенням [2; 6; 7 та інші]. Фразеологічні вирази у спортивній фразеології трапляються нечасто (близько 0,7% фразеологізмів зустрічаються у такій формі), але все ж їхні приклади можна знайти у словниках, наприклад, приказка «Youcan'twinthemall» має прямий зв'язок зі сферою спортивних змагань. Цей вислів вживають для того, щоб втішити спортсмена чи команду після поразки, і він має значення «Всі перемоги не здобути». На відміну від попередньо названих видів фразеологічних одиниць фразеологічні вирази мають форму цілісного завершеного речення, але притаманна метафоричність частково або повність видозмінює значення його компонентів. До змінних словосполучень належать вирази з мінімальним ступенем вираження ідіоматичності, наприклад, win on points – перемогти за очками [3, 6, 8 та інші].

Беручи до уваги різноманітні погляди науковців на класифікаційні типи фразеологізмів, можна зробити висновок, що ці одиниці мають різнопланову семантичну структуру, яка на найнижчому рівні складається із фразеологізмів номінативного типу та завершується цілісними комунікативними одиницями. У парадигматиці спортивної фразеології можливо розглядати наявність семантичних груп виразів, а саме синонімічних та антонімічних рядів. Як і слова, фразеологізми можуть бути багатозначними, вступати в синонімічні відношення з іншими фразеологізмами і словами. Синонімія фразеологізмів – явище досить поширене [8]. Детальне вивчення показало, що найбільше синонімів мають лексеми «win – перемагати» та «lose – програвати», які між собою є протилежними за значенням, тобто антонімами.

Висновки. Спортивна сфера життя людини слугує вже протягом довгого часу одним із джерел поповнення фразеологічного

складу англійської мови. Серед спортивних фразеологізмів наявні приклади всіх семантичних типів: фразеологічних зрощень, фразеологічних єдностей, фразеологічних сполучень, фразеологічних виразів за однією класифікацією, змінних словосполучень, стійких метафоричних словосполучень та ідіом – за іншою, а також номінативних та комунікативних фразеологізмів. Спортивній фразеології притаманні явища синонімії та антонімії. Найдовшими синонімічними рядами визначено фразеологізми з компонентами «перемога» та «поразка». Перспективами подальших пошуків можуть також стати дослідження спортивної фразеології у дискурсі та специфіки їх перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – М.: Наука, 1977. – 310 с.
2. Карабан В. І. Переклад з української мови на англійську мову. Навчальний посібник-довідник для студентів вищих закладів освіти / В. І. Карабан, Дж. Мейс// Вінниця: НОВА КНИГА, 2003. – С. 321-329.
3. Кунин А. В. Фразеология современного английского языка / А.В. Кунин. – М. : Издательство «Высшая школа», 1970. – 344 с.
4. Кошик А. Г. Відтворення англійських спортивних фразеологізмів в українському перекладі / А.Г. Кошик. – Режим доступу: http://confcontact.com/2013_ 04_17/18_Koshyk.htm.
5. Литвин А. А. Семантика та функціонування англійських фразеологічних одиниць на позначення поняття «удар» у спортивній грі волейбол / А. А. Литвин // Наукові записки. [Національний університет «Острозька академія»]. – Сер. : Філологічна. – 2009. – Вип. 11. – С. 269–273. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ Nznuoaf_2009_11_47.pdf.
6. Никитина К. А. Профессиональная спортивная фразеология: классификация по происхождению. [Текст] / К.А. Никитина // Молодой ученый. – 2013. – № 9. – С. 459–461.

7. Савченко А. В. Фразеология сферы спорта, как пример языковой игры / А.В. Савченко // Вестник СПбГУ. – 2014. – Сер. 9. – Вып. 1. – С. 221–227.

8. Шляхова В. В. Навчання перекладу фразеологізмів /В. В. Шляхова// Актуальні проблеми менталінгвістики. – Черкаси, 2001. – Ч.1. – С. 194–197.

ЗМІСТ

Гурій Т. А.	**ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГУ МОЛОДІ ПОЛТАВИ**	**2**
Данилюк Л. В.	**ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ-ПЕРЕКЛАДАЧІВ**	**8**
Заіка В. М.	**ТЕРАПЕВТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАСТОСУВАННЯ МОВНОЇ МЕТАФОРИ В ПСИХОЛОГІЇ**	**16**
Клевака Л. П.	**ДИСКУРСИВНА ПСИХОЛОГІЯ ЯК ВИД ДИСКУРС-АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОЇ ПРАКТИКИ**	**21**
Колос Ю. З.	**ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**	**27**
Кравченко В. Л.	**ДО ПРОБЛЕМИ МЕТАФОРИЧНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТІВ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**	**32**
Крайник К. В. Якименко Я. В.	**ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ ЯК РІЗНОВИДУ ЛІНГВІСТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**	**37**
Кушнірова Т. В.	**ЛЕКСЕМА «ТУМАН» У СУСПІЛЬНІЙ ПАРАДИГМІ КАДЗУО ІШІҐУРО**	**43**

Рябокінь Н. О.	**ПЕРЕКЛАД НІМЕЦЬКОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ**	**48**
Шахова В. В.	**ВІДТВОРЕННЯ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ**	**55**
Буря Л. В.	**ПОНЯТТЯ ПРО СЛОВОТВІР ТА ЗАСОБИ СЛОВОТВОРУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**	**60**
Буря Л. В.	**УТВОРЕННЯ НОВИХ СЛІВ**	**70**
Винник Н. І.	**ВЖИВАННЯ ЕМОТИКОНІВ, АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ В ІНТЕРНЕТ–СПІЛКУВАННІ**	**75**
Галушко А. О.	**КОРОТКИЙ ОГЛЯД КЛАСИФІКАЦІЇ ТЕРМІНІВ**	**84**
Гаран О. В.	**ПАРЕМІЇ ЯК ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ**	**92**
Грінченко Н. О.	**ПРОБЛЕМА СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ФОНОВИХ ЗНАНЬ У СУСПІЛЬНОМУ ТА ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСАХ**	**103**
Громик О. М., Поліщук Л. М.	**СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА**	**107**

Губарь Т. В.	**АНАЛІЗ АБРЕВІАТУР БРИТАНСЬКОГО ВАРІАНТУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (НА МАТЕРІАЛІ ГАЗЕТИ "THE GUARDIAN")**	**111**
Дрюченко О.	**ПЕРЕКЛАД МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ**	**114**
Заіка В. М.	**СТИЛІСТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**	**128**
Запара С. А.	**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ**	**132**
Запотоцька О. В.	**ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ СИСТЕМИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ГАЛУЗІ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**	**137**
Калюжка О. О.	**МІСЦЕ ІДІОМ У СИСТЕМІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ МОВИ**	**144**
Калюжка О. О.	**ПОНЯТТЯ ПРО ІДІОМИ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ**	**148**

Клевака Л. П.	**ПОНЯТТЯ ГАЗЕТНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ**	**152**
Колос Ю. З.	**ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ НА ДОПОМОГУ ПЕРЕКЛАДАЧЕВІ**	**155**
Корчан Л. М. Маркіна І. А.	**МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ**	**157**
Кузьменко Л. М. Михайлютенко С. М.	**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ**	**163**
Материнко М. О.	**УРАХУВАННЯ ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНИХ ТА ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ У ПИСЬМОВОМУ ПЕРЕКЛАДІ ПОВІДОМЛЕНЬ ІНТЕРНЕТ-ФОРУМУ**	**168**
Мельничук В. В.	**АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ Й ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЗАСОБІВ І СПОСОБІВ ПЕРЕКЛАДУ ПАРЕМІЙ**	**181**
Мельничук В. В.	**ДЖЕРЕЛА ВИНИКНЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ЇВ ТА ПРИКАЗОК**	**185**

Назаренко А. В.	**АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ**	**189**
Овсій А. О.	**МЕНТАЛІТЕТ БРИТАНЦІВ ЯК ВИРАЖЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ**	**195**
Опанасюк М. В.	**МОВА ПРАВА ЯК ПРЕДМЕТ ВИВЧЕННЯ ЮРИДИЧНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**	**201**
Пустовіт Ю. Ю.	**КОМП'ЮТЕРНІ ІННОВАЦІЇ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ**	**208**
Селезень І. О.	**КРАЄЗНАВЧА ЛЕКСИКА В ПЕРЕКЛАДІ**	**217**
Совгиря С. М.	**КОМП'ЮТЕРНИЙ СЛЕНГ ТА СПОСОБИ ЙОГО ПЕРЕДАЧІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**	**224**
Сторчак М. Г.	**ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ІДІОМИ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ**	**235**

Сторчак М. Г.	**СПЕЦІИФІКА ПЕРЕКЛАДУ БІЗНЕС-ІДІОМ У СПІВВІДНОШЕННІ З АВТОРСЬКИМ СТИЛЕМ**	**239**
Стукаленко В. В.	**ТИПОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНИХ ПРОСПЕКТІВ**	**248**
Стукаленко В. А.	**КОРОТКА ІСТОРІЯ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИЙМЕННИКІВ**	**253**
Тесленко Н. О.	**СПОСОБИ УТВОРЕННЯ ТА МЕТОДИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕРМІНІВ**	**265**
Фастовець М. М.	**ПЕРЕКЛАД МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ**	**277**
Филенко Б. М.	**ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО Й АНГЛІЙСЬКОГО КОМП'ЮТЕРНОГО ДИСКУРСУ**	**282**
Шаповал Є. Ю.	**ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ СПОРТИВНОЇ ЛЕКСИКИ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ**	**288**

Наукове видання

«Актуальні проблеми суспільно-політичного дискурсу в лінгвістиці»
Збірник матеріалів
ІІІ Регіональної науково-практичної конференції

м.Полтава, 7 грудня 2018 року

Верстка Шахова В В.
Редагування Рябокінь Н.О.
Дизайн обкладинки Глоба А.С.

Матеріали подано в авторській редакції
Редакційна колегія не несе відповідальність за зміст матеріалів

Формат 60х84/16. Умовн. друк. арк. 25.11

Полтавський інститут економіки і права
вищого навчального закладу «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»:
36000, м. Полтава, вул.. Монастирська, 6
Тел. 050 404 2804
E-mail: piel-admin@ukr.net