



ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів та молодих науковців
ХАРКІВ, 30 жовтня, 2020**

Редакційна колегія

- МИГУЩЕНКО Руслан Павлович - д.т.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи НТУ «ХП», заст. голови оргкомітету
- КІПЕНСЬКИЙ Андрій Володимирович - д.т.н., професор, декан факультету соціально-гуманітарних технологій, заст. голови оргкомітету
- БАДАН Антоніна Анатоліївна - к.філол.н., професор, зав. кафедри ділової іноземної мови та перекладу НТУ «ХП», заст. голови оргкомітету
- Відповідальний секретар: Самаріна В. В., к.філол.н., доцент

Зміст

<i>Астаф’єва Анастасія Вікторівна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Лексико-граматичні особливості українсько-англійського перекладу патентної документації ЄПВ в галузі медицини</i>	6
<i>Атанасова Олександра Анатоліївна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Англомовні запозичення в українській мові</i>	10
<i>Ахметова Аліна Русланівна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Продуктивні способи словотворення на основі англіцизмів в мові німецької преси</i>	14
<i>Бережний Руслан Арменович Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Лексико-семантичні та прагматичні особливості рекламного дискурсу та способи їх відтворення у мові перекладу</i>	18
<i>Бруслик Анастасія Ігорівна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Фразеологічні одиниці з компонентом позначення кольору (blau) в німецькій мові</i>	24
<i>Бугаєнко Тетяна Сергіївна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Лексико-стилістичні особливості перекладу науково-технічних текстів у галузі ремонтного виробництва</i>	31
<i>Буруніна Наталія Василівна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Переклад науково-технічних текстів у сфері IT</i>	37
<i>Вертій Ольга Сергіївна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Типові граматичні трансформації при перекладі юридичних текстів з англійської мови українською</i>	43
<i>Водяхіна Євгенія Олегівна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Експресивна функція текстів публіцистичного стилю та її відтворення у перекладі</i>	47
<i>Гапонюк Руслана Дмитрівна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Українсько-англійський переклад неологізмів у текстах інженерної галузі</i>	52
<i>Гладілка Анастасія Валеріївна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Особливості перекладу ідіом та фразеологізмів з німецької мови українською</i>	61
<i>Гладілка Анастасія Валеріївна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Граматичні труднощі перекладу науково-технічних текстів</i>	66
<i>Данилова Анастасія Сергіївна Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Способи</i>	71

- перекладу абревіатур і скорочень в області комп'ютерних технологій
- Євсігнеєва Ольга Юріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Переклад англомовних топонімів українською мовою 75
- Єфремова Карина Олегівна** Використання гри з прецедентними феноменами в німецькому політичному дискурсі Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» 80
- Задорожна Катерина Валеріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Основні способи перекладу неологізмів та фразеологізмів (на матеріалі англійських газетних текстів) 84
- Засуха Катерина Юріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Фразеологічні одиниці німецької мови як відображення національних стереотипів 89
- Зима Ольга Анатоліївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Неологізми і моделі виникнення нових слів у мові (на прикладі емпіричного аналізу англіцизмів в корпусі текстів німецької мови) 95
- Каріжська Світлана Андріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Локалізація відеоігор як вид перекладу (на матеріалі англомовних комп'ютерних ігор) 99
- Кручина Лілія Андріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Прецедентні антропоніми в німецькому газетному дискурсі 103
- Кузнецова Єлизавета Андріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Публічний виступ як об'єкт перекладу (на матеріалі промов англомовних політиків) 107
- Лійко Дмитро Сергійович** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Англомовні евфемістичні одиниці в політичних промовах: еквівалентність збереження значень при перекладі українською мовою 112
- Лобач Валерія Андріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Неологізми як спосіб збагачення сучасної німецької мови 119
- Лобач Валерія Андріївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Лексико-граматичні труднощі перекладу англомовних текстів у сфері менеджменту та маркетингу українською мовою 126
- Марахіна Оксана Сергіївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Особливості перекладу економічної термінології з англійської мови українською 133

- Піюкова Ольга Ігорівна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **138**
Прецедентні ситуації, що відображають історичні події, в сучасній німецькій і українській пресі
- Сапаров Олександр Олександрович** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **143**
Кластерні конструкції у сучасному військовому словнику: особливості перекладу українською мовою
- Світлична Марина Володимирівна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **147**
Загальні складності англо-українського перекладу текстів та термінології у галузі машинобудування
- Сокорева Анна Євгенівна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **154**
Негативна оцінка у фразеологічних одиницях німецької мови, що характеризують людину
- Ходжаніязова Каміла Бахрамівна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **159**
Гендерна специфіка прояву авторської індивідуальності в сучасній англійській мові: аспекти перекладу
- Чеботар Катерина Сергіївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **164**
Концепт «Успіх» в англійській мові та проблематика контекстуального перекладу
- Шевченко Вероніка Миколаївна** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **174**
Класифікація фразеологічних одиниць у мові німецької молоді
- Ямпольський Андрій Володимирович** Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» **178**
Характерні особливості перекладу словникового складу сучасного американського різновиду англійської мови

Астаф'єва А. В.

Лексичні особливості українсько-англійського перекладу патентної документації ЄПВ в галузі медицини

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

У зв'язку зі швидкими темпами розвитку науки в кожній країні світу збільшилась кількість видачі патентної документації. Ця тенденція росте з року в рік. Не винятком є й Україна. Велика кількість українських вчених кожного року видають свої патенти не тільки в межах нашої країни, а й вже вишли на міжнародний рівень. Особливу увагу слід приділити патентній документації в галузі медицини. Проводячи аналіз патентів, які знаходяться в ЄПВ, можемо зробити висновок, що Україна є однією з лідерів по виданим патентам в цій галузі.

Об'єктом дослідження виступають патенти вітчизняних науковців і медичній галузі, які були видані в Європейському патентному відомстві.

Предметом дослідження є проблеми перекладу медичної патентної документації з української мови англійською.

Мета нашого дослідження полягає в виявленні та дослідженні основних проблем перекладу патентної документації в медичній галузі.

Теоретичне значення полягає в подальшому дослідженні лексичних особливостей перекладу патентної документації та медичної термінології.

Практична цінність: аналіз та узагальнення теоретичних аспектів проблеми перекладу медичної патентної документації можуть використовуватись на практиці при перекладі такої документації.

Актуальність дослідження. Наразі жодна комп'ютерна програма не може досконало перекласти текст, а медична термінологія потребує точного перекладу з дотриманням всіх правил та стандартів, з якими може впоратись тільки справжній фахівець. На відміну від інших галузей, переклад медичної термінології вимагає точності. Своєю чергою переклад патентної документації

зі своїми особливостями, штампами та кліше вимагає детального вивчення. Недостатня теоретична і практична розробленість, потреба практики зумовили вибір теми дослідження “Переклад патентної документації в галузі медичних термінів Європейського патентного відомства”.

Розглянемо особливості перекладу патентної термінології, яка здебільшого складається зі штампів і кліше, багатозначних слів, архаїзмів та канцеляризмів [1].

Вживання **архаїзмів** та **канцеляризмів** притаманне для патентів Європейського патентного відомства. Вони є одною з найголовніших особливостей патентної документації. Архаїзми завжди викликають труднощі при перекладі. Так, як в українських патентах архаїзми зустрічаються рідко, переглянемо особливості використання деяких англійських архаїзмів та канцеляризмів. Основну складність представляють прислівники з *there* і *where*, які належать до архаїзмів (*thereacross*, *therealong*, *therebetween*, *thereby*, *therein*, *whereafter*, *whereon*, *whereupon*, тощо).

“Об’єкт, що має захисне покриття” [6]. – “*The object having the protective coating thereon*” [8].

В залежності від контексту при перекладі таких виразів краще замінювати *there* на *it* або *them*, тобто *therewith* – *with them*. При перекладі прислівників з *where* необхідно замінити його займенником *which* з відповідним прийменником: *whereof* = *of which*, *wherethrough* = *through which*, *whereon* = *on which* [1]:

“Нервова система є найважливішим зі шляхів, з **якими** пов’язаний орган зору” [4]. – “*The nervous system is the most important of the ways **whereto** the organ of vision is connected*” [9].

Штампи, кліше та стійкі вирази зазвичай перекладаються встановленими еквівалентами, які повинен знати кожен перекладач науково-технічної літератури. Не дивлячись на всю різноманітність їх форм, штампи однієї групи передають однаковий зміст [2].

“Згідно з описом, який був опублікований раніше” – “*as disclosed in the prior patent specifications*” [5, 10].

“Композиція речовини” – “*composition of matter*” [3, 7].

“Дата видачі патенту” – “*date of granting a patent*” [4, 9].

“Термін дії патенту” – “*the term of a patent*” [5, 10].

Багатозначні слова в винаходах діляться на три групи [1]:

- ✓ слова, які мають різні значення в залежності від того, в якій граматичній конструкції і в якому розділі опису вони використані;
- ✓ слова, що мають різні значення у визначених словосполученнях;
- ✓ слова, значення яких визначається лише за контекстом.

Можна виділити такі дієслова, які належать до першої групи: “*відноситись до*” (у вступі) [4, 9], “*мати на меті*” [4, 9], “*пропонувати*” (в описі сутності винаходу) [5, 10]. Ці дієслова використовуються в якості присудка.

Англійською мовою ці слова перекладаються аналогічно дієсловами: “*to comprise*” [3], “*to consist in*” [5, 10], “*to provide*” [4, 9], “*to relate to*” [5, 10], які використані у якості присудка з підметом “*invention*”.

Прикладом багатозначних слів другої групи може бути англійське слово “*meet*”, яке в українській мові має різні значення:

“*Його хімічні і фармакокінетичні властивості при виконанні цих умов зумовлюють у край обмежене проникнення в позапечінкові тканини, менший ризик міотоксичності та лікарських взаємодій*” [5]. – “*Its chemical and pharmacokinetic properties **meeting** these **conditions** cause extremely limited penetration into extrahepatic tissues, lower risk of myotoxicity and drug interactions*” [10].

Такі словосполучення слід запам’ятовувати. Вони є подібними до метафор – ніколи не перекладаються дослівно. При перекладі одного і того ж слова у словосполученні можуть бути використані не лише слова одного синонімічного ряду, а навіть протилежні за значенням слова – антоніми [1].

Значення слів третьої групи не визначається будь-якими формальними ознаками. Так, іменник “*disclosure*” може мати два значення: “*opus*” і “*винахід*”, яке визначається лише за змістом [1]. Приклад:

“Однією з вимог видачі патенту є *opus* винаходу” [5]. – “*Disclosure of the invention is a requirement for the grant of a patent*” [10].

Отже, аналіз даної статті показав, що патентна документація – достатньо складний вид науково-технічної літератури. Не менш складною є й медична термінологія, тому перекладач, безумовно, повинен бути обізнаний у цій галузі. Варто звертати увагу на основні складнощі перекладу такої літератури. Тож не дивлячись на вагомі внески вітчизняних науковців в дослідженні цієї теми, все ж існують деякі складнощі перекладу, які потребують подальшого глибокого вивчення.

Література:

1. Григоренко О. В. Особливості перекладу патентної термінології / О. В. Григоренко // Мова і культура. - 2014. - Вип. 17, т. 5. - С. 82-87.
2. Карабан В. І. Переклад англійської науково-технічної літератури / В. І. Карабан. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 576 с.
3. Спосіб діагностики ефективності антибіотикотерапії у хворих на лайм-бореліоз: пат. 71871 Україна: МПК: G01N 33/48, А61В 10/00. № 201201453; заявл. 13.02.2012; опубл. 25.07.2012, Бюл. №14. 8 с.
4. Спосіб лікування судинних уражень сітківки і зорового нерва у хворих з церебральною патологією: пат. 86898 Україна: МПК: А61К 31/00, А61М 15/00. № 201309836; заявл. 08.08.2013; опубл. 10.01.2014, Бюл. №1. 5 с.
5. Спосіб лікування хворих на звичайний споріаз: пат. 74878 Україна: МПК: А61К 31/00, А61Р 3/02, А61Р 3/06. № 201205927; заявл. 15.05.2012; опубл. 12.11.2012, Бюл. №21. 7 с.
6. Спосіб плевродезу: пат. 82696 Україна: МПК: А61В 17/00. № 201302818; заявл. 06.03.2013; опубл. 12.08.2013, Бюл. №15. 4 с.

7. Method for diagnostics of effectiveness of antibiotic therapy in patients with lime-boreliosis: pat. UA71871U: IPC: G01N33/48; A61B10/00. № UAU201201453U; app. 2012.02.13; pub. 2012.07.25.

8. Method for pleurodesis: pat. UA82696U: IPC: A61B17/00. № UAU201302818U; app. 2013.03.06; pub. 2013.08.12.

9. Method for treating vascular lesions of retina and optic nerve in patients with cerebral pathology: pat. UA86898U: IPC: A61K31/00; A61M15/00. № UAU201309836U; app. 2013.08.08; pub. 2014.01.10.

10. Method for treating psoriasis vulgaris: pat. UA74878U: IPC: A61P3/02; A61P3/06; A61K31/00. № UAU201205927U; app. 2012.05.15; pub. 2012.11.12.

Атанасова О. А.

Англомовні запозичення в українській мові

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Інтенсифікація інформаційних потоків, розширення контактів та широкий обмін інформацією призводить до появи в загальнонародній мові, та особливо в науково-технічних термінологіях, великої кількості інтернаціоналізмів. Інтернаціоналізація лексики вважається одним із прогресивних шляхів поповнення як загальноповживаної, так і спеціальної лексики. Проте цей процес, так само як і його результат – інтернаціоналізм – вимагає ретельного вивчення, оскільки є небезпека вимивання власних лексем і перенасичення лексики «чужими» словами та термінами [3]. В цьому полягає **актуальність** нашого дослідження.

Проблема інтернаціоналізмів посідає в лінгвістиці важливе місце в останні два століття. Тож **метою** нашої статті є дослідження вживання іншомовних слів в українській мові, а також методи їх адаптації.

Говорячи про вживання іншомовних слів, інтернаціоналізми можна сплутати із запозиченнями. Слід зазначити, що у різних дослідженнях

співвідношення інтернаціоналізмів та запозичень трактується по-різному. В літературі ще не склалося чіткого розмежування між цими двома поняттями. На думку М. Маковського різниця полягає лише у способі їх розгляду: «при дослідженні запозичених слів в якійсь певній мові ми маємо справу з суто запозиченнями в даній мові. Якщо ж метою дослідження є встановлення зв'язку між запозиченнями, що знайдено одночасно в різних мовах, то перед нами так звані інтернаціоналізми» (переклад наш) [4, с.169]. Проте різниця між запозиченням і інтернаціоналізмом значно складніша. Професор А. Акуленко вважає, що ці явища не можуть бути прирівняні одне до одного, так як інтернаціоналізмом вважають об'єктивно існуючу мовну категорію синхронії зі своїми специфічними характеристиками, а запозичення розглядаються як додаткова побудова дослідника, що вирізняється на основі інших, діахронічних критеріїв [1, с.37].

Так, наприклад, велика кількість інтернаціоналізмів спостерігається в науково-технічних текстах, в той час як запозичення більше зустрічаються у повсякденному спілкуванні та літературі.

Головним чином інтернаціональні запозичення збагачують словниковий запас української мови та змінюють її. Беззаперечним є вплив англійської мови. Основними причинами такого впливу є:

- провідна позиція Великої Британії у світі;
- зростання ролі Сполучених Штатів Америки у світовому масштабі;
- посилення взаємодії України з країнами Заходу;
- статус англійської мови як міжнародної;
- англійськомовність засобів масової інформації та кіноіндустрії;
- стрімкий розвиток інформаційних технологій.

Варто відзначити, що далеко не вся запозичена лексика потрапляє до української мови в «чистому вигляді». Часом тлумачення слова має здатність змінюватися. Наприклад, грецьке поняття «*еніграф*» означало «*напис на*

нам'ятнику». Після того як воно прийшло в нашу мову, значення змінилось на «цитату перед твором».

Виділяють три етапи рецептивної асиміляції запозичень. Першим етапом заведено вважати використання лексеми або проникнення її в мову. На цьому етапі слово з'являється епізодично, зберігає іншомовне написання і ще належить до мовної картини світу мови-джерела. Трапляється, що деякі слова відкидаються мовною системою як варваризми. На другому етапі запозичене слово входить у вжиток та використовується багатьма членами мовного колективу. Воно включається в лексико-семантичну систему, використовується дедалі частіше, хоча часом і відчувається чужим. На третьому етапі запозичене слово вже не сприймається як іноземне і повністю підпорядковується законам української мови [5].

Як зазначають науковці О. В. Бабенко та С. В. Ільїн у своїй статті «Процеси асиміляції англійських запозичень у сучасній українській мові», існує декілька етапів адаптації іноземних запозичень.

1) Транскрипція – це перший крок в адаптації запозичень, при чому англійські фонемі представлені подібними їм у кирилиці: *Книголенд, Ігроленд, «Мост-сіті»*.

2) Поряд стоять процеси транслітерації: *булинг, сексизм*.

3) Калькування має природу словарної синтаксичної асиміляції: *skyscraper – хмарочос, air bag – повітряна подушка* [2, 48].

Проте ця класифікація більше стосується способів перекладу іншомовних запозичень, якими ми користуємося у повсякденному житті. Ми ж, натомість, пропонуємо адаптацію запозичених одиниць на синтаксичному рівні. Часто українські конструкції, які побудовані за англійськими моделями, неправильно сприймаються носіями української мови. Наприклад, фраза "*I'm afraid this is the wrong way*", яку перекладають як «*Боюся, це не правильно*» є нетиповою для української мови. Іншим прикладом може бути фраза "*take care*", яку перекладають як «*бережи себе*», проте в англійській мові вона часто використовується у значенні прощання, на кшталт «*бувай*».

Реклама набула більш агресивного та всеохоплюючого характеру, що частково переймається із західних зразків. Це відомі слогани “*Life is good*”, “*Just do it!*”, “*Think different*” та інші. Вони вже давно не сприймаються як «чужі».

Таким чином, наведені приклади можна віднести до розряду «культурологічних» або «стилістичних» (термін наш) адаптацій. Під час запозичення треба звертати особливу увагу ще й на значення слова чи фрази, яке воно має у вихідній мові.

Узагальнюючи усе вищезазначене, можна зробити висновок, що в ХХІ ст. вже неможливо уникнути вживання запозичень, оскільки винятково українська лексика на фоні глобалізаційних процесів втрачає свою популярність і навіть забувається народом. Окрім цього українська мова може часом не встигати за «новинками», через це в мові відсутні еквіваленти для певних понять. В такому випадку вживання інтернаціоналізмів є допустимим та виправданим. Проте, якщо ми маємо «своє» поняття, то варто вживати його, щоб уникнути «вимивання» лексичних одиниць зі словникового складу.

Список використаної літератури

1. Акуленко В. В. Лексические интернационализмы: источники, перспективы, методы, исследования // Интернациональные элементы в лексике и терминологии. – Харьков, 1980. С. – 10-42.
2. Бабенко О. В., Ільїн С. В. Процеси асиміляції англійських запозичень у сучасній українській мові // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Філологічні науки №248. 2016. – С. 46-52.
3. Есенова Е. Й., Синицька Н. Г. До питання інтернаціоналізації загальнонародної та термінологічної лексики. Вісник Ужгородського університету. 1994. Вип. 1. С. – 15-20.
4. Маковский М. М. Теория лексической аттракции. – М., 1971. 251 с.

5. Сімонок В. П. Лексичні запозичення в українській мові: історико-соціологічний аспект. Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки. 2015. Книга 1. С. 89-94

Ахметова А.Р.

**Продуктивні способи словотворення на основі англіцизмів в мові
німецької преси**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», Харків*

Ця стаття присвячена дослідженню способів словотворення на основі англіцизмів у мові німецької преси. У сучасному світі англійська є однією із найпоширеніших мов світу. Перш за все, це пояснюється процесом глобалізації, міжнародна комунікація зараз є невід'ємною частиною нашого життя, а використання англійських термінів, або англіцизмів в інших мовах вже не є чимось рідкісним. Англіцизми стали з'являтися у різних сферах німецької мови, і преса не є виключенням. Мова преси тісно пов'язана із мовними змінами і відображає основні тенденції розвитку мови. Англіцизми – це не просто запозичені з британської чи американської мови слова або незвичні комбінації слів, а й будь-які зміни значень німецьких слів або їхнього контекстного вживання за британським чи американським зразком.

Англіцизм (англізм) – різновид мовного запозичення: слово, його окреме значення, вислів тощо, які запозиченні з англійської мови або перекладені з неї чи утворені за її зразком [4,с.11]. Різновидом англіцизму є американізм – запозичення з американського варіанта англійської мови. Пов'язуючи англійську мову із німецькою у сучасній лінгвістиці виникає таке мовне явище як Денгліш (нім. Denglisch). Ми можемо описати це явище як сучасний німецько-англійський «суржик», саме слово «денгліш» складається із назв цих мов – нім. Deutsch +English. Варто зауважити, такому односторонньому запозиченню в значній мірі сприяє спорідненість мов (германська група

індоєвропейської мовної сім'ї). Мовознавці виділяють п'ять видів денглішу: споконвічно англійські слова; адаптовані англійські слова, наприклад: Chapter, Import, overdraft, break-even-point; змішання англійських і німецьких слів, наприклад: Backenshop (від нім. Backen – піч і англ. Shop - магазин) – пекарня, булочна; наслідування англійським мовним оборотам, наприклад: sense haben (від англ. to make sense замість sinn haben); псевдоанглійські слова, наприклад: англ. twenty (числівник двадцять) – нім. twen (молодий чоловік віком від 20-29 років). Можна навести приклад, коли англійські дієслова та іменники переходять до денглішу: Wie im Meeting (англіцизм) mit den Consultants (англіцизм) besprochen, wird unsere Awareness-Kampagne (англіцизм) dann nächstes Jahr gelauncht (денгліш). Речення «Ich habe dir gestern eine E-Mail geschrieben» містить англіцизм, а речення «Ich habe dir gestern ge(e)mailt» є прикладом денглішу [3].

Існує низка лінгвістичних особливостей утворення англіцизмів в різних частинах мови. Наприклад, при утворенні іменника можуть виконуватись декілька структур:

1. Англійське слово + німецьке слово (Powerfarbe, Bussines-Mode, AllroundTalent, Powerfrau, Livesendungen, Dressman)
2. Німецьке слово + англійське слово (Büro-Worker, Abend-Look, Apfel-Pie, Reiseboom);
3. Обидва є англійськими словами (Trendlabel, Body-Feeling, Covergirl, Airbag, Talkshow, Oldtimer) [4,с.26].

Складні прикметники мають структуру «англійське слово + німецьке слово» наприклад: citytauglich, funny-frisch. Запозичені дієслова можуть перетворитися згідно з німецькою граматиною: до них приєднується інфінітивне закінчення –en, -n. Це дає можливість легко відмінювати дієслово і утворювати Partizip: to trade – traden, to swap – swapen, to manage – managen. Проблемою є стійкі вирази, які перекладаються з англійської на німецьку слово в слово як запозичені переклади. Замість “Es gibt keinen Sinn”, “Ich

wünsche Ihnen keine Sinn” (engl. It makes no sense), “Haben Sie einen schönen Tag” (engl.), “Have a nice day”.

Вживання англіцизмів у мові німецької преси є актуальним, адже у Німеччині споконвіків було шанобливе і серйозне відношення до друкарського слова. Для Німеччини характерне відповідальне ставлення до преси. Інформація, яку публікують в пресі, була і залишається найнадійнішим джерелом відомостей про те, що відбувається всередині країни і за її межами, тому будь-які мовні зміни, які роблять пресу актуальною та сучасною, є характерними для сьогоденних мовознавців [4,с.27].

Ми можемо проаналізувати вплив англіцизмів на німецьку мову на прикладі молодіжної німецької преси. Важливою властивістю преси є прагнення до стислості, до економії журнально-газетної площі, супроводжується своєрідним мовним процесом. Універсальною рисою німецькомовної молодіжної преси є також експресивний акцент, тобто пошук нових, свіжих засобів вираження – слів, образів, стилістичних прийомів. Разом з тим, як вже зазначалося, мова преси збагачена величезною кількістю стандартних виразів і кліше. «Нове» в газеті дуже швидко стає відомим, перетворюється на старе [5;109]. Одним із засобів створення експресивності є стійкі вирази. Наприклад: Lover – Liebhaber, Loser – Verlierer, Feeling – Gefugl, Airport – Flughafen, Deal – Handel. Можемо навести декілька прикладів англіцизмів у німецькій пресі на різні теми:

1. Фільми: “What a feeling!” – Ganz im Stile Jennifer Beals im Film “Flashdance” (1983) warden knalligen Farben, weite Oberteile, enge Unterteile nah Lust kombiniert. Англійський вираз “What a feeling!” створює іншомовний колорит, тому що стає зрозуміло, що поставлений фільм – англійського походження. “Flashdance” створює національний колорит.

2. Живопис: Es ist das Kunstwerk “fairytale” der chinesischen Künstlers Ai Weiwei. Слово “fairytale” створює соціальний колорит. Його поява в мові свідчить про грамотність мовця і знання іноземних мов.

3. Спорт: Es hat mich gefreut, dass Parkour auch den Deutschen Spaß macht. Kitesurfen ist seit einigen Jahren eine populäre Sportart in Deutschland [2].

В обох прикладах англiцизми створюють локальний колорит, вказуючи на те, що ці види спорту виникли на території англiомовних країн.

Отже, можна знайти багато англiцизмів в різних сферах і перш за все в спорті, музиці, політиці, інтернет мережі, моді, економіці і техніці. Ці сфери випробовують величезний термінологічний вплив, тут виникають нові терміни на основі нових технологій. Використання англiцизмів є дуже популярним у німецькій пресі. Англiцизми збагачують мову, надаючи їй модного колориту, збільшення синонімічного ряду того, чи іншого слова, що допомагає уникати тавтологій.

Література:

1. Англо-американські запозичення в німецькій лексиці як результат міжмовної взаємодії // Наука і сучасність: Зб. наук. пр. національн. педагог. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. – К.: Логос. – 2001. – Т. XXV. – С.310.
2. Денисова Ю. Н. Английские заимствования в немецких рекламных текстах / Ю. Н. Денисова, Е. В. Корнева // Языковая структура и социальная среда. Межвузовский сборник научных трудов студентов. – Воронеж: ВГТУ, 2000.
3. Домашнев А. И. Развитие лексики немецкого языка и лексикографическая практика. – Л., 1993. – 138 с.
4. Плесконос Р.А. Функціонування англiцизмів в текстах німецькомовного публіцистичного дискурсу (в перекладацькому аспекті): НТУ "КПІ" ім. Ігоря Сікорського . - 80 с.
5. Романова М. С. Специфика функционирования англицизмов в немецком молодежном языке: диссертация кандидата филологических наук: 10.02.04. – Москва, 2001. – 180 с.

Бережний Р.А. (науковий керівник – доц.. Шевченко В.М.)
Вербальні та невербальні компоненти рекламного дискурсу
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», Харків*

На сьогоднішній день лінгвістичне вивчення тексту вже не може обмежуватися лише його вербальним компонентом. Нові інформаційні технології та технічні нововведення в області поліграфії, кінематографа, телекомунікацій потребують від мовознавців ретельного дослідження усіх способів передачі інформації, що співіснують у реальному мовленнєвому акті з комунікацією за допомогою природної мови людини.

Зародившись у епоху Священної Римської імперії, періодичний друк поступово перетворився на потужний канал розповсюдження інформації та наразі разом з електронними ЗМІ значно впливає на формування суспільної думки [4, с. 26].

Варто зауважити, що однією з особливостей текстів масової інформації завжди було органічне поєднання вербальних і невербальних засобів мовленнєвого впливу. У Німеччині ще у період рукопису текст супроводжувався пояснюючим його малюнком, що було особливо зручно для неписьменних людей. Мова, залишаючись основним засобом спілкування людей і вербально виражена інформація складають важливий компонент повідомлення, що опубліковане у пресі, не можна не визнати, що вивчення текстів, які розповсюджуються ЗМІ, є неможливим без урахування великого комплексу невербальних засобів комунікації [2, с. 37].

Об'єктом дослідження є рекламні тексти в німецькомовних текстах ЗМІ та Інтернет-ресурсах. **Предметом дослідження** є вербальні та невербальні компоненти сучасних німецькомовних рекламних текстів з Інтернет-ресурсів та друкованих ЗМІ.

Мета дослідження полягає у встановленні типів креалізованих текстів у

н

і

м

Для досягнення цієї мети вирішуються такі **дослідницькі завдання**:

- охарактеризувати поняття рекламного тексту як креалізованого;
- розглянути класичну класифікацію знаків;
- виокремити групи креалізованих текстів за критерієм взаємодії вербального та невербального компонентів.

У нашому дослідженні визначаємо рекламний текст як **креолізований**, тобто такий, у структурі якого поряд із вербальними використовуються іконічні засоби (фотографія, малюнок, карикатура тощо) [1]. Іконічні засоби поряд з вербальними відтворюють картину світу, шкалу цінностей, естетичні ідеали нації.

Дослідження ролі креолізованих текстів у сучасній міжкультурній комунікації становить значний інтерес. Являючи собою утилітарні, «примітивні» тексти, рекламні тексти водночас є найбільш мобільними, динамічними текстами, що займають провідне місце у засобах масової комунікації. За допомогою реклами здійснюється знайомство із чужинною матеріальною і духовною культурою, адаптація до її сприйняття в іншому національному середовищі. У рекламі у спрощеному вигляді відображається самосвідомість, самооцінка власної лінгвокультурної спільноти, формується ставлення до інших лінгвокультурних спільнот.

Адекватна інтерпретація реклами іноземних товарів припускає наявність у вітчизняного споживача знань про якості, переваги товарів або послуг, що пропонуються, про фірму-виробника, а також певні лінгвокраїнознавчі знання.

«Креолізовані рекламні тексти – це тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної/мовленнєвої) і невербальної (що належить до інших знакових систем ніж природна мова)» [5, с. 180]. У письмовій комунікації до креолізованих належать тексти з іконічними (зображувальними) засобами.

Для розуміння сутності іконічності необхідно розглянути класичну класифікацію знаків. Ч.С. Пірс поділив усі знаки на три основні групи: іконічні знаки, індекси та символи [цит. за: 3, с. 31].

«Іконами (або іконічними знаками) називаються знаки, чия форма і зміст подібні якісно або структурно. Наприклад, батальне полотно або план битви є знаками-іконами, якщо вважати їх змістом саму битву. Індексами (або індексальними знаками) називаються знаки, чия форма і зміст суміжні у просторі або часі. Сліди на піску, що дозволяють припустити, що раніше хтось пройшов по піску, дим, що передбачає наявність вогню, симптоми хвороби, що означають саму хворобу, – усе це індексальні знаки» [3, с. 31]. «Символами (або символічними знаками) називаються знаки, для яких зв'язок між формою та змістом встановлюється довільно, за згодою, і стосується саме цього знака. Для іконічного та індексального знаку форма дозволяє здогадатися про зміст знаку навіть не знайомому з ним адресату. Що ж стосується символічних знаків, то їх форма сама по собі, тобто поза спеціальним договором, не дає жодного уявлення про зміст» [3, с. 32].

Іконічні знаки являють собою образи тих предметів, які вони означають, і їх дія оснований на подібності означуваного й означального. Наприклад, малюнок будь-якого предмету є іконічним знаком цього предмету через їх зовнішню схожість.

Отже, рекламний текст розуміється як креолізований, тобто такий, що складається з двох негомогенних частин – вербальної та невербальної. Рекламний текст продукується у межах рекламного дискурсу та відображає інтенцію продуцента вплинути на реципієнта таким чином, щоб той придбав товар або скористався послугою. У центрі друкованого рекламного тексту знаходяться малюнок і рекламний слоган, які у взаємодії створюють певне уявлення потенційного споживача про товар або послугу.

Взаємодія вербального й невербального компонентів рекламного тексту активують у свідомості реципієнта імплікатуру – імпліцитний пропозиційний і іллокутивний смисл, який ми аналізуємо в руслі теорії Г.П. Грайса.

Г.П. Грайс визначає імплікатуру в такий спосіб: «Судження S містить імплікатуру P , якщо, висловлюючи S , мовець дає змогу слухачеві зробити висновок, що P , хоча й не каже прямо, що P » [6, с. 22–40]. Згідно з цілями нашого аналізу ми модифікуємо це визначення імплікатури стосовно рекламного тексту: Рекламний текст T містить імплікатуру P , якщо його продуцент дає змогу реципієнту зробити висновок, що P , хоча ні у вербальній, ні у невербальній його частині прямо не виражає, що P .

За О.Є. Анісімовою, виокремлюємо **три групи креолізованих текстів** за критерієм взаємодії вербального й невербального компонентів: тексти з нульовою, частковою та повною креолізацією [1]. Під креолізацією мається на увазі наявність взаємодії вербального й невербального компонентів.

У текстах з **нульовою креолізацією** не відбувається взаємодії між вербальним і невербальним компонентами через відсутність одного з них. Відповідно, розрізняємо два типи таких текстів: з відсутнім невербальним компонентом та з відсутнім вербальним компонентом.

Для текстів першого типу візуалізація імплікатур є неможливою, імплікатура передається лише за допомогою рекламного слогану. У текстах другого типу імплікатура конструюється тільки на основі зображення. Зокрема, відбувається активація декількох імпліцитних пропозицій (у тому числі метафоричних), до останньої з яких додається директивний іллокутивний смисл на зразок *Купуйте наш товар* або *Скористуйтеся нашою послугою*.

Відсутність невербального компоненту негативно впливає на ефективність рекламного повідомлення і його вплив на споживача, оскільки послаблюється концептуальний план іміджу товару або послуги, створований поєднанням невербальних і вербальних компонентів.

Для текстів з **частковою креолізацією** характерні автосемантичні відношення між вербальним і невербальним компонентами, тобто зображення існує автономно від вербального тексту. У рекламних текстах малюнок може повторювати смисл слогану або вони мають різні смисли, при цьому

невербальний компонент виконує декоративну функцію й слугує лише для виклику в споживача асоціацій між вербальним та невербальним компонентом, на ґрунті яких конструюються імплікатури.

Візуалізація імплікатур у таких текстах демонструє два типи: у першому випадку назва товару, що рекламується, експлікується у рекламному тексті та візуалізується в зображенні. Другий тип передбачає відсутність експлікації назви товару у вербальному компоненті, але наявність зображення (візуалізації) цього товару у невербальному. Кінцева імплікатура має директивний іллокутивний смисл.

У текстах з **повною креолізацією** вербальний і невербальний компоненти знаходяться у синсемантичних відношеннях, тобто не можуть існувати окремо. Зображення має в цьому випадку такі функції: тлумачення змісту слогану, додавання інформації про нього, створення з ним фразової єдності (невербальний компонент вживається замість певної частини вербального компоненту). Якщо вилучити зображення, зміст слогану буде втрачено.

Імплікатур у текстах цього типу має директивний іллокутивний смисл вказаного зразка. Велику роль у цьому процесі відіграє логотип, оскільки назва товару не експлікується у слогані та відсутня у невербальному компоненті.

Спостерігаємо два типи візуалізації імплікатур у текстах з повною креолізацією. У першому випадку зображення активує у свідомості реципієнта текстові концепти, які є ключовими для конструювання імпліцитних пропозицій. У другому випадку має місце візуалізація ситуації, яка є актуальною для товару, що рекламується, тож імплікатури конструюються на ґрунті пропозитивного зв'язку між вербальним і невербальним компонентами.

Частотним у текстах цього типу є створення комічного ефекту завдяки зв'язку між концептами, активованими на ґрунті вербального й невербального компонентів, або між елементами невербального компоненту.

Таким чином, аналіз німецьких рекламних текстів за критерієм креолізації дозволяє дійти висновку про перевагу текстів з частковою

креолізацією у німецькому рекламному дискурсі. Перспективи дослідження вбачаємо у поглибленні аналізу сучасного німецького рекламного дискурсу.

Література:

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М. : Изд. центр «Академия», 2003. – 128 с.
2. Вороненкова Г.Ф. Путь длиной в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации в Германии / Г.Ф. Вороненкова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 476 с.
3. Кронгауз М.А. Семантика / М.А. Кронгауз. – М. : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 399 с.
4. Минаева Л.В. Мультимодусность текстов печатных СМИ и рекламы / Л.В. Минаева // Вестник МГУ. – Сер. 19 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – № 4. – С. 26-31.
5. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого влияния. – М., 1990.
6. Grice H.P. Logic and Conversation H.P. Grice // ders. Studies in the Way of Words. – Cambridge (Mass.), London : Harvard Univ. Press, 1991. – P. 22–40.

Бруслик А.І.

**Фразеологічні одиниці з компонентом позначення кольору (blau) в
німецькій мові**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»*

У повсякденному житті ми зустрічаємось з ідіоматичними виразами досить часто, настільки, що навіть не звертаємо увагу на їх застосування. А вони у свою чергу забарвлюють нашу мову, роблячи її багатшою, красивішою та іноді навіть зрозумілішою. Так аби зрозуміти сталі вирази потрібно добре знати історію та культуру країни. Вони відображають всю мудрість народу, людське ставлення до життя та почуття гумору. Вивчення фразеологізмів може допомогти у розширенні світогляду, роблячи мовця при цьому красномовним. У цій роботі представлені фразеологізми з позначенням кольору, який вплив вони мають на історію та культуру та як вони відображаються у мові німецького народу.

Актуальність вивчення фразеологізмів полягає у тому, що мови розвиваються: з'являються нові вирази, які люди вважають вдалими, красивими та влучними. Тому задача людини, яка хоче досконало вивчити іноземну мову полягає у постійному моніторингу нових фразеологізмів та сталих виразів, адже з розвитком соціальних мереж, кіноіндустрії та технічної індустрії та в умовах глобалізації ми кожного дня стикаємося з новими поняттями та виразами.

Мета цієї роботи полягає у тому, щоб отримати уявлення про фразеологічні одиниці з компонентом позначення кольору в німецькій мові.

Об'єкт дослідження: фразеологічні одиниці в німецькій мові

Предмет дослідження: фразеологічні одиниці з компонентом позначення блакитного кольору в німецькій мові

Знайомство з крилатими висловами є невід'ємною частиною вивчення німецької мови. Розуміючи їх, можна проникнути в потаємні закутки культури народу та зрозуміти його психологію. Цікаво спостерігати, як різні народи по-

різному ставляться до звичних для всіх речей і як це відображається в їхній мові. На прикладі кольору можна побачити різницю сприйняття світу різних народів. Але також можна виявити, що незважаючи на географічну, психологічну, економічну різницю все ж таки ми дивимось на цей світ однаково.

Важко говорити про єдиний національний характер німців. Німців багато: це і баварці, і шваби, і саксонці, і гессенці, і вест фальці та ін. Характер народу не піддається однозначному опису. Він складається з безлічі ледь вловимих рис, тонких відтінків.

Національний характер непостійний, він змінюється з плином часу, зміною історичних умов, в яких живе нація.

Якщо розглянути спільні риси німецького народу, то можна визначити, що німці пунктуальні, працьовиті, прямолінійні та завжди відстоюють свою правду. Тому існує так багато німецьких фразеологізмів, які влучно передають характер нації. Ми пропонуємо їх розглянути:

Як відомо, німці дуже працьовиті і готові будь-яку справу довести до кінця, часто до переможного. Німці настільки сумлінні, що часто беруть із собою роботу додому: 61 відсоток заявляє, що вони виконують роботу після роботи, у вихідні або у відпустці [6]. Вважають, що таке ставлення до справи виникло з любові до порядку. Тому найбільше фразеологічних одиниць присвячено в німецькій мові порядку та праці:

- *Deutsch sein heisst, eine Sache um ihrer selbst willen treiben.* – Бути німцем - значить робити справу заради неї самої. Цей крилатий вислів можна побачити у творі Ріхарда Вагнера “*Deutsche Kunst und deutsche Politik*”

- *Ohne Fleiß kein Preis* – Щоб рибу їсти, треба в воду лізти.

- *Arbeit schlägt Feuer aus dem Stein* – Добре роби, добре і буде.

Відмінною рисою німців є їх акуратність по відношенню до грошей, їх заощадливість. Дослідження показують, що 43 відсотки німецьких громадян регулярно економлять гроші, ще 39 відсотків – хоча б зрідка [7]. Вважається, що “*sparen*” – улюблене дієслово німців. Але це не означає бути скнарою, а

значить заощаджувати так, що у “Вас все є і Ви всім задоволені”. Таке ставлення до грошей проектується на все інше: на звичаї робити подарунки. У німців не прийнято дарувати дорогі подарунки. Подарунки повинні бути легкими і приємними, ні до чого не зобов’язують.

- *Sparen ist verdienen – економити – значить заробляти*; ще одна мудра думка від німців. Проти неї нема чого заперечити. Гарний приклад німецької логіки.

- *Wer den Pfennig nicht spart, kommt nicht zum Groschen / Wer den Pfennig nicht ehrt, ist des Talers nicht wert. – Хто не поважає пфеніг (копійку), той не вартий талера (назва великої срібної монети)*

Також хотілося б звернути увагу на такі якості німців:

Пунктуальність:

Не випадково англійський прем’єр-міністр У. Черчілль свого часу підкреслював: «Жоден народ не здійснює настільки ретельно підготовку і планування, як німці, але в рівній мірі ніякої іншої народ не виявляється настільки розгубленим, коли його плани провалюються» [1]:

- *Besser eine Stunde zu früh, als eine Minute zu spät. – Краще на годину раніше, ніж на хвилину пізніше.*

- *Jedes Ding hat seine Zeit. – Кожна справа має свій час.*

Прямолінійність:

- *Deutsch mit j-m sprechen – говорити з ким-небудь коротко і ясно, навпростець, без натяків.*

auf gut deutsch – просто, зрозуміло; навпростець.

Вплив кольору однаковий для всіх, незалежно від статусу, віку та рівня інтелекту. Але в той же час відношення до певного кольору може залежати від культурно-історичних традицій та обрядів, а також ефект від впливу певного кольору залежить від значення цього кольору і того, з чим він асоціюється у даної конкретної людини [3]. Різні народи по-різному сприймають той чи інший колір. Палітра кольорів також залежить від способу життя людей. Наприклад, у сільськогосподарських народів присутня багата палітра слів, які

позначають зелений колір, це пов'язано з необхідністю контролювати і оцінювати стан рослин та урожай. Залежно від культури чи релігії білий та чорний кольори можуть показувати траур, чи радість. Так у Китаї білий колір – колір трауру, а в європейських країнах цю функцію виконує чорний колір. Зелений колір у Францію позначає злочин, а в США – безпеку [2].

Ми дивимось на цей світ крізь різноманітну палітру фарб, тому не дивно, що вона має величезний вплив на наш світогляд і мову. Всі народи світу мають свою скарбничку влучних виразів і німецька культура не є виключенням. Вивчаючи цю мову, за допомогою фразеологізмів з компонентом позначення кольору можна спостерігати як практичність поєднується з уявою. Німецька мова багата на ці фразеологізми. У німців є свої тлумачення і інтерпретації кольорів. Впродовж століть символіка кольору у цього народу залишилася майже без змін [5].

У німців білий асоціюється з чистотою та невинністю. Він є офіційним кольором весілля.

- *Eine weiße Hemdbrust* – бездоганне минуле; незаплямована репутація.
- *Ein weißer Rabe* – біла ворона. Білий колір асоціюється також з чим-небудь невивченим, недослідженим.
- *Ein weißer Fleck auf der Landkarte* – «біла пляма» на карті; недосліджений район; недосліджена область.

Червоний колір асоціюється у німців з пристрасстю, торжеством, вогнем, революцією, свободою, відданістю [4]. Також варто згадати широко відомі організації: Rotes Kreuz (Червоний Хрест) і Roter Halbmond (Червоний півмісяць).

Цікаво розглянути фразеологічні одиниці, які містять назви міст в поєднанні з компонентом кольору: die rote Stadt – Магдебург (червоне місто). Місто отримало таке завдяки своєму численному і революційного робітничого класу.

Червоний колір присутній в наступних фразеологічних поєднаннях як символ негативних емоцій:

- *rot sehen* – гніватись;
- *ein rotes Tuch für j-n sein* – коли хтось когось дратує або провокує

У німецькій мові зелений колір може символізувати:

1) природу: *bei Mutter Grün schlafen* – спати на лоні природи, під відкритим небом.

2) процвітання, матеріальний достаток: *auf einen grünen Zweig kommen* – процвітати, зробити кар'єру, досягти успіху. *Die grüne Hochzeit* – день весілля («зелене весілля»).

3) бюрократію: *vom grünen Tisch aus entscheiden* – вирішувати бюрократично будь-яке питання. *An einem grünen Tisch sitzen* – «сидіти за зеленим столом», «бути відірваним від життя», тобто «не виходити з кабінету»

4) лестощі: *j-n, etw. Über den grünen Klee loben* – звеличувати до небес, співати хвали (дифірамби).

5) недосвідченість: *sich grün machen* – занадто багато брати на себе; занадто багато дозволяти собі; *ein grüner Junge* – жовторотий молодик.

6) заздрість, злість: *grün und gelb werden* – позеленіти (від злості, заздрості.).

7) вміння вирощувати рослини: *eine grüne Hand / einen grünen Daumen haben* – вміти добре вирощувати рослини

Німці пов'язують жовтий колір з ненавистю, заздрістю.

Der gelbe Neid – чорна заздрість (у німців – жовта);

vor Neid gelb werden – позеленіти від заздрості; .

Цікаво, що жовтий колір також вказує на недосвідченість та молодість, хоча в нашій культурі цю роль грає зелений колір.

Er hat noch das Gelbe am Schnabel – *er ist ein Gelbschnabel* – ці вирази на тому, що дзьоби пташенят обтягнуті світло-жовтої шкірою. *Einem den Gelbschnabel zeigen* – вказувати кому-небудь на його недосвідченість.

Чорний колір асоціюється з чимось таємним, використовуваним проти інших людей:

auf die schwarze Liste setzen – занести кого-л. в чорний список.

Інші асоціації пов'язані з уявленнями про щось протизаконне, нелегальному.

- *der Schwarzfahrer* – заець;
- *die Schwarzarbeit* – нелегальна робота.

Чорний колір використовується для характеристики вкрай невдалого, нещасливого дня або обставини:

- *Schwarz sein* – «сидіти на міліні», «бути без грошей».

Перш за все, синій – це колір невизначеної, неясної даліни.

• *Blaue Blume* – синя квітка, символ ідеалу і мрії у німецьких романтиків і • *blaues Licht* в казках. Сюди ж потрапляють вираження

• *ins Blau hinein reden / handeln* – говорити / діяти навмання, без чіткого плану, мети;

• *Keine blaue Ahnung von etwas haben* – не мати ні найменшого уявлення про що-небудь. Про щось далекому, незрозумілому йде мова в вираженні

blaue Schlösser bauen – будувати повітряні замки.

Пізніше синій став кольором обману, брехні:

• *den blauen Mantel umhängen* – обманювати, змінювати;

• *Das Blaue vom Himmel herunter reden / lügen / schwindeln* – набрехати з три короби;

• *Das Blaue vom Himmel herunter versprechen* – наобіцяти що-небудь нездійсненне

- *Blaue Argumenten / blaue Enten* – відмовки.

Наступні вирази пов'язані з blau як з кольором крові:

- *Blaues Blut haben* – У нього блакитна кров
- *Sich blau ärgern* – посиніти від злості;

- *blau frieren* – посиніти від холоду (зміна кольору обличчя, в залежності від припливу – відпливу крові).

“Blau” як колір очей позначає наївність, недосвідченість. Це пов’язано з тим, що у всіх немовлят блакитні очі. *Blauäugig sein* – бути довірливим, наївним, безневинним.

Труднощі зустрічаються при перекладі синього та блакитного кольору. В німецькій та англійській мовах використовують лише одне слово для позначення синього: “blau” в німецькій, та “blue” в англійській. Натомість українська та російська мови можуть перекласти цей колір як голубий так і блакитний (рус. голубой и синий). При вивченні німецької мови постає питання, як правильно передати сенс кольору “blau”: чи треба використовувати блакитний, чи все ж таки синій в окремому взятому прикладі.

При перекладі слід взяти за увагу різницю відтінків цього кольору. Якщо в німецькій мові передається позитивне значення синього кольору, можна використати слово «блакитний» через його світлий відтінок: *Blaues Blut haben* – У нього блакитна кров. За таким прикладом перекладемо *Sich blau ärgern*, як посиніти від злості. В цьому випадку ідіома має негативний характер, тому переклад слова “blau” як синій звучить більш природно для нашого розуміння.

Полегшує роботу перекладачам поетична мова, де поети та письменники намагаються передати атмосферу своїх творів і використовують прикметники, які ми у свою чергу перекладаємо таким чином: *himmelblau* – небесно-блакитний, *lazurblau* – лазурно-блакитний, *dunkelblau* – темно-блакитний, *hellblau* – світло-блакитний, *milchig-blau* – молочно-блакитний, *luftblau* – небесно-блакитний. Це відкриває широкий семантичний і естетичний простір для інтерпретацій.

Отже, на нашу думку, дослідження проблем перекладу фразеологізмів є дуже актуальним і потребує подальшого вивчення, бо стрімкий розвиток суспільства зумовлює появу нових влучних виразів. Досліджуючи питання фразеології ми дійшли висновку, що для перекладачів досить важливо знати сталі вирази, адже можна неправильно витлумачити значення фразеологізму

або навіть зрозуміти його буквально. Знання «крилатих виразів», історії та культури мови тісно поєднані між собою – це невидимі ниточки, які зв'язують мову до купи, роблячи з неї яскраву вишиванку.

Використана література:

1. Черчілль У. Спогади. М., 1952.
2. Маслова В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М. : “Академия”, 2001.
3. Урванцев Л.П. Психология восприятия цвета. Методическое пособие. - Ярославль, 1981
4. Staffeldt, Sven (im Druck): Was sieht man, wenn man rot sieht? In: Sammelband der Tagung zu Ehren von Prof. Schellenberg (Juli 2009).
5. Wanzeck, Christiane (2003): Zur Etymologie lexikalisierte Farbwortverbindungen. Untersuchungen anhand der Farben Rot, Gelb, Grün und Blau. Amsterdam/New York: Rodopi. (= Amsterdamer Publikationen zur Sprache und Literatur; 149). (= Phil. Diss. München 1996).
6. <https://www.sueddeutsche.de/leben/studie-ueber-klischees-typisch-deutsch-1.1000335>
7. <https://www.splendid-research.com/de/splendid-news/pressemitteilungen/item/studie-ein-drittel-der-deutschen-ist-chronisch-pleite.html>

Бугаєнко Т.С., Пільгуй Н.М.

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ У СФЕРІ РЕМОНТНОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», Харків*

Постановка наукової проблеми. Науково-технічний прогрес охоплює всі сфери людської діяльності. Саме тому, останнім часом зростає зацікавленість до інтерпретування текстів науково-технічної сфери, зокрема

дослідження лексичних особливостей перекладу англomовних текстів ремонтного виробництва. Така потреба у якісному тлумаченні зумовлює **актуальність** дослідження, адже недостатня кількість матеріалів щодо лексичних одиниць, використаних у сфері ремонтного виробництва, не дозволяє виокремити чіткий алгоритм перекладу англomовних текстів цієї галузі.

Слід зауважити, що тексти у сфері ремонтного виробництва насичені специфічною термінологією, переклад якої викликає певні труднощі для перекладача. Адже, особливими характеристиками таких текстів є точність, лаконічність та змістовність. Перед перекладачем постає завдання чітко донести технічний зміст тексту, не порушуючи норми мови перекладу, а використання специфічної лексики у текстах дослідженої галузі ускладнює це завдання перед перекладачем. Ідентифікація основних лексичних особливостей перекладу дозволяє наблизитися до якісної інтерпретації інформації у цій технічній галузі.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Переклад англomовних науково-технічних текстів неодноразово ставав предметом дослідження багатьох вчених-лінгвістів [1;2;3;4;5;6;7] Виявлено, що англomовні тексти у галузі ремонтного виробництва залишаються недостатньо дослідженими.

Мета роботи – виокремити лексичні особливості перекладу текстів ремонтного виробництва та дослідити труднощі у процесі перекладу. Відповідно до мети роботи було сформульовано такі **завдання**: визначити спеціальні лексичні одиниці в англomовних текстах ремонтного виробництва, надати основні способи їх перекладу та навести приклади застосування запропонованих способів перекладу задля доведення доцільності використання певного способу перекладу.

Об'єкт дослідження – спеціальні лексичні одиниці в англomовних текстах у сфері ремонтного виробництва; **предмет дослідження** – лексичні особливості та способи їх перекладу.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. Мова технічної літератури є частиною загальнонаціональної мови, розвивається усередині неї і за її правилами. Утім, їй притаманний певний стиль у використанні лексичних засобів. Характерними особливостями технічного стилю у галузі ремонтного виробництва є його інформативність, логічність, точність формулювання, об'єктивність викладу інформаційного матеріалу та насиченість спеціальними термінами, які постійно розвиваються у зв'язку зі стрімким розвитком науки і техніки [7, с. 321].

Англомовні тексти саме у галузі ремонтного виробництва характеризуються наявністю спеціалізованих термінів, неологізмів, скорочень і аббревіатур. Використання подібної лексичної бази викликає труднощі у перекладача, а це у свою чергу зумовлює більш детальне дослідження таких лексичних одиниць.

Переклад термінології входить до кола найскладніших проблем у галузі лінгвістики та перекладознавства, тому що терміни належать до лексики, яка розвивається швидкими темпами, користується попитом у фахівців різних сфер та потребує особливої уваги. Але виникають певні труднощі при їх перекладі, адже адекватний переклад є неможливим без додаткових знань, пов'язаних з походженням, класифікацією, функціонуванням та особливостями перекладу саме термінів [1].

Слід зауважити, що основним способом перекладу термінів є переклад за допомогою лексичного еквіваленту – лексичний відповідник, який точно співпадає із значенням слова. Терміни, які мають еквіваленти у рідній мові, відіграють важливу роль при перекладі. Необхідно вміти знаходити відповідний еквівалент у рідній мові і розширювати знання термінів-еквівалентів [4]: *Water-packed vacuum pumps (WPVP) are normally designed to create low vacuum inside closed complete units. – Водокільцевий вакуумний насос як правило розроблений для створення низького вакууму всередині закритих агрегатів.*

Визначено, що в англomовних текстах ремонтного виробництва переклад термінів на лексичному рівні здійснюється за допомогою транскодування (побуквенна чи пофонемна передача вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу) [1]: *In the research described below, **polypropylene** was used.* – В нижче описаних дослідженнях використовувався **поліпропилен**. Також застосовується калькування: *The use of **bootstrap method** statistical modeling, the results of which at $\delta = 1$ mm are represented in table. 3...* – Використання статистичного моделювання **бутстреп-методом**, результати якого при $\delta = 1$ наведені у таблиці 3..., та експлікація або описовий переклад: *Basing on the results of **operating life tests**...* – Спираючись на результати **випробувань щодо довготривалості в умовах експлуатації**....

Внаслідок стрімкого розвитку технічного прогресу, зокрема у сфері ремонтного виробництва, в англійській мові з'являються нові слова. Особливість неологізмів, а разом з тим і проблема їх передачі, полягає в тому, що вони досить пізно фіксуються або взагалі не фіксуються словниками. Сам процес перекладу здійснюється у два етапи. Спочатку з'ясовується значення нового слова. Перекладач звертається до останніх видавництв тлумачних словників чи з'ясовує значення слова, приділяючи увагу його контексту і структурі, беручи до уваги різні способи творення неологізмів (афіксація, скорочення, запозичення, конверсія, складання і переосмислення слів тощо), потім робить власне переклад засобами української мови, застосовуючи при цьому описані нижче способи перекладу. Універсального способу перекладу не існує, тому перекладач використовує різні способи та комбінує їх [3]. Наприклад, при перекладі текстів у галузі ремонтного виробництва перекладачі широко застосовують транслітерацію: *converter for **tenzolanka*** – *перетворювач для **тензоланки***; досить часто – калькування: *power unit and **interface*** – *блок живлення та **інтерфейсу***; нерідкістю є використання експлікації або описового перекладу: ***Hall Effect Sensor*** – *датчик на основі **Ефекту Голла***.

Жоден із способів передачі іншомовних новоутворень не є досконалим і не забезпечує абсолютно адекватного перекладу. Особливості перекладу кожного нового слова залежить від того, до якого типу слів воно належить (терміни, назви, скорочення, синоніми до слів, які вже мають відповідники в українській мові тощо). При передачі неологізму важливу роль відіграє контекст, який є адекватним фоном для їх розуміння, запам'ятовування [2].

Англійська мова, зокрема у сфера ремонтного виробництва, має тенденцію до різного роду скорочень. Процес скорочення слів набирає обертів, збільшується кількість абревіатур, їх вживання стає все більш частим. Абревіація виконує специфічні, характерні лише для неї завдання – значною мірою розширює дериваційні можливості лексики, і в цьому її цінність [5]. Найпоширенішими способами перекладу абревіатур та скорочень, на думку науковців, є використання транслітерації, наприклад: *Fadeev L.V. is engaged in a similar line of research in “Spetselevatormelmash”, CoLtd (Ukraine).* – *Схожими дослідженнями займається Фадеев Л.В ТОВ “Спецелеватормельмаш” (Україна), експлікація – Unmanned car systems use information from the LIDAR sensor, radars and acceleration sensors. – Системи безпілотних автомобілів використовують інформацію з датчика дальноміра оптичного діапазону, радарів та датчиків прискорення.* Еквівалентний переклад: *WPVP – Водокільцевий вакуумний насос; FCC crystal lattice – гранецентрована кристалічна решітка.*

Отже, в англомовних текстів ремонтного виробництва виявлено широке застосування термінів, які у свою чергу перекладаються за допомогою лексичного відповідника, транскодування, калькування чи експлікації. Використані неологізми найчастіше інтерпретуються транслітерацією чи описовим перекладом. Абревіатури та скорочення у ремонтній галузі передаються транслітерацією, експлікацією або застосуванням еквівалентного перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абабілова Н. М. Особливості перекладу термінів українською мовою / Н. М. Абабілова, В. Л. Білокамінська // Молодий вчений. – 2015. – № 2(6). – С. 126-128
2. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові / Т. Данкевич // Мова і культура. – 2014. – Вип. 17, т. 3. – С. 341–346
3. Драбов Н. До питання перекладу англійських неологізмів / Н. Драбов // Актуальні питання гуманітарних наук. – 2015. – Вип. 13. – С. 176–181.
4. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі та жанрово-стилістичні проблеми / В. І. Карабан. – Вінниця, Нова книга, 2002. – С. 315-407.
5. Ніколаєва Т. М. Перекладацькі аспекти сучасних англійських аббревіацій / Т. М. Ніколаєва // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2018. № 37. С. 107–110.
6. Цюцьмаць І. В. Особливості та способи перекладу жаргонізмів науково-технічних текстів сфери комп'ютерних технологій / І. В. Цюцьмаць, І. В. Онушканич, М. В. Штогрин // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна. – 2015. – Вип. 55. – С. 273–275.
7. Шилінська І. Ф. Лексико-граматичні особливості перекладу науково-технічних текстів / І. Ф. Шилінська // Науковий вісник Чернівецького університету : Германська філологія. – 2014. – Вип. 692-693. – С. 321–324.

Буруніна Н. В.

Переклад науково-технічних текстів у сфері ІТ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Ця стаття присвячена особливостям перекладу німецьких текстів у галузі інформаційних технологій українською мовою. У ході роботи ми провели аналіз сучасних методів перекладу ІТ текстів та визначили труднощі, які можуть виникнути у перекладача під час роботи, спираючись на теоретичну базу дослідження цієї проблеми вітчизняними й зарубіжними науковцями.

У сучасному світі ринок інформаційних технологій розвивається достатньо швидкими темпами. Розвиток й зростання перспективних компаній є неможливим без застосування сфери ІТ. Усім їм потрібно лінгвістичне забезпечення. Чіткий та адекватний переклад є дуже важливим у роботі підприємств, адже від цього залежить досить багато, зокрема, комфорт і ефективність роботи певного продукту. Отже, ця галузь діяльності не може залишатися без уваги перекладачів та лінгвістів.

Саме через це велика кількість лінгвістів та мовознавців займаються дослідженням в даній галузі. Це, наприклад, М.П. Брандес, О.А. Кириченко, Л.Н. Пороховник, Л.П. Крисін, М.С. Романова та інші.

Для більш повного розуміння даної теми спочатку треба дати визначення поняттю “ІТ-переклад”.

ІТ-переклад – це переклад у галузі інформаційних технологій, а також це створення мовних версій супровідних матеріалів для програмного забезпечення [2].

У наш час інформаційні технології увійшли майже в усі сфери людського життя, і кожне прогресивне оснащення, за рідкісний винятком, допускає ймовірність об’єднання в систему з комп’ютерним управлінням.

Будь-які тексти, що стосуються інформаційних технологій часто містять приклади програмного коду або ж командних сценаріїв, і для усвідомлення й адекватного перекладу цих текстів часом перекладачеві потрібно бути хоча б частково обізнаним у мовах програмування або описуваного синтаксису команд.

Не можемо не зазначити той факт, що всі науково-технічні тексти мають свої характерні особливості. Відмінними рисами текстів у ІТ сфері вважається їх інформативність, послідовність, достовірність викладу використаного матеріалу. До того ж дуже важлива чіткість та зрозумілість матеріалу. Безпосередньо з цієї причини оволодіння професійною термінологією у необхідному обсязі є дуже важливою для правильного й адекватного перекладу таких текстів [1].

Під час перекладу даного виду текстів слід пам'ятати про деякі розбіжності в побудові речень української та німецької мов, а також про відмінності системної організації обраних мов. Серед них можна виділити наступні: розбіжності у будові мови як наборі певних граматичних категорій та форм: німецькі артиклі, наприклад, як категорія означеності/неозначеності, що визначають новизну інформації, невідомі українській мові, відмінні функціональні характеристики, наприклад, різні форми однини та множини тощо [6].

У німецькій технічній літературі часто використовується *Passiv* (пасивний стан). Іноді його доцільно перекласти на українську мову активною формою. Наприклад, *Es wurde Bildschirm gesperrt.* – *Екран був заблокований.*

Також досить поширеним явищем у німецьких текстах є використання формально підмета «*man*», який перекладається на українську безособовою або невизначеною формою. Наприклад, *Die Kontakten werden geblendet, wenn man offline geht.* – *Контакти становляться невидимими, якщо вийти з мережі* [6].

Характерною рисою текстів досліджуваної галузі є використання складних слів. Для того, щоб проаналізувати складне слово, необхідно

зрозуміти з яких слів воно складається, визначити головне слово. При перекладі даного виду слів потрібно пам'ятати, що основним словом є останнє, а ті, які стоять перед ним, визначають його. Наприклад, *das Anwenderhandbuch* – керівництво користувача, *die Baumstruktur* – деревоподібна структура тощо.

Усі німецькі науково-технічні терміни в галузі інформаційних технологій можна умовно поділити на такі категорії: загальноживані терміни (*der Zähler* - лічильник, *der Zugang* - доступ), словоскладання (*die Datentransfer* – перенесення даних, *die Modemfunktion* – функція модема), скорочені терміни або аббревіатури (*BS (das Betriebssystem)* – операційна система), прості однокомпонентні запозичення (*der Cache* – кеш, *der Hacker* – хакер) [7].

Переклад текстів у галузі ІТ має чітко відображати основне завдання, мету, сутність та зміст. При перекладі використовують граматичні, стилістичні, синтаксичні, лексичні та семантичні трансформації.

До лексичних трансформацій та мовних прийомів перекладу термінологічних елементів можна віднести:

Транскодування – це “спосіб перекладу, коли звукова або графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу”. [5] Прикладом можуть слугувати такі терміни: *der Adapter* – адаптер, *das Cookie* - куки, *der Multi-Touch* – мультитач, *die Turingmaschine* – Машина Тьюрінга. У більшості випадків, при перекладі текстів сфери інформаційних технологій, цей метод використовується з посиланнями на глосарій, який найчастіше знаходиться у кінці видання, та примітками.

Метод калькування полягає в «перекладі слова або словосполучення по частинам з подальшим поєднанням частин» [5]. Наприклад: *der Prozessorchip* – чип процесора, *die Spielkonsole* – ігрова консоль. Звичайно, методи калькування та транскодування при перекладі термінів є відносно легкими способами перекладу, але слід зауважити, що задачею перекладача є те, що потрібно якомога точніше передати поняття засобами іншої мови.

Описовий переклад, або експлікація - метод, який описує предмет, тобто визначає його значення іншою мовою за допомогою більш розповсюдженого та відомого поняття. Він є необхідним, якщо в мові перекладу не існує відповідника. Зазвичай даним методом перекладаються багатокomпонентні термінологічні одиниці. Прикладом можуть слугувати такі терміни: *die Freisprecheinrichtung* – *голосовий пристрій, що працює без участі рук*, *das Echtzeitsteuerelement* – *елемент управління в режимі реального часу*, *die Bildschärfeeinstellung* – *установка чіткості зображення*.

Це найбільш поширені варіанти перекладу німецьких ІТ термінів за допомогою лексичних трансформацій.

Також переклад з однієї мови на іншу є неможливим без використання граматичних трансформацій. Граматичні трансформації – це в першу чергу перебудування речення (змінення його структури) та будь-які інші заміни – як синтаксичного, так і морфологічного порядку.

Можна виділити такі граматичні трансформації, які зустрічаються в німецьких текстах галузі інформаційних технологій:

Додавання - це граматична трансформація, в наслідок якої відбувається процес збільшення кількості слів в тексті перекладу. Наприклад, *die Dateiendung* – *розширення файлу*, *die Lagerautomatisierung* – *автоматизація сховища тощо*. У даному випадку ми бачимо, що терміни були перекладені у більш розширеному їх варіанті, тобто одне слово в німецькій мові перекладається на українську двома словами.

Вилучення – це граматична трансформація, яка є протилежною додаванню. При використанні даного прийому вилучається певний лексичний елемент. *Der wichtigste Teil des Lagersystems ist die Computerautomatisierung.* – *Найбільш важлива частина системи зберігання – комп'ютерна автоматизація* [3]. У даному випадку ми бачимо вилучення дієслова-зв'язки *ist* в українській мові.

Перестановка тобто процес заміни розташування компонентів речення в тексті перекладу порівняно з оригіналом. Використовується при розбіжності

в структурі та членуванні вихідної мови та мови перекладу. Наприклад: *das Dateiformat* – формат файлу, *die Datenbank* – база даних, *die Programmiersprache* – мова програмування тощо. Це залежить від того, що в німецькій мові, в основному, в складних іменниках слово, яке визначає стоїть спереду, а в українській мові навпаки, означення, яке виражене іменником стоїть, як правило, після головного слова.

Заміна, або субституція - це процес заміни частин мови, структури речення або членів речення. Може бути заміни простого речення на складне, а також навпаки, складного на просте; головного речення підрядним, підрядного головним. Наприклад, *mit Focus auf...* – який спеціалізується на..., *weltweit* – по всьому світу, *ein Hit* – користується популярністю. В поданих прикладах ми бачимо заміни однієї частини мови на іншу.

Комплексна трансформація – це процес при якому відбувається дві й більше трансформацій одночасно. Вона має змішаний характер. Наприклад речення: *Die Lagerautomatisierung wird zusammen mit a-Lab entwickelt, einem Unternehmen aus Finnland* [3]. – Автоматизація сховища розробляється разом з фінською компанією a-Lab. Тут використані такі трансформації: заміна частини мови: “aus Finnland” було перекладено прикметником “фінський” перестановка – “die Lagerautomatisierung” – “автоматизація сховища”, потім було перекладено “wird entwickelt” - “розробляється”, “zusammen mit einem Unternehmen” - “разом з компанією” і в кінці речення додали назву даної компанії “a-Lab”. Тобто речення було повністю перебудовано.

Можна помітити, що дуже часто перекладацькі трансформації використовуються в комплексі, тобто можливе поєднання декількох прийомів перекладу одночасно: використання калькування та транскодування або описового перекладу тощо. При перекладі текстів найчастіше зустрічалося поєднання перестановки, заміни та описового перекладу.

Також варто відзначити, що переклад текстів у сфері ІТ ускладнюється тим, що перекладач має володіти знаннями в галузі інформаційних технологій, це передбачає не тільки знання термінів та їх перекладу, а ще й потрібно

постійно розвивати себе всебічно, підвищувати свою кваліфікацію та мати інтерес до інновацій.

Література:

1. Белих О. Особливості перекладу німецьких науково-технічних текстів. Луцьк. С 138-141.
2. Єлісеєва С. В. Переклад і локалізація у сфері інформаційних технологій. Миколаїв, 2015. С 32-36.
3. Журавлева Н. Н., Красильщик Е. А., Попутникова Л. А. Грамматические трансформации при переводе с германских языков на русский. Кострома, 2017. С 147-152.
4. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: [у 2-х ч.]. Вінниця: Нова Книга, 2001. – Ч. II: Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі.
5. Карабан В. І. Посібник-довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. Ч. I: Граматичні труднощі. Київ: Tempus, 1997.
6. Кучер З. І., Сидоренко Л. М. Граматичні особливості перекладу німецьких фахових текстів українською мовою. Черкаси, 2017. С 235-238.
7. Слюсаренко О. В. Особливості перекладу німецьких термінів у галузі робототехніки. Маріуполь, 2016. С 102-107.
8. Сыромясов О. В. Краткий немецко-русский и русско-немецкий словарь по информатике и компьютерной технике. Саранск, 2009.

Вертій О. С.

**Типові граматичні трансформації при перекладі юридичних текстів з
англійської мови українською**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Харків*

У сучасному світі юридичні переклади займають одну з перших позицій у перекладацькому та філологічному просторі. Створюються нові правові інституції як в Україні, так і за її межами, та й увесь процес розвитку міжнародного бізнесу, культури, освіти, туризму пронизаний саме використанням в них юридичних документів, контрактів та іншої правової документації, яка здебільшого створюється англійською мовою. Якісний юридичний переклад є непростю справою та вимагає від перекладача не тільки володіння мовою на високому рівні, але й обізнаності в правовій сфері та чинному законодавстві. Наявність у даних текстах своєрідних термінів, скорочень, юридичного жаргону та специфічних кліше вимагають від перекладача використання різних типів трансформацій.

Дана стаття присвячена використанню перекладацьких граматичних трансформацій під час перекладання англійського юридичного дискурсу українською мовою. Обрання даної теми є не навмисним, оскільки завданням перекладача є не тільки передача змісту тексту, але й виконання самого перекладу згідно з нормами мови перекладу з урахуванням її граматичних норм, саме тому, доцільно було б розглянути саме граматичні трансформації.

Метою статті є аналіз перекладацьких граматичних трансформацій в юридичних текстах при перекладі їх англійською мовою.

Актуальність обумовлена необхідністю застосування перекладацьких граматичних трансформацій під час перекладання юридичних текстів через збільшення кількості і різновиду правових документів.

Ознайомлення з дискурсом – це перше, що робить перекладач перед початком роботи над текстом. Тому ми дізналися, що юридичний дискурс є підвидом інституційного дискурсу, що належить до сфери врегулювання

соціальних відносин та відзначається ієрархічною структурою. Він орієнтується на всі верстви соціуму та є одночасно одним з найактуальніших дискурсів сучасності. Право є не тільки комплексом нормативних актів та законів, але це є також найважливішим досягненням культури всіх цивілізацій, яке має бути твердим фундаментом життя як індивіда, так і суспільства [3].

Робота з мовою права є нелегким завданням навіть для носія мови, а для спеціаліста, який працює з юридичним дискурсом, це завдання підвищеної складності й потребує знання не тільки термінів «legalese» (своєрідних скорочень, латинських слів та ін.), а ще норм правової мови у своїй країні. Залежно від типу документу, юридичний переклад поділяють на переклад законів, правових актів, угод, свідоцтв, довіреностей, установчих документів та ін. Сферами його застосування є конституційне, адміністративне, громадянське, комерційне, податкове, міжнародне та кримінальне право [4].

Для отримання максимально адекватного тексту, нам необхідне використання перекладацьких трансформацій, які у свою чергу поділяться на лексичні, граматичні та лексико-граматичні. До лексичних трансформацій відносяться: диференціація значень, конкретизація значень, генералізація значень, смисловий розвиток, антонімічний переклад, цілісне перетворення та компенсація втрат в процесі перекладу. Перші використовуються за умови відсутності словникового відповідника. Однак, найбільш поширеною вважається граматична трансформація, через зміну тієї чи іншої граматичної категорії слів чи словосполучень, які наповнюють речення.

Здебільшого, зміна конструкції речення породжується лексичними, а не граматичними причинами. При всьому контекстуальному навантаженні, для точного передання змісту тексту перекладач повинен вдало підібрати форму слова, тобто його граматичної категорії, щоб переклад мав точний відбиток в кінцевому результаті. Отже, доцільним буде розгляд саме граматичних трансформацій, спираючись їх на лексичне наповнення речення.

За Карабаном В. І. граматичні трансформації у науково-технічному перекладі зумовлені різними чинниками: відмінністю засобів передачі,

відсутністю в одній з мов певних граматичних явищ, форм або конструкцій, відсутністю необхідності обов'язкового передання інформації, пов'язаної з граматичним аспектом, це відбувається завдяки різниці в передачі часів, особливості функціонування сполучних зв'язків у словосполученнях чи реченнях [2, с.18].

В практиці перекладу граматичні трансформації зазвичай поєднуються із лексичними, але головну роль відіграють все-таки граматичні фактори, тобто відмінності структури мов.

За Карабаном В.І. розрізняють п'ять основних видів граматичних трансформацій:

1. пермутація полягає у зміні порядку слів у словосполученні або реченні;
2. субституція (заміна), внаслідок якої змінюються граматичні ознаки словоформ;
3. додавання являє собою збільшення кількості слів, словосполучень, словоформ, членів речення у вихідному тексті;
4. вилучення – це така граматична трансформація, внаслідок якої в перекладі вилучається певний мовний елемент;
5. комплексна граматична трансформація включає дві або більше простих граматичних трансформацій [2, с.19].

Необхідно ще раз підкреслити, що наведені вище перекладацькі трансформації в «чистому» вигляді зустрічаються дуже рідко. Як правило, декілька видів трансформацій здійснюються одночасно, тобто поєднуються, наприклад перестановка із заміною. Саме такий складний, комплексний характер перекладацьких трансформацій і робить переклад такою складною справою, тож давайте розглянемо використання перекладацьких граматичних трансформацій при перекладі юридичного тексту українською мовою.

Текст оригіналу:

If the Court finds that there has been a violation of the Convention or the Protocols thereto, and if the internal law of the High Contracting Party concerned

allows only partial reparation to be made, the Court shall, if necessary, afford just satisfaction to the injured party [5, с.24].

Текст перекладу:

Якщо Суд визнає факт порушення Конвенції або Протоколів до неї і якщо внутрішнє право відповідної Високої Договірної Сторони передбачає лише часткове відшкодування, Суд, у разі необхідності, надає потерпілій стороні справедливую сатисфакцію [1, с.24].

Аналіз:

У даному уривку «*that*», «*shall*», «*to be made*» – трансформація вилучення. «*There has been*» – замінили іменником «*факт*». Перестановка відбулася в «*High Contracting Party concerned*», що стало на перше місце в «*відповідної Високої Договірної Сторони*» та «*the injured party*» також винесли на перше місце перед «*afford just satisfaction to*», в результаті вийшло «*надає потерпілій стороні справедливую сатисфакцію*». Трансформація додавання відбулася у фразі «*if necessary*» – «*у разі необхідності*».

Отже, мова права – особливий різновид літературної мови з характерними лінгвостилістичними та структурно-жанровими ознаками є досить складною. Тому, перекладачеві необхідно бути обізнаним у всіх правових процесах держав, поняттях юридичного перекладу та юридичного дискурсу, не говорячи вже про бездоганне володіння мовою, як рідною, так і іноземною. Найголовнішим є адекватна передача змісту тексту, що містить численні перекладацькі трансформації.

Література:

1. Європейська конвенція з прав людини [Електронний ресурс]. – Режим доступу https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_UKR.pdf
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-силістичні проблеми / В'ячеслав Іванович Карабан. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 575 с.

3. Лекція 3. Мова права і мова закону. Юридичний текст [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://jurfak.univer.kharkov.ua/studentu/newlections/Tema_3_Pravnicha_lingvistik.pdf
4. Юридичний переклад та його особливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://inforevod.com.ua/uk/yuryduchnyj-pereklad>
5. European Convention on Human Rights [Електронний ресурс]. – Режим доступу https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf

Водяхіна Є. О.

(науковий керівник – канд. філол. наук, доц. Сухова А. В.)

**Експресивна функція текстів публіцистичного стилю та її
відтворення у перекладі**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», м. Харків*

Особливий інтерес для філологів становить дослідження публіцистичного стилю мовлення, зокрема категорії експресивності, що виражається різноманітними мовними засобами. Доказом цього є значна кількість наукових праць, присвячених вивченню зазначеного питання. Такі вчені, як Н. І. Бойко, С. Я. Єрмоленко, М. І. Навальна, Н. В. Гуйванюк, Н. Д. Арутюнова, В. А. Чабаненко та інші займалися аналізом мовної експресії. Однак окреслена проблематика досі залишається актуальною і потребує подальшого аналізу.

Актуальність дослідження зумовлено важливою роллю публіцистичного дискурсу в сучасному світі, однією з основних функцій якого є експресивна, що сприяє виразності тексту та його здатності здійснювати вплив на суспільство.

Мета статті полягає у вивченні експресивної функції англійських публіцистичних текстів та шляхів її відтворення в українському перекладі.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення низки **завдань**: розглянути специфіку текстів публіцистичного стилю, виявити характерні для англomовних публіцистичних текстів засоби вираження експресивності, проаналізувати способи передачі англomовних засобів експресивності українською мовою.

Об'єктом дослідження є засоби вираження експресивності в текстах публіцистичного стилю, **предметом** – особливості передачі експресивних засобів при англо-українському перекладі.

Публіцистичний стиль – функціональний стиль літературної мови, призначений для передачі масової інформації. Специфіка публіцистичного стилю полягає у спрямованості на середньостатистичного реципієнта, спрощеному стилю, намаганні зробити матеріал доступним для публіки, вплинути на емоції адресата, зацікавити, переконати його, спонукати до дій або перегляду своїх поглядів. Важливою відмінною рисою публіцистики є активне залучення категорій експресивності, емотивності та оцінності [4, с. 193].

Аналіз фактичного матеріалу дослідження дозволив встановити, що на різних рівнях англomовних публіцистичних текстів функціонують різноманітні експресивні засоби і стилістичні прийоми. З'ясовано, що найпоширенішими є такі: метафора, метонімія, гіпербола, літота, оксюморон, каламбур, іронія, антитеза, зевгма, інверсія, риторичне питання, вигук. Пропонуємо розглянути деякі з них на прикладах та проаналізувати особливості їх функціонування та передачі українською мовою.

На лексичному рівні публіцистичного тексту розповсюдженим є такий засіб експресивності, як метафора. Вважається, що найважливішим компонентом механізму метафоризації є приховане порівняння, що виявляє спільну ознаку порівнюваних предметів, явищ тощо [1, с. 190].

Функціонування різних видів метафори сприяє експресивності тексту, слугує реалізації естетичної, оцінної, образотвірної функцій і має прагматичний потенціал, завдяки якому здійснюється вплив на адресата. У

процесі метафоризації відбувається заміна предметно-логічного значення слів контекстуальним, тому надзвичайно важливо аналізувати всі випадки вживання метафор саме в контексті, а не ізольовано [6, с. 134].

Прикладом використання метафори у тексті публіцистичного стилю слугує таке речення:

Breathe new life into your wardrobe and get rid of tough stains with our top tips. («The Sun». – October 4, 2020) – *Вдихніть нове життя у свій гардероб та позбудьтесь стійких плям за допомогою наших найкращих порад.*

Експресивна функція в цьому випадку виражається шляхом вживання фізіологічної метафори. Переклад відбувається дослівний, як в англійському, так і в українському варіанті вжито слова у переносному значенні. Метафора підсилює експресивність речення та здійснює прагматичний вплив.

Різновидами метафори, що також широко представлені в публіцистичних текстах, є гіпербола та літота. Гіпербола – це стилістичний троп, який свідомо перебільшує розмір, силу, значення, якість якогось предмета або явища, з метою його стилістичного увиразнення [3, с. 37].

Прикладом функціонування зазначеного засобу експресивності є таке речення:

The conversations go on a little too long, and you get the feeling that these people – who have spent a few minutes of their day observing a tree, in an effort to relax enough not to kill their whiny children – are being polite. («The New Yorker». – October 5, 2015) – *Розмови тривають занадто довго, і у вас з'являється відчуття, що ці люди – які провели кілька хвилин свого дня, розглядаючи дерево, у спробі хоч трошки розслабитися, щоб не повбивати своїх плаксивих дітей – наразі поводяться ввічливо.*

У цьому випадку здійснено дослівний переклад, експресивність та первинний зміст оригіналу зберігаються. Гіпербола підсилює виразність і підкреслює рівень емоційності висловленого. Отже, у перекладі відтворюється прагматичний потенціал оригіналу і реалізується авторська інтенція.

Засобом експресивності, протилежним гіперболі, є літота. Літота – це стилістичне применшення певної ознаки предмета, яке полягає у використанні форми заперечення [3, с. 86].

Реалізацію експресивної функції за допомогою літоти можна прослідкувати у такому прикладі:

The so-called «indestructible» McDonalds meal has no sign of mould or decay, despite having been first served up a decade ago. («The Sun». – September 1, 2020) – Так звана «довговічна» їжа з Макдональдса не має ознак цвілі або гнилі (свіжа), незважаючи на те, що її вперше подали десять років тому.

У наведеному реченні присутні два випадки використання літоти. Англійський прикметник «*indestructible*», що має негативне значення, українською мовою перекладений як «довговічний», завдяки чому здобуває позитивне значення. Фраза «*no sign of mould or decay*» перекладається дослівно, але в дужках додається пояснення, що також сприяє створенню більш позитивного значення. Отже, літота може виражатися запереченням протилежного, що навмисно пом'якшує вираз і здійснює сильний вплив на емоційний стан реципієнта.

Ефективним прийомом, за допомогою якого реалізується експресивна функція в публіцистичному стилі, є іронія. Іронію кваліфікують як троп, який використовується з метою прихованого глузування або легкого, добродушного жарту. Це мовна одиниця з позитивно-стверджувальним (у широкому розумінні) значенням, конотацією або модальністю, що вживається з прямо протилежними характеристиками [2, с. 192].

Іронія є надзвичайно дієвим інструментом, який дає змогу виразити точку зору на певні події, що відбуваються у світі, не висловлюючись при цьому категорично і прямолінійно, а також впливати на свідомість аудиторії й навіть маніпулювати нею. Ключовими ознаками іронії є наявність прагматичної мети і прагнення здійснити емоційну дію на свідомість адресата [5, с. 31].

Цікавим для розгляду є приклад іронії, вираженої за допомогою каламбуру:

King's exile from the kingdom of me. (The New Yorker. – April 2, 2013) – Вигнання короля з королівства Мене.

У результаті перекладу українською мовою зберігається іронічний ефект, що дозволяє завуалювати думку, при цьому переконуючи реципієнта побачити не очевидний смисл, а прихований. Зазначимо, що у перекладі слово «Мене» написано з великої літери, що перетворює його на власну назву. Суттєвим є той факт, що у перекладі відтворюється прихована насмішка й експресивний потенціал оригіналу, зовні не конфліктуючи з існуючими нормами.

Таким чином, аналіз досліджуваного матеріалу показав, що засоби експресивності є властивими для багатьох публіцистичних текстів, включаючи газетні статті. Експресивні засоби підкреслюють виразність тексту та підсилюють прагматичний вплив на адресата. Зауважимо, що у статті розглянуто лише деякі засоби експресивності, що функціонують на лексичному рівні публіцистичного тексту. Проте публіцистичний стиль характеризується наявністю інших виразних засобів і стилістичних прийомів, тому перспективу подальшого дослідження вбачаємо у вивченні шляхів досягнення експресивності на синтаксичному рівні публіцистичного тексту.

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры : сб. ст. – М. : Прогресс, 1990. – С. 5–32.
2. Бойко Н. І. Лексико-фразеологічна об'єктивація іронічних семантичних планів в ідіолекті Михайла Стельмаха / Н. І. Бойко // Література та культура Полісся. Серія : Філологічні науки. – 2018. – Вип. 91. – С. 192–202.
3. Єрмоленко С. Я. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бирик, О. Г. Тодор; за ред. С. Я. Єрмоленко. – К. : Либідь, 2001. – 222 с.

4. Кожина М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина. – М. : Просвещение, 1993. – 193 с.

5. Палей Т. А. Іронія як засіб політичної маніпуляції: лінгвістичний аспект (на матеріалі англomовного політичного дискурсу) / Т. А. Палей // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. – Київ : Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2018. – Т. 29(68), № 1. – С. 30–35.

6. 6. Сухова А. В. Метафора як основа естетичної цінності художнього тексту (на матеріалі англomовної новели) / А. В. Сухова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. – Вип. 87. – С. 129–135.

Гапонюк Р.Д.

Неадекватні терміни-неологізми в перекладах фізико-математичної та інженерної галузі на англійську мову з української

Науковий керівник: Козлов Є.Д., кандидат філологічних наук, доцент.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

У нашій статті було досліджено та проаналізовано недоліки в перекладах наукових праць з української на англійську мову. Запропоновано заходи для уникнення запровадження термінів-неологізмів, які спотворюють суть або створюють незручності у сприйнятті.

Examples of drawbacks in translations of scientific papers from Ukrainian are analyzed. Measures for avoiding inadequate sci-tech terms are suggested.

Гостра нестача українськомовної науково-технічної і довідникової (фізико-математичної і інженерної) літератури спричинила за роки незалежності України прискорене видання українською мовою відповідних навчально-методичних посібників, словників, довідників тощо. Дуже часто в

цій новій літературі трапляються суттєво невдалі з погляду їх функційного призначення і використання українські перекладацькі еквіваленти. Наявність таких неадекватних еквівалентів в базовій авторитетній літературі робить їх термінами-неологізмами, які претендують стати кодифікованими.

Об'єктом нашого дослідження є українсько-англійські переклади технічних текстів, виконані в Україні за останні 10 років, а **предметом** розгляду є – технічні терміни; також досліджено засоби для виконання перекладів фізико-математичних і інженерних текстів. **Мета** статті – запропонувати проект системи з 6 складників, яка дає змогу порівнювати адекватність термінів-синонімів і оцінювати адекватність і зручність термінів-неологізмів, які вже функціонують в науково-технічній літературі.

Очевидність неадекватності можна легко проілюструвати двома прикладами, що вже міцно укоренилися в літературі: 1 термін з фізики *електричний ланцюг* [1; 4] замість *електричне коло*, 2 термін з теоретичної механіки *кінетична енергія* замість *кількість руху* або *імпульс*.

Розглянемо детальніше ще 10 еквівалентів англійських термінів, які виявлені в технічних текстах (математика, фізика та інженерні науки), причини їх виникнення, а також запропонуємо заходи для вирішення цієї проблеми.

Приклади неадекватних перекладацьких еквівалентів термінів:

1. Переклад: *Remainder* (мат.). Оригінал: *різниця* [6]. Правильний переклад: *diference*.

Джерело: методичний посібник з англійської мови для національних університетів (для математичних спеціальностей!). Зазвичай такі помилки непоодинокі в новітніх навчально-методичних посібниках, автори яких не є фахівцями з точних наук.

2. Переклад: *Primitive* (мат.). Оригінал: *неозначений інтеграл* [2]. Правильний переклад: *indefinite integral* або *antiderivative*.

Джерело: українськомовна довідкова література видана в США і Канаді. Пояснення: *Primitive* як математичний термін – іменник з англійської на

українську мову необхідно перекладати, як первісна функція. Неозначений інтеграл – це сукупність первісних функцій; одному елементу багатоеlementної множини не можна надавати лексичного значення цієї множини, як органічного цілого. Загальна причина: розбіжність між американською і українською класифікацією.

3. Переклад: *Constant* (мат.). Оригінал: *вільний член* [2]. Правильний переклад: *absolute term of an equation*.

Джерело: українськомовна довідкова література видана в США і Канаді. Пояснення: є дуже важливі випадки, коли вільні члени диференціального рівняння є не константами, а змінними математики.

4. Переклад: *електричний ланцюг*. Оригінал: *Electric circuit* [1; 4] (фіз.). Правильний переклад: *електричне коло*.

Джерело: найбільші англо-українські словники і навчальні посібники з науково-технічного перекладу. Схоже, що запроваджені в літературу таких термінів невдало скористались російським терміном *электрическая цепь*.

5. Переклад: *пружність*. Оригінал: *Viscosity* (фіз.) [3].

Джерело: методична література кафедри іноземних мов для природничих факультетів ЛНУ ім. І. Франка. Пояснення: Правильно не пружність, а в'язкість. Прикметник пружний є антонімом до пластичний.

Пружність – це властивість самопозбування деформацій; в'язкість рідини немає відношення до пружності.

6. Переклад: *Optics* (фіз., інж.). Оригінал: *оптичні прилади*.

Джерело: англomовні переклади дослідників НУ «Львівська політехніка», подані до друку в Польщу. Пояснення: правильний еквівалент *optical devices*. Закінчення «cs» є характерним для назв наук чи їх галузей.

7. Переклад: *Sensitive element* (інж.). Оригінал: *чутливий елемент* (датчика).

Джерело: англomовні переклади НУ «Львівська політехніка», подані до друку в Польщу. Пояснення: правильно *sensing element*. Тут важливо вказувати на функціональне призначення елемента, а не на його властивість.

8. Переклад: *Fuse* (інж.). Оригінал: *запобіжник*.

Джерело: проект українсько-англійського словника з електроніки НУ «Львівська політехніка». Пояснення: англійське дієслово *to fuse* означає розплавлювати і т.п. є запобіжники, наприклад, у вогнепальній зброї, які спрацьовують ніяк не завдяки розплавленню якоїсь речовини, як запобіжники радіоприймачів.

9. Переклад: *Alphanumeric* (інж.). Оригінал: *абетко-цифровий*.

Джерело: проект українсько-англійського словника з електроніки НУ «Львівська політехніка». Пояснення: прикметник *digital* не слід ототожнювати з *numeric*. Суттєва розбіжність в семантиці. Загальна причина: недостатнє знання загальної лексики.

Заходи, запропоновані для кодифікації термінів-неологізмів:

1. *Звертатись до семантичних матриць (на зразок Di-pietro) термінів-синонімів.*

Визначити суттєві семантичні елементи цих термінів і записати їх в порядку спадання важливості; наявність і відсутність цих семантичних елементів відмітити знаками «+», «-» (іноді «0» або числові коефіцієнти, якщо важливість інтуїтивно або числові коефіцієнти, якщо важливість інтуїтивно оцінюється кратно) в табличках, знаками яких подані нижче.

Приклад 1. Оцінити адекватність термінів-синонімів з фізики: електричний ланцюг і електричне коло. Перший синонім терміна переважає за плюсами, отже кодифікувати слід лише його.

Терміни-синоніми	Замкнутість	Наявність (більше двох) Послідовно з'єднаних ланок
електричне коло	2 +	0 чи -
електричний ланцюг	2 -	+

Приклад 2. Порівняти досконалість і оцінити адекватність термінів-синонімів, що є англійськими еквівалентами терміна з гідравліки напірний

потік, *head flow* і *enforced flow*.

Терміни- синоніми	Наявність п'єзостатичного напору	Наявність напору взагалі	Рухомим матеріалом гідравлічна рідина	є
head flow	0	+	+	
enforced flow	3 +	+	+	

Коли в інженерних задачах поставлено питання, розірве трубу, чи ні, то лише другий варіант синоніма є придатним.

Приклад 3. Порівняти адекватність двох англійських еквівалентів терміна з інженерної дисципліни «Деталі машини» вал: *tree* і *shaft*.

	Відсутніс ть розгалужень	Фор ма стрижня	Матері ал не дерево	Функціональ не призначення передавати крутний момент
Tre	2 –	+	–	+
e sha ft	+	+	+	+

Хоча, навіть, без семантичного аналізу перевага терміну *shaft* є очевидною, термін *tree* невдало застосовується в найпоширеніших словниках і підручниках з науково-технічного перекладу.

Рекомендується для кодифікації вибирати з синонімів той термін, котрий переважає за плюсами; Коефіцієнт перед знаками слід ставити лише тоді, коли інтуїція впевнено підказує перевагу якогось самостійного елемента над будь-яким іншим не менш ніж у певну кількість разів. Високоточних підрахунків тут не може бути, але, зазвичай і не виникає такої потреби.

2) Врахування відмінностей в закордонних і вітчизняних класифікаціях:

Таким чином, класифікації відбуваються за певними означеннями і правилами. Такі означення в англійській фізико-математичній, інженерній та іншій літературі нерідко можуть мати розбіжності, які в точних науках необхідно враховувати.

Приклад 1. На пострадянському просторі поняття матерії охоплює речовину і поле. А в автентичній англомовній літературі це поняття є близьким синонімом слова речовина, цебто охоплює лише речовину. Англійськими словами-еквівалентами є: *substance* або *matter*.

Приклад 2. В українських і радянських підручниках розв'язки диференціальних рівнянь поділяють на три класи: загальні, часткові, особливі. А в англомовних автентичних підручниках часто використовують поділ лише на два класи: загальні (*general*) і часткові (*partial*). Щоб перекласти термін особливі (*singular, special* чи інші.), доцільно скласти семантичні матриці англійських слівеквівалентів слова особливий і вибрати більш адекватний еквівалент.

У жодному з вітчизняних посібників з науково-технічного перекладу не зауважено, що:

а) є радикальна відмінність між американською і слов'янською системами у технічному перекладі;

б) означення з фізики у вітчизняних підручниках є, зазвичай, досконалішими ніж у американських. Наприклад, означення сили *press or pull* – кількісна міра механічної взаємодії тіл.

Тут лише від українського означення стає ясно, що йдеться про фізичну величину, а не про явище; саме не враховуючи цього а англо-українських словниках появились наступні неадекватні еквіваленти терміна з фізики *momentum*: поштовх; інерція рухомого тіла

3) Врахування полісемії:

Приклад: при перекладах часто переплутуються українські слова керування і контроль та англійські слова *management* і *control*

4) Звертатись до всіх можливих антонімів:

Приклад 1. Для терміну з електротехніки постійний струм можливі наступні два принципово різні антоніми:

а) стандартний синусоїдний струм;

б) струм постійної сили (амперажу). Відповідно, принципово різними є два англійські еквіваленти: *direct current i constant current*

Приклад 2. Для терміну тверде тіло слід враховувати можливі антоніми: м'яке, нерідке, негазоподібне, неплазмове.

5) Приймати до уваги, що навіть в авторитетних базових словниках нерідко трапляються застарілість (архаїчність) і інші огріхи щодо термінів з точних наук:

Приклад 1. Еквівалент до інженерного терміна *bar tree* (у сучасних машинах дерев'яних валів немає).

Приклад 2. В словнику Лонгмана є таке означення терміна з фізики *momentum: the product of weight and velocity*. З точки зору фахівців-фізиків це означення є дилетантським

б) Для математичних термінів за змоги враховувати специфічні випадки, коли запропонований термін-неологізм може радикально спотворити зміст якихось математичних доведень, міркувань, означень, класифікацій:

Приклад: термін вільний член в українсько-англійському словнику [2] неправильно передається еквівалентом *constant*. У випадку диференціальних рівнянь зі змінними коефіцієнтами, це неминуче спричинює радикальне спотворення вже в самій основі; і в інших випадках є можливими дезінформації від такого еквівалента.

7) Для фізичних термінів враховувати вузьку спеціалізацію і можливість випадків, коли під час розв'язання задачі виникає питання: враховувати чи не враховувати певні фізичні величини:

Приклад 1. (з [4]) Переклад наступного речення містить дві лексичні неадекватності. *Since the release of the potential energy of the atomic nucleus we*

have entered the atomic age.

З відділенням потенціальної енергії атомного ядра ми вступили в атомний вік. «Відділення» і «вивільнення» - це суттєво рідні за своєю семантикою слова.

Прикметник – термін «потенціальна» тут є невидимим, бо можливі випадки, коли ми розглядаємо енергію йона в електричному полі; може виникнути питання: враховувати внутрішню енергію ядра чи ні. Тому тут слід використати термін «внутрішня».

Приклад 2. (з [4]) Також дві лексичні неадекватності містить наступний переклад. *Kinetic energy is the energy of motion, but potential energy is that of rest.*

Кінематична енергія – це енергія руху, а потенціальна енергія – це енергія спокою. Прикметник «кінематичний» стосується такого розділу механіки як КІНЕМАТИКА, а енергія, про яку йдеться, стосується розділу механіки ДИНАМІКА; тому адекватним прикметником – терміном тут є «кінетична». «Енергія спокою» – це термін невидимий, бо у випадку, коли фізичне тіло не змінює своєї відстані від Землі, його потенціальна енергія (з точки зору роботи сили тяжіння) не залежить від того, в стані спокою тіло чи ні.

Приклад 3. (з наукової роботи НУ «Львівська політехніка» за 2003 р.).
Об’ємна обробка деталей.

Насправді тут мається на увазі обробка деталей по всій їхній поверхні, тому доцільно використовувати термін ВСЕПОВЕРХНЕВА обробка. Слід врахувати таку аналогію: гідростатична сила тиску часто в задачах є все поверхневою, а саме тяжіння є завжди об’ємною силою. А найголовнішим тут є те, що в середині деталей, далеко від поверхонь обробка не діє.

Важливо зауважити, що перекладачів з гуманітарною освітою важко переконати, що фізико-математичні й інженерні терміни навіть у найавторитетнішій і автентичній літературі можуть бути грубо неадекватними і навіть дезінформуючими. Також слід зауважити, що широке застосування комп’ютерних перекладів без належного редагування сприяє приживанню

неадекватних «калькоподібних» термінів в англомовних науково-технічних текстах написання тими, для кого англійська мова є іноземною, і читання також фахівцями, для котрих англійська мова є також іноземною.

*Приклад 4. Термін *Straight angle* як еквівалент українського терміну прямий кут.*

Висновки. У нашій статті ми дослідили, що без неабиякої ретельності і проникливості, а також без безпрецедентних досліджень проблема удосконалення фізико-математичних і інженерних термінів не може бути успішно вирішеною. Колегіальна перекладацька співпраця перекладача-філолога з математиком (фізиком, інженером) не дає належного результату; потрібен перекладач, котрий в одній особі є лінгвістом і математиком (фізиком, інженером).

Література:

1. Англо-український математичний словник. / Уклад.: Р. О. Воронка та ін. Ред. І. А. Черненко – К.: НВП «Дидактик», 1993. – 224 с.
2. Коваленко А.Я. Науково-технічний переклад. Навчальний посібник для шкіл з поглибленим вивченням англійської мови, профільних класів та загальноосвітніх закладів технічного спрямування. – 2-е випр. вид. – Тернопіль: Вид-во Карп'юка, 2004. – 284 с.
3. Вислободська І. М., Гасько О. Л., Ільницька Л. В., Пасічник Г. П., Магдач З. т. Практичні завдання з розвитку навичок усного мовлення з англійської мови для студентів ІМЕН. – Львів, 2005.
4. Pivnyak G., Vinoslavskiy V., Rybalko A., Nesen L. Transients in electric power supply systems. – Dnipropetrovsk National Mining University, 2005. – 246 p.
5. Longman Advanced American Dictionary. – Essex, 2001. – 1746 p.

Гладілка А.В

Особливості перекладу ідіом та фразеологізмів з німецької мови українською.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Всім відомо, що мовлення будь-якої мови складається з висловлювань або фраз, які характеризуються відносною самостійністю та єдністю структури, лексичного наповнення і певною інтонацією. І в українській, і в німецькій мовах є багато коротких, влучних, дотепних і образних виразів. Такі вирази називаються фразеологізмами, а розділ мовознавства, що їх вивчає – фразеологією.

Мовознавці споконвіку досліджували різні аспекти фразеології, але до сьогодні немає єдиної думки з питання про обсяг фразеології, немає єдиної класифікації фразеологізмів як в українській, так і в німецькій мовах, однак переклад фразеологічних одиниць в художніх текстах і зараз не втрачає своєї значимості.

Об'єктивно **актуальність** теми дослідження перекладу фразеологічних одиниць полягає в тому, що німецька фразеологія є недостатньо вивченою, і потребує подальшого дослідження задля усунення можливих проблем перекладу, а суб'єктивно ж дослідження даної теми сприятиме поліпшенню компетентності фахівця(перекладача), що спеціалізується на лексичному рівні перекладу.

Метою курсової роботи є вивчення фразеологізмів та ідіом сучасної німецької мови, обґрунтування специфіки їх класифікації та дослідження особливостей та методів їх перекладу. Задля досягнення цієї мети ми ставимо перед собою наступні **завдання**:

- дослідити різні методи перекладу фразеологізмів;
- виділити основні труднощі перекладу ідіом та фразеологізмів;
- провести порівняльний аналіз способів перекладу.

Безпосереднім **предметом дослідження** є – шляхи та прийоми, які застосовує перекладач задля передачі фразеологічних конструкцій. **Об'єктом дослідження** є

німецька та українська фразеологічні системи а також фразеологізми, використані в контексті.

У ході нашого дослідження ми керувалися наступними **методами**:

1. Порівняльний – зіставлення фразеологічних систем німецької та української мов, порівняння мовних засобів, якими при перекладі передаються фразеологічні одиниці різними авторами.

2. Аналітичний – вивчення та аналізування можливих перекладацьких прийомів, які можуть застосовуватися у тому чи іншому випадку.

3. Статистичний – для виявлення найбільш частотних способів перекладу.

Наукова новизна проведених досліджень полягає в тому, що:

1. Було окреслено основні труднощі перекладу фразеологічних одиниць і чим вони зумовлені.

2. Запропоновано шляхи вирішення проблем перекладу.

3. Охарактеризовано практичне застосування підходів перекладу у художній літературі.

М.М.Шанський та В.В.Виноградов пропонують дуже схожі **класифікації фразеологізмів** з точки зору їх семантичної неподільності, що складається з чотирьох груп [3]. Їхня класифікація є сьогодні загальноприйнятою. За цією класифікацією фразеологізми поділяються на:

1. Фразеологічні зрощення – фразеологізми з повністю переосмисленим змістом і невмотивованим значенням. Семантично неподільний фразеологічний зворот, в якому його цілісне значення зовсім не пов'язане зі значеннями його компонентів. У фразеологічних зрощеннях компоненти не мають самостійних значень, тому загальне тлумачення фразеологізму не впливає зі значень окремих компонентів.

- Durch dick und dünn gehen – крізь вогонь і воду;

- Da liegt der Hase im Pfeffer – ось де собака зарита.

2. Фразеологічні єдності – фразеологізми з умотивованим значенням. Це семантично неподільний і цілісний фразеологічний зворот, значення якого на відміну від попередніх є вмотивоване значеннями складових компонентів.

Загальне значення фразеологічного єдності впливає в результаті поєднання значень компонентів в єдине переносне значення:

- Den Stier bei den Hörnern packen – брати бика за роги;
- Wie Gott in Frankreich leben – як сир у маслі кататися.

3. Фразеологічні сполучення – це фразеологічний зворот, в якому є слова як з вільним значенням, так і з фразеологічно-вмотивованим.

- Das gelbe Fieber – тропічна хвороба.
- Die silberne Hochzeit – срібне весілля(річниця 25 років).

4. Фразеологічні вирази – це стійкі фразеологічні звороти, які не тільки є семантично подільними, але і складаються цілком із слів з самостійним значенням. Фразеологічні вирази відтворюються як готові одиниці з постійним значенням і складом:

- Wie die Saat, so die Ernte – що посієш, те й пожнеш;
- Mit Ach und Krach – з гріхом навпіл.

Існують такі загальноприйняті **способи перекладу** фразеологічних одиниць:

1. Фразеологічний переклад.

Застосовується при перекладі фразеологізму рівноцінним ідіоматичним еквівалентом. Зазвичай еквівалент має той самий зміст, стилістичну спрямованість та емоційну експресивність.

2. Нефразеологічний переклад.

Виходячи з назви, можна зрозуміти, що за допомогою даного прийому можна передати сенс фразеологізму нефразеологічними засобами мови перекладу. До нього вдаюся зазвичай лише в том випадку, якщо неможливо використати жоден з загальновідомих фразеологічних еквівалентів. Такий переклад складно вважати повноцінним, враховуючи навіть можливості компенсації контексту, так як завжди має місце певна втрата експресивності, образності, конотації чи деяких відтінків значень. Відповідно перекладачі вдаються до такого прийому тільки в разі крайньої необхідності. Нефразеологічний переклад має такі підвиди:

- Лексичний переклад.

Цей спосіб перекладу застосовується лише у випадку, якщо фразеологічна одиниця мови оригіналу в цільовій мові має перекладатися одним словом(поняттям). Такий переклад є найбільш доречним в словникових статтях, де «однослівний переклад» чітко та лаконічно пояснює значення фразеологічної одиниці мови оригіналу.

- Калькування.

Обирають тоді, коли інші способи не здатні передати експресивно-емоційне, семантичне або стилістичне значення фразеологічної одиниці. У цьому випадку ціль перекладача донести до читача повний зміст вихідного фразеологізму задля збереження колориту чи образності.

- Описовий переклад.

Цей прийом взагалі має на увазі не переклад, а саме тлумачення фразеологічної одиниці, яка не має еквіваленту в мові перекладу. Описовий переклад націлений на передачу змісту за допомогою нефразеологічних засобів мови перекладу.

Таблиця аналізу способів перекладу

Ідіома	Контекст	Аналіз перекладу
j-m. eins auswischen – залишити в дурнях, підколоти, посадити в калюжу.	«Das ist ja albern», erklärte ich, vergnügt, dem Dicken eins auswischen zu können. [2] Ну, це повна дурня, – я використав можливість щоб підколоти товстяка.	Ідіома перекладається лексичним способом, тобто за допомогою дієслова, вживаного в переносному значенні.
jem. ist etw. ganz egal – все одно, байдуже	«Es wäre mir auch ganz egal», sagte ich. [2] Мені було байдуже, – сказав я.	У даному випадку можна застосувати описовий переклад, який цілком органічно передає зміст ідіоми в контексті.

<p>Hals über Kopf – стрімголов. jem. einfallen – спадати на думку</p>	<p>Im Frühjahr 1924 bin ich einmal Hals über Kopf aus Rio de Janeiro abgereist, nur weil mir einfiel, daß hier der Flieder blühen müsse. [2] Навесні 1924 року я стрімголов поспішив сюди з Ріо-де-Жанейро бо мені спало на думку, що тут розцвітає бузок.</p>	<p>Обидва фразеологізми, що зустрічаються в наведеному прикладі перекладаються фразеологічним способом завдяки наявності в українській мові ідіоматичних відповідників, які доречно впишуться в контекст.</p>
---	--	---

У перспективі роботи з цим дослідженням доцільно вважати, що необхідно приділити увагу особливостям перекладу авторських ідіом, культурологічних ідіом та локальних ідіом.

Художній переклад – це комплексний процес роботи перекладача, над текстом, зміст якого потрібно адекватно викласти при перекладанні цільовою мовою. Робота перекладача вимагає не лише неабияку детальну підготовку, вміння швидко опрацювати текст, чи загальну ерудованість, а ще й знання фразеологічних систем вихідної та цільової мов і всіх проблем, які можуть зустрічатися під час перекладу тих чи інших текстів.

Література:

1. Баран Я., Зимомря М. Теоретичні основи фразеології: Навчальний посібник/ Баран Я., Зимомря М. Івано-Франківськ: НБ ПНУС, 1999.
2. Erich Maria Remarque, Drei Kameraden. Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch, 1964.
3. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка.–М: Высшая школа, 1985 – 115с.
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskaya-sistema-v-strukture-yazykovoy-lichnosti-na-primere-poeticheskoy-frazeomatiki-f-i-tyutcheva/viewer>

5. http://linguisticus.com/ru/TranslationTheory/OpenFolder/FRAZEOLOGICHESKIE_EDINICY

Гладілка А.В

Граматичні труднощі перекладу науково-технічних текстів

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Переклад наукових праць здійснюється у будь-якій сфері наукової діяльності. Процес перекладання науково-технічної літератури (НТЛ) як і звичайний переклад вимагає від перекладача адекватного тлумачення змісту оригіналу, із використанням засобів іншої мови, однак через розбіжності у мовах та особливості наукового стилю, при перекладі можна зіткнутися з певними лексичними, граматичними чи стилістичними проблемами.

Граматичні труднощі англо-українського перекладу і навпаки нерідко пов'язані саме з розбіжностями у граматичних структурах цих мов, тобто немає можливості застосувати дослівний переклад: розбіжності граматичних категорій частин мови, синтаксичних конструкцій та відсутності граматичних одиниць-відповідників при перекладі в науковому стилі.

Метою нашого дослідження є обґрунтування специфіки передачі граматичних явищ у НТЛ українською мовою. Задля досягнення цієї мети ми ставимо перед собою наступні **завдання**:

1. Визначити основні граматичні труднощі перекладу англomовної НТЛ українською мовою.
2. Розглянути синтаксичні та морфологічні особливості мовних одиниць обох мов при перекладі НТЛ
3. Визначити способів усунення граматичних труднощів при перекладі НТЛ.

Безпосереднім **об'єктом** нашого дослідження є граматична структура обох мов, а **предметом** дослідження-шляхи та прийоми, які застосовує перекладач для передачі складних граматичних явищ.

У ході нашого дослідження ми керувалися наступними **методами**:

4. Порівняльний – зіставлення граматичних структур англійської та української мов, порівняння мовних засобів, якими ці структури передаються при перекладі.
5. Аналіз – вивчення й аналізування можливих перекладацьких прийомів, які можуть застосовуватися у тому чи іншому випадку.
6. Системний – виявлення функцій та залежностей граматичних одиниць граматичної системи однієї мови від засобів іншої мови, якими ці одиниці передаються.

Наукова актуальність проведених досліджень полягає в тому, що:

4. Було окреслено основні граматичні труднощі перекладу НТЛ і чим вони зумовлені.
5. Запропоновано шляхи вирішення вище перерахованих проблем
6. Охарактеризовано практичне застосування підходів у певній технічній галузі науки.

В цілому, Латишев Л.К. називає 3 основні причини перекладацьких трансформацій [5]:

- в одній з мов відсутня граматична категорія, властива іншій мові;
- вираження однієї тої самої категорії по-різному;
- категорії не повністю збігаються за обсягом значення.

Серед труднощів, з якими стикається перекладач, працюючи з текстами технічних галузей **можна виділити**:

1. Переклад пасивних конструкцій.
2. Переклад умовного способу.
3. Переклад інфінітиву.
4. Переклад дієприкметника ті дієприкметникових зворотів.

Задля вирішення вищеперерахованих проблем перекладач у змозі застосовувати такі **граматичні трансформації**:

1. Граматичні заміни – зміни граматичних категорій одиниці мови у перекладі.
2. Додавання – додавання у мові перекладу деяких мовленнєвих одиниць.
3. Вилучення – зменшення кількості мовних одиниць під час перекладу.
4. Перестановка(пермутація) – зміна розташування мовних одиниць в тексті цільової мови на відміну від тексту оригіналу.

Застосування на практиці знань про перекладацькі трансформації в науково-технічній галузі перекладу можна спостерігати у поданих прикладах:

<p>Current is a flow of electricity through a circuit. Let us consider two types of current: direct and alternating. A direct current (d.c.) flows through a conducting circuit one direction only. An alternating current (a.c.) is a current that changes its direction of flow through a circuit.</p>	<p>Електрострум – циклічний електричний потік. Відрізняють 2 види потоку: постійний та перемінний. Постійний струм проходить через ланцюг дротів в одному напрямі. Перемінний струм це потік енергії, що змінює напрямок у ланцюзі.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • перестановка частин першого речення, зумовлена замінами частин мови electricity(іменник) – електричний (прикметник), through a circuit (прийменниково-іменникова конструкція) – циклічний(прикметник) • переклад наказового способу let us шляхом застосування неозначено-особової форми дієслова «відрізняють». • додавання з метою уточнення семантики
--	---	--

		слова current(потік енергії).
A capacitor is one of the main elements of a circuit. It is used to store electric energy. A capacitor stores electric energy provided that a voltage source is applied to it.	Конденсатор це один з головних компонентів електричного ланцюга. Він виконує функцію накопичувача електричного заряду. Конденсатор накопичує електроенергію, яку постачає джерело напруги.	<ul style="list-style-type: none"> • заміна пасивного стану is used на словосполучення «виконує функцію» із додаванням слова «функцію». • вилучення provided, як слова з надлишковим контекстним навантаженням. • перестановка voltage source-джерело напруги
The airfoil section shape and placement on the fuselage are directly linked to the airplane performance. Bank – the angle between the wings and the horizon, as viewed from the rear of the airplane. An airplane with its wings level has zero degrees of bank.	Аеродинамічна поверхня крила та її розташування на корпусі літака залежить від його цільового призначення. Віраж – це кут між крилами літака і горизонтом, що спостерігається під час збільшення висоти. Між літаком і рівнем його крил кут становить 0°	<ul style="list-style-type: none"> • додавання «корпус літака» для пояснення значення слова fuselage • переклад складеного номінативного присудка is linked простим присудком «залежить» • додавання «його цільового призначення» до airplane performance для адаптації до контексту перекладу

		<ul style="list-style-type: none"> •додавання «літака» у передостанньому реченні і заміна дієприкметника viewed на підрядне речення – що спостерігається.
--	--	--

У **перспективі** роботи з цим дослідженням доцільно вважати, що необхідно приділити увагу також таким граматичним труднощам перекладу як: переклад підрядних речень, переклад герундія, переклад складних модального та іменного присудків, переклад різних часових форм дієслова.

Переклад – це комплексний процес роботи перекладача, над текстом, зміст якого потрібно адекватно викласти при перекладанні цільовою мовою. Робота перекладача з НТЛ вимагає не лише неабияку детальну підготовку, вивчення деталей галузі чи загальну ерудованість, а ще й знання граматичних та лексичних розбіжностей вихідної та цільової мов і всіх проблем, які можуть зустрічатися під час перекладу тих чи інших текстів.

Отже, на нашу думку, дослідження граматичних проблем перекладу НТТ є дуже актуальним і, безперечно, потребує подальшого вивчення, бо стрімкий розвиток науки зумовлює появу нових галузей, відповідно з'являються нові проблеми перекладу, які потребують негайного вирішення.

Література:

1. Ботвина Н. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : Навчальний посібник / Н. Ботвина. – К. : АртЕк, 1999. – 263 с.
2. Возна М.О., Гапонів А., Хоменко Н.М., Антонюк Н.С., Пермінова А.В. Англійська мова для перекладачів та філологів. Для четвертого курсу : навч. пос. Київ : Нова Книга, 2008. – 248с.

3. Заражевская Т.А., Беляева Л.К. Трудности перевода с английского языка на русский. – Москва : Международные отношения, 1972. – 123с.
4. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця : НОВА КНИГА, 2004.
5. Макарыч М.В. Технические тексты для чтения и обсуждения : учеб. пос. Минск : Белорусский национальный технический университет, 2014.
6. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування : Навчальний посібник / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – 352 с.

Данилова А.С.

Способи перекладу абревіатур і скорочень в області комп'ютерних технологій

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Розвиток науки вимагає створення специфічних найменувань для предметів та явищ у кожній науковій сфері. В свою чергу термінологія є наукою, основним предметом дослідження якої є терміни. Термінологія – це сукупність термінів, вона складає невід'ємну частину словникового запасу будь-якої мови. Оскільки основне призначення термінів – назвати та максимально коректно визначити кожне конкретне явище чи предмет у тій чи іншій галузі науки, дефініція терміну мусить бути однозначна, щоб запобігти виникнення помилки та неточності. Не дивлячись на те, що існування та розвиток української мови нараховує багато віків, а розвиток української термінології як лінгвістичної сфери був започаткований ще у позаминулому столітті, сучасний стан української термінології поки що не можна назвати досконалим.

На даний момент неможливо уявити життя сучасної людини без використання передових розробок з області комп'ютерних технологій і

програмного забезпечення. Дана сфера розвивається з величезною швидкістю, поповнюючи лексику української мови новими технічними термінами і лексичними одиницями.

Кінець ХХ ст. – початок ХХІ ст. характеризується прискоренням науково-технічного прогресу, поширенням інформаційного обміну та появою великої кількості нових термінів в різних галузях знань. Завдяки науково-технічному прогресу здійснюється великий вплив як на життя людства, так і власне на мову, оскільки у саме у мові відображаються усі поняття, пов'язані із будь-якими процесами або явищами.

Актуальність роботи обумовлена активним та стрімким розвитком науки, необхідністю покращення якості перекладу комп'ютерної документації, а також підвищенням зацікавленості до вивчення різноманітної німецької лексики.

Адекватність перекладу німецькомовних термінологічних одиниць у галузі технологій за допомогою перекладацьких способів та трансформацій є суттєвою вимогою для компетенції перекладача, що й може бути розглянуто, як **предмет аналізу**.

Об'єктом дослідження є німецькі терміни в області комп'ютерних технологій. **Мета** даної роботи полягає у виявленні особливостей та способів перекладу німецькомовних термінів абревіатур і скорочень українською мовою.

З огляду на те, що роботу присвячено комп'ютерній термінології розглянемо поняття «термін». Слово «термін» прийшло до нас з латинської мови «terminus», що означало «кінець» або «межу», а згодом набуло смислу «визначення». В старофранцузькій мові «terme» мало значення «слово», така назва в Україні використовується ще з 18 сторіччя.

Однією з ключових проблем, які постійно дискутуються в лінгвістичній літературі, є проблема визначення терміна [1]. Більшість мовознавців вважають, що загального визначення поняття «термін» не існує, не зважаючи на значну кількість досліджень, оскільки він має лише низку особливостей і

характеристик [2]. Зокрема, В. Даниленко дотримується точки зору, що термін – це слово або словосполучення спеціальної сфери вживання, яке є найменуванням спеціального поняття і яке вимагає дефініції [3]. На думку О. Ахманової, термін – це лексична одиниця спеціальної мови, що відповідає певному поняттю, виконуючи певну функцію [4, с.3]. Лінгвіст А. Суперанська розглядає термін як поняття у професійній діяльності, звертаючи свою увагу на концепції його визначення. Вона вважає, що за ним знаходиться об'єкт обмеженої думки [5, с.1].

Абревіатура – це скорочений варіант написання та вимови слова чи словосполучення. Абревіатура складається із початкових літер, окремих складів у різних комбінаціях, повного першого слова та скороченого другого. Переклад абревіатур-термінів включає методи створення нового скорочення й застосування еквівалента, а також транслітерації і запозичення.

Процес скорочення є своєрідною реакцією мови на появу великої кількості багатокомпонентних термінологічних сполучень. Тенденцію скорочення лексичних одиниць багато лінгвістів розглядають як принцип найменшого зусилля, або закон економії мовних засобів [6, с. 7].

Найпродуктивнішим типом утворення термінів у німецькій мові є буквені скорочення, напр.: *der RAM* (*Random Access Memory*) – оперативна пам'ять (ОЗУ), *die ALU* (*die Arithmetic and Logical Unit*) – арифметично-логічний пристрій, *die AGU* (*die Adress Generation Unit*) – блок генерації адреси.

Менш частотними термінами є запозичені абревіатури, які мають ще один термінологічний елемент, який часто є власне німецьким, наприклад: *die MAC-Schicht* (*Media Access Control*) – шар керування доступом до середовища даних, *das LRU-Verfahren* (*Least Recently Used*) – спосіб видалення елементів, які не використовувалися довше всіх.

Також у фаховій комп'ютерній літературі наявні такі утворення, в яких усічена до літери або кількох літер перша частина, а другий термінологічний

елемент пишеться повністю, наприклад: *der I-Cache (Instruction)* – кеш команд, *das ABit (Accessed)* - біт очищування.

Підсумовуючи вищесказане, проблема перекладу термінів та складання галузевих терміносистем є однією із актуальних проблем сучасного мовознавства, особливо це стосується сфери комп'ютерних технологій, адже вона є однією з найбільш широких і складних у понятійному відношенні систем. Щороку з'являється більше тисячі нових комп'ютерних термінів, тому вивчення даної термінології завжди привертатимуть особливу увагу лінгвістів та перекладачів.

Література:

1. Реформатский А.А. Термин как член лексической системы языка. *Проблемы структурной лингвистики*. Москва: Наука, 1968. 343 с.
2. Лейчук, В.М. Термин и его определение. *Терминоведение и терминография в индоевропейских языках*. Владивосток, 1987. С. 135–144.
3. Петрух Л.І. До 10-річчя виходу у світ Українсько-латинсько-англійського медичного тлумачного словника. *Українська термінологія і сучасність*. Київ, 2005. С. 373–377.
4. Алексеева И.С. Введение в переводоведение : учеб. пособ. для студ. филол. и лингв. фак.-тов высш. учеб. заведений. Изд. 2-е. Москва, 2006. 352 с.
5. Суперанская А.В., Васильева Н.В., Подольская Н.В. Общая терминология: вопросы теории (6-е изд): учебник / под ред. А.В. Суперанская. Москва: Либроком, 2012. 248 с.
6. Татаринов В.А. Исторические и теоретические основания терминоведения как отрасли языкознания / В.А. Татаринов. Москва: Высш. школа, 1996. 403 с.

Євсіґнєєва О. Ю.

Переклад англomовних топонімів українською мовою

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», Харків*

Топоніміка – це наукова дисципліна, яка розташована на стику трьох наук: лінгвістики, географії та історії. Але зовсім не обов'язково бути вченим для того, щоб мати уявлення про неї, тому що назви географічних об'єктів, які вона досліджує, це невід'ємна частина нашого життя. Виникає наступне питання: якщо ця наука пов'язана з певного роду назвами, які саме проблеми можуть виникати під час їх перекладу? Річ у тім, що на відміну від звичайних неживих предметів, географічні об'єкти набули неабиякого значення у нашому світі. Вони не просто називають якусь локацію для орієнтира у просторі, вони так чи інакше пов'язані з нашою культурою, ментальністю та історією. Саме через це перекладачеві недостатньо лише передати слово за допомогою транслітерації, транскрипції або, безпосередньо, перекладу, треба мати чітке розуміння про те, якого значення набуло слово за весь період свого існування. Топоніми входять до класу прецизійних слів (слів, що відзначаються найвищою точністю), вони використовуються в медіа-просторі (новини), літературі, юриспруденції та в багатьох інших сферах. І саме через це таке слово неможливо перекласти, не враховуючи водночас політичний, культурний та лінгвістичний аспекти. Отже, проблема перекладу топонімів й досі не є остаточно врегульованою, цим зумовлена **актуальність** цієї роботи.

Мета роботи полягає в окресленні основних способів перекладу топонімів та виявленні характерних труднощів, з якими стикається перекладач. На основі мети були сформульовані наступні **завдання**: детальніше розкрити явище топонімії, визначити проблеми передачі топонімів українською мовою та проаналізувати загальні методи перекладу.

Топоніміка (від грец. *τόπος* – місце і грец. *ὄνομα* (*onoma*) – ім'я, назва) – наука, що вивчає географічні назви, їх походження, смислове значення,

розвиток, сучасний стан функціонування, написання і вимову. Лінгвістика, зокрема, трактує топоніміку, як розділ лексикології, що вивчає назви географічних об'єктів [2, с. 7]. Термін топонім визначає географічні об'єкти – “цілісні і відносно стабільні утворення Землі природного або антропогенного походження, що існують або існували в минулому і характеризуються певним місцеположенням: *орографічні* – материки, гори, хребти, скелі, ущелини, льодовики, рівнини, низовини, яри, балки, острови, коси, вулкани, печери тощо; *гідрографічні* – океани, моря, затоки, протоки, лимани, озера, болота, водосховища, річки, канали тощо; *адміністративно-територіальні* – держави, автономні території, області, райони, міста, селища, села тощо; *соціально-економічні* – залізничні станції, роз'їзди, порти, пристані, аеропорти тощо; *природно-заповідні* – природні парки, заповідники, заказники, заповідні урочища та інші подібні об'єкти” [3].

В Україні топоніміка почала активно формуватися у першій половині ХХ століття, і, як не дивно, у цьому брали участь не тільки природознавці, етнографи та історики, а й навіть письменники та публіцисти. Якщо перші досліджували історію та землі, то останні зосередились на розвитку української мови. Розвиток топоніміки пов'язують з наступними вченими та діячами: М. Максимовичем, М. Сумцовим, І. Франко, Я.-Б. Рудницьким, А. Ярошевичем та ін. У наш час топоніміка також ствердилась як окремий розділ мовознавства – ономастики (наука про сукупність власних імен об'єктів), відбулося це завдяки відомому лінгвісту Л. Булаховському, який закликав вивчати власні назви й насамперед топоніми [4].

Згідно з вченим-географом та топонімістом, Е. Мурзаєвим, основним недоліком класифікаційних груп топонімів є неможливість “вмістити все різноманіття географічних назв у «Прокрустове ложе» однієї класифікації”. Тим не менш, деякі лінгвісти намагалися класифікувати топоніми, одночасно керуючись різними принципами. Джордж Р. Стюарт був одним із перших дослідників, який систематизував топоніми. Його типологія, заснована на «процесі найменування», розпізнає десять основних типів топонімів:

1) описові назви або назви, які мають тенденцію час від часу змінюватись (Long Island, Granite Mountain, Roaring Run, Echo Rock, Stinking Spring, Bayport); сюди ж відносять й локативні назви (North River, South Island);

2) присвійні назви (Culpi's Hill, American Fork); сюди ж входять так звані міфологічні назви, пов'язані з предметами релігійного культу корінного населення Америки (wasan – «дух, примара»);

3) назви, які пов'язані з певною історичною подією (Murder Creek, Earthquake Creek);

4) назви-перенесення (Cambridge, Athens, Corinth, Ulysses, Apollo);

5) евфемістичні назви, в основному ті, які за певними переконаннями мали позитивну «енергію» та могли принести успіх (Athens (Афіни) – як символ культури і освіти);

6) назви, що були створені на основі однієї конкретної назви, зазвичай відноситься до навколишніх об'єктів (від White Mountain утворилась назви White Lake, White River, Whiteville);

7) помилкові назви, які з'явилися внаслідок помилки, допущеної при передачі з однієї мови на іншу, або через неправильно почуте слово чи неправильну передачу звуків на письмі (Couvert – Smackover);

8) назви, що виникли в результаті друкарських помилок, але надалі закріпилися у цьому варіанті (Tolo (штат Орегон) з Yolo; Darrington (штат Вашингтон) з Barrington) [6].

Для розуміння того, чому ж саме так складно іноді перекладати топоніми, треба розрізняти такі поняття як «ендонім» та «екзонім».

Ендонім (від грец. ε'νδον – внутрішній та ο'νομα – ім'я) – це назва географічного об'єкта мовою, якою спілкуються на території, де розташований цей географічний об'єкт [5]. Наприклад, Харків/Kharkiv (а не Харьков/Kharkov), Praha (не Prague).

Екзонім (від грец. ε,'ξω – зовнішній) – це назва географічного об'єкта, яку не використовує місцеве населення, в тому числі і на офіційному рівні,

проте яка використовується зовнішніми спільнотами [5]. Наприклад: Відень (український екзонім для австрійського міста Wien), Warsaw (англійський екзонім для польської столиці Warszawa/Варшава).

Нерідко трапляється, що екзонім значною мірою відрізняється від ендоніма, це стає предметом численних дискусій, які з 29 квітня 1959 року намагається вирішити Організація Об'єднаних Націй з географічних назв (ГЕООНГН, англ. UNGEGN). У 1969 році був запропонований підхід «один об'єкт – одна назва», але дуже швидко виявилось, що він не є ефективним у дво- та багатомовних регіонах (Антверпен – Antwerpen фламандською та Anvers французькою).

Якщо казати про історичні назви, іноді першовідкривачі не знали про існування певних місцевих назв, а колонізатори, у свою чергу, не переймалися цим питанням взагалі і вигадували абсолютно нові назви. Яскравим прикладом може слугувати гора *Еверест* (названа таким чином на честь індійського топографа), яку тибетці й досі називають Джомолунгма. Та треба зазначити, що ця назва з'являється й в українських картах (однак назва "Еверест" обов'язково наводиться в дужках).

Щодо методів перекладу англійських топонімів українською мовою, то серед основних знаходяться наступні:

1. Транслітерація (принцип графічної подібності). При запозиченні топонімів перш за все орієнтуються на графічну форму. Недолік такого методу полягає в тому, що слово має відмінну вимову. Наприклад: Hull – Гуль, Walter – Вальтер, Worcester – Ворчестер, Hudson – Гудзон.

2. Транскрипція/транскрибування. Використовується для досягнення найбільшої фонетичної близькості з оригіналом. Наприклад: New-York – Нью-Йорк, Brighton – Брайтон, Gloucester – Глостер.

3. Змішане транскодування. Наприклад: Eisenhower – Ейзенгауер, Einstein – Ейнштейн.

4. Адаптивне транскодування. Наприклад: Adelaide – Аделаїда, Egypt – Єгипет, Cambrian Mountains – Кембрійські гори.

5. Калькування. Застосовується для того, щоб відтворити комбінаторний, а не звуковий склад слова. Наприклад: Care of Good Hope – Мис Доброї Надії.

6. Калькування у поєднанні з транскодуванням. Наприклад: New South Wales – Новий Південний Уельс, British Columbia – Британська Колумбія [1].

З наведеної інформації ми можемо зробити висновок, що не дивлячись на безліч способів перекладу, топоніми й досі залишаються своєрідною перекладацькою головоломкою, тому що недостатньо лише вміти передати слово з однієї мови на іншу, треба також вміти грамотно користуватися наявними довідковими джерелами.

Література:

1. Олефір Г. І., Дейнеко І. А., Дейнеко І. В. «Топонімія в перекладі». Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. Випуск 34. 2017 (244-251)
2. Топоніміка : навч. посібник / Галина Лабінська. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – 274 с. (С. 7)
3. Закон України “Про географічні назви”. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2604-15#Text>
4. Лучик В.В. ТОПОНІМІКА [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://www.history.org.ua/?termin=Toponimika>
5. Exonyms and the International Standardization of geographical Names [Text] / Jordan Peter, Orozen Milan Adamic, Paul Woodman (eds.) – 2007, Wien: LitVerlagGmbH&Co.KG. – Wiener Osteurope Studien. – 24. – 240 p.
6. STEWART, G. R. 1970. A Concise and Selective Dictionary for the Continental United States of America. New York, Oxford: Oxford University Press. ISBN: 0195001214, ISBN13: 9780195001211.

Єфремова К. О

**Використання гри з прецедентними феноменами в німецькому
політичному дискурсі**

*Національний технічний університет “Харківський політехнічний
інститут”, Харків*

Розглядається використання в текстах німецького політичного дискурсу гри з прецедентними феноменами як один з прийомів мовної гри. Оскільки метою політичного дискурсу є навіювання адресатам необхідності ефективних дій і оцінок, то він традиційно знаходиться у фокусі підвищеної уваги лінгвістів, що і визначає актуальність даного дослідження.

Мета: ця стаття присвячена аналізу різного роду ігрових трансформацій прецедентних феноменів у текстах німецького політичного дискурсу, які використовуються автором для надання певного впливу на одержувача.

Для того щоб зрозуміти сутність описуваного феномена, звернемося до терміну «мовна гра». Мовна гра (МГ) в рамках нашого дослідження розглядається з позиції системності мови і її реалізації в мовленні. При вивченні МГ з позиції системності мови в першу чергу мається на увазі відхилення від норми, яке проявляється на всіх мовних рівнях: на фонетичному, морфологічному, лексичному, синтаксичному та текстовому [8]. У більш широкому сенсі під мовною грою розуміють будь-які маніпуляції з мовою: його лексичними, граматичними і фонетичними ресурсами [7].

Синтаксичний аспект вивчення МГ пов'язаний з розглядом синтаксичних ресурсів тексту в якості об'єкта мовної гри [6]. При цьому маються на увазі перш за все синтаксичні порушення. Метою таких синтаксичних порушень є надання тексту експресії, яка повинна надати на адресата додатковий вплив.

Найбільш актуальним аспектом вивчення МГ є прагматичний аспект. МГ це усвідомлений, навмисний процес використання людиною можливостей мови для досягнення певних цілей, таких як: задоволення естетичних потреб

людини, створення комічного ефекту, а також для інших форм впливу на співрозмовника [2].

Однією зі сфер, де використовуються можливості МГ, є політичний дискурс.

Політичний дискурс являє собою сукупність мовних актів, спрямованих на завоювання і утримання політичної влади [4]. В саму сутність політичного дискурсу закладена маніпулятивна спрямованість. Вона здійснюється за рахунок використання можливостей мови з метою впливу на поведінкову діяльність потенційного виборця на користь інтересів того чи іншого політика.

Політичний дискурс, з одного боку, мобільно реагує на зміни, що відбуваються в суспільстві, відбиваючи його актуальні проблеми, з іншого боку, є транслятором традицій і цінностей того чи іншого національно-лінгвокультурної спільноти [1]. Одним із прийомів МГ, націленим на формування у виборця певної думки, який спонукає до прийняття необхідного виборного рішення, є апеляція до культурно-навантаженим знакам — гра з прецедентними феноменами.

Під прецедентним феноменом ми будемо розуміти потенційно автономний смисловий блок мовного твору, що актуалізує значиму для автора фонову інформацію і апелює до «культурної пам'яті» адресата. Включення в текст прецедентного феномена служить цілям МГ різного роду. Так, використання прецедентного феномена може сприяти поетизації тексту, створювати натяк, підтекст, породжувати загадку, створювати іронічне, саркастичне, гротескне, трагічне або іншого звучання, надавати побутової фразі сенс іносказання: політичного, поетичного, філософського і так далі, іноді просто породжувати невибагливий жарт [3].

Звернемося до сфер прецедентності, які послужили основним джерелом виявлених прецедентних імен та висловлювань. Дослідники пропонують віднести до числа прецедентних феноменів не тільки словесні тексти, а й назви музичних творів, творів архітектури та живопису, історичні

події та імена політичних лідерів, що, в свою чергу, збільшує і кількість можливих сфер-джерел прецедентного. Крім того, в якості джерел текстових ремінісценцій вчені виділяють Біблію, античну міфологію, музику, фольклор, популярні пісні, політичні тексти, науку, спорт, медицину і ін. [5]. На основі проведеного аналізу нами були виділені наступні три сфери-джерела прецедентних феноменів, які використовуються в текстах німецького політичного дискурсу: фразеологія; фонові знання з області культури, науки, історії; міфологія / фольклор.

Фразеологія.

Приклади: (1) Das Fell des Bären verteilen wir erst nach der Wahl (Impulse, 25.06.2009). *Шкуру ведмедя ми будемо ділити тільки після виборів.* Для додання експресивності висловлювання політиком обігрується прислів'я «das Fell des Bären verteilen, bevor man ihn erlegt hat» (ділити шкуру невбитого ведмедя).

(2) Das ist Politik 'von der Hand in den Mund (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 24.08.2009). *Це політика, ледь зводить кінці з кінцями.* В даному прикладі трансформацію зазнало фразеологічна єдність «.von der Hand in den Mund leben» (ледве зводити кінці з кінцями). Використання МГ направлено на надання висловлюванню експресивності.

Впізнавані цитати:

Приклад: (1) Der Gegner steht links (Fokus, 20.09.2009). *Противник знаходиться зліва.* У цьому висловлюванні обігрується провокаційний заголовок статті «Der Feind steht links» («Ворог знаходиться зліва»), що розтягнувся на всю титульну сторінку.

(2) Jeder kämpft für sich alleine (Der Spiegel, 6/2013). *Кожен бореться сам за себе.* У цьому висловлюванні зазнало ігрова зміна назва роману Г. Фаллади «Кожний умирає поодинці» {«Jeder stirbt für sich allein»}, що став крилатим. В контексті передвиборчої комунікації мається на увазі, що кожна партія домагається голосів виборців без оглядки на передбачуваного

коаліційного партнера. МГ спрямована на надання висловлюванню експресивності.

Відомі особистості:

Приклади. (1) Herr Lafontaine, Sie wurden seit Ihrem Rücktritt als Finanzminister und SPD-Chef beschimpft als Pinocchio, Luzifer, Oskar Haider (Badische Zeitung, 17.09.2009). *Пан Лафонтен, з моменту Вашої відставки з поста міністра фінансів і голови СДПН Вас образливо називають Піноккіо, Люцифер, Оскар Хайдер.* Дане висловлювання рясніє прецедентними іменами. Використання імені німецького політика Оскара Лафонтена {Oskar} разом з прізвищем Хайдер {Haider} висловлює різку негативну оцінку по відношенню до німецькому політичному діячеві.

(2) Das ist für uns ein wirklicher Genuss: Angela Merkel, die deutsche Chavez (Plenarprotokoll, 16/209). *Для нас це справжнє задоволення: Ангела Меркель, німецький Чавес.*

Аналогічним чином обігрується ім'я державного і військового діяча, президента Венесуели У.Чавеса, чий негативні характерні риси автор переносить на актуального федерального канцлера Німеччини.

Таким чином, проаналізовані нами приклади показують, що використання гри з прецедентними феноменами є досить ефективним засобом впливу на адресата. За рахунок надання експресивності, комічності висловом і міститься в МГ оцінки стає можливим впливати на поведінку електорату.

Література:

1. Ворожцова, О. А. Прецедентні феномени в російському і американському передвиборному президентському дискурсі 2004 г. / О. А. Ворожцова // Політич. лінгвістика. - 2007. - Вип. 3 (23). -3. 69-73.
2. Денисова, Є. А. Структура і функції енігматического тексту (на матеріалі російських загадок і кросвордів): автореф. дис. ... канд. філол. наук / Є. А. Денисова. - М., 2008. - 26 с.

3. Земська, Є. А. Мова як діяльність: Морфема. Слово. Мова / Є. А. Земська. - М., 2004. -563 с.
4. Марченко, Т. В. Манипулятивний потенціал інтертекстуальних включень в сучасному політичному дискурсі: дис. ... канд. філол. наук / Т. В. Марченко. - Ставрополь, 2007. -255 с.
5. Нахімова, Е. А. Прецедентні імена в масовій комунікації / Е. А. Нахімова. - Єкатеринбург, 2007. - 207 с.
6. Норман, Б. Ю. Гра на гранях мови / Б. Ю. Норман. - М.: Флінта, 2006. - 344 с.
7. Рахімкулова, Г. Ф. Мовна гра в прозі Володимира Набокова (до проблеми ігрового стилю): автореф. дис. ... д-ра філол. наук / Г. Ф. Рахімкулова. - Ростов н / Д, 2004. - 46 с.
8. Schmitz, U. Mit „spielen“ spielen / U. Schmitz II Sprache spielen. - Freiburg im Breisgau: Herbert Jürgen Welke Fillibach, 2007. - S. 293-314.

Задорожна К. В.

Основні способи перекладу неологізмів (на матеріалі англійських газетних текстів)

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Постійний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призвів до швидкого зростання загального обсягу текстів, що передаються медіа-каналами на різних національних мовах у світовому інформаційному просторі. Нині найбільша частина щоденних мовленнєвих практик реалізується у сфері масової комунікації. Ця нова сфера досліджень залучила представників практично всіх галузей лінгвістики: соціальної лінгвістики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, фахівців з дискурсного аналізу тощо. Так мову засобів масової інформації свого часу досліджували А. Кримський, М. Левицький, М. Сулима, М. Гладкий, І. Білодід, С. Єрмоленко, О. Сербенська,

А. Коваль, Г. Колесник, М. Жовтобрюх, В. Коломієць, Д. Баранник, Л. Мацько, М. Кочерган, А. Григораш, М. Дудик, В. Явір, Л. Шпачук, Л. Ставицька, В. Семиряк, Т. Коць, В. Виноградов, І. Самойлова та багато інших.

В нашій статті ми зосередили увагу на проблемах, що виникають під час англо-українського перекладу неологізмів у текстах англомовних засобів масової інформації. **Актуальність** теми зумовлена мовною природою даних лексичних одиниць, адже вони характеризуються постійним оновленням та переосмисленням. Таким чином найперспективнішим є вивчення динаміки генерації цих одиниць у мові, специфіки їх функціонування в різних контекстах.

Метою роботи є вивчення неологізмів, які є невід'ємною частиною текстів ЗМІ та створюють проблеми для перекладача, а також дослідження шляхів подолання цих проблем задля отримання якісного перекладу.

Матеріалом для цього дослідження слугували англомовні статті газет The New York Times, The Globe and Mail, The Telegraph, The Guardian, The Independent, The New Yorker, The Atlantic, Bloomberg City Lab, The Sunday Times, Financial times, новинного порталу BBC News та інших.

Основною характеристикою текстів ЗМІ є експресивність мови та насиченість реаліями з суспільного, політичного і культурного життя. Завдяки розвитку сучасних технологій, мова ЗМІ постійно модернізується, а тому медійні матеріали збагачуються неологізмами. Неологізм – слово, а також його окреме значення, вислів, які з'явилися в мові на даному етапі її розвитку і новизна яких усвідомлюється мовцями, або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора [4].

Всі неологізми проходять кілька стадій соціалізації (прийняття їх в суспільстві) і лексикалізації (закріплення їх в мові). Зазвичай саме завдяки сучасній публіцистиці, яка активно використовує нові лексичні одиниці, вони поширюються серед мовців, проходять апробацію на доцільність використання і засвоєння, на відповідність системі мови, а згодом проникають

і в інші функціональні стилі і після фіксації в загальномовних словниках дістають нормативну кодифікацію [3, с. 146].

У процесі перекладу неологізмів найважливішим є прагматичний аспект; тобто необхідно враховувати екологічні, соціокультурні, національні «відтінки» неологізмів. Під час перекладу неможливо уникнути трансформацій, але не слід забувати, що перекручення вихідної інформації або повне уникнення перекладу вважаються небажаними явищами [1, с. 344].

Більшість науковців погоджуються, що для перекладу неологізмів українською мовою сьогодні використовують наступні прийоми [2, с. 210-224]:

1) Підбір еквівалента. Еквівалент – це постійна лексична відповідність, яка точно співпадає із значенням слова. Слова, які мають еквівалент в українській мові, грають важливу роль у перекладі. Тому необхідно вміти знаходити відповідний еквівалент в українській мові. Наприклад:

In superagers these regions were indistinguishable from those of young adults, seemingly untouched by the ravages of time.

У **довгожителів** показники цих зон мозку не відрізнялись від показників молодих людей. Вони залишились невідкладними дії часу.

2) Транскрипція і транслітерація – це способи перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом відтворення її форми за допомогою букв мови перекладу. У транскрипції відтворюється звукова форма іншомовного слова. Наприклад:

*However, economists could reduce **emporiophobia** if we stressed cooperation rather than competition in our writings and policy discussions.*

Однак економісти могли б зменшити рівень **емпоріофобії**, якби ми наголошували на співпраці, а не на конкуренції у своїх працях та політичних дискусіях.

У транслітерації передається графічна форма (буквенний склад) слова. Наприклад:

*Republicans reached out to the base by campaigning on cultural issues, while legislating for the upper 1 percent. That is **pluto-populism**.*

Республіканці звернулись до основної частини виборців, проводячи агітацію з культурних питань, при цьому приймаючи закони на користь 1 відсотка заможного населення. Це і називають плуто-популізмом.

3) Калькування – це спосіб перекладу, що полягає в заміні складників частин, морфем чи слів (у випадку стійких словосполучень) одиниці оригіналу їх лексичними відповідниками в мові перекладу. Наприклад:

*It's increasing the demand for **dark social apps** that provide ways to talk through on digital media without leaving an easily traceable footprint.*

*Це збільшує попит на **додатки темних соц. мереж**, що надають можливість спілкування на цифрових носіях і не залишають слідів, які можна легко відстежити.*

4) Експлікація або описовий переклад – це лексико-граматична трансформація, коли лексична одиниця мови оригіналу замінюється словосполученням, яке пояснює її значення.

*Shawshank falls under the rubric of **guy cry** movies.*

*«Втеча з Шоушенка» потрапляє в категорію фільмів, **що змусять чоловіків плакати**.*

Приєм описового перекладу також може здійснюватися за допомогою підставного засобу. Підставний переклад – прийом передачі неологізму, при якому в якості еквівалента використовується вже існуюче в мові перекладу слово (або словосполучення), яке не є в ній неологізмом, але має достатню спільність значень з вихідним словом. Наприклад:

*A woman who was caught in a **catfish** trap reveals the impact to a prankster who **catfished** men in his local town.*

*Жінка, що потрапила в пастку **аферистів** в соц. мережах, говорить про вплив цієї події з жартівником, який **вводив в оману** жителів свого міста.*

5) Останнім часом для передачі неологізмів застосовується також прийом прямого включення, який представляє собою використання

оригінального написання англійського слова у тексті (іноді з пояснювальним словом). Наприклад:

Armed with XAI, your digital assistant might be able to tell you it picked a certain driving route because it knows you like back roads.

Обладнаний технологією XAI, ваш цифровий помічник може повідомити вам, що він обрав певний маршрут, оскільки знає, що вам подобаються степові дороги.

Таким чином, завдяки стрімкому розвитку економіки, політики, науки, культури та інших сфер життя, тексти сучасних ЗМІ постійно збагачуються неологізмами. Перш ніж закріпитись у мові, вони проходять декілька стадій соціалізації. Саме завдяки сучасним мас-медіа неологізми поширюються серед мовців. Для передачі іншомовних новоутворень існує 5 основних способів: підбір еквівалента, транскрипція і транслітерація, калькування, експлікація, прийом прямого включення. Жоден із перелічених прийомів перекладу неологізмів не є досконалим і не гарантує абсолютно адекватного перекладу. Особливості перекладу окремого слова залежать від категорії, до якої воно належить (синоніми до слів, назви, терміни, скорочення, тощо).

Література:

- 1) Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові / Т. Данкевич // Мова і культура. – 2014. – Вип. 17, т. 3. – с. 341-346
- 2) Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
- 3) Поліщук Н. Активність інноваційних процесів у словниковому складі сучасних мас-медіа / Наталія Поліщук // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». – 2016. – № 842. – с. 146–150.
- 4) Українська мова. Енциклопедія. Ізборник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/ukrmova/um54.htm>

Засуха К.Ю.

**Фразеологічні одиниці німецької мови як відображення
національних стереотипів**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут» ,Харків*

Актуальність дослідження полягає у виявленні специфіки впливу стереотипного мислення на формування фразеологічної системи німецької мови. В історії відомо чимало фактів, коли просте незнання традицій або культурних звичаїв того чи іншого народу призводило до серйозних національних конфліктів. Вивчаючи особливості та структурні компоненти мови того чи іншого народу, ми отримуємо можливість краще розуміти людей, які говорять на інших мовах, більш точно виражати свої власні думки, а значить будувати більш гармонійні і дипломатичні взаємини між народами і країнами. Завдяки розумінню значення фразеологізмів більш правильними стають уявлення про трудову діяльність, побут і культуру, а значить життя людей країни, що вивчається.

Об'єктом дослідження є мовні національні стереотипи і фразеологічні одиниці німецької мови.

Предметом вивчення є лінгвокультурологічні аспекти стереотипної фразеології сучасної німецької мови, що сприяють виявленню особливостей національного світосприйняття німецького лінгвосоціуму.

Метою дослідження є виявлення і опис механізмів формування національних стереотипів у фразеологічних одиницях у сучасній німецькій мові.

Досягнення цієї мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) Описати національні стереотипи як лінгвістичне явище та виявити місце національних стереотипів в мовній картині світу;
- 2) Визначити культурні, політичні, соціальні умови для виникнення національних стереотипів;

3) Дати визначення поняттю «стереотип», виявити його вплив та роль в складі фразеологізму;

4) Виявити національні стереотипи, відображенні у фразеології німецької мови.

Фразеологія відноситься до одного з найскладніших, але в той же час і найцікавіших аспектів мови. Не випадково при освоєнні будь-якого іноземної мови пильна увага приділяється вивченню стійких оборотів, адже саме в них відбиваються самобутність, особливості культури та мовної картини світу того чи іншого народу. Фразеологізми - це своєрідний накопичувач народної мудрості, історичного досвіду, що кристалізується протягом століть і відображає різні аспекти повсякденного життя багатьох поколінь. Розуміння значень фразеологізмів, прислів'їв і приказок дозволить точніше і правильніше використовувати їх у мовленні, додасть мові неповторну своєрідність і особливу виразність [3].

Вивчення мов – це один з найважливіших способів пізнання світу. Тому що саме за допомогою мови передається історичну та культурну спадщину від одного покоління до іншого. В історії відомо чимало фактів, коли просте незнання традицій або культурних звичаїв того чи іншого народу призводило до серйозних національним конфліктів. Вивчаючи особливості та структурні компоненти мови того чи іншого народу, ми отримуємо можливість краще розуміти людей, які говорять на інших мовах, більш точно виражати свої власні думки, а значить будувати більш гармонійні і дипломатичні взаємини між народами і країнами.

Розглянемо вплив стереотипного мислення на формування фразеологічної системи мови. Акцент робиться на національному факторі при вивченні і аналізі фразеологічних одиниць. Фразеологізми відображають пізнавальний, соціальний і культурний досвід народу, включають також емоційний, прагматичні і естетичний аспекти його сприйняття та оцінки. Кожен народ використовує свої місцеві, специфічні реалії для створення образною основи фразеологізмів. Образи беруться з повсякденного життя

певного народу, а значення фразеологічних одиниць і їх конотації розвиваються в цьому мовному колективі на основі усталених традицій. [2, с.12].

Стереотипом в психології називають сукупність певних уявлень, думок, висновків про світ, навколишнє середовище, людей. Ми будемо оперувати поняттям національний стереотип, яке стосуватиметься стереотипів нації, а саме німецького народу, тобто уявлень, думок, висновків про світ, які відображені в фразеологічних одиницях німецької мови. Це поняття слід відрізнити від «національного або етнічного стереотипу» [6].

Національний стереотип – це узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи або її представників, який сформувався історично в процесі розвитку міжетнічних відносин. Національна специфіка проявляється на різних мовних рівнях, але лише за стійкими мовними одиницями закріпилися такі характеристики, як «дух мови», «культурний компонент» [4].

Фразеологізми накопичують в собі досвід народу, його історію. Історичне минуле нації відіграє одну з найважливіших ролей у формуванні стійких стереотипів. Наприклад, в історії Німеччини значне місце займає епоха лицарства. Німці вважають лицарів безкорисливими захисниками пригноблених, галантними слугами прекрасних дам, вірними васалами: *Ein Ritter ohne Furcht und Tadel* - лицар без страху і докору [5]. Але іноді цей фразеологізм звучить іронічно і не свідчить про доблестність людини, а навпаки, є насмішкою над тим, хто хоче здаватися хоробрим борцем. Образ хороброго воїна присутній і в наступному фразеологізмі: *wie ein Berserker toben* - лютувати як розгніваний воїн. [3, с. 73].

Концепт «розуму» у німців асоціюється зі світлом: *sein Licht leuchten lassen* - вирізнятися розумом; [1, с.24]. *jm geht ein Licht auf* - хто-небудь починає розуміти; [1, с. 23]. *jd ist keine Leuchte* - зірок з неба не знімає. Подібний стереотип зустрічаємо і в українських фразеологізмах: світла голова, світило науки. [1, с.39]. А ось відсутність, нестача чогось, наприклад, того ж розуму обозначається словом «діра» - «*Ein Loch*»: *jd hat Löcher im Verstand-*

недоумкуватий; *besser ein Lappen als ein Loch* - краще щось, ніж зовсім нічого. [1, с.29].

Особливу увагу слід звернути на вираз «добре-погано» в німецьких фразеологізмах. Слово «**der Mist**» - гній, передає негативні образи в наступних фразеологічних одиницях: *Mist bauen* – потрапити у халепу, наробити дурниць; [1, с.54]. *Mist zusammen reden* - нести дурниці, базікати; *jn mit der Mistgabel traktieren* – вести себе з кимось по-свинськи. [1, с. 54].

Трактування німецьких фразеологізмів на український лад, тобто без урахування особливостей сприйняття навколишньої дійсності іншим народом, може привести до непорозуміння, оскільки значення далеко не кожного фразеологізму можна зрозуміти після звичайного дослівного перекладу. Наприклад, фразеологізм *in der Schokolade sitzen* [1, с. 172] українська людина може помилково прийняти за вираз «*все в шоколаді*», яке безсумнівно несе позитивну конотацію. Але насправді цей фразеологізм означає «*бути в біді*», «*сісти в калюжу*». [1, с. 172]. Зовсім інша ситуація виникає з фразеологізмами, що містять слово «**das Schwein**»: *jd hat Schwein* - щастить; [1, с. 183]. *das nenne ich Schwein* - Пощастило! [1, с. 183]. В українській фразеології слово «*свиня*» перш за все символізує неохайну людину, воно саме по собі несе негативну конотацію: «*підсунути свиню*» значить зробити комусь неприємність, підставити. У німців же зовсім інше уявлення про цю тварину. Вони вважають, що свиня символізує щастя, удачу і перш за все багатство. До речі, найстаріша скарбничка в формі свині, яку знайшли під час розкопок в Німеччині, датується XIII століттям. [7]. Звідси поняття «**das Schweineglück**», яке означає «*велике щастя, удача, везіння*». Але і в німецькій фразеології є висловлювання, де слово «**das Schwein**» створює негативний образ: *auswendig fein, inwendig ein Schwein* - прекрасний зовні, а всередині - свиня. [1, с. 183].

Слово «**die Nuß**» - горіх, в німецьких фразеологізмах позначає щось незначне, невелике за розміром: *in einer Nuß* - в стислому вигляді вигляді; *keine taube Nuß wert sein* - не варто ламаного гроша; *keine hohle Nuß geben* - і копійки не дати. [1, с.83].

Слово «**der Mantel**» - пальто, німці використовують у фразеології для приховування чогось: *den Mantel der Liebe breiten* - замаскувати; *hinter dem Mantel spielen* - носити камінь за пазухою [1, с.43]. Легко здогадатися, чому «**der Mantel**» є компонентом цих фразеологізмів. Пальто - предмет одягу, який зазвичай є довгим і широким, тому під ним, звичайно, можна що-небудь сховати. Німці славляться своєю педантичністю і пунктуальністю і це, звичайно ж, знайшло відображення у фразеології. У німецькій мові тимчасове обмеження позначається дванадцятою годиною: *bis fünf Minuten nach zwölf Uhr*-до останньої хвилини; [1, с.53]. *fünf Minuten vor zwölf* - в останній момент; *hat es aber zwölf geschlagen* - вистачить! [1, с. 54].

У багатьох фразеологізмах відображається та чи інша історична подія, особистість, традиція, а вже пізніше, на основі цього фразеологізма виникають інші, значення яких стає зрозумілим лише після аналізу першого. Так, фразеологізм *die Tafel aufheben* [1, с. 236]. означає вставати з-за столу. За традицією зазвичай першими встає з-за столу господиня і тим самим дає знак, що обід закінчено. Звичайно, ця традиція існувала тільки серед знаті. Похідними від данного фразеологізму є: *Tafel halten* - влаштовувати званий обід; *offene Tafel halten* - бути гостинним. [1, с. 236].

Слово «**der Sack**» використовується німцями у фразеології, по-перше, для позначення людської істоти (для того, щоб в образній формі охарактеризувати риси людини): *ein alter Sack* - старий дурень; *Ein bloder Sack* - дурень; *Ein fauler Sack* - ледар; *Ein lahmer Sack* – тюхтій. [1, с.148]. По-друге, для позначення поняття «тягар, щось важке»: *wie ein Sack umfallen* - впасти як сніп; *liegt wie ein praller Sack im Rücken* - пригнічує, як важкий тягар; *etw. ist für jn ein schwerer Sack geworden* - стало тяжким бременем. [1, с.140].

Без сумніву, в українській і німецькій мовах є велика кількість еквівалентних фразеологізмів, ідентичних не тільки за значенням, але і за лексичним складом: **die verbotene Frucht** - заборонений плід; [3, с.80]. **der Mensch ist dem Menschen ein Wolf** - людина людині вовк; **Bichse der Pandora** - ящик Пандори. [5]. Така схожість пояснюється в деяких випадках загальним

походженням фразеологізмів (висловлювання з латинської мови, з Біблії), а в інших - схожістю мовних картин світу двох різних народів, схожістю уявлень, сформованих стереотипів про навколишню дійсність. Таким чином, для того, щоб точно визначити значення того чи іншого фразеологізму, потрібно знати джерело його походження. А також необхідно розуміти історію народу, у мові котрого функціонує фразеологічна одиниця.

Як і будь-яка інша фразеологічна система, фразеологія німецької мови має спільні риси з фразеологічними системами інших мов. Вона складається з запозичень і власних, національних фразеологізмів. Національні фразеологізми найбільш повно відображають ахіллесову п'яту стереотипів народу, його уявлення про людину і світ.

Література:

1. Гаврись, В.І. Німецько-український фразеологічний словник: в 2 т. Т.2. Київ : Рад. Школа, 1981. 382с.
2. Мальцева, Д. Г. Країноведення через фразеологізми: посібник з німецької мови. М.: Вища. шк., 1991. 173 с.
3. Школяренко, В. І. Динаміка розвитку фразеологічної системи німецької мови 19-20 століття. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2003. 324 с.
4. Етнічний стереотип Вікіпедія [Електронний ресурс].URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Етнічний_стереотип
5. Особливості німецьких фразеологізмів [Електронний ресурс].URL: <http://otherreferats.allbest.ru/languages/001332960.html>
6. Стереотип (значення) - Вікіпедія [Електронний ресурс].URL: [uk.wikipedia.org/...Стереотип_\(значення\)](http://uk.wikipedia.org/...Стереотип_(значення))
7. Німецько-українські фразеологічні паралелі концепту «Зовнішній вигляд людини» [Електронний ресурс]. URL:http://www.rusnauka.com/17/APSN_2009/Philologia/48001.doc.htm

Зима О. А.

Неологізми і моделі виникнення нових слів у мові (на прикладі емпіричного аналізу англiцизмів в корпусі текстів німецької мови)

Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", Харків

Мова невпинно розвивається та розширює свій лексичний склад, що призводить до виникнення неологізмів. Одним із факторів, що сприяє появі нових слів є запозичення з інших мов. У складі німецької мови особливе місце займають англомовні запозичення. Саме тому, у цій статті ми розглянемо неологізми та моделі їх виникнення на прикладі англiцизмів у німецькомовних текстах.

Актуальність теми даного дослідження полягає в тому, тісна взаємодія між англомовними та німецькомовними країнами, що виникла під дією певних історичних, політичних та соціальних чинників, спричинила появу англiцизмів у німецькій мові. Вони займають значну частину лексичного складу німецької мови, а отже, потребують детального дослідження.

Мета – визначити особливості неологічної лексики на прикладі аналізу неологізмів англомовного походження у корпусі текстів німецької мови.

Об'єктом дослідження є неологічна лексика.

Предметом дослідження є англiцизми у корпусі текстів німецької мови.

Сучасну німецьку мову називають однією з високорозвинених мов. Її лексичний склад включає понад 500000 слів. Разом з термінами їх більше ніж 1000000. Основним джерелом появи нових слів у німецькій мові вважають суспільний прогрес. Це пов'язано з тим, що характерна для окремої групи носіїв мови лексика, з часом стає відомою всім іншим групам. Цьому особливо сприяють засоби масової інформації. В такий спосіб населення одночасно отримує однакову інформацію, в тому числі і назви нових предметів чи понять, що з'являються в тій чи іншій галузі [2, с. 27]. Отже, варто приділити особливу увагу дослідженням сучасних неологізмів, джерелам їх походження та функціонуванню в мові.

Неологізм – це слово чи словосполучення, що слугують для позначення нового предмету або використовуються для вираження нового поняття. Кожне нове слово, що з'являється у мові, спочатку являє собою неологізм. Після набуття широкого вжитку, воно входить в активний словниковий склад мови. Таким чином, слова втрачають статус неологізмів [1, с. 137].

Німецькомовні неологізми можуть утворюватися власне на основі німецької мови або проникати до її складу шляхом запозичення слів з інших мов. Головна особливість лексики полягає у тому, що вона спрямована безпосередньо на екстралінгвістичну дійсність і реагує на все, що пов'язано з реаліями. У лексичному складі мови знаходять відображення всі уявлення людства про будь-які явища екстралінгвістичної дійсності. Таким чином, семантична деривація, тобто творення похідних слів від слова-основи, відбувається в індивідуальному вживанні. Після цього найбільш вживані новоутворення зазнають більшого поширення, оскільки набувають здатності відтворюватися поза межами первісного контексту. Потім вони функціонують як okazіоналізми і лише після цього входять у загальні мовні зв'язки [3, с. 136].

В минулому у німецькій мові, головним чином, був помітний вплив латини, релігії, міфології. Сьогодні словотворення знаходиться під істотним впливом англо-американських мови та культури. За даними вчених, сімдесят відсотків запозичень німецької мови становлять англіцизми. Така тенденція пов'язана з тим, що неологізми відбивають характеристики певних вікових груп населення, а також особливості їх психології та поведінки. Англіцизми можуть відтворювати суб'єктивне ставлення особистості до певної соціокультурної дійсності [3, с. 118].

Велика кількість англо-американизмів міститься в таких сферах, як спорт, мода, музика, реклама, економіка, техніка, та комп'ютерні технології [4, с. 155].

Саме тому, доцільним є дослідження особливостей англіцизмів у німецькомовних текстах, що присвячені тематиці комп'ютерних технологій.

Текст оригіналу: "Um auf Ihre E-Mails zuzugreifen und neue Nachrichten zu verschicken, können Sie über einen Browser wie Firefox auf das Webangebot des E-Mail-Anbieters zugreifen. Und das war's auch schon: Nun müssen Sie nur noch auf "Neue Nachricht" klicken, einen Empfänger sowie einen Betreff eingeben" [5].

Наш переклад: "Щоб отримати доступ до своєї електронної пошти і відправити нові повідомлення, ви можете отримати доступ до веб-сайту провайдера електронної пошти за допомогою браузера, такого як Firefox. Ось і все: все, що вам потрібно зробити, це натиснути «Нове повідомлення», ввести одержувача і тему".

У даному уривку варто відзначити дуже популярний у наш час англiцизм (E-Mail - електронний лист або електронна пошта). У тексті також можна помітити, що має не тільки іншомовне походження. У німецькій мові форма множини для цього неологізма була утворена на англійський манер, використовуючи закінчення "s", що також є характерним для англомовних запозичень. Також можна побачити, що це слово цілком органічно поєднується з німецькомовною лексикою (E-Mail-Anbieter- провайдер електронної пошти). Цей факт є яскравим прикладом того, що воно асимілювалося у німецькій мові.

Доволі часто англомовна лексика зустрічається і в текстах сфери маркетингу.

Текст оригіналу: "Unter dem Begriff „Marketing“ wird eine Reihe von Strategien und Unternehmensaktivitäten zusammengefasst, welche zum Ziel haben, eine Marke, ein Produkt oder eine Dienstleistung für die anvisierten Absatzmärkte schmackhaft zu machen. Dazu zählen beispielsweise Markenbildungsmaßnahmen, Zielgruppenanalysen, Preismanagement sowie Werbung" [6].

Термін «маркетинг» представляє собою узагальнення ряду стратегій та корпоративних дій, спрямованих на те, щоб зробити бренд, продукт або послугу привабливими для цільових ринків збуту. До них відносяться, наприклад, заходи з брендінгу, аналіз цільових груп, управління цінами і реклама.

Розглянемо детальніше термін "Marketing" (маркетинг). Він повністю копіює написання свого англійського прототипа. Це дійсно не варто оминати увагою, адже деякі англійські слова втрачають своє оригінальне написання, коли стають частиною лексичного складу німецької мови. Так, іноді деякі неологізми можуть зберігати лише своє звучання.

Висновки. Отже, всі факти зазначені вище дають нам змогу дійти висновків, що запозичення потужним джерелом виникнення неологізмів. У німецькій мові значну частину запозичень становлять англіцизми. Найбільший вміст англословної лексики спостерігається у текстах тематики комп'ютерних технологій та маркетингу. Англіцизми, що містяться в таких текстах у наш час користуються широким попитом серед носіїв німецької мови. Проте залишається багато неологізмів англословного походження, які не досліджували. Це доводить, що дана проблематика є актуальною та потребує подальших досліджень.

Література:

1. Білоус О. М. Неологізми: способи утворення та перекладу (на матеріалі концепту «Вибори» німецькою мовою). *Вісник СумДУ*. 2006. Т. 1. № 11. С. 136-142.
2. Кирпиченко О. Е. Інновації у словниковому складі німецької мови. *Держава та регіони*. Серія Гуманітарні науки. 2016. № 1–2. С. 26–30.
3. Стежко Ю. Г. Новоутворення в німецькій лексиці: природа, функціонування та особливості перекладу. *Наукові записки*. 2011. № 12. С. 115-125.
4. Устінова В. О. Лінгвістичні фактори появи неологізмів у сучасній німецькій мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія Філологія. 2015. Т. 2. № 15. С. 154-156.
5. Was ist eine E-Mail? Einfach erklärt. URL: https://praxistipps.chip.de/was-ist-eine-e-mail-einfach-erklart_41593 (дата звернення 24.10.2020).

6. Marketing einfach erklärt: Definition, Übersicht & FAQ. URL:

<https://www.sem-deutschland.de/inbound-marketing-agentur/online-marketing-glossar/was-ist-marketing/> (дата звернення 24.10.2020).

Каріжська С. А.

Локалізація відеоігор як вид перекладу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Постановка проблеми: В умовах глобалізації та стрімкого розвитку інформаційних технологій, перекладачі все частіше стикаються з проблемою перекладу та локалізації програмного забезпечення або відеоігор. Локалізація відеоігор може розцінюватися як одна з головних рушійних сил продажу відеоігор та інших ІТ-продуктів за межами країни-виробника. Локалізація відеоігор є комплексним процесом адаптації вмісту гри до мови та культурних особливостей цільової аудиторії. Наприклад, повна локалізація гри може передбачати переклад усіх її елементів, серед яких не лише діалоги персонажів, а й описи, інтерфейс, інструкції тощо. Також важливу роль грає загальна тривалість гри та об'єм тексту який вона містить. Відповідно, до локалізації може бути залучений як один перекладач, так і ціла команда фахівців.

Аналіз останніх досліджень: Дослідженнями у сфері локалізації займаються такі вчені як Дімітра Анастасіо, Реінхард Шелер, Кармен Мангірон, Мінако О'Хаган, Мігель А. Бернал-Меріно. Так, Дімітра Анастасіо та Реінхард Шелер у своїх дослідженнях розширюють характеристику локалізації, та роблять акцент на тому що вона стає в пригоді у тих випадках, коли людина не має доступу до певної інформації рідною мовою. Спираючись на їх дослідження, локалізацію можна розглядати як «високотехнологічний» переклад, оскільки вона передає не просто текстові елементи, а будь-який тип цифрового вмісту цільовою мовою [2].

Протягом останніх десятиліть відеоігри набувають все більшої популярності серед усіх вікових груп та етносів, що призводить до зростаючої потреби в кваліфікованих фахівцях з локалізації та ставить перед науковою спільнотою питання щодо тотожності чи відмінності явищ локалізації та перекладу. З огляду на вищесказане, **актуальність дослідження** полягає в тому, що сьогодні індустрія відеоігор розвивається надшвидкими темпами, а її продукція так само швидко розповсюджується по всьому світу, вимагаючи професійного перекладу, що відповідає не лише мовним вимогам, а й адаптує матеріал до культурних особливостей певного соціуму. З урахуванням актуальності, **метою статті** є аналіз локалізації відеоігор як особливої форми їх перекладу. **Об'єктом** дослідження даної статті є локалізація як вид перекладу. **Предметом** є характерні риси локалізації відеоігор.

Історія відеоігор починається з простих лінійних ігор, які майже не потребували перекладу через відсутність в них значного об'єму текстових елементів. З того часу технологічні досягнення цілком змінили індустрію відеоігор. Так, сучасні ігри містять багато елементів для перекладу, що відображають складні особливості ігрового процесу із захоплюючою тривимірною графікою, об'ємним звучанням та вбудованими голосовим супроводом, а також ігровою кінематикою, відомою під назвою «кат-сцени». Відеоігри класифікують за різними жанрами, такими як пригоди, спорт, RPG (від англ. “role-playing game”), шутер (від англ. “shooter game”) від першої або третьої особи, симуляція, жахи тощо [1]. Деякі ігри, такі як RPG (рольова відеогра), мають складні сюжетні лінії, що залишає широкі можливості для перекладу. Ці ігри, як правило, містять найбільше тексту, і тому вважаються найбільш придатними для обговорення проблем, пов'язаних із перекладом.

Що стосується власне терміну «відеогра», Кармен Мангірон та Мінако О'Хаган визначають його як «комп'ютерне розважальне програмне забезпечення, що використовує будь-які електронні платформи та залучає одного або декількох гравців у фізичному або мережевому середовищі» [4].

Спираючись на дослідження Мігеля А. Бернал-Меріно можна виокремити наступні види текстового матеріалу відеогри:

1. Інструкція: хоча в ній завжди є привабливий творчий стиль письма, частково рекламний та частково літературний, по більшій мірі вона зазвичай наповнена дидактичними текстами з інструкціями, яких слід дотримуватись, щоб повною мірою насолодитися грою. Вона також включає технічні тексти про відповідні технічні та програмні характеристики для запуску гри. Крім того, гравці завжди знайдуть корпоративні та юридичні тексти, що повідомлять користувачів про права та обов'язки, пов'язані з придбанням розважального програмного продукту.

2. Упаковка: як і інструкція, упаковка відеогри представляє собою набір текстів різних типів, різниця полягає у наданому просторі, який обмежений невеликими розмірами, зображеннями, логотипами та законодавчими вимогами до маркування. Упаковка поєднує привабливі рекламні тексти зі стислою технічною інформацією та юридичними повідомленнями.

3. Файл «Readme»: цей короткий .txt файл – це, мабуть, останнє, що було створено в процесі розробки. Використовується він для інформування користувачів про всі останні коригування, та про те, як забезпечити безперебійну роботу продукту, а також для виправлення помилок в продукті та помилок у друкованому матеріалі. В основному це технічний текст.

4. Офіційний веб-сайт: він поєднує рекламний текст та деякі технічні деталі. Веб-сайти, як правило, включають попередній огляд продуктів, дошки оголошень, підтримку клієнтів тощо.

5. Діалоги для дубляжу: це письмовий текст, який повинен звучати як усна мова. Письмові сценарії зазвичай розміщуються в електронних таблицях.

6. Діалог для субтитрів: цей текст має усний характер, але має бути представлений у письмовій формі. Крім того, перекладачі можуть зіткнутися з тим, що не всі мови дають однакову свободу при написанні субтитрів. Перекладачам часто доводиться застосовувати прийоми, що використовуються при перекладі коміксів, наприклад, для передачі певних

характеристик, які в іншому випадку були б втрачені, таких як акценти. Серед таких прийомів можна виокремити: порушення морфологічної та синтаксичної норми (неправильне вживання форм роду, числа особи, відмінка іменників і прикметників, форм особи часу, способу дії дієслова тощо), неправильне вживання слів, іноземні вкраплення.

7. Користувальницький інтерфейс: простір у меню, спливаючих вікнах та підписах має високу ціну, і переробка дизайну нечасто є можливою, тому перекладачі повинні враховувати кількість символів. Подібно до випадку локалізації програмного забезпечення, у відеоіграх можуть бути дуже деталізовані, переповнені опції меню для керування різними функціями гри, такими як рівень складності, вибір графічного дисплея, чутливість миші або можливість зворотного зв'язку.

8. Графіка з текстом: часто використовується багатошаровий графічний формат. Один із шарів може містити графіку гри, тоді як інші шари створюються для назви, знаку вікового рейтингу тощо [3].

Локалізація ігор поєднує у собі переклад тексту та переклад аудіовізуального контенту. Сьогодні завдяки новітнім розробкам існує технічна можливість здійснювати озвучування внутрішньоігрових діалогів. Це, у більшості випадків, замінило використання письмового тексту, але, у свою чергу, створило необхідність дублювання або перекладу субтитрів при локалізації. Дубляж відеоігор є схожим на дубляж фільмів. Сценарій перекладається з урахуванням кількості часу, доступного для кожного вимовленого речення, і синхронізація губ також здійснюється, коли це можливо. Згодом сценарій записують професійні актори в студії [4]. У тих випадках коли дубляж є фінансово не вигідним, локалізатори використовують лише субтитри.

Отже, основним пріоритетом локалізації гри є надання ігрового досвіду для гравців з різних куточків світу, зберігаючи при цьому суть оригіналу. Складність праці локалізатора полягає у створенні версії, яка дозволить гравцям відчувати гру так, ніби вона з самого початку була розроблена їхньою

власною мовою. Для цього важливо, щоб перекладачі були ознайомлені з сюжетом гри. Вони повинні знатися на термінології, особливостях гумору, присутньому у грі, використанні каламбурів тощо. Вони також повинні вміти розпізнавати натяки та інтертекстуальні посилання на інші жанри світової популярної культури, таких як комікси та фільми. Локалізація є трудомістким процесом який потребує не лише використання таких перекладацьких навичок як знання іншомовної лексики та граматики, а також зацікавленість у популярній культурі та ігровій індустрії.

Література:

1. Основи комп'ютерних ігор та ігрових програм : довідник модуля. / С. О. Нікітін, Л. О. Нікітіна. – Х. : «Друкарня Мадрид», 2018.
2. Anastasiou D., Schäler R. Translating Vital Information: Localisation, Internationalisation, and Globalisation. Journal Synthèses. Traduction: médiation, négociation, communication. 2010. № 3.
3. Bernal-Merino M. A. Challenges in the translation of video games [Електронний ресурс] / М. А. Bernal-Merino. – Режим доступу: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articles/02/02.pdf>
4. O'Hagan M., Mangiron C. Game Localization: Translating for the global digital entertainment industry. Amsterdam; Philadelphia, 2013.

Кручина Л.А.

Прецендетні антропоніми в німецькому газетному дискурсі

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Дана робота присвячена такому поняттю, як антропоніми і те, як вони функціонують в газетному дискурсі.

Актуальність: словниковий склад будь-якої мови немислимий без наявності в ньому такої категорії лексики, як імена власні. Слова даної категорії призначені для виділення конкретного об'єкта з ряду однотипних об'єктів, індивідуалізуючи цей об'єкт. У сучасному світі дуже важливо

вказувати точну особистість, наприклад, автора певної статті, письменника книги, і навіть вигаданого персонажа.

Об'єктом дослідження виступають антропоніми в німецькій мові.

Предметом дослідження є лексичний склад, принципи номінації та структурно-граматичні типи німецьких антропонімів.

Метою даної роботи є демонстрація прецедентів у німецькому газетному дискурсі. Будуть розібрані наступні пункти:

- 1) дати визначення поняттю "антропонім"
- 2) показати історію формування імен власних у німецькій мові
- 3) продемонструвати прецеденти імен власних у газетному дискурсі в німецькій мові.

Антропоніми - це імена людей (особисті, прізвища, по батькові, прізвиська). Вони належать до одного з найдавніших пластів словникового запасу будь-якої мови і, поряд з іншими іменами власними, займають в ньому одне з центральних місць. Найсуттєвішою їх функцією є функція іменування людей, реальних і нереальних. Антропоніми є важливою ланкою, що зв'язує людину з безпосереднім оточенням і суспільством в цілому.

Таким чином, кожне ім'я не безглуздо, воно має значимість і значення, яке може бути «розкрито» за допомогою лінгвістичного аналізу.

Під антропонімічною системою розуміють сукупність іменування людей у мовній та національній своєрідності. Антропонімічні системи європейських народів мають зовнішню схожість, що виявляється в наявності однакових елементів: особистого імені і успадкованого компонента – прізвища. У всьому іншому, за твердженням дослідників, спостерігається більше відмінностей, ніж збігів: кожна антропонімічна система являє собою унікальне явище у всіх аспектах прояву антропонімів.

Проблема прецедентності все частіше і частіше привертає увагу вітчизняних і зарубіжних лінгвістів. Сам термін "прецедентний текст" був вперше використаний Ю. Н. Карауловим в доповіді «роль прецедентних текстів в структурі і функціонуванні мовної особистості» на VI Міжнародному

конгресі викладачів російської мови і літератури в 1986 р. На його думку, під прецедентними текстами слід розуміти тексти, добре відомі і широкому оточенню даної особистості, включаючи її попередників і сучасників, і, нарешті, такі, звернення до яких поновлюється неодноразово в дискурсі даної мовної особистості [2].

Проте не одне покоління німців виросло на книзі Гофмана. Персонажі книги, такі як *Struwwelpeter* (Петернеряха), *Suppenkasper* (Каспер), *Hans-guck-indie-Luft* (ганс-ротозей), знайомі і дітям, і дорослим в німецькому суспільстві. Для вивчення ми звернулися до оригінальної версії книги, представленої на сайті <http://www.gutenberg.org> [1]. Дитячі образи представлені в книзі незвично, головний персонаж Петер-нечупара описується автором в оригінальній версії дуже емоційно: *Sieh einmal, hier steht er, / Pfui! der Struwwelpeter* (подивися-ка! Ось стоїть він, тьху! Петер-нечупара) (тут і далі переклад наш. - І. К.).

Ім'я власне *Struwwelpeter* сходить до прикметника *struwwelig*, яке має значення «скуповджений, кошлатий, розпатланий» [4]. Перед читачами постає дитина-бруднуля, нечупара, кошлатий і неохайний. Він явно не зразок для наслідування. Його зовнішній вигляд викликає жах у дітей і батьків: *An den Händen beiden/ Liess er sich nicht schneiden / Seine Nägel fast ein Jahr* (на обох руках нігті він не стриг майже цілий рік). сучасні батьки в німецькому соціумі часто вдаються до даного прецедентного імені, якщо їх дитина недостатньо акуратний: *Du bist Struwwelpeter!* (Ти-Штруввельпетер!). у той же час в німецькомовних масмедіа можна зустріти згадка про Петернеряхе, де він виступає своєрідною іконою стилю, тому що підкреслена недбалість в одязі і зачісці особливо шанується сучасними молодими людьми: *Zu Hause bevorzugt sie sogar den Struwwelpeter-Look!* (Вдома вона навіть віддає перевагу стилю Штруввельпетер) [5]. з іншого боку, розпатлане волосся можуть стати і медико-етичною проблемою: на сторінках німецькомовної преси можна зустріти згадка про синдром Штруввельпетера (*Struwwelpeter-Syndrom*): *Es gibt einen Fachbegriff für extrem schwer kämmbares Haar, Experten sprechen dann*

vom «Syndrom der unkämmbaren Haare» oder auch «StruwwelpeterSyndrom» (Є спеціальне позначення для екстремально неслухняного волосся, експерти тоді говорять про «синдромі неслухняного волосся» або «Штруввельпетер-синдромі») [6]. На думку німецькомовних ЗМІ, Сучасний Штруввельпетер може бути політиком, підприємцем і чиновником високого рангу: Der heutige Struwwelpeter könnte auch einen feinen Anzug tragen, er könnte Politiker, Geschäftsmann oder hoher Staatsbeamter sein [3]. ім'я Suppenkasper стало в німецькій культурі прозивним і описує дитину, яка погано їсть. у словниках німецької мови дається наступне визначення: Der Suppenkasper – - ugs.: Kind, das sehr wenig isst. на початку історії перед читачами постає здоровий, товстенький, кругленький хлопчик з червоними щоками-зразок здорової дитини: Der Kaspar, der war kerngesund, / ein dicker Bub und kugelrund./ Er hatte Backen rot und frisch. Потім його зовнішній вигляд змінився: він став тонким, як нитка, і помер (Am vierten Tage endlich gar / Der Kaspar wie ein Faedchen war) [1]. Формуючи антропонімічний простір газетного тексту, антропоніми можуть виступати в двох функціях - в якості інформативних і в якості соціально-оціночних мовних засобів. розвиток значення прецедентного антропоніма завдяки літературному джерелу пояснює частоту вживання імені, його стилістичне навантаження, включення в лексичний фонд німецької мови, а також його актуалізацію в масмедійному дискурсі.

ВИКОРИСТОННА ЛІТЕРАТУРА

1. Генріх Гофман" Der Struwwelpeter або смішні історії і drollige зображень " [Електронний ресурс]. URL: <http://www.gutenberg.org/files/24571/24571-h/24571-h.htm>.

2. Керол Ю. Н. роль прецедентних текстів у структурі та функціонуванні мовної особистості // Наукові доповіді та нові напрямки у викладанні російської мови та літератури: докл. сова. делегації на VI Конгресі моралі. М., 1986. с. 105-117. .

3. Слово в день. Struwwelpeter сьогодні [Електронний ресурс]. URL: <http://2.brf.be/sendungen/wortindentag/167301/>.

4. Duden-Великий словник німецької мови [Електронний ресурс]. URL: <http://www.duden.de/suchen/dudenonline/struwwelig>.

5. Schöneberger буде охоче Struwwelpeter [Електронний ресурс]. URL: http://www.bz-berlin.ru/люди/die_schoene_Бергер-буде-добре-о-struwwelpeter

6. Süddeutsche Zeitung. Це struwwel petergen [Електронний ресурс]. URL: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/genetik-der-struwwelpeter-inmir-1.3259105>.

Кузнецова Є.А.

Гендерні особливості мови політиків

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Постановка проблеми. Політика описується як сфера суспільного життя, обмежена чоловіками і більш інтенсивно чоловіча, ніж будь-яка інша соціальна практика [3, с. 210]. Роки історії та безліч різноманітних особистостей політиків доводять, що стать політика визначає також і мовні відмінності, які по-різному сприймаються людьми. Так, з огляду впливу на аудиторію, саме чоловічі промови справляють найбільше враження та найдужче запам'ятовуються слухачам, а мовний стиль чоловіків впродовж тривалого часу вважався еталоном, про що свідчить велика кількість досліджень в цій сфері.

Аналіз останніх досліджень. Впродовж тривалого часу не існувало великої кількості досліджень, що вивчали б поведінку чоловіків в політиці. Виняток становили дослідження, проведені наприкінці 1980-х років В. Браун [3] та на початку 1990-х років Дж. Херном [6]. В подальшому, основні дослідження в цій сфері проводили феміністки, які, як правило, зосереджувались на поведінці та мові жінок, прагнули демаргіналізувати становище жінок у політиці. Багато дослідників, серед яких С. Керрол,

С. Томас, Д. Ловендускі, П. Норріс, С. Хансен стверджували, що кількість чоловіків у організаціях, комітетах та асамблеях переважала над кількістю жінок, в той час як жінки частіше наголошували на інших проблемах, ніж чоловіки (серед цих проблем визначали проблеми дітей та літніх людей, освіти, соціальні проблеми).

Один із найвідоміших дослідників гендерних проблем, Д. Таннен, запропонував важливий для лінгвістики постулат: дві статі використовують мову та мовлення з двох різних причин. Чоловіки – заради збереження впливу, статусу та досягнення домовленості, а жінки – для встановлення спілкування, для підтримання стосунків та «для того, щоб сподобатися» [10, с. 45-62]. Тим не менше, політичний контекст припускає, що спілкування та мова в рамках державного управління мають на меті як вплив і переконання, так і спілкування та залучення, саме тому є доцільним з'ясувати відмінні риси в жіночій та чоловічій мові, щоб зрозуміти, чи є будь-які відмінності в структурі мов двох статей або мова йде про відмінності лише стосовно цілей [11, с. 141-146]. З огляду на вищесказане, **актуальність** даного дослідження полягає у тому, що на сучасному етапі розвитку суспільства все частіше постають питання існування гендерно зумовлених відмінностей в поведінці людей в різних сферах життєдіяльності, зокрема в політиці, а існування гендерних стереотипів та різних очікувань суспільства від представників різної статі впливає на функціонування суспільства в цілому. **Метою** статті є дослідження та аналіз існуючих відмінностей у мові чоловіків та жінок у політичному дискурсі. **Об'єктом** дослідження є мова та мовлення політиків, **предметом** є гендерні особливості мови публічних політичних виступів.

Велика кількість дослідників приділяли увагу мовленню двох статей, відмінності між якими неодноразово підтверджувались експериментами, що базувалися на класичному дослідженні Р. Лакоффа «Мова та місце жінки» 1975 року [8, с. 43-45]. Так, А. Хаас з посиланням на О. Джесперсона, Р. Лакоффа та К. Крамера визначив, що жінка вживає прикметники частіше, ніж чоловіки, і завжди емоційно-оціночно [5, с. 618-620]. Р. Лакофф використав

слово «порожній» для характеристики таких прикметників. Так, на думку дослідника, жінки часто висловлюють свою прихильність до висловлювань, використовуючи «порожні» прикметники, наприклад, «гарний», «крутий», «божественний», «дорогоцінний», «милий» та «добрий». Такі слова можуть бути реакцією щодо будь-чого, тоді як чоловіки в більшості своїй висловлюють більш повну і складну точку зору. Вживання прикметників жінками створює враження інфантильності та некомпетентності з точки зору оратора, журналісти ж використовують подібні описові прикметники, щоб створити образ слабкого та нестриманого політика. Якщо бажанням журналіста є створення іміджу професійної жінки-політика, усі прикметники повинні бути нейтральними або жорсткими та «сильними», іншими словами, вони повинні бути чоловічими. Для емансипованих західних країн це звучить як застарілий факт, однак, коли якості жінок приписують чоловікам, чоловіки реагують негативно. Але коли чоловічі якості приписуються жінкам, сучасне суспільство часто заохочує це. Справа складніша у політичній сфері. Образ жінки-політика залежить здебільшого від її представлення у ЗМІ, а надмірна жіночність у мові може стати проблемою для її прийняття громадськістю як серйозного політика. Інша відмінність полягає у використанні слів ввічливості та гіперформальних структур, як лексичних, так і граматичних. Це може бути пов'язано із соціальною роллю жінки. Традиційно вона проводить багато часу з дитиною і прагне виховати ввічливу і добру людину, тому мати читає дитині книги та намагається говорити правильною мовою. Однак, якщо під час виховання дівчинки батьки, як правило, говорять відповідно до норм літературної мови, то при вихованні хлопчика мова батьків часто є більш простою [5, с. 617-619].

Ще одна відмінність – правильність. Переходячи до політичної реальності, гіперкоректну та ввічливу мову можна оцінити як віддаленість від народу, і, дійсно, громадськість очікує від політиків чітких та скоординованих дій, але ввічливість та абсолютно правильно побудована мова не можуть створити позитивного враження про лідера. Наступною відмінністю, на яку

вказував Р. Лакофф, є той факт, що жінки використовують більше висловів у формі запитань, тоді як чоловіки віддають перевагу твердженням. Велика кількість питань негативно впливає на політичний імідж жінок. Журналісти здатні представити безліч запитань не як прагнення вирішити проблему, а як нерозуміння та відсутність кваліфікації. [8, с. 148-152].

Численні дослідження також демонструють, що чоловіки-політики та жінки-політики по-різному поведуться в різних ситуаціях. Так, К. Едельські та К. Адамс вивчали гендерні відмінності у поведінці під час політичних дебатів на телебаченні та виявили, що жінки більше підкорялися правилам дебатів (обмеження часу та тем), ніж чоловіки, які говорили більше, ніж їм було дозволено, і робили непрохані зауваження [4, с. 185-189]. К. Адамс дійшла висновку, що жінки цінують дотримання правил, тим самим презентуючи себе в якості вихованих політиків [1, с. 4-9].

Подібним чином, Л. Кетлін вивчала гендерні відмінності у використанні пауз, зупинок, різких змін теми під час слухань комітету штату Колорадо. Її результати показали, що жінки менше говорили, робили менше перерв і різких змін у промовах, ніж чоловіки [7, с. 567-570]. Крім того, використовуючи підхід аналізу змісту, С. Броутон та С. Пальмієрі дослідили типи аргументів чоловіків-політиків та жінок-політиків, які вони використовували в дебатах стосовно питання евтаназії, та виявили певні гендерні відмінності. Так, загальний тон дискусії був проти евтаназії. Виступаючи за законопроект про евтаназію, жінки базували свої аргументи на необхідності вдосконалення паліативної допомоги, а чоловіки апелювали до моралі. Також жінки користувались особистими прикладами та посиланнями більше, ніж чоловіки [2, с. 31-35].

Таким чином, на основі проведеного аналізу можна стверджувати, що мовлення осіб різної статі часто має певні відмінності, адже цілі використання мови та власне вибір мовних засобів можуть бути гендерно зумовлені. Так, до суттєвих відмінностей варто віднести використання прикметників та різне їх смислове навантаження; конструювання мовлення у формі запитань чи

тверджень; ввічливість та правильність мови, що обумовлені різними ролями жінок та чоловіків у суспільстві. Так само, публічні промови як правило різняться залежно від статі політика, який їх проголошує, формуючи різне сприйняття та певні мовні паттерни, що асоціюються з відповідним гендером політика. Проте, варто підкреслити, що дані особливості є лише характерними, а не обов'язково притаманними певній статі. Вони в значній мірі є обумовленими традиційним розподілом соціальних ролей в суспільстві. Зі змінами в усіх сферах суспільного життя все більше стирається межа між рисами, що традиційно сприймаються як суто чоловічі та суто жіночі, і все частіше у мові, і не тільки, можна зустріти характеристики, що нібито притаманні протилежній статі.

Література:

1. Adams, K. L. Accruing power on debate floors, in Hall, K., Bucholtz, M. and Moonwomon, B., 1992 (eds), pp. 1–10.
2. Broughton, S. and Palmieri, S. Gendered contributions to parliamentary debates: The case of euthanasia. Australian Political Studies Association, 1999. – № 34 (1), pp. 29-45.
3. Brown, W. Manhood and Politics: A Feminist Reading in Political Theory. Totowa, NJ: Rowman & Littlefield, 1988. – 256 p. – Режим доступу: <https://doi.org/10.2307/1961674>.
4. Edelsky, C., Adams, K.L. Creating equality: Breaking the rules in debates. Journal of Language and Social Psychology, 1990 – № 9 (3), pp. 171 – 190.
5. Haas, A. Male and female spoken language differences: Stereotypes and evidence., Psychological Bulletin, 1979, Vol 86(3), pp.616-626 – режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.86.3.616>
6. Hearn, J. Men in the Public Eye. London: Routledge, 1992 – 304 p. – Режим доступу: <https://doi.org/10.4324/9780203134481>.
7. Kathlene, L. Power and influence in state legislative policy making: the interaction of gender and position in committee hearing debates. American Political Science Review, 1994. – № 88 (3), pp. 560-576.

8. Lakoff, R. *Language and Woman's Place: Text and Commentaries*. Oxford University Press, 2004. – 320 p.

9. Moore, H. T. (1922). Further data concerning sex differences. *The Journal of Abnormal Psychology and Social Psychology*, 17(2), pp. 210–214. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1037/h0064645>

10. Tannen, D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. Ballantine, 1991. – 330 p.

11. Tannen, D. *Gender and Discourse*. Oxford University Press, 1996. – 240 p.

Лійко Д. С. (науковий керівник – проф. Недайнова І.В.)

**Актуальні проблеми лінгвістики, перекладу та літературознавства
Евфемізація та переклад: проблема збереження значень евфемістичних
одиниць в політичних промовах**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», Харків*

У наш час мова як засіб передачі інформації використовується не лише у вигляді інструменту для формулювання і вираження власної позиції, а також застосовується і як спосіб її приховування. Під час політичного процесу, ведення переговорів, передвиборчих кампаній закріплюється стійке розуміння того, що політичний дискурс – це питання лінгвістичного та культурного характеру. Упевнено зазначаємо, що політичний дискурс не є текстово однорідним. Іноді дуже складно визначити межі між деякими політичними текстами, що свідчить про неоднорідність цих текстів та обумовлює труднощі при перекладі текстів політичної направленості. Саме тому **метою** написання даної статті ми бачимо аналіз збереження значень евфемістичних одиниць, що виявлені нами в англомовних політичних промовах, в українському їх перекладі.

З філологічної точки зору політичний дискурс виступає текстом, тлом якого є ідеологічні та політичні концепти світу, що панують у реаліях мовця. Політичному дискурсу надзвичайно притаманні процеси евфемізації та дисфемізації, які протікають у суспільстві, відповідно вони є важливими складовими політичної коректності [1, с. 7]. Евфемія як лінгвістичний засіб імплементується у політичний дискурс за допомогою мовної тактики, що насичує контекст евфемізмами. По суті, евфемізацію англomовного політичного дискурсу можна назвати камуфлюванням об'єктивної реальності, що інколи функціонує у вигляді маскуванню певних понять або термінів, приховування наявних проблем. Через це велика кількість сучасних політиків піддається тенденції застосування таких засобів, оскільки ці лінгвістичні інструменти дозволяють непримітно завуалювати негативні сторони явищ реальності, якими можуть бути, наприклад, наслідки непривабливих політичних або економічних мір, реформ, і за допомогою цих інструментів можна легше здійснювати масовий вплив на адресата.

Політичні евфемізми не відрізняються від будь-яких інших евфемізмів, що є стилістично та емоційно нейтральними словами чи виразами, котрі мають на меті замінювати інші непристойні та грубі висловлювання, тобто такі, що не відповідають вимогам політкоректності [2]. Евфемістичні одиниці грають роль слів прикриття, слів-масок, це, просто кажучи, вирази, що вживаються замість заборонених виразів. Через це велика кількість лінгвістів вважають, що у випадку евфемії функціонує один з основних принципів прагматики – принцип ввічливості. Науковець О. Обвінцева вважає, що евфемізми застосовуються як альтернатива некоректним номенам «з метою уникнути можливої втрати обличчя: або мовця, або аудиторії, або якої третьої сторони» [3, с. 80].

Політичні евфемізми набули популярності серед лінгвістів на початку війни у В'єтнамі, що тривала з 1955 по 1975 роки. Саме в цей час ці лексичні одиниці і стали ефективним засобом маніпулювання свідомістю американців, а також інструментом приховування явищ дійсності з метою створення

вигідної для Америки картини реальних подій у Індокитаї. Окрім того, політична евфемія вже давно широко функціонує у вигляді засобу відхилення від істини в сучасному, не лише англомовному політичному дискурсі, її мета доволі проста – згладжування гострих моментів у різних сферах соціально-політичного життя суспільства. Як ми вже згадували, основне її призначення – маніпулювання свідомістю людини та пристосовування політичного дискурсу до прикрашання реальній дійсності. Зазначимо, що характерні ознаками політичних евфемізмів є їх умотивованість, наявність ціннісних домінант, лозунговість, діалектичність евфемістичного перетворення, здатність утворювати протилежність «свої – чужі», здатність виступати інструментом реалізації тактики відхилення від реальності [4, с. 11].

Евфемізація сучасного англомовного політичного дискурсу включає в себе доволі широкий спектр усних і письмових текстів: це і виступи у Конгресі, Парламенті або на мітингу, і політичне інтерв'ю або аналітична стаття, програма політичної партії та публічні дебати інші. У англомовному політичному дискурсі США та Великої Британії в основному застосовуються політкоректні евфемізми, і окрім того, евфемізми, які позначаються міжнародною спільнотою лінгвістів як термін «*doublespeak*» [5]. Наприклад, політично коректні еквіваленти слів *the poor* або *the rich* зменшують негативність асоціації при їх сприйнятті: замість першого прийнято використовувати *the needy/neediest, the ill-provided, the havenots, the (culturally) deprived, the socially disadvantaged, the unprivileged, the less fortunate citizens, the low-income brackets*, замість другого – *the socially advantaged, the privileged, the more fortunate citizens, the high-income brackets*. Евфемізація дає змогу політичному істеблішменту держави звільнитися від відповідальності за рахунок використання більш абстрактної лексики [5, с. 78-79].

Для кращого розуміння, стверджуємо, що у сучасному політичному дискурсі США застосовуються евфемізми, які спрямовуються на прикриття дій держави, що далекі від принципів гуманності, наприклад, агресивні військові дії: *limited air strike (bombing)*. Або ж, під час військових дій в Іраку,

слово *війна* у промовах тодішнього Президента США Джорджа Буша не вживалося, ця війна називалася *анти-терористичними діями* чи *миротворчою місією*, при цьому офіційно ця війна називалася *Operation Iraqi Freedom* [16]. За поняттями визволення Іраку були приховані різні інтенції, від потенціалу інтервенції в країну до бажання заволодіти її нафто-газовими ресурсами, саме цьому треба було відволікати увагу американських громадян від реальних інтенцій конфлікту.

До того ж, щодо політичної комунікації англомовний політичний дискурс характеризується використанням політичних евфемізмів з метою заміни слів або виразів, котрі в суспільстві на даному історичному етапі та розвитку виступають політичними табу. Наведемо приклад підкреслення поліетнічності нації евфемізмами у словах 44-го Президента США Барака Обами: «*What makes America exceptional are the bonds that hold together the most diverse nation on Earth*». *Diverse nation* – безумовно виступає політкоректною номінацією, яка служить задля підкреслення представників усіх національностей, що проживають у країні (*multiracial* тут не прийнятне). У цій промові: «*You'll hear the deep patriotism in the voice of a military spouse who's working the phones late at night to make sure that no one who fights for this country ever has to fight for a job or a roof over their head when they come home*», Б. Обама вживає евфемізм «*military spouse*», його ціль – уникнення небажаної дискримінації за гендерною приналежністю [7, с. 167].

Оскільки метою нашого дослідження є складності опрацювання та збереження еквівалентності англомовного політичного тексту наповненого евфемістичними одиницями при перекладі українською мовою, то у фокусі нашої уваги був перекладацький аспект цих лексичних одиниць. Ми виявили, що при перекладі евфемізмів складність викликають не лише самі евфемістичні елементи у контексті, а також плеяда інших мовленнєвих засобів, що є характерними для політичного дискурсу: метафоризація значення, різні комунікативні тактики (наприклад, тактика відведення

критики), іллокутивні елементи (донесення, спрямування певної інформації до адресата) та деякі інші.

Особливо характерним в цьому аспекті виступає британський політичний дискурс, а саме виступи прем'єр-міністрів Великої Британії. Для досягнення низки інтенцій у британському політичному дискурсі ми звернули увагу на застосування книжної лексики, яка визначає чіткий рівень обізнаності мовця: це такі слова як *vow*, *challenges*, *to neglect*, *to emphasize*, використання термінологічних одиниць: *the general maritime law*, *maritime jurisdiction*, *admiralty*, а також вживання номенклатурної лексики: *the Civil Code*, *Magna Carta*, *the Ministry of Post and Telecommunications*, *the National Space*.

Раніше згадана метафора у політичному дискурсі Британії також займає ключове місце серед. Яскравим прикладом тут є політичні промови колишнього лідера прем'єр-міністра Сполученого Королівства Девіда Камерона. Розглянемо його наступний вислів: *...to give the **green light**, in the light of recent publicity; moments of dazzling lights, to light a love of learning*. Виділені нами елементи промови мають позитивну конотацію, тому що світло майже завжди ототожнюється з добром, окрім того, його асоціюють з вогнем та теплом. У наступній своїй промові Камерон застосує на наш погляд ефективний метафоричний зворот: *Education is the spark that can light a love of learning* [8] – в українському перекладі це звучить так: *Освіта – це іскра, що запалює любов до навчання*.

Проаналізуємо збагачений евфемістичними засобами уривок з промови ще одного колишнього прем'єр-міністра Британії та партійного лідера лейбористської партії Гордона Брауна: *You know, there is a **golden thread of common humanity** that across nations and faiths binds us together and it can **light the darkest corners of the world*** [9]. Евфемістичний зворот *a golden thread of humanity* у поєднанні з метафорою *to light the darkest corners* уможливорює для Гордона Брауна проведення паралелі між гуманністю та крихкою, але безцінною річчю, котра здатна поєднати разом людей багатьох націй і переконань, і несе світло у найвіддаленіші місця світу. Тут політик має на увазі

розповсюдження загальних людських цінностей і прав людини та намагається підкреслити важливість людяності у ставленні до оточуючих.

Висновки. У підсумках до нашого дослідження зазначимо, що головними мотивами евфемізації сучасного англомовного політичного дискурсу, по-перше, виступає необхідність дотримання правил політкоректності, які є важливим елементом суспільства у цілому, і відображаються у дзеркалі сучасної ідеології західного світу; по-друге, роль процесів евфемізації полягає у прагненні уникнути суспільного резонансу, масових обурювань, конфліктних ситуацій тощо; по-третє, евфемістичні одиниці здатні камуфлювати об'єктивну реальність, підмінити ті чи інші поняття або терміни, приховати негативні явища та наслідки непривабливих політичних й економічних реформ, і просто приховати правду. На останок зауважимо, що аналіз особливостей перекладу англомовних евфемізмів в сучасному політичному мовленні українською мовою з фокусом аналізу збереження їх прагматики показав, що в українському перекладі цих специфічних лінгвістичних одиниць існує багато засобів збереження їх значення і, оскільки англомовний політичний дискурс має широку схильність до різноспрямованих процесів евфемізації своєї лексики, то дослідження способів перекладу при максимально точному збереженні значення є суттєво важливим елементом і вважається нам перспективним і актуальним.

Література

1. Кипрская Е. В. Политические эвфемизмы как средство камуфлирования действительности в СМИ (на примере конфликта в Ираке 2003-2004 гг): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е. В. Кипрская. – Ижевск, 2005. – 19 с
2. Spears Richard A. Slang and Euphemism / Richard A. Spears. – Signet Books, 2001. – 412 p.
3. Обвинцева О. В. Политический эвфемизм как средство языкового воздействия в газетном тексте / О. В. Обвинцева // Перевод и межкультурная коммуникация: материалы Международной научно-практической

конференции; Институт международных связей. – Екатеринбург, 2003. – № 16. – С. 78–80.

4. Миронина А. Ю. Политические эвфемизмы как средство реализации стратегии уклонения от истины в современном политическом дискурсе: (на материале публичных выступлений Б. Обамы): автореф. дисс. канд. филол. наук / А. Ю. Миронина. – Н. Новгород, 2012. – 19 с.

5. Bayley P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches / P. Bayley // G. Ragazzini, D.R.V.P. Miller eds. Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. – Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. – P. 77–174

6. Euphemism Glossary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vizettes.com/ae/pages/euphemism-glossary.html>

7. Таценко Н. В. Семантичні та прагматичні аспекти евфемії у англomовному політичному дискурсі (на матеріалі промов Барака Обами) / Н. В. Таценко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Том 26 (65). – № 1 – С. 164–168.

8. David Cameron "Fixing our Broken Society", Glasgow, 2008 [Электронный ресурс]. <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=348/>

9. Gordon Brown Leader's speech, Bournemouth, 2007 [Электронный ресурс]. <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=179>

Лобач В.А.

Неологізми як спосіб збагачення сучасної німецької мови

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Харків*

Науковий керівник: Гаврилова Ірина Миколаївна

Поповнення словникового запасу, незалежно від того, яка мова вивчається та в якій сфері працює перекладач, є безперервним процесом. Слова, які більше не знаходять вживання в мові, стають застарілими та, як наслідок, зникають з активного словника. Разом з тим лексичний запас сучасної людини поповнюється шляхом появи великої кількості нових слів і поєднань. Оновлення лексичного запасу мови може відбуватися різними способами. Так, сьогодні, поява запозичених слів стала поширеним явищем. Використовуючи різноманітні способи створення слів, з давно відомих одиниць виникають нові слова, які називаються неологізмами. Можемо сказати, що збагачення мови відбувається через неологізми, появу нових значень старих слів.

Перш ніж розглянути тему неологізмів, слід приділити увагу саме словотвору в німецькій мові. Більшість науковців пропонують однакову класифікацію способів словотвору в сучасній граматиці. Степанова М.Д. та Чернишова І.І. також виділяють наступні словотворчі моделі сучасної німецької мови [1]:

1. Модель кореневих слів. Особливістю кореневих слів є неможливість розкласти їх на окремі компоненти. Дійсно німецькі кореневі слова зазвичай односкладові або двоскладові, запозичення ж можуть складатися з великої кількості складів, які могли бути подільні в мові-джерелі, але неподільні в німецькій мові, наприклад: односкладове слово *der Berg* – гора, двоскладове слово *die Mutter* – мама, запозичене слово *die Garnison* – гарнізон (французька) [3].

2. Модель безафіксного словотвору (без префіксів та суфіксів). Особливістю даної моделі є труднощі відрізнити в плані синхронії похідну основу від виробної через відсутність словотворчого афікса. Найбільш раціональним представляється розглядати дану модель як функціонування однієї й тієї ж основи в умовах різної дистрибуції (тобто різного оточення). Порівняйте: grün (зелений — прикметник) / grünen (зеленіти — дієслово) / das Grün (зелений колір, зелень — іменник) [2].

3. Префіксальна модель. При префіксальному утворенні слів словотвірний елемент займає місце перед коренем слова, надаючи значенню вихідного слова нові ознаки. Для німецьких префіксів характерний їх чіткий розподіл на іменні та дієслівні. Кількість німецьких префіксів невелика, але більшість з них багатозначні, тобто висловлюють різні категоріальні ознаки. Приклади: brennen / verbrennen - горіти, палити / згоріти (конкретизація); mieten / vermieten - орендувати / здати в оренду (суперечність); treiben / wegtreiben - вигнати / вигнати геть (посилення); ruhig / unruhig - спокійний / неспокійний (заперечення якості) [2].

4. Суфіксальна модель. Ця модель характеризується тим, що пов'язана словотворча морфема стоїть після кореня, розширюючи значення слова. Суфіксальна модель представлена у всіх частинах мови. Сутність її полягає в тому, що суфікс підводить відповідну лексичну одиницю під ширшу семантичну категорію (особи, дії або стану і т.д.). Приклади: fahren / der Fahrer - водити, їхати / водій (особа, яка виконує таку дію; перехід дієслова в іменник); der Kleber / klebrig - клей / клейкий (постачання якості, перехід іменника в прикметник); brennen - горіти, а brennbar – горючий (перехід дієслова в прикметник) [11].

Словоскладання дуже розвинене в німецькій мові. Зазвичай перший компонент складеного слова виступає визначенням до другого компонента, розкриває його властивості, якості або особливості. Однак є такі випадки, коли компоненти складних слів один одного не визначають, наприклад: das Fenster

+ der Rahmen = der Fensterrahmen / вікно + рама = віконна рама (перший німецький іменник визначає другий) [3].

Оскільки мова постійно змінюється, а також знаходиться в безперервному русі, вона, як наслідок, еволюціонує та розвивається. Сьогодні основні поняття неології не мають чіткого визначення. Джерела пропонують різноманітні поняття і опис неологізму. Зупинимося на одному з них:

Неологізм — слово, значення слова або словосполучення, що недавно з'явилося в мові (тобто воно є новоствореним або було відсутнє раніше). Вивченням неологізмів займається наука неологія [12].

В сучасних роботах в області неології використовується кілька синонімічних термінів для позначення нових лексичних одиниць: інновації, лексичні інновації, новоутворення, неологізми, нові номінації, нові слова, okazionalne slova, okazionalizmi, а також потенційні слова [4, с. 3-5]. У німецькій мові це буде виглядати наступним чином: ein neues Wort, ein lexikalisch neues Wort, der Neologismus, der Okkasionalismus [12].

Слово залишається неологізмом до тих пір, поки люди, які використовують його відчують в ньому щось нове, або поки нові поняття не стануть звичними, після чого вони міцно закріплюються в словниковому складі та вже перестають сприйматися як нові. Неможливо точно визначити, скільки часу має пройти, перш ніж слово перестане вважатися неологізмом, бо кожен період в розвитку мови породжує велику кількість нових слів, або нових значень уже наявних слів.

У лінгвістиці існує багато класифікацій неологізмів, тож для розгляду ми обрали класифікацію Степанової М.Д. і Чернишової І.І., які виділяють наступні види неологізмів:

1. Нові за значенням і формою неологізми, які утворилися по вже присутнім в мові продуктивним моделям, наприклад: die Qualitätsbrigade (бригада відмінної якості), die Selbstkritik (самокритика) [1].

2. Нові за значенням неологізми (при різкій відмові від старого значення), але які залишаються старими за своєю формою, наприклад: der Pate

(шеф) і der Pate (хресний); (в новому значення der Pate (шеф) фактично є омонімом).

3. Неологізми, які є новими за формою, але:

а) старими за значенням, наприклад: der Fernsprecher замість das Telefon (телефон) (неологізм кінця XIX - початку XX століття), der Funk - das Radio (радіо) і так далі;

б) новими по відтінку значення: starten - anfangen (стартувати, починати) і так далі [5, с. 84].

В.Н. Комісаров зазначає, що для досягнення гарного перекладу особливо важливо знати, як співвідносяться мовленнєві особливості одного і того ж стилю в різних мовах [5, с.126]. Неологізми часто відносять до безеквівалентної лексики. Під цією лексикою розуміються іншомовні слова і словосполучення, які позначають предмети, процеси та інші реалії життя, які на даному етапі не мають в мові перекладу еквівалентів. Не дивлячись на труднощі перекладу даної лексики в практику увійшли такі способи її перекладу [7, с. 37-40; 8, с. 69-77]:

1. Транслітерація: Streikbrecher - штрейкбрехер, Reissfeder - рейсфедер;

2. Калькування: Dienstwagen - службова автомашина;

3. Описовий переклад: das Mitbestimmungsrecht – право робочих брати участь в управлінні підприємством; boustrophedonically - переходячи до наступного рядка по черзі справа наліво і зліва направо;

4. Наближений переклад: святий Микола (Heiliger Nickolaus) і Дід Мороз — це не одне і те ж, проте в ряді випадків вони цілком можуть замінити один одного при перекладі;

5. Створення нового слова у мові перекладу: фр. helicoptere - вертоліт (неологізм був створений радянським авіаконструктором Миколою Камовим).

Що ж стосується конкретного досвіду перекладу неологізмів, єдиною трудностю, на думку В.П. Андрієнко та Є.Ю. Шеф, є правильне розуміння перекладачем значення новоутворення. Після того як перекладач справиться з цією проблемою, залишається найлегша частина роботи – переклад [9].

Збагачення словникового складу сучасної німецької мови через запозичення певних понять, а також поява нових термінів найбільш яскраво простежуються в таких сферах сучасного суспільства як: освіта, політика, економіка, інформаційні технології, наука і техніка, телекомунікації та спортивна сфера. Вчені-філологи часто мають труднощі стосовно нових термінів і понять в якійсь одній сфері, оскільки відкриття науково-технічного прогресу, а також інформаційні технології зачіпають ледь ні кожен галузь суспільного життя. Тому ми розглянемо декілька сфер, де можуть зустрічатися неологізми:

1. Неологізми в текстах німецької реклами

На появу великої кількості неологізмів великий вплив надають тексти реклам, де рекламодавці миттєво поширюють інформацію про те, що на ринку з'явилася нова продукція. Відповідно, даної продукції присуджуються особливі характерні риси, наприклад: *der Allzwecktisch* - універсальний стіл, *das Wandhängemöbel* – настінні меблі, *das Apartement* – квартира. Що стосується прикметників, що з'явилися в рекламних текстах, то їм характерна особлива експресивність, наприклад: *figurgünstig* – вигідно підкреслює фігуру: *Die aufwändige Steppung wirkt figurgünstig, die Wiener Naht streckt zudem optisch.* - Особливий фасон застібки сидить по фігурі, а віденський шов візуально витягується [10, с.40].

Окремим типом утворення нових слів в рекламній сфері є виробництво брендів і процес метонімії, які мають тісний зв'язок і є одним зі способів впливу реклами на словниковий склад мови.

Так, найменування фірми, яка випускає певну продукцію, в побутово-розмовній мові стає найменуванням даної продукції.

Можна навести такі приклади:

1) *die Nikes* - елементи спортивного одягу (футболки, головні убори, взуття, аксесуари), які виробляє американська компанія «Nike». Приклад: *Wenn er so konservativ ist, warum trägt er dann Nikes?* Якщо він такий

консерватор, чому він носить «Найк?»»; Hey Bruder, wo hast du denn diese Nikes her? - Гей, друже, де ти взяв ці «Найк»? [10].

2) Adidas - німецька промислова компанія, яка спеціалізується на виробництві спортивного взуття, одягу та інвентарю. Наприклад: ...die roten Hosen da und deine blaue Adidas Jacke - ...ці червоні штани і ось ту синю кофту Adidas [10].

2. Неологізми в Інтернет-сфері

Як на німецькомовних Інтернет-сайтах, так і на українськомовних джерелах ми часто можемо зіткнутися з неологізмами. При всьому цьому, їх вживання може бути не тільки цілеспрямованим (особливо, це стосується текстів публіцистики), а й випадковим (неологізми, виведені самими користувачами соціальних мереж). Але в обох випадках нові слова і словосполучення привертають увагу філологів, що займаються вивченням особливостей німецького мовознавства.

Як приклади неологізмів, що належать до Інтернет-сфери, Новікова Є.О. дослідила коментарі в такий соціальної мережі як «Facebook», а також розглянула публікації, які були на просторах інтернет-порталу «Deutsche Welle» за період квітень-травень 2015 року. В результаті були виявлені наступні неологізми [10]:

- der Fanboy - фанат (Naja, früher war ich so etwas wie ein Fanboy von ihm. - Колись я був начебто його фанатом) [13];
- simsens - відправляти СМС (Meine Nummer ist gespeichert, falls ich anrufe oder simse. - Там уже вбитий мій номер, якщо що, я наберу або напишу) [13];
- googeln - шукати в пошуку «Гугл», «гуглити» (Das kann man googeln. - Можна загуглити) [13];

Отже, німецька мова, як і будь-який інша, активно реагує на нові умови життя, виробляючи безліч неологізмів. Велика кількість запозичених неологізмів, що потрапляють в німецьку мову є природним явищем, яке відображає актуальні соціально-економічні, політичні, культурні, взаємодії

Німеччини з іншими державами. Можна підсумувати, що неологізми є дуже необхідними в сучасному житті суспільства та розвитку мови, але з іншого боку, їх слід вживати вдумливо і там, де це дійсно доречно, щоб не допустити перекладацьких помилок та не викликати нерозуміння читача при перегляді готового перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Степанова, М.Д., Чернышева, И.И. Лексикология современного немецкого языка / М.Д. Степанова, И.И. Чернышева. М.: Академа, 2005.
2. Суслов И.Н., Фролова П.И. Немецкое словообразование в моделях и задания. Омск: СибАДИ, 2010.
3. Белоус, А. Н. Неологизмы немецкого языка: современное состояние и пути проникновения: учеб. пос. для студ. перевод. отделений / А. Н. Белоус, А. Л. Мищенко. - Кировоград: РИО КГПУ им. В. Винниченко, 2006. - 112 с.
4. Ажигова Т. М. Активизация аббревиации как способа образования новых слов// *Lingua-universum*. Изд-во «Пилигрим», Назрань, 2006., No 4.
5. Голикова К.С. Неологизмы в современной немецкой прессе и способы их перевода: Выпускная квалификационная работа бакалавра. – Т.: 2019
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз / В. Н. Комиссаров. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
7. Злобин А. Н. Перевод текстов СМИ с английского и немецкого языков на русский : Электронное учебно-методическое пособие / А. Н. Злобин, А. В. Пузаков. – Мордов. гос. ун-т. – Саранск, 2015. – 54 с
8. Дженкова Е. А. Перевод безэквивалентной лексики в современной немецкой художественной литературе // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. – Выпуск 21. – Нижний Новгород: ФГБОУ ВПО «НГЛУ», 2013. – С. 69–78. – Электрон. версия печат. публ. – Доступ из науч. электрон. б-ки «eLIBRARY.RU».

9. Андриенко В. П. Трудности перевода неологизмов / В. П. Андриенко, Е. Ю. Шеф. – URL: <https://scientificmagazine.ru/images/PDF/2017/17/trudnosti-perevodaneologizmov.pdf> (дата обертання: 12.10.2020).

10. Новикова Е.А., Зуева Е.А., Неологизмы в немецкоязычном медийном дискурсе. — Б.: НИУ «БелГУ», 2018.

11. <https://deutsch-sprechen.ru/wortbildung/>

12. <https://de.wikipedia.org/wiki/Neologismus>

13. <Http://www.dw.com/de/>

Лобач В.А.

Лексико-граматичні труднощі перекладу англомовних текстів у сфері менеджменту та маркетингу українською мовою

*Національний технічний університет «Харківський
політехнічний інститут», Харків*

Науковий керівник: Царьова Світлана Олексіївна

Переклад у сфері менеджменту та маркетингу – це не просто переклад тексту на цільову мову, він також стосується правильної передачі маркетингового повідомлення необхідною мовою. Перекладач у сфері менеджменту та маркетингу (СММ) повинен знати, як адаптувати свою мову і стиль для кращого передання інформації лексичними та граматичними засобами перекладу. При перекладі текстів СММ треба вміти правильно визначити ключові терміни, добре попрацювати з лексикографічними джерелами та словниками, правильно перекладати термінологію даної сфери та відтворити стильові риси тексту оригіналу. У процесі перекладу англомовних текстів СММ українською мовою часто стає неможливим використати буквальний словарний відповідник, і перекладачу варто вдатися до лексико-граматичних та синтаксичних замінів.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що в останні роки сфера менеджменту та маркетингу зазнала інтенсивного розвитку. Поряд з цим,

з'являється потреба в перекладі англомовних текстів у цій сфері. При різних граматичних та лексичних структурах мов, виникають труднощі в перекладі. Тому потребується застосування певних перекладацьких стратегій та трансформацій.

Мета нашої роботи - охарактеризувати лексично-граматичні особливості перекладу англійських текстів в галузі менеджменту та маркетингу, та описати специфіку їх перекладу українською мовою. Відповідно до сформульованої мети окреслено наступні **завдання** роботи:

- Проаналізувати лексичні та стилістичні особливості, які значно впливають на процес та результат перекладу;
- Визначити граматичні труднощі при перекладі англомовних текстів українською мовою в даній галузі;
- Виділити певні граматичні трансформації, за допомогою яких перекладач може відтворити адекватний переклад українською мовою та адаптувати цільовий текст.

Об'єктом дослідження даної роботи виступають англомовні тексти у сфері менеджменту та маркетингу, та англійська мова в цілому.

Предметом нашого дослідження є лексико-граматичні труднощі перекладу англомовних текстів в галузі менеджменту та маркетингу українською мовою.

Основними **методами** дослідження послуговували наступні:

- Аналіз – процес поділення явищ або предметів на складові частини (ознаки, властивості і т.д.).
- Зіставний – метод, який спрямований на виявлення спільних рис мов, які порівнюються на всіх рівнях.
- Аналогія – проведення паралелі в явищах (у даному випадку в мовах) схожих за деякими ознаками.

При перекладі перекладач має справу не просто зі словами, а з думками автора оригіналу. Таким чином, переклад слід розглядати як творчий процес, що вимагає глибокого розуміння оригіналу і вмілого застосування засобів

мови перекладу. Адекватним можна вважати переклад, який забезпечує функціонально-стилістичні особливості тексту-оригіналу.

Перекладацька діяльність передбачає використання словників різних типів і спеціалізацій. Однак, бувають ситуації, коли в одній мові відсутній еквівалент або варіантна відповідність в іншій мові. Тоді в словниках можна часто знайти описовий або пояснювальний переклад. Наприклад, rights issue - додатковий випуск акцій, при якому акціонерам дається право покупки нових акцій на пільгових умовах. У деяких випадках вдаються до способу так званої транскрипції, тобто до відтворення в українському тексті англійського звучання слова (impeachment - імпічмент, derivative - дериватив), оскільки описовий метод технічно незручний для ясного українського перекладу [1, с. 453].

Терміни, як правило, мають точну відповідність в інших мовах, тобто еквівалентний переклад (economic growth - економічне зростання). У разі, якщо в мові перекладу немає відповідного слова, то вдаються до запозичення (franchise - франшиза) або описового перекладу (majority stake - контрольний пакет акцій), вибору українського терміна, близького за значенням, а також транскрипції та транслітерації [2, с. 254].

Неологізми відсутні у словниках, тому і викликають труднощі у процесі перекладу. Для того, щоб правильно перекласти неологізм, треба провести аналіз структури слова и підібрати відповідний аналог українською мовою. Можливий переклад методом транскрипції: briefing – брифінг; та методом калькування: analog display – аналоговий дисплей [5].

При перекладі скорочень потрібно пам'ятати, що вони можуть відноситися до двох категорій: аббревіатури і акроніми. Аббревіатура - це скорочення по буквах (BBC - Бі Бі Сі; PC - Пі Сі; CIF - СІ АЙ ЕФ). Акронім - це слово, утворене з перших літер скорочення і збігається з фонетичною структурою загальноприйнятих слів (GATT - ГАТТ; NATO – НАТО).

У тих випадках, коли скорочення утворюються від перших букв назв міжнародних і державних організацій та установ, які перекладаються

українською мовою, то і скорочення утворюються від перших українських букв. (International Monetary Fund, IMF - Міжнародний валютний фонд, МВФ; World Trade Organization, WTO - Світова організація торгівлі, СОТ; Organization for Economic Cooperation and Development, OECD - Організація економічного співробітництва і розвитку, ОЕСР) [1, с. 459].

Лексичні трансформації застосовуються тоді, коли словникові відповідники того чи іншого слова мови оригіналу не можуть бути використані у перекладі з причин невідповідності з точки зору значення і контексту [3, с.45]. Виділяють декілька категорій лексичних трансформацій:

1. Конкретизація значень;
2. Генералізація значень;
3. Антонімічний переклад;
4. Смысловий або логічний розвиток при перекладі.

Для досягнення адекватності перекладу часто доводиться вдаватися до перетворення граматичної структури речення для того, щоб зберегти єдність змісту і форми тексту-оригіналу, щоб він відповідав нормам української мови.

Граматичні трансформації неминучі, якщо відповідної граматичної форми або синтаксичної конструкції немає в українській мові. Такими трансформаціями можуть слугувати: зміна структури речення; перестановка (пермутація); заміна частин мови і членів речення; додавання і вилучення слів за граматичних причин.

Збереження в перекладі українською мовою англійського порядку слів («синтаксичний буквалізм») є неприйнятним, тому що такий переклад може призвести не тільки до порушення норм української мови, а й до смислових помилок.

Відомі труднощі при перекладі представляють багатозначні службові слова. Полісемія характерна для англійської мови, і при перекладі треба пам'ятати, що будь-яке знайоме слово може мати й інше значення в залежності від контексту [4].

Переклад речень з присудком в пасивному стані становить значні труднощі. У своїй праці Бочкова Ю.Л. та Пічкова Л.С. виділили низку причин, через які саме відбуваються труднощі:

1. Цілий ряд дієслів, які в англійській мові утворюють пасивну форму, не вживаються в пасивному стані в українській мові. Наприклад, дієслова to arrive at, to call upon, to deal with, to enter into, to refer to, to report on, to dictate to, to tell (smth), to give (smth) to.

The Council **was told** that ... - Раді повідомили, що ...

2. Перехідному англійському дієслову може відповідати неперехідне дієслово в українській мові. Наприклад, to affect (впливати на), to attend (присутнім на), to follow (слідувати за), to influence (впливати на), to join (приєднуватися до), to need (потребуватиме) і ін.

The oil prices **were affected** by the shortage on the market. - Скорочення пропозиції на ринку позначилося на рівні цін на нафту.

3. В англійській мові фразеологічні сполучення можуть вживатися в пасиві, в той час як при перекладі українською мовою пасивний стан змінюється на активний. Наприклад, to make use of, to pay attention to, to take notice of і ін.

This statement **should be looked at** in the new light. - Цю заяву слід розглядати в новому світлі.

4. В українській мові пасивний стан не має такого широкого вживання, як в англійській, і його часто замінюють активним зі стилістичного міркування або для того, щоб правильно визначити смисловий акцент [1].

Дослідивши особливості лексичного та граматичного аспектів перекладу англійських текстів в галузі менеджменту та маркетингу, ми хочемо продемонструвати ці особливості на прикладі текстів та окремих речень в даній галузі:

1. The beauty of a floating-rate system is that it allows a country to adjust monetary policy without worrying about the exchange rate. Provided that domestic wages and prices do not immediately adjust to offset any exchange-rate move.

У даному тексті при адаптації цього уривку на українську мову ми будемо дотримуватися особливостей перекладу саме термінів (a floating-rate system, monetary policy, exchange rate) - їх треба знайти в словниках даної галузі, інфінітиву (to adjust, to offset, to respond), герундію (worrying).

Переклад:

Перевага системи з плаваючим валютним курсом полягає в тому, що вона дозволяє країні коригувати грошово-кредитну політику, не турбуючись про курс обміну. За умови, що внутрішня заробітна плата та ціни не будуть одразу змінюватися, щоб частково покрити будь-яку зміну курсу обміну.

Також у даному тексті ми використали метод генералізації значення у випадку зі словом beauty, переклавши його не як «краса», а як «перевага». У випадку з виразом any exchange-rate move при перекладі була використана така граматична трансформація, як перестановка (пермутація). Бачимо, що тут є підрядне присудкове речення ...is that it allows a country to adjust monetary policy..., у якому «is that..» перекладаємо як «полягає в тому, що..».

2. Investors, who are understandably considering selling their south-east Asian shares to realise profits, are faced with a familiar dilemma: they cannot think of anything they would rather buy, but they fear a regional stock-market crash or at least a sharp correction in the weeks ahead.

Щоб перекласти даний уривок тексту треба дотриматися особливостей перекладу герундія (selling), інфінітива (to realise), but використано в значенні союзу, тому перекладемо його як «та», також ми бачимо, що в тексті зустрічаються терміни, які слід дивитися в словниках даної галузі.

Переклад:

Інвестори, які, зрозуміло, розглядають можливість продати свої акції на південно-східній Азії, щоб отримати реальний прибуток, стикаються зі звичною дилемою: вони не знають, що хотіли б придбати, та бояться регіонального краху на фондовому ринку або принаймні різкого зворотного руху цін через декілька тижнів.

Ми використали таку граматичну трансформацію як перестановка у випадку з виразами *south-east Asian shares, a regional stock-market crash*, а також додавання. Так як дієслово *realise* має багато значень, було використано таку лексичну трансформацію як конкретизація.

Отже, перекладач у сфері менеджменту та маркетингу, маючи справу з текстом оригіналу, стикається з певними лексичними та граматичними труднощами, так як англійська та українська мови мають різні структури. До лексичних особливостей відносяться: переклад термінів, неологізмів, інтернаціоналізмів, назв підприємств, організацій, складних атрибутивних конструкцій та інше. Переклад може здійснюватися еквівалентним або описовим методами. Англійська мова текстів у галузі менеджменту та маркетингу є емоційно-експресивною, тому треба вміти зберігати загальне стилістичне забарвлення мови оригіналу способами передачі стилістичних особливостей.

Граматичні труднощі, з якими стикається перекладач, можуть бути такими: переклад пасивного стану, інфінітива, герундія, дієприкметника та інше. Щоб адаптувати текст на цільову мову слід вдаватися до таких граматичних трансформацій як вилучення, додавання, заміна, перестановка.

Література

1. Пічкова Л.С., Бочкова Ю.Л., Маслина И.Н., Пантюхіна Л.В. Економічна англійська. Переклад, реферування і анотування. Теорія та практика. М.: МДІМВ-Університет, 2008. с. 448-528.
2. Савицька Л.В. Особливості перекладу англійських економічних термінів українською мовою. Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. – 2013. – Вип. 35
3. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров - М.: Высш. шк., 1990. - 253 с
4. Роева К.М. Трудности перевода и пути их преодоления (на материале научно-технического (нефтяного) дискурса): учеб.- метод. пособие. Ижевск: Издательство «Удмуртский университет», 2013. – 104 с.

5. https://studopedia.su/5_1049_neologizmi-ta-sposobi-ihnogo-perekladu.html

Марахіна О. С.

(науковий керівник – канд. філол. наук, доц. Сухова А. В.)

Особливості перекладу економічної термінології з англійської мови українською

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків

На сьогоднішній день у науці спостерігається значний інтерес до дослідження особливостей перекладу економічних текстів. З одного боку, це спричинено інтенсифікацією економічних відносин на міжнародному рівні, з іншого – динамічним розвитком мови. Важливо розуміти, що економічна діяльність має певні відмінності в різних країнах й відповідно існують розбіжності в термінології різних мов, без знання яких неможливо здійснити адекватний переклад.

Актуальність статті зумовлена розширенням співпраці між українськими і закордонними компаніями, зростаючим обсягом комунікації у цій сфері, а також підвищенням значущості перекладу економічної термінології як складової економічної літератури.

Проблемою перекладу термінів займалися такі українські та зарубіжні науковці: В. І. Карабан, В. В. Коптілов, Ф. О. Циткіна, В. Н. Комісаров, П. Ньюмарк, Л. Венуті та ін. Зокрема економічна термінологія виступала об'єктом дослідження таких вчених, як С. В. Дружб'як, М. В. Махінова, Г. В. Чорновол, А. С. Д'яков, Т. Р. Кияк, З. Б. Куделько, В. В. Виноградов, Б. М. Головін, В. Г. Гак, Т. Рьольке та ін. Словотвірні системи англійської та української мов у порівняльному аспекті досліджували І. В. Корунець, Л. Г. Верба, Ю. А. Левицький, Е. Х. Партрідж, Г. Л. Менкен та ін. Попри той факт, що існує велика кількість наукових праць, присвячених вивченню

особливостей перекладу економічної термінології, існує потреба у подальшій розробці окресленої проблеми.

Мета статті полягає у дослідженні специфіки перекладу економічної термінології з англійської мови українською. Поставлена мета передбачає реалізацію таких **завдань**: розглянути особливості економічної термінології, виявити труднощі перекладу термінів економічного спрямування; визначити основні методи перекладу економічних термінів.

Об'єктом дослідження є англомовна економічна термінологія, **предметом** – особливості передачі англомовних економічних термінів засобами української мови.

У наш час важливу роль відіграє переклад економічних текстів, що є складним комплексним процесом. Мова економічної літератури відрізняється від мови інших функціональних стилів, зокрема своєю термінологією.

У мовознавстві не існує чіткої дефініції поняття «економічний термін», дослідники трактують це поняття по-різному. З урахуванням проаналізованих наукових розвідок, наведемо узагальнене визначення. Отже, економічний термін – це термін, який являє собою слово або словосполучення, що вживається для позначення логічно точно сформульованих понять в галузі економіки і становить основу економічної теорії.

За сферою вживання економічні терміни поділяють на три основні групи: 1) загальноживані, які зрозумілі всім і можуть використовуватися у будь-якій іншій галузі; 2) спеціальні неекономічні, які відображають відповідну сферу спеціальних знань економіки з її специфічною лексикою; 3) спеціальні фінансово-економічні, які точно позначають поняття економіки [4, с. 330].

За будовою економічні терміни бувають такими: прості (напр., *account*), складні (напр., *bookkeeping*) та терміни-словосполучення (напр., *cash flow statement*) [4, с. 330].

Проведений аналіз показав, що у процесі перекладу економічних термінів здебільшого застосовуються такі методи, як підбір лексичного

еквівалента, калькування, транскрибування, транслітерація, експлікація термінів тощо. Пропонуємо розглянути ці методи перекладу економічних термінів більш детально.

Метод підбору лексичного еквівалента означає прямий переклад терміна вихідної мови на цільову мову, при цьому еквівалент у мові перекладу може відрізнитися за формою від іноземного терміна (напр., *income* – прибуток, *public offering* – публічна (відкрита) пропозиція) [2, с. 258].

Калькування – це метод перекладу, який полягає у тому, що складові частини слова або словосполучення замінюються їхніми прямими відповідниками у мові перекладу (напр., *basic earnings per share* – базовий прибуток на одну акцію) [1, с. 101].

Транскрибування – це передача звучання слова іноземної мови за допомогою літер мови перекладу (напр., *broker* – брокер) [2, с. 264].

Транслітерація – формальне пофонемне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу (напр., *securitization* – сек'юритизація) [3, с. 402].

Експлікація або описовий переклад – метод, при якому лексична одиниця іноземної мови замінюється словосполученням, що дає пояснення або опис цього слова (напр., *holding gain* – дохід від збільшення вартості активів). Цей метод застосовується під час перекладу мало освоєних понять [3, с. 403].

Наведемо деякі приклади функціонування економічних термінів і проаналізуємо особливості застосування вищезазначених методів перекладу.

1. *In some markets, such as commodities, supply is determined by a physical product.* – *На деяких ринках, таких як ринок товарів, пропозиція визначається наявністю матеріального продукту.*

Терміни *supply* та *physical product*, представлені у наведеному прикладі, перекладаються як *пропозиція* та *матеріальний продукт* відповідно, тобто використовується метод підбору лексичного еквівалента, оскільки саме він є найбільш доречним.

2. *She lost her part-time job at an iHop restaurant in Madison, Wisconsin, in March and waited eight weeks to receive her unemployment check.* – У березні вона втратила свій підробіток у ресторані “iHop” у Медисоні, штат Вісконсин, і чекала вісім тижнів, щоб отримати допомогу по безробіттю.

У цьому реченні термін *unemployment check* також перекладено методом підбору лексичного еквівалента як *допомога по безробіттю*. Оскільки в мові перекладу вже існує відповідник цього терміна, то саме цей спосіб перекладу можна вважати найбільш адекватним.

3. *Cox was laid off from an Indiana casino in March, and has used his new free time to fully dedicate himself to union work.* – Кокса звільнили з казино штату Індіана в березні, і він присвячує весь вільний час, що в нього з’явився, профспілковій роботі.

У наведеному прикладі функціонує термін *union work*, який перекладено як *профспілкова робота*. У словниковому складі української мови точний еквівалент цього словосполучення відсутній, а такі методи, як транслітерація або описовий переклад є недоречними, тому застосовано саме метод калькування.

4. *Two months later he is still out of work but “busier now than I was when I was working my job at the casino”, Cox, a member of Unite Here, says.* – Уже пройшло два місяці, а він все ще безробітний, але “зараз я більш зайнятий, ніж був, коли працював у казино”, – каже Кокс, член профспілки США та Канади “Unite Here” (Юнайт Хіє).

У цьому прикладі термін *Unite Here* перекладено шляхом поєднання описового методу та транскрибування як *профспілка США та Канади “Unite Here” (Юнайт Хіє)*. Цей термін, що є назвою, не має відповідника у мові перекладу, тому доречно перекласти його методом транскрибування та додати пояснення для того, щоб читачам було зрозуміло, що він являє собою.

5. *Economists had been expecting significant job losses and a spike in the unemployment rate to near 20%.* – Економісти очікували втрату значної кількості робочих місць і різкого підвищення рівня безробіття майже до 20%.

У цьому реченні термін *unemployment rate* перекладено як *рівень безробіття*. У мові перекладу існує термін «рівень безробіття», що точно відтворює значення словосполучення вихідної мови, тож застосування саме методу підбору лексичного еквівалента в цьому випадку вважаємо найдоцільнішим.

6. *The European Central Bank on Thursday said it would expand its massive bond-buying program to combat the shock from the coronavirus pandemic.* – У четвер Європейський центральний банк заявив, що розширить свою масштабну програму купівлі облігацій для того, щоб витримати удар пандемії коронавірусу.

У поданому реченні термін *bond-buying program* перекладено за допомогою підбору лексичного еквівалента, що є найдоречнішим. Оскільки в українській мові вже існує еквівалент зазначеного терміна, то саме цей метод перекладу є найбільш вдалим та адекватним, на нашу думку.

Узагальнюючи, зазначимо, що для забезпечення якісного та адекватного перекладу економічних термінів необхідно враховувати той факт, що економічна лексика повинна точно передавати інформацію, бути чіткою та систематичною, не містити емоційного забарвлення. Тому перекладач повинен вміти обирати відповідні методи перекладу, враховуючи тип тексту, контекст, економічні реалії різних країн, а також рівень обізнаності реципієнтів.

Література:

1. Ганич Д. І. Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганич, І. С. Олійник. – К. : Вища школа, 1985. – 360 с.
2. Коваленко А. Я. Науково-технічний переклад / А. Я. Коваленко. – 2-е вид., виправл. – Тернопіль : Видавництво Карп'юка, 2004. – 284 с.
3. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : учебное пособие / В. Н. Комиссаров. – 2-е изд., испр. – М. : Валент, 2011. – 408 с.

4. Сніговська О. В. Особливості перекладу англійських і новогрецьких економічних багатокомпонентних термінів / О. В. Сніговська // Наукові записки НаУОА. Серія «Філологічна». – Острог, 2016. – № 61. – С. 329–332.

Піюкова О.І.

Прецедентні ситуації, що відображають історичні події, в сучасній німецькій і українській пресі

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Тексти сучасних друкованих ЗМІ містять велику кількість прецедентних феноменів (ПФ), т. е. що зберігаються в когнітивній базі певного лінгвокультурного спільноти загальнонаціональних «культурних предметів» (Д.Б. Гудков). Саме володіння знаннями і уявленнями про подібні «культурних предметах», що входять до когнітивну базу і мають надособистісний інваріантний характер, дозволяє індивіду орієнтуватися в просторі відповідної культури і діяти за її законами.

Предметом розгляду в цій статті є прецедентні ситуації (ПС) – досить часто зустрічається на сторінках українських і німецьких газет вид ПФ.

Найбільш часто автори статей апелюють до ПС, безпосередньо пов'язаним з історією своєї держави: 56,1% одиниць в німецькій і 45,3% в українській пресі від загального числа ПС. У 21% прикладів (від загального числа ПС) автори публіцистичних текстів німецької газети «Die Zeit» апелюють до одного з найважливіших подій в історії сучасної Німеччини, до переломного історичного моменту - її об'єднанню, причому в 19,5% з цих 21% вживається одна і та ж лексична одиниця - die Wende, що дослівно означає «поворот, зміна, рубіж» і закріпилася в німецькою мовою зі значенням «значний політичний і громадський перелом в НДР 1989 року». Крім того, в німецькій мові з цієї лексичної одиницею закріпилися такі прийменниково-відмінкові форми з тимчасовим значенням, як nach der Wende, seit der Wende,

vor der Wende (після перелому, з моменту перелому, до перелому): Allein in Leipzig wurden seit der Wende über 450 Denkmale dem Erdboden gleichgemacht. - Тільки в Лейпцигу з моменту перелому більш 450 пам'ятників зрівняли з землею (Die Zeit. 2007. №3); Es ist allerdings auch eine Tatsache, dass unsere Region nicht erst seit der Wende, sondern schon in den Jahrhunderten davor vergleichsweise Struktur - und wirtschaftsschwach war. – Звичайно, це факт, що наш регіон не тільки з часів перелому, але й століття до цієї події був порівняно слабким із структурною і економічною точок зору (Die Zeit. 2007. №4); die demokratische Wende nach dem Zusammenbruch des Sowjetischen Imperiums schien eine neue Epoche zu eröffnen. – Здавалося, що демократичний перелом після краху Радянської імперії відкриє нову Європу (Die Zeit. 2007. №4) і т. п.

Потрібно зауважити, що подібні приклади зустрічаються в статтях найрізноманітнішої тематики, що є явним свідченням прецедентного характеру цієї ситуації в свідомості німецького народу. Частота вживання подібних прикладів також підтверджує це припущення. Очевидно, ця подія в політичному та суспільному житті НДР 1989 р зіграло велику роль в історії сучасної Німеччини і сприймається німецьким народом як важливий переломний момент, щодо якого оцінюються і інші події. Як «Die Wende» позначаються також і значні зміни в інших країнах, як, наприклад, die blutige Wende in Rumänien, die unblutige Wende in Bulgarien (кривавий переворот (революція) в Румунії, безкровний переворот в Болгарії) – (Die Zeit. 2007. №3).

З історичних подій, які є важливими для України, найбільш часто згадується Друга світова війна (11,3%). Це значуща для російського народу масштабна подія. Автор статті «Історія під диктовку» Д. Юр'єва пише, що Навіть після багатьох десятиків років підсумки Другої світової війни не перестають збурювати серця людей і уми політиків (РГ 2.03.07), і з нею важко не погодитися. У статті йдеться про безпрецедентне за своїм цинізмом рішення апеляційної палати Румунії, виправдала участь країни у Другій світовій війні на стороні гітлерівської Німеччини, частково реабілітовані маршала Йона Антонеску і визнала законною окупацію Молдавської РСР та

Північної Буковини. В даному випадку прецедентне ім'я Друга світова війна актуалізує в нашому свідомості знання і уявлення про це страшному історичну подію. Безсумнівно, всі ці події болем відгукуються в серці російського народу і спонукають журналістів знову і знову звертатися до цієї тематики. Відсилання подібного роду рясніють ЗМІ з кінця квітня 2007 р коли в Естонії відбувалися події, пов'язані з пам'ятником Воїну-Визволителю, що викликали широкий громадський резонанс не тільки в Росії, але і в інших країнах. Очевидно, що ситуація, пов'язана з пам'ятником Воїну-Визволителю, сама стане прецедентною, тому що буде викликати у свідомості багатьох людей не тільки картини Другої світової війни, а й, можливо, навіть в першу чергу, асоціюватися з боями і сутичками на вулицях Таллінна в квітні – травні 2007 р

Наступна група прецедентних феноменів відсилає до «холодної війни» 9,7% одиниць в німецькій і 3,7% одиниць в українській пресі. Дана історична подія, безсумнівно, є універсально-прецедентною ситуацією, відомої кожному сучасній людині, політично й історично грамотному. Про «холодній війні» говорять не тільки в зв'язку з якимись подіями того часу, але і сучасними ситуаціями: *Wie zu den Zeiten des kalten Krieges* (як за часів холодної війни). Ця фраза зі статті, де втор описує атмосферу і обстановку німецько-польського театрального проекту, присвяченого долям біженців та вигнанців (*Die Zeit*. 2007. №3). ПС «холодна війна» згадується, наприклад, коли необхідно вказати на умови, що змінилися з тих пір відносини між країнами. Так, прем'єр Чехії Мирослав Тополянек вважає, що «створення на чеській території американської станції радіолокації ПРО ні в якому разі не ущемляє безпеку Росії. «Холодна війна» давно завершилася, і зараз демократичні держави стали партнерами» (РГ. 26.01.07). До «холодній війні» відсилає також такий її символ, як «залізна завіса»: Відомий голос проривався чверть століття через «залізну завісу» на хвилях «Радіо Свобода» (РГ. 26.01.07). Ситуації, пов'язані з Німеччиною і представлені в відібраному з німецької преси матеріалі, - це

також холокост, німецьке вітання за часів націоналсоціалістів «Heil Hitler!» і т.п.

Події на сучасному етапі історичного розвитку країни також представлені в нашому матеріалі. Сюди відносяться такі ПС, як, наприклад, заворушення в м. Кондопога в кінці серпня – початку вересня 2006 г. Ці події сколихнули всю країну, і назва міста, що стало ПП, до сих пір не сходить зі сторінок друкованих ЗМІ, використовується для порівнянь подій в Кондопозі з іншими ситуаціями: «Конфлікт» поки віртуальний: в ЗМІ написали, що це загрожує розколом. Точно так само можна було написати після Кондопоги: завтра буде громадянська війна (РГ. 2.03.07). Так журналіст коментує сенсаційну лист єпископа Анадирського і Чукотського Діоміда, що виражає своє невдоволення сучасним станом церкви. Цікавий також заголовок однієї з статей «Газове дежавю» (РГ. 28.12.06), що відсилає відразу до двох значущих ситуацій для сучасної України: переговорів з Білоруссю про поставки Росією газу в 2007 році і до точно такій же ситуації, що сталася рік тому між Росією і Україною. У текстах української і німецької преси відображаються і ПС, що відбувалися в інших країнах (24,4% одиниць на матеріалі німецького і 13,2% одиниць на матеріалі російської мови). Найпізніше подія, відбите в відібраних ПФ, причому на матеріалі обох мов, – це «помаранчева революція» в Україні (майдан), згадувана в німецькій пресі в зв'язку з аналізом ідеологічних і політичних поглядів Росії, сформувалися після цього періоду, а в українській – в дискусії-обговоренні активістами молодіжних рухів статті А. Солженіцина «Роздуми над Лютневою революцією». Один зі співрозмовників вважає, що подібно солдатам і робочим 1917 р сьогоднішні москвичі можуть вийти на вулиці заради великої ідеї, щоб завойовувати демократію, право самим визначати своє життя. Так само, як на майдан прийшли кияни два з половиною роки тому (РГ. 2.03.07).

Актуалізація ПС в тексті зазвичай відбувається за допомогою ПП, ПП або вона просто переказується в тексті публікації (Д.Б. Гудков). Функцію відсилання до певної ПС в німецьких і російських газетах в переважній

більшості випадків виконує безпосередньо ПІ, усталене в історії для даної ПС (Orange Revolution, Holocaust, Wirtschaftswunder, Wende; економічне чудо, майдан, «холодна війна», Кондопога, СРСР і т.п.). Крім того, в німецькій мові вказівка на ПС здійснюється за допомогою ПВ, пов'язаного з цією ситуацією (" "Heil Hitler! ", " "Wir sind das Volk! "), в російській – за допомогою символу актуалізується ПС («залізний завісу»).

Використання різного роду прецедентних феноменів – це досить поширений стилістичний прийом в сучасних друкованих ЗМІ. Завдяки вживання таких одиниць автор намагається викликати у читача необхідні йому асоціації. Разом з тим дослідники відзначають, що надмірне використання цього стилістичного прийому може зробити текст незрозумілим для адресата, т. е., переоцінивши можливості читача, автор в результаті може не досягти своєї мети (М.А. Корміліцин, О.Б. Сиротинина). Читачеві важливо не тільки знати історію своєї країни і найбільш значущі світові історичні події, а й стежити за розвитком сучасної ситуації в світі, постійно підвищувати свій інтелектуальний рівень.

Література:

Арошідзе, М. Прагматика газетних заголовків [Electronic resource] / М. Арошідзе, С. Таварткиладзе: [http://www.slavcenter.ge/art/? P = 20051114-193635](http://www.slavcenter.ge/art/?P=20051114-193635)

Гудков, Д.Б. Прецедентні феномени в текстах політичного дискурсу [Electronic resource] / Д.Б. Гудков // Мова ЗМІ і тексти політичного дискурсу: [http:// evartist.narod.ru / text12 / 09.htm](http://evartist.narod.ru/text12/09.htm)

Корміліцин, М.А. тенденції розвитку засобів сучасної російської публіцистики [Electronic resource] / М.А. Корміліцин, О.Б. Сиротинина: <http://www.philol.msu.ru/~rlc> 2001 / abstract / files / stilist_sys.doc

Червоних, В.В. Когнітивна база і прецедентні феномени в системі інших одиниць і в комунікації / В.В.Красних, Д.Б. Гудков, І.В.Захаренко, Д.В. Багаєва // Укр. Моск. ун-ту. Сер. 9, Філологія. 1997. №3.С. 62 - 75.

Романьоли, Р. лінгвокультурного специфіка прецедентних одиниць російської дискурсу, мотивованих історичними подіями і особами (на матеріалі заголовків друкованих ЗМІ): автореф. дис. ... канд. філол. наук / Р. Романьйоли. М., 2006. 24 с.

Сапаров О.О. (науковий керівник – проф. Недайнова І.В.)

**КЛАСТЕРНІ КОНСТРУКЦІЇ У СУЧАСНОМУ ВІЙСЬКОВОМУ
СЛОВНИКУ: ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», Харків*

Військовий словник на сьогоднішній день можна сміливо називати військовим дискурсом, так як його сфера впливу, прояву та існування розширена до цілісної структури, яка потребує систематизації та вивчення. Він представлений стійкими словосполученнями, власним сленгом, системою умовних позначень та скорочень, величезним, а особливо, документально урегульованим шаблоном вираження та мовлення, взаємозв'язку військовослужбовців між собою.

Вперше лінгвістичний термін “дискурс” ще у 1952 році використав у своїй статті американський лінгвіст З. Харріс, однак повною мірою цей термін був затребуваний в лінгвістиці приблизно двома десятиліттями пізніше. Вчені, що займалися розвитком цього напрямку, розглядали дискурс як поняття про “мову, текст, діалог”, які вписані в комунікативну ситуацію [1, с. 294].

Загалом військовий дискурс можна охарактеризувати як стійку і систематизовану взаємодію у професійному середовищі військовослужбовців з метою узгодження та упорядкування дій щодо виконання бойових, навчально-бойових чи службових завдань які відповідно документально зафіксовані. Тексти документів, їх формулювання, перекази, накази та варіації також є невід'ємною частиною військового дискурсу, що чітко встановлює рамки та особливості спілкування та взаємовідносин військовослужбовців у

сфері своєї професійної діяльності [2, с. 130].

Із точки зору синтаксису, військовому дискурсу притаманне використання еліптичних конструкцій, форм пасивного стану, інфінітивних конструкцій та частою заміною підрядних речень абсолютними дієприкметниковими зворотами. Всі вищеописані особливості військового спілкування пов'язані з певним функціональним навантаженням, що характеризує військову сферу спілкування: стислість, чіткість і конкретність формулювань, стислість викладення, чітке відокремлення однієї думки від іншої, що забезпечує логічну послідовність інформування стрункість будови матеріалу [3, с. 251].

З іншого ж боку, розглядаючи систему військового дискурсу як об'єкт спеціального аналізу, який ще недостатньо вивчений, а ця комунікативна система є досить динамічною і постійно розвивається, виникла необхідність детально розглянути питання військового дискурсу з практичної точки зору та приділити увагу особливостям його перекладу українською мовою.

В ході нашого дослідження нами встановлено, що переважну частину військового дискурсу складають кластерні конструкції, шаблонні фрази, стійкі словосполучення та сленгові звороти. При перекладі достатньо володіти знаннями про кластерні конструкції, що описані в теорії мови, та базовими фаховими військовими термінами, що дозволить швидко та безпомилково розглянути шляхи і варіанти перекладу цих конструкцій з англійської мови українською.

Відомо, що переклад кластерних конструкцій напряму залежить від складових, які безпосередньо утворюють сам кластер. Розмір кластеру може бути обмежений і обумовлений умовами перекладу, які характеризують подальший підхід перекладача до роботи.

Зважаючи на те, що ми зацікавлені в адекватному перекладі військового дискурсу та еквівалентній передачі мовних одиниць, з яких він складається, за середню величину для розгляду ми обираємо двокомпонентні, трикомпонентні та багатоконпонентні кластерні конструкції.

Головними особливостями при перекладі цих лінгвістичних конструкцій, як вже було згадано у роботі раніше, є точна передача сенсу, що має бути збережений при перекладі своєї граматичної частини, а головною помилкою при перекладі з боку перекладачів є спроба передати семантику конструкції, частково або повністю уникаючи використання точних еквівалентів перекладу. При цьому часто перекладачі застосовують лише техніку описового перекладу, що негативно впливає на сприйняття та поширення головної думки мовної одиниці. В той же час ми розуміємо не можна уникати використання описового перекладу, оскільки дуже часто при необхідності саме цей спосіб перекладу і підкреслює різницю між приблизним та точним перекладом.

Для прикладу можемо взяти переклад звичайних та дуже звичних нам військових звань:

Lieutenant Colonel – *Лейтенант-полковник* [4].

У даному випадку більш доцільно було б перекласти цей термін як *Підполковник*, що є точним еквівалентом в українській мові.

First Lieutenant – *Перший лейтенант* та *Second Lieutenant* – *Другий лейтенант*, що, зважаючи на відсутність рангової системи у збройних формуваннях на території України, викликало б низку питань щодо різниці між першим та другим лейтенантом.

Подібні кластерні конструкції відповідно до особливостей їх утворення потрібно супроводжувати описовим перекладом як, наприклад:

First Lieutenant – *Лейтенант першого рангу* та *Second Lieutenant* – *Лейтенант другого рангу* [4].

Рангова система у збройних формуваннях на територіях англійськомовних країн має велику вагу, а у збройних формуваннях на території України це акумулюється сповна системою військових посад.

Від власних назв, які утворені кластерами, в англійській мові знайшли застосування і звичайні слова, які були адаптовані під потреби та специфіку діяльності військовослужбовців. Яскравим прикладом слугує конструкція *land*

– наземна міна [4], а звідси і слово *landing*, що означає *мінування* або *встановлення міни*.

Дуже значним виключенням при розгляді і вивченні системи військового дискурсу англomовних країн є саме стійкі словосполучення та сленгові вирази, які навіть при описовому перекладі змінять характер виразу, зважаючи на його форму.

При наведенні наступного прикладу перекладу сленгового виразу слід звернути увагу на будь-який зв'язок з військовою сферою діяльності, тому що навіть для досвідченого перекладача це було б проблемою при роботі.

L

e Як варіант перекладу можна розглянути еквівалент *інструмент з набору механіка* або *механіка-водія бойового механізованого підрозділу*, але це не так. При перекладі було вилучене слово *monkey*, тому що воно несе смислове навантаження, а сам вираз означає *вигаданий інструмент, який шукають новобранці за дорученням старшого солдата*.

n Цей вираз набув значного поширення на навчальних базах США саме на курсах підвищення рівня роботи в команді та дисципліни у підрозділі. Командир ставить за мету завдання на пошук вигаданого предмета і в умовах підвищеного стресу потребує виконання бойової задачі з дотриманням усіх вимог, передбачених статутами.

o Розглядаючи військову документацію, відзначимо, що часто військовий дискурс представлений скороченнями, аббревіатурами та власними назвами, які без проблем перекладаються за допомогою пошуку еквівалентів в україномовних словниках або за допомогою описового перекладу.

у Таким чином, стає зрозуміло, що військовий словник англійської мови, як і український військовий дискурс, носить у більшості своїй формальний характер, який не буде представляти для перекладача ніяких труднощів при роботі. На нашу думку, більше уваги потрібно приділяти саме неформальній лексиці, стійким словосполученням та сленговим зворотам, які набули значного поширення при умовах розвитку системи сигналізації, прихованої

h
– *Лівосторонній гайковий ключ* [4].

комунікації та спрощення спілкування між військовослужбовцями в умовах їх побуту, навчання та виконання бойових завдань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Щербакова О. Л. Дискурс і текст як об'єкти лінгвістики. Ніжин, 2014.
2. Шпак О. В. Реалізація комунікативної категорії контакт у сучасному англomовному дискурсі. Київ, 2015.
3. Військовий дискурс як культурно-історичний феномен та соціальна практика. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк, 2008.

G

o

l

Світлична М.В., Буйвол О.В.

d

Загальні складності англо-українського перекладу текстів та

e

термінології у галузі машинобудування

n

Національний технічний університет «Харківський політехнічний

D

інститут», Харків

і

Авторське резюме: У статті розглянуто значимість особливостей перекладу англо-українських текстів та термінології у галузі машинобудування. Була проведена спроба аналізу й перекладу окремих термінів й речень, та здійснений пошук вірної передачі смислу інформації закладеної автором при перекладі з англійської на українську мову в сфері машинобудування.

n

Ключові слова: терміни, переклад, способи перекладу, галузь машинобудування.

r

Постановка проблеми: На сьогоднішній день переклад текстів та термінології у галузі машинобудування важливий не лише для індустрії машинобудування, але також для сучасного ринку перекладачів.

Перекладається власне науково-технічна література, збірники, статті, монографії, література з різних проблем науки і техніки, різноманітна довідкова література, підручники, науково-популярна література з різних

галузей техніки, довідники, технічна документація, супровідна документація, патенти, словники, інструкції, ділові контракти, інженерні плани, наукові статті, описи до використання різних товарів, договори, ділове листування та інше.

У сучасному світі проблема адекватного перекладу технічних текстів є надзвичайно важливою, адже від цього залежить не лише коректна робота машин (як при перекладі інструкцій), але й безпека людей на виробництві.

Роль термінології у різних сферах спілкування зростає з кожним днем, що обумовлено розвитком лексичної системи англійської мови. Мовна система пристосовується до нових потреби комунікації.

Наша робота присвячена вивченню текстів та термінології у галузі машинобудування, яка за об'ємом та кількістю інтернаціональних одиниць займає важливе місце серед інших терміносистем.

Проаналізувавши сучасні дослідження в галузі англійської термінолексики, можна помітити, що існує недостатня кількість праць, які присвячені вивченню особливостей термінотворення та специфіки перекладу у галузі машинобудування.

Актуальність нашої роботи обумовлена необхідністю покращення якості перекладу текстів, у галузі машинобудування.

Мета статті полягає в з'ясуванні, які складності виникають при перекладі англійських текстів та термінології у галузі машинобудування.

Для досягнення даної мети, необхідно вирішити наступні завдання:

- Окреслити теоретичне підґрунтя дослідження перекладу текстів та термінологічних одиниць у галузі машинобудування.
- Виділити змістовні ознаки термінологічних одиниць у галузі машинобудування.
- Виконати переклад тексту.
- З'ясувати структурні характеристики англійської термінології у галузі машинобудування.

- Визначити перекладацькі способи перекладу термінології у галузі машинобудування.

Предметом дослідження є адекватність й особливості перекладу англomовних термінологічних одиниць у галузі машинобудування за допомогою перекладацьких прийомів та трансформацій.

Об'єктом дослідження є тексти та термінологічні одиниці у галузі машинобудування та їх відповідники.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Свій важливий внесок в цьому питанні зробили такі видатні вчені та дослідники України та зарубіжжя як: В.Н. Комісаров, А.М. Приходько, І.В. Кузнецова, Є.О. Куш, В.І. Волошук, Н.П. Гура, Л.В. Туровська, Г.О. Винокур, О.О. Реформатський, Л.М. Черноватий, А.Л. Міщенко, В.І. Карабан, М.О. Вакуленко, Д.С. Лотте, О. Ахманова, Н. Котелова, С. Межрі, П. Хакен, К. Кейджора та інші.

Теоретичне значення полягає в тому, щоб розкрити всі існуючі можливості для виявлення основних методів перекладу англо-українських текстів та термінології у галузі машинобудування.

Практичне значення полягає в тому, щоб студенти й перекладачі могли покращити якість своїх перекладів. В свою чергу це забезпечить точну передачу інформації для спеціалістів, які працюють у галузі машинобудування.

Виклад основного матеріалу:

В сучасному світі переклад науково-технічних текстів в галузі машинобудування відіграє важливу роль. Це пов'язано з розвитком бізнесу, збільшенню кількості заводів та фабрик, модернізацією верстатів та машин. Обмін інформацією є надзвичайно важливим для спеціалістів задіяних у галузі машинобудування. Науково-технічні тексти насичені термінами, яких часто немає, навіть у термінологічних словниках, тому основною вимогою до науково-технічного перекладу є адекватна передача інформації.

При перекладі науково-технічного тексту доводиться вирішувати одночасно цілий комплекс різноманітних завдань. Це вимагає не лише бездоганного володіння мовою, певних галузевих знань, але й максимум

зусиль з боку перекладача. Оскільки, «при перекладі наукової та технічної літератури, як правило, немає необхідності шукати в тексті будь-який прихований зміст, бо тут необхідно прагнути до особливої термінологічної точності. При цьому необхідно мати на увазі, що далеко не завжди технічні терміни співпадають за своїм обсягом в різних мовах» [2, с. 29].

Характерні риси наукового і технічного стилю: інформативність, логічність, точність і об'єктивність, а також ясність та зрозумілість. Крім того виділяють такі ознаки, як предметність, узагальнення, однозначність, лаконічність, доказовість переконливість та ін. [4, с. 21]

Окремі тексти, що належать до даного стилю, можуть мати зазначені риси в більшій чи меншій мірі. Однак у всіх таких текстів виявляється переважне використання мовних засобів, які сприяють задоволенню потреб даної сфери спілкування. [3, с. 253]

Серед граматичних особливостей можна виокремити: функціональні слова, домінування простих речень, використання пасивних конструкцій, численні атрибутивні групи та абсолютні партиципні конструкції введенні прийменником «*with*», множина іменників.

Серед лінгвістичних характеристик, що відрізняють науково-технічні тексти від інших типів тексту, більшість авторів називають наступні: складність синтаксичних конструкцій, лексична, синтаксична та композиційна стереотипізація; підпорядкованість естетичних властивостей прагматичним установкам та інтенції автора; регламентований характер використання емоційних можливостей; використання синтаксичних і лексичних штампів; переважання об'єктивності у викладі, поєднанні безсуб'єктного способу викладу з вираженням суб'єктивної думки автора, широке використання символів, формул, таблиць та ін. [1, с. 76].

Для текстів у галузі машинобудування характерні визначення понять і опис реальних об'єктів шляхом вказівки на їх властивості. Це зумовлює широке використання простих двоскладних пропозицій з складовим присудком, що складається з дієслова-зв'язки та іменної частини

(предикатива). Використання численних атрибутивних груп. Ці згорнуті визначення дають можливість вказати на різноманітні ознаки об'єкта чи явища. В англійському науково-технічному стилі переважають іменні структури. Справа не тільки в тому, що в технічних текстах багато назв реальних предметів, а в тому, що в таких текстах номіналізуються і описання процесів і дій.

При перекладі текстів галузі машинобудування слід виключити механічний переклад, тобто не намагатися знайти еквівалент у словнику без аналізу терміна. Через те, що такий пошук часто не призводить до бажаного результату, оскільки термін може бути відсутній у словнику або, навпаки, має кілька значень. Також, без аналізу контексту неможливо визначити суть фраз, послівний переклад може призвести до серйозного спотворення суті тексту оригіналу з його подальшим нерозумінням для читача. Слід звернути увагу на словотворення, компонентний, контекстуальний аналіз. Це все полегшує розуміння значення терміна та зменшує кількість звернень за допомогою до словника. Вірний вибір слова для перекладу без словника часто має вирішальне значення, бо жоден словник не може містити усю постійно зростаючу кількість термінів.

При перекладі дуже важливо розуміти значення та сферу вживання слова і формотворчі афікси.

Маючи справу з термінологічними комбінаціями машинобудівної лексики, слід детально їх проаналізувати, оскільки від правильного визначення ядра фрази залежить успішність перекладу таких термінів, не зафіксованих у спеціальних джерелах інформації.

Для забезпечення адекватності перекладу перекладачу необхідно:

- 1) ґрунтове знання предмета, який є темою оригінального тексту;
- 2) достатній рівень знань мови перекладу, а відтак і її лексичних і граматичних особливостей порівняно з рідною мовою;
- 3) чітке уявлення про характер науково-технічного функціонального стилю, як у мові оригіналу, так і в рідній мові;

4) знання основ «теорії перекладу», а також сприймання технічних перекладів та вміння ними користуватися;

5) знайомство з прийнятими умовними знаками, аббревіатурами (скороченнями), системами мір і ваг у мові оригіналу та в рідній мові. Добре володіння рідною мовою, а також відповідне використання термінології.

А.Ф. Федоров підкреслює, що «стиль наукового тексту дає перекладачеві дуже широкі синтаксичні можливості. Оскільки будова речення тут не відіграє самостійної стилістичної ролі, то у технічному перекладі можливі різноманітні граматичні перебудови й перегруповання, аж до роз'єднання речення на дрібніші частини, сполучення частин в єдине ціле тощо» [8, с. 67]

При перекладі, викладачі вдаються до перекладацьких прийомів й трансформацій, таких як: генералізація й конкретизація, які спрямовані на зміну семантичного об'єму слова. Вони допомагають зберегти формальну структуру науково-технічного тексту, але незначною мірою впливають на ступінь точності змісту.

Здебільшого терміни перекладаються чотирма способами [9, с. 26]:

1. Транскрибуванням (коли літерами мови перекладу передається звукова форма слова вихідної мови): *taximeter* – *токсикометр*, *spreader* – *спредер*.

2. Транслітерацією (слово вихідної мови передається по літерах): *plunger* – *плунжер*, *margin* – *маржин*.

3. Калькуванням (відповідником терміна вихідної мови в цільовій мові вибирається перший за порядком відповідник у словнику): *lifting rings* – *підйомні кільця*, *floating crane* – *плавучий кран*.

4. Описовим перекладом (слово замінюється в мові перекладу словосполученням (або більшим за кількістю компонентів): *husbanding* – *агентське обслуговування вантажу*, *jerk pump* – *система впорскування за допомогою індивідуальних насосів*.

5. Змішаним транскодуванням (*переважне застосування транскрибування з елементами транслітерування, наприклад, overlock – оверлок, altimeter – альтиметр*);

6. Адаптивне транскодування (коли форма слова у вихідній мові дещо адаптується до фонетичної або граматичної структури мови перекладу, наприклад, *middle – мідель, platform – платформа, pallet – палета*) [7, с. 48].

Так, за допомогою розширення значення слова можна перекласти практично будь-який термін, про значення якого перекладач має хоча б щонайменше уявлення або може здогадатись про його значення з контексту. Для застосування конкретизації навпаки необхідні більш детальні знання про функціонування і призначення денотата.

Висновки: Тексти різних стилів мають певні характеристики, лексичні й граматичні особливості. При перекладі спеціалісти стикаються з такими труднощами, як: багатозначність термінів не тільки в різних галузях, але й в межах однієї галузі; абревіатури та скорочення, не зафіксовані в українській мові; слова інтернаціоналізми, які дуже схожі за написанням, але мають зовсім різний переклад.

Використання достатньо громіздких конструкції, які часто повторюються, неясність, перекладацький буквалізм, перекручення, вольність тексту призводять до того, що текст оригіналу втрачає свій сенс й стає важким для розуміння.

Література

1. Ахманова О. С. Функциональный стиль общенаучного языка и методы его исследования / О. С. Ахманова – М. : МГУ, 1974. – 180 с.
2. Голодов А. Г. Проблемы перевода терминов : учебное пособие / А. Г. Голодов – М. : Наука, 2006. – 143 с.
3. Гончарова Т. І. Науково-технічні метафори англійською мовою / Т. І. Гончарова. – Харків : 1996. – 122 с.

4. Дядюра Г. М. Функціональні параметри образності в науковому стилі (на матеріалі текстів природничих та технічних наук) / Г. М. Дядюра – К. : ЧДТУ, 2001. – 127 с.
5. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури / В. І. Карабан – Вінниця : Нова книга, 2002. – 564 с.
6. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу / Т. Р. Кияк – Вінниця : Нова книга, 2006. – 240 с.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров – М. : Высшая школа, 1990. – 253 с.
8. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. Лингвистические проблемы / А. В. Федоров – М. : Высшая школа, 1983. – 303 с.
9. Хоменко С. А. Основы теории и практики перевода научно-технического текста с английского языка на русский : учебное пособие / С. А. Хоменко – Мн. : БНТУ, 2004. – 204 с.

Сокорева А. Є.

Негативна оцінка у фразеологічних одиницях німецької мови, що характеризують людину

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Дана робота присвячена дослідженню фразеологічних одиниць (далі - ФО) німецької мови, що відносяться до опису негативних рис характеру людини. З плином часу фразеологічний запас будь-якої мови постійно поповнюється, а проблема адекватного використання фразеологічних зворотів у мові не втрачає своєї актуальності. Доречне використання в своїй промові крилатих фраз і фразеологізмів, робить її не тільки більш яскравою, образною і такою, що запам'ятовується, а й підкреслює певний рівень культурного і інтелектуального розвитку як тих, хто вживає їх у своїй промові, так і тих, хто здатний сприйняти і зрозуміти їх у повному обсязі. Як і будь-яке інше явище

мови, фразеологічні одиниці активно використовуються в побуті, але вони потребують додаткового дослідження і впорядкованості.

Актуальність досліджуваної проблеми. Проблеми, присвячені вербалізації негативних рис людини на прикладі фразеосемантичних груп «запальність», «безумство», «дурість» в німецькій мові, є мало дослідженими. Мета дослідження - вивчити ФО німецької мови, що характеризують запальність, безумство, дурість і провести їх порівняльний аналіз.

Об'єктом роботи є фразеологізми німецької мови.

Предметом - німецькі фразеологізми, що відображають негативні риси характеру людини.

Спосіб життя і ціннісні орієнтири суспільства найбільш сильно впливають на формування «оціночної шкали людини», частиною якого є даний мовної суб'єкт. Національно-культурна специфіка народу неодмінно відбивається в його мовному ладі. Словниковий склад мови (в тому числі фразеологічний фонд) несе на собі відбиток життя суспільства, його матеріальної і духовної культури, а також окремих груп суспільства і їх менталітет. Фразеологія представляється одним з найбільш цікавих і продуктивних об'єктів подібних досліджень. Це обумовлено тим, що у фразеологічних одиницях найбільш яскраво і самобутньо виражається настрій народу.

Для більш ясного розуміння питання звернемося до поняття фразеологія та фразеологізм:

У науковій літературі фразеологія окреслюється як сукупність ФО аналізованої мови (мов).

Предметом фразеології як розділу мовознавства є дослідження природи фразеологізмів та їх категоріальних ознак, і навіть виявлення закономірностей функціонування їх у мовленні.

Особливим завданням фразеології є вивчення системних зв'язків між фразеологізмами та загальномовною системою значущих одиниць - переважно, словами.

У науковому відношенні вивчення фразеології важливо для пізнання самої мови. Фразеологізми існують в тісному зв'язку з лексикою, їх вивчення допомагає краще пізнати їх будову, освіту і вживання в мові.

Поняття фразеологізм в науці є неоднозначним і суперечливим, проте всі фразеологічні одиниці мають спільні риси, або категоріальні ознаки. Зіставлення їх зі словом і словосполученням дозволяє виділити наступні категоріальні ознаки: лексичне значення, компонентний склад, наявність граматичних категорій. Виявлення цих ознак дає можливість визначити фразеологізм як семантично нерозкладне словосполучення, якому властиві постійність особливого цілісного значення, компонентного складу, граматичних категорій і експресії.

Під фразеологізмом також слід розуміти окремо оформлену, значиму одиницю мови, для якої важливим є ідіоматичність значення і структурний зв'язок зі словом [1, с. 121].

Відповідно до думки проф. Куніна, фразеологізм визначається як стійке поєднання слів з повністю або частково переосмисленим значенням [3, с. 54].

Повертаючись до проблеми даної роботи ми хочемо привести факт того, що на сьогоднішній день встановлено, що в словниковому фонді є більша кількість ФО з негативною оцінкою, ніж з позитивною або нейтральною. Пояснення цьому можна знайти в психології. Все, що має позитивне забарвлення, сприймається людиною як норма, а всі відхилення від неї є негативними проявами [4, с. 12]. Реакція людей на негативні явища є більш гострою, а в стресових ситуаціях, які характеризуються негативно і виникають несподівано, людина прагне використовувати готові мовні форми і стійкі словосполучення [2, с. 51].

Необхідно відзначити, що у багатьох народів однаково оцінюються ті чи інші риси особистості. Найчастіше критикуються лицемірство, дурість, неробство, сварливість і так далі. Багато з цих характеристик забороняються релігією, іменуються смертним гріхом.

Як приклад вивчення цього питання ми хочемо привести роботу Арсланова А. І. . В результаті проведеного дослідження було проаналізовано корпус з 940 ФО з негативною оцінкою людини, складений методом суцільної вибірки зі словників і збірників по німецької фразеології. Фразеологізми були визначені в групі відповідно до негативної характеристики, відображеної в них. Було виділено близько 60 категорій. Але ми хочемо розглянути лише деякі з них. Це три групи, які присвячені таким людським рисам як «запальність», «безумство» та «дурість».

Категорія, до якої включено ФО зі значенням «запальність, дратівливість», налічує 83 прикладів. У складі даних ФО зустрічаються дієслова зі значенням «хвилюватися, дратуватися, злитися, бушувати», такі як *argern, aufregen, erregen, toben, rasen*, іменники *der Ärger* (злість), *die Wut, der Zorn* (лють), прикметник *wütend* (лютий). Ці ФО містять такі компоненти: кольорові позначення (*rot sehen; sich scheckig ärgern; sich grün und gelb ägern; mit hochroten Köpfen einander gegenüberstehen; j-n blau und grün ägern*), зооморфні порівняння (*wie ein angeschossener Eber toben*); соматизми (*das Blut kochte j-m in den Adern; die Galle läuft j-m über (kommt j-m hoch); sich D über etw. A die Kopfe heiß reden; sich (D) das Herz aus dem Leibe ärgern; eine Wut im Balg haben ; eine Wut (або Mordswut) im Bauch haben*). Також можна відзначити фразеологізми з просторовими позначеннями, які передають вихід за певні рамки (*außer sich geraten; aus der Haut fahren*), напрямом «вгору» (*in die Luft gehen; in die Höhe gehen; da geht j-m der Hut hoch!*). Всі ці елементи в складі ФО дають можливість найбільш яскраво уявити і описати людини в стані гніву і люті. Люди в стані люті втрачають над собою контроль, що часто спричиняє необдумані вчинки, помилки, тому запальність і дратівливість отримують негативну оцінку в мові.

Наступна група фразеологізмів об'єднана значенням «божевілля». В її складі знаходиться 76 ФО, що характеризують людей, схильних до безрозсудних вчинків, рішень, що пояснюється відсутністю у них здорового глузду. Необхідно відзначити, що багато ФО містять соматизм *der Kopf* -

«голова», один з найважливіших органів людського тіла, що відповідає за розум та кмітливість. Тому будь-які необдумані вчинки припускають якісь відхилення в цьому органі (*den Kopf verlieren; im Kopf gestört sein*). Відомо, що розум - це продукт роботи мозку, який розташовується в головному відділі тіла. Передбачається, що у божевільних в голові інше наповнення - *Rauren im Kopf haben; Spatzen im Kopf haben*. Можна спостерігати метафоричний перенос значення *der Kopf* на *das Dach* - «дах», *der Dachboden* - «горище» та і.н. Божевілля - це втрата розуму, тому в складі багатьох ФО містяться негативні частинки (*j-d kommt nicht mehr zu sich selbst; j-d ist nicht ganz bei sich; j-d ist wohl nicht (mehr) beieinander*); прийменники, прислівники або прикметники, що вказують на відсутність чого-небудь (*bei j-m ist eine Schraube (або ein Rädchen) locker*).

Значення «дурість» відображено в 75 прикладах. Значна частина ідіом має в своєму складі прикметник *dumm* - «дурний», його похідні, слова *dämlich, albern, blöd, doof* - «тупий, дурний» (*die dummen Dinger; wenn Dummheit weh täte, würde er den ganzen Tag schreien*), а також іменник *der Narr* - «дурень» (*j-n zum Narren haben (або halten)*). Дана група ФЕ відрізняється наявністю зооморфізму (*ein dämlicher Affe; in dummes Huhd*), топонімів (*aus Schilda stamen; ein blinder Hesse*), соматизмов зі словом *der Kopf* і його розмовними варіантами (*einen harten Kopf haben; ein Brett vor dem Kopf haben*), власних назв, що дозволяють гендерно розрізняти об'єкти (*ein alberner (або dummer) Peter; eine dumme Trine*).

Всі три перерахованих вище стани характеризують людину, чия поведінка відхиляється від норми і відрізняється відсутністю обдуманості, раціональності в діях. Можна припустити, що саме в зв'язку з цим фактом дані риси отримують найбільш різноманітне і емоційне відображення в лексиці.

На основі перерахованих вище фактів і прикладів можна зробити наступні висновки:

1. Спектр фразеологізмів, що містять в собі негативну оцінку, широкий і різноманітний. У німецькій мові негативну оцінку отримують

люди, що відрізняються дурістю, запальністю, балакучістю, хитрістю, зарозумілістю, боягузством і так далі.

2. Найчисленніші групи складають фразеологізми зі значеннями: запальність, божевілля, дурість.

3. Можна пояснити популярність ФО зі значенням «запальність», «дурість» і «божевілля» тим, що в них відбивається ірраціональна поведінка, що відрізняється необдуманістю.

4. Розглянуті фразеологізми містять зооморфізми, соматизми, компоненти кольорового позначення, а також негативні частинки, які вказують на відсутність стриманості, раціональності і здорового глузду.

Література:

1. Глотова А. Компонент фразеологической единицы в языке и речи/ Гуманитарные исследования: Ежегодник. Вып.2.—Омск, 1997.
2. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь. М., 1984. 942 с.
3. Кунин А.В. Курс фразеологии Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. – М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр "Феникс", 1996.
4. Ретунская, М. С. Английская аксиологическая лексика : дис. ... д-ра филол. наук. Н. Новгород, 1998. 440 с.

Ходжаніязова К.Б.

Гендерна специфіка прояву авторської індивідуальності в сучасній англійській мові: аспекти перекладу

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В сучасному світі посилюється дослідницький інтерес до проблеми відображення і представлення чоловіка і жінки в комплексі їх гендерних ознак. Гендерні відношення в мові фіксуються у вигляді мовних стереотипів, що відкладають відбиток на поведінку особистості, у тому числі і на мовну, і на

процеси її мовної соціалізації. Лінгвістика тексту допомагає виявити відображення у свідомості носіїв мови гендерних стереотипів.

Актуальність статті полягає у необхідності дослідження гендерної специфіки прояву авторської індивідуальності в англійській мові. Підвищеному інтересі до дослідження гендерної специфіки мови та мовлення та прояву авторської індивідуальності в англійській мові.

Мета статті полягає у порівняльному аналізі чоловічих та жіночих стереотипних уявлень шляхом дослідження специфіки гендерно маркованих одиниць у мові та мовленні в англійській мові.

Об'єктом дослідження є гендерно марковані одиниці мови та аспекти перекладу гендерної специфіки.

Предметом дослідження виступає класичний англійський художній текст.

Перш за все, необхідно дати чітке визначення поняттю «гендер». Гендер справедливо вважають поняттям міждисциплінарним. Цей термін виник у Великобританії, і в перекладі з англійської мови gender дослівно означає граматичний рід – чоловічий, жіночий, середній.

Наразі гендер кваліфікують як багатоаспектну категорію і в межах суспільства, і в межах лише особистості. Гендер як соціальна стать і культурна метафора є вельми результативним аспектом аналізу в соціолінгвістиці. Ця думка щодо гендеру дала можливість виявити культурно-символічні суттєві ознаки цього поняття.

Гендер означає по суті й соціально-культурний процес, під час якого відбувається конструювання суспільством відмінностей у чоловічих і жіночих ролях, поведінці, психічних, інтелектуальних, ідеологічних, релігійних, естетичних та емоційних характеристиках, і сам результат – «соціальний конструкт гендеру» [1, с. 21].

Проблема відмінності чоловічої та жіночої мовних особистостей вперше стала розроблятися О. Есперсеном і Ф. Маутнером від початку ХХ століття. Основною ідеєю цих досліджень була перевага «чоловічої» мови над

«жіночою». Ці дослідження носили нерегулярний характер і перебували на периферії лінгвістики.

Наразі гендерна лінгвістика розглядає як мову жінок, так і мову чоловіків, живе мовлення безпосередньо пов'язане зі спілкуванням. Як класична, так і сучасна теорія комунікації заявляє, що, по-перше, «комунікація - це засіб, за допомогою якого ми все пізнаємо», а по-друге, «вона завжди має ціннісне навантаження, що відбиває світогляд учасників спілкування» [2, с. 177]. Розходження жіночого й чоловічого світогляду значно впливають на комунікацію, що неможливо розглядати окремо від мови, тому що через мову й інші супутні знакові системи виражається світогляд, а, отже, і гендерні особливості.

Проблему гендерності в теорії та практиці перекладу науковці почали розглядати порівняно недавно. Сьогодні вивчаючи проблему взаємозв'язку мови і гендера у перекладах, можна виділити наступні напрями досліджень:

1. Виявлення певних розбіжностей на мовних рівнях: фонетичному, морфологічному, семантичному і синтаксичному.

2. Виявлення розбіжностей у сприйнятті вербальних стереотипів жінками і чоловіками.

3. Виявлення семантичних розбіжностей.

4. Побудова психолінгвістичних теорій, в яких «жіноча» і «чоловіча» мови зводяться до особливостей мовної поведінки жінок і чоловіків.

5. Когнітивне пояснення виявлених показників. У цьому випадку важливим моментом є не лише визначення частоти розбіжностей, але й встановлення зв'язку з різними аспектами картини світу [3, с. 9-10].

Працюючи з художнім твором, перекладач повинен звертати особливу увагу на контексти, в яких присутні стереотипні судження про чоловіка і жінку як соціальних індивідів [4, с. 151].

Отже, при опрацюванні художнього тексту перекладач має брати до уваги гендерні й культурологічні особливості мови перекладу, стереотипні судження про чоловіка і жінку. Гендерні особливості перекладу вимагають від

перекладача не лише достатню мовну компетенцію, а й культурну, соціолінгвістичну.

З описової точки зору англійська мова містить більше слів, що стосуються чоловіків, ніж жінок). Характерним також є використання маскулінних узагальнень для позначення як чоловіків, так і жінок (наприклад, «*mankind*»). Розміщення гендерних показників перед стереотипними іменниками чоловічої чи жіночої статі (наприклад, «*male nurse*» чи «*madam chairman*») ще більше підсилює традиційне гендерне кодування слів.

Слова для позначень жінок часто набувають зневажливої форми не дивлячись на спільне походження із словами для позначення того ж явища чоловічого роду. Лінгвісти давно помітили, що слова, що стосуються жінок, частіше зазнають цього процесу, ніж слова, що стосуються чоловіків. Наведемо приклади:

«*Mistress*» - жіночий еквівалент слова «*master*», тобто «хазяїн». А отже, це слово мало б означати «жінка, яка має контроль або владу» - зокрема та, яка наймає слуг або службовців. Це слово прийшло з французької мови після нормандського завоювання. Але починаючи з 17 століття, воно використовувалося в значенні «жінка, з якою чоловік має тривалі статеві стосунки поза шлюбом».

«*Hussy*» - цей колись нейтральний термін означав жінку-голову домогосподарства. «*Hussy*» - це скорочення від слова «*husewife*» родом з 13-го століття, яке є спорідненим сучасному слову «*housewife*». Однак, починаючи з 17 століття, воно означає «неповажну жінку непристойної поведінки». Наразі, це єдине його значення.

«*Madam*» - жіночий еквівалент «*sir*», жінка високого рангу, як і раніше використовується в офіційному контексті як спосіб звертання. З кінця 18 століття це також використовувалося в значенні «зарозуміла дівчина», «коханка» або «дівчина легкої поведінки». З кінця 19 століття, слово набуло значення жінки-менеджера борделя.

«*Governess*» - починаючи з XV століття, слово означало «жінка, яка

здійснює владу над місцем, установою чи групою людей, жіноча альтернатива «губернатору». З часом значення слова різко звузилося і втратило статус, набувши значення «жінка, відповідальна за догляд за дитиною чи молодою леді».

«*Courtesan*» - одна із найдраматичніших змін у значенні. Жіночий еквівалент слова «*courtier*», «придворний» воно набуло непристойного значення «*повія*», яке досі і залишається його єдиним у використанні.

Таким чином, у процесі перекладу художнього або будь-якого іншого тексту, перекладач має брати до уваги культуролгічні особливості мови оригіналу, звертати увагу на стереотипні судження про ролі чоловіка і жінки у даній культурі. Подальше дослідження функціонування категорії гендеру в перекладі має бути спрямоване на знаходження способів передачі подібних гендерно-зумовлених відмінностей та їх відповідне теоретичне оформлення.

Література:

1. Пушкарєва Н. Гендерные исследования и исторические науки / Н. Пушкарєва // Гендерные исследования. – 1999. – № 3. – С.166 – 181.
2. Брандт Г. А. Природа женщины как проблема: концепция феминизма/ Г. А. Брандт // Общественные науки и современность. - 1998. - № 2. - С. 167-189.
3. Мистрюкова Е. В. Средства репрезентации концептов «мужественность» и «женственность» в современном английском языке : дисс. канд. филол. наук: 10.02.04 / Е. В. Мистрюкова. – Самара, 2005. – 229 с.
4. Кирилина А. Лингвистические гендерные исследования / А. Кирилина, М. Томская // Журнал «Отечественные записки». – 2005. – №2 (22). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.strana-oz.ru/?article=1038&numid=23>

Чеботар К.С.

**До питання про перекладознавчий аналіз концепту «Успіх» в
англійській мові**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут», м. Харків*

Теоретико-практичні аспекти сучасного перекладознавства все більше тяжіють до когнітивістики. У перекладознавстві кінця ХХ – початку ХХІ століття виокремлюється когнітивний напрямок. Адекватний переклад на сучасному етапі неможливий без здобутків лінгвокультурології та когнітивної лінгвістики, ключовим поняттям яких є концепт. Поняття «концептуальна картина світу» (О. Кубрякова, О. Селіванова), «мовна картина світу» (Ю. Караулов, О. Кубрякова, О. Селіванова), концепт (М. Алефіренко, Н. Арутюнова, С. Жаботинська, В. Карасик, В. Маслова, Ю. Степанов) і концептосфера (Д. Лихачов, О. Селіванова) є активно досліджуваними у лінгвістиці, яка на сучасному етапі характеризується як антропоцентрична.

Текст, що підлягає перекладу, розглядається як концептуальне ціле (Н. Голубенко). Метою концептуального підходу до перекладу є збереження в цільовому тексті базових концептів культури. Від перекладача вимагається довершене вміння абстрагуватися, адже концепт як одиниця пізнання світу може мати різну міру інформаційного насичення, залишаючись при цьому цілісним утворенням, здатним поповнюватися, змінюватися і віддзеркалювати людський досвід.

Для нашого дослідження важливим є розуміння концепту як певної змістової одиниці знання, яка віддзеркалює результати пізнавальної (когнітивної) діяльності людини. У свою чергу, концептуальна система, що є упорядкованою сукупністю всіх концептів, репрезентує систему знань про світ, де втілено як мовний, так і позамовний досвід людини.

Треба розуміти, що взаємодія представників двох народів супроводжується не тільки контактом різних мов, а й різних культур. Таке

зіткнення відбиває невідповідність мовних та концептуальних картин світу двох лінгвокультурних спільнот, тобто мовну і концептуальну асиметрію. Причина асиметрії, з одного боку, полягає в повній відсутності деяких національно-специфічних понять та концептів в одній із культур. З іншого боку, мови, які контактують, можуть мати відповідні лексеми, але ментальні поняття, які вони вербалізують, різняться за своїм обсягом. Мовна й концептуальна асиметрії в перекладі призводять до труднощів у відтворенні інформації автора тексту оригіналу в повному обсязі задля сприйняття іншомовним реципієнтом.

Актуальність роботи ми вбачаємо в орієнтації сучасних перекладознавчих досліджень на комплексний когнітивний аналіз, широке залучення здобутків лінгвокультурології, когнітивістики та антропоцентричної парадигми в дослідженні мови, а також на питання адекватності відтворення мовних репрезентацій концептосфери тексту.

У центрі нашого дослідження знаходиться концепт «успіх». Як в англійській, так і в українській мові він характеризується парадигматичними зв'язками між лексичними одиницями. Концепт “успіх” виступав об'єктом лінгвістичного аналізу у складі метафоричних моделей в дослідженні А.М. Сніжко “Метафоричні моделі концепту “успіх” (на матеріалі англійської та української мов)” [5, с.173-177], фрагментарно як сегмент концепту “американська мрія” у роботі К.С. Карпової “Лексичні особливості американської моделі успіху як ключового сегменту концепту американська мрія” [2, с.392-399] та поряд із дослідженням концептів “щастя” і “радість” у роботі Н.І. Кулик “Концепт ЩАСТЯ, РАДІСТЬ та УСПІХ в етноспецифічній картині світу українського народу (на матеріалі словників та даних психолінгвістичного асоціативного експерименту)” [3, с. 208-210].

Метою нашої роботи є дослідити характерні риси концепту «успіх» в англійській мові та описати закономірності його контекстуального перекладу.

В цій статті ми наведемо результати перекладознавчого аналізу концепту «успіх» на прикладі лексичних одиниць на позначення успіху та невдачі зі сфери бізнесу та економіки [1].

Предметом дослідження за комплексного підходу до опису мовного явища є лексичні одиниці на позначення успіху та невдачі, які обиралися із Великого оксфордського словника англійської мови у 12 томах та тематичних тлумачних словників; оригінальні тексти, де функціонують такі лексичні одиниці.

Об'єктом дослідження є лексико-семантичні зв'язки між досліджуваними одиницями та їх контекстуальні еквіваленти у цільовій мові.

«Успіх» є багатоаспектним поняттям та може проявлятися у різних сферах людського життя. Компонентами концепту «успіх» у бізнесі, якщо вдаватися до його «ненаукового» тлумачення будуть певні асоціативні сфери: великі прибутки, економічне зростання, визнання високо соціального статусу у суспільстві. Ми відштовхуємося від загальноприйнятого у лінгвістиці розуміння концептуальної ознаки як такої, що виділяє його з-поміж інших концептів і надає йому характерного статусу.

Концептуальна ознака успіху впливає із дослідження лексики та семантики на позначення цього поняття і становить співвідношення мети (purpose), яка досягається (reach) шляхом прояву зовнішньої прихильності (grace) та схвалення (favour), а також певної дії (act, action) або стану (state, position) та об'єкту (object). Опосередковано концепт “успіх” описується виразами та словосполученнями, які характеризують успіх як полісемантичне поняття.

У своєму дослідженні ми дотримуємося теорії про існування трьох основних лексичних груп [4, с.27-30]. Ми виділяємо: поле, лексико-семантичну групу та синонімічний ряд.

Семантичне поле утворюється з окремих семантичних груп, які побудовані за принципами поля. Семантична група (СГ) - це угруповання мовних одиниць на основі спільності значення, яке базується на зв'язку

понять, що виражені словами і відображають зв'язки предметів та явищ дійсності [4, с. 27-30]. Лексико-семантичне поле “успіх” - це сукупність певних семантичних груп, поєднання яких відображає зв'язки між словами та поняттями, що позначають успіх в сучасній англійській мові.

У процесі комплексного дослідження концепту “успіх” виділяємо семантичні групи з відповідними семантичними центрами, що дає змогу визначити загальне асоціативне поле досліджуваного концепту:

СГ 1: “успіх – досягнення” з мікроцентром *reach* (досяжність);

СГ 2: “успіх – намагання, намір, ціль” з мікроцентром *purpose* (мета);

СГ 3: “успіх – певне почуття, ставлення” з мікроцентром *regard* (повага, прихильність);

СГ 4: “успіх – удача, шанс, доля” з мікроцентром *fortune* (фортуна, удача);

СГ 5: “успіх – якість, властивість” з мікроцентром *grace* (грація, витонченість);

СГ 6: “успіх – відсутність успіху, невдача” з мікроцентром *want* (нестача);

СГ 7: “успіх – змагання, боротьба” з мікроцентром *challenge* (випробування);

СГ 8: “успіх – фінансове становище, прибуток” з мікроцентром *enrichment* (збагачення);

Кожна семантична група складається із синонімічних рядів, пов'язаних між собою безпосередніми та опосередкованими відношеннями. Центром семантичної групи є іменник на позначення концептуальної ознаки.

В наведеній нижче таблиці ми наводимо результати семантичного аналізу лексичних одиниць на позначення концепту успіх з тлумачного словнику термінів по бізнесу, економіці, банківській справі і юриспруденції.

Англо-російський тлумачний словник термінів по бізнесу, економіці,
банківській справі і юриспруденції

Success

Absolute advantage – абсолютна перевага. Міжнародна економіка: здатність одного виробника виготовляти даний товар, використовуючи менше ресурсів, ніж будь-який інший виробник. Японія виробляє телевізори з найбільшим економічним ефектом. (СГ 1)

Accretion – приріст, збільшення. Виробництво: збільшення активів за рахунок внутрішнього розширення, придбання або через такі причини, як, наприклад витримка віскі або зростання будівельного лісу. Цінні папери: усунення відмінностей між ціною облігації, купленої з первісної знижкою, і номіналом облігації. (СГ 2)

Blowout – «прорив». Торгівля: швидкий продаж роздрібних товарів за нижчими цінами. Цінні папери: швидкий продаж всіх акцій при новій пропозиції цінних паперів. Корпорації охоче продають цінні папери в таких умовах, оскільки вони отримують високу ціну за свої акції. Інвестори, ймовірно, переживають важкі часи, отримуючи необхідні кількості акцій за часів «прориву». Також називається минулий випуск або гарячий випуск (hot issue). (СГ 8)

Breadwinner – годувальник. Окрема особа, здатна надавати підтримку всім тим, хто залежить від її трудового доходу. Годувальник є головним фінансовим працівником. (СГ 3)

Cash cow – «дійна корова». Компанія, яка забезпечує безперервний рух готівки. Така компанія зазвичай має добре відомі назви марок виробів, популярність яких стимулює повторні покупки зазначених виробів. Відносяться до цієї категорії акції мають надійні дивіденди. (СГ 3)

Crown jewels – «діаманти корони». При злитті і придбанні корпорацій: найпривабливіші і бажані частини власності компанії, на які і націлене об'єднання, і якщо їх прибрати, то компанія втратить свою цінність або привабливість як мета об'єднання або придбання. (СГ 5)

Economic growth – економічне зростання. Підвищення за кожен період часу вартості вироблених в даній економіці товарів і послуг, що виражається в зростанні валового національного продукту. (СГ 1)

Free lunch – безкоштовний обід. Щось, що дісталось задарма. Повністю прислів'я говорить: «Безкоштовних обідів не буває». (СГ 4)

Gain – приріст, прибуток, доходи, заробіток, виграш, збільшення вартості. (СГ 8)

Glamor stock – першокласні акції. Акції, які користуються широкою популярністю у публіки та інвестиційних компаній. Потрапити в цю категорію можуть акції, збут яких та дивіденди постійно зростають тривалий час. На ринку підвищення (Bull market) вартість цих акцій зростає швидше середньої. (СГ 3)

Golden parachute – «золотий парашут». Спокусливий контракт, пропонується фірмою вищим керівникам. Він забезпечує багаті допомоги в разі втрати роботи через поглинання фірми іншою компанією. Золотий парашут може включати щедру вихідну допомогу, акції зі знижкою або бонус, що виплачується при припиненні роботи. (СГ 3)

High flyer – високого польоту. Високо оцінюються і високо спекулятивні акції, ціна яких може різко злітати і падати за короткий час, наприклад акції знову виникають компаній, що використовують високі технології. (СГ 3)

High-grade bond – облігація вищого класу. Облігація, якій рейтинговими службами «Стандард енд Пур» або «Муді» присвоєно індекс ААА або АА. (СГ 3)

In the black – в прибутку. (СГ 8)

Kudos – «честь і слава». Знаки вдячності, що надаються організацією за послуги. Вони можуть мати різноманітність форми, такі як премія, медаль або пам'ятний подарунок. (СГ 3)

Megabucks – великий куш. Велика сума грошей. (СГ 4)

Prestige pricing – престижне ціноутворення. Ціноутворення, що виходять із припущення про те, що споживачі не платитимуть менше попередньо визначеного рівня ціни за товар, так як вважається, що в іншому випадку він буде поганої якості. (СГ 5)

Ready, wishing and able – «готовий, бажаю і можу», тобто здатний і налаштований діяти. Якщо брокер по торгівлі нерухомістю визначає обличчя, яке готове, бажає і може купити майно на запропонованих умовах, він отримує право на комісійні. (СГ 2)

Sleeping beauty – «спляча красуня». Мета потенційного приєднання, яка ще не досягнута набувачем. Така компанія зазвичай має вельми привабливі характерні особливості, такі як велика сума готівки або оцінена нижче дійсної вартості нерухомість або інші активи. (СГ 5)

Snowballing – швидке зростання. Ділова активність, яка швидко зростає, набираючи силу. (СГ 1)

Steady-growth method – метод стійкого зростання. Метод оцінки джерела (Source evaluation), який оцінює вартість і вплив на прибутковість будівлі бази для обчислення тарифу (Rate base) за часом через різні джерела бізнесу. У розрахунок приймається вартість придбання, а також очікувані оплати, відмови і відновлення. (СГ 2)

Sweat equity – акції, зароблені «в полі особи». Вартість, додана до власності за рахунок поліпшення результатів роботи, виконаної особисто власником. (СГ 1)

Turnaround – вдалий поворот. Сприятлива зміна ходу справ у фірми, ринку або в економіці в цілому. Інвестори на ринку цінних паперів, які вважають, що фірма зі слабкими показниками незабаром може помітно збільшити свої доходи, мають можливість серйозно виграти на вдалого повороту. (СГ 8)

White knight – «білий лицар». Компанія, яку хочуть придбати, яка прагне з метою не вигідного злиття уникнути контролю з боку небажаного покупця. Стратегія «білого лицаря» є альтернативою тактиці опору гині компанії і використовується, щоб уникнути тривалої і запеклої боротьби за контрольний пакет акцій. (СГ 3)

Widow-and-orphan stocks – «сирітські акції». Акції, за якими виплачуються великі дивіденди і які дуже надійні. Зазвичай мають низький

коефіцієнт Р і задіяні в нециклічного бізнесі. Протягом багатьох років акції Американської Телефонної і Телеграфної компанії вважалися «сирітських».
(СГ 3)

Failure

Agglomeration diseconomies – негативні економічні ефекти інтеграції. Неефективність і втрати, які є результатом інтеграції (Agglomeration). Найбільш поширеною причиною цього є необізнаність керівництва холдинговою компанією про видах діяльності в не пов'язаних між собою областях. (СГ 6)

Bankruptcy – банкрутство. Стан неплатоспроможності окремої особи або організації, тобто нездатність виплачувати борги. (СГ 7)

Breakup – розпуск. Розформування будь-якого підрозділу, організації або групи організацій. Судова справа про порушення антитрестівського закону, заведену Міністерством юстиції, може привести до розпаду великої корпорації на більш дрібні компанії, якщо виявиться, що вона порушила антитрестовские закони. (СГ 6)

Dead-end-job – тупикова робота. Положення, яке не дає можливості просуватися вперед, отримувати більш високу оплату або ширші повноваження. Синонім: безперспективна робота (Blind alley job). (СГ 7)

Diminishing returns – негативний ефект масштабу. Явище, яке полягає в тому, що далі певної точки додаткові вкладення ресурсів у виробничий процес дають все менше прирости продукції. Це пояснюється переповненням потужностей, введенням менш кваліфікованих виконавців або менш якісних ресурсів і т.п. (СГ 6)

Dismissal – звільнення. Постійне припинення зайнятості в організації, позбавлення робочого місця. Іноді звільняються або відправляються в неоплачений відпустку виплачується вихідна допомога. (СГ 6)

Downstream – перехід на низький рівень. Переміщення діяльності корпорації від материнської компанії до дочірніх. З фінансової точки зору мова йде зазвичай про позики, тому що дивіденди і відсотки зазвичай

перетікають від низу до верху. В області управління маються на увазі вказівки з штаб-квартири. (СГ 7)

Down tick – в збиток. Продаж цінних паперів за меншою ціною, ніж вона була куплена. Наприклад, якщо акції куплені по 15 доларів за штуку, то продати їх на 14,7 доларів або дешевше означає понести збиток. (СГ 6)

Downturn – спад. Зсув ринкового або біржового циклу від підйому до упаду. Економіка падає, коли розширення змінюється спадом, а біржовий ринок - коли «биків» на ньому змінюють «ведмеді». (СГ 6)

Equity kicker – не вигідний контракт. (СГ 6)

Filtering down – деградація. Процес, в ході якого з часом будинок або квартал поступово заселяється особами з усе більш низьким доходом. Наприклад, багато старі квартали в центрі великих міст, де колись жили вищі класи, деградували до бідняцьких. В якійсь точці процесу деградації багато великі будинки перетворюються в дохідні будинки (Multifamilyhousing). (СГ 7)

Fortuitous loss – випадковий збиток. Збиток, завданий йому по випадковості, а не по чийсь волі. Страхові поліси передбачають компенсацію збитку, що виникає чисто випадково, коли застрахований не міг контролювати його причини. (СГ 6)

In the red – поза прибутку. (СГ 6)

Red ink – «червоне чорнило». Термін еквівалентний слову «втрати» (сленг). (СГ 6)

Slump – різкий спад, скорочення активності. Зниження економічної або продуктивної активності. Зазвичай означає таку крайній ступінь зниження, як скорочення активності, спад (Recession) або депресія. (СГ 7)

Take a bath, take a beating – прийняти душ, отримати прочухана, тобто понести великий збиток на продажу товару, спекуляції або на інвестуванні, наприклад: "I took a bath on my XYZ stock when the market dropped last week" (я прогорів на XYZ, коли минулого тижня впали ціни на ринку). (СГ 7)

Turkey – «індик». Невдале вкладення. Це може бути угода, яка принесла збитки, або придбання акцій чи облігацій, вартість яких різко впала, або випуск нових цінних паперів, які не розійшлися чи їх довелося продати зі збитком. (СГ 6).

СГ 6 “успіх – відсутність успіху, невдача” є найчисельнішою, до неї належить 11 лексичних одиниць, що становить 26,2% від загальної кількості одиниць. СГ 3 “успіх – певне почуття, ставлення” нараховує 9 лексичних одиниць – 21,4%. Наступна група СГ 7 “успіх – змагання, боротьба” – 14,3%. По 4 одиниці нараховуємо у СГ 1 та СГ 8 (“успіх – досягнення”, “успіх – фінансове становище, прибуток”) – 9,5%. Наступні дві семантичні групи, а саме СГ 2 “успіх – намагання, намір, ціль”, СГ 5 “успіх – якість, властивість” мають по 3 одиниці, що складає 7,1%. Найменш чисельною є СГ 4 “успіх – удача, шанс, доля” – 2 одиниці (5,6%).

Попередній семантичний аналіз лексичної одиниці, що належить до концепту «успіх», дозволяє визначитися із стратегією вербалізації певних смислів, специфічних для кожної мови, у перекладі. Також цей опис сприяє виявленню схожих й відмінних рис в концептуальних системах вихідної й цільової культур, які визначаються за допомогою перекладацьких трансформацій.

Перспективою роботи є опис контекстуального перекладу лексичних одиниць на позначення концепту «успіх», а також визначення найбільш ефективних перекладацьких трансформацій.

Література:

1. Глушко С.Н. Англо-русский толковый словарь: словарь терминов по экономике, бизнесу, банковскому делу и юриспруденции / С. Н. Глушко, Н. Н. Романовская. - Харьков : Майдан, 1998. - 720 с.
2. Карпова К.С. Лексичні особливості американської моделі успіху як ключового сегменту концепту американська мрія // Сучасні дослідження з

іноземної філології. Збірник наукових статей. - Ужгород, 2006. - Вип.4. - С. 392-399.

3. Кулик Н.І. Концепт ЩАСТЯ, РАДІСТЬ та УСПІХ в етноспецифічній картині світу українського народу (на матеріалі словників та даних психолінгвістичного асоціативного експерименту) // Актуальні проблеми металінгвістики: Зб. статей за матеріалами IV-ої міжнародної наукової конференції. - Черкаси, 2005. - С. 208-210.

4. Ляшук А.М. Семантична структура юридичних термінів української та англійської мов. Дис... канд.. філол. наук. 10.02.17 / Кіровоградський Державний педагогічний Університет ім. В. Винниченка. - Кіровоград, 2007. - 320 с.

5. Сніжко А.М. Метафоричні моделі концепту УСПІХ (на мат. англ. та укр. мов) // Проблеми зіставної семантики: Зб. наук. статей. - Вип. 8. - К.: Видавничий центр КНЛУ, 2007. - С. 173-177.

Шевченко В. М.

Класифікація фразеологічних одиниць у мові німецької молоді

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Темою цієї роботи є класифікація фразеологічних одиниць у мові німецької молоді, яка змінювалась протягом багатьох років. У різні історичні епохи всі мови світу зазнали суттєвих змін на майже усі групи слів: займенники, прийменники, запозичені з інших мов, що витісняли притаманні цим мовам лексичні риси. Оскільки процес змін фразеологічно-лексичної складових одиниць буде особливо значущим для загального складу німецької мови, ця тема завжди буде мати попит для проведення досліджень.

Метою даної роботи є дослідження класифікації використання фразеологічних одиниць у німецькій мові з подальшим аналізом способів їх перекладу на українську мову та виявлення частоти вживання у текстах різної

тематики. Ця робота присвячена фразеологічно-, соціолінгвістичним проблемам німецької мови, які мають актуальний характер у сучасному світі. Про це свідчить подальше вивчення питань фразеологічних одиниць, які впливають на найрізноманітніші сфери людської діяльності: як певних поколінь, так і на розвиток націй в цілому.

Актуальність дослідження обумовлена зацікавленістю до вивчення сучасних тенденцій змінення мови внаслідок невідомо зростаючої кількості подібних лексичних одиниць в текстах та повсякденному мовленні і можливими труднощами розуміння значення цих слів читачами. Отже, вивчення вищезазначеної проблеми мало і буде мати актуальний характер у зв'язку з загальною історією минулого та перспективами розвитку мов в майбутньому.

Як нам відомо, нова лексика створюється, активно поширюється і використовується переважно в середовищі учнівської молоді – в окремих більш-менш замкнутих референтних групах. Молодіжна мова також активно використовується в сучасній літературі, з'являється на сторінках газет і журналів, звучить по радіо і телебаченню, а також поповнює мовні словники новими лексичними і фразеологічними одиницями і словотворчими моделями.

Молодіжною мовою (*Jugendsprache*) в германістиці традиційно називається жаргон німецькомовної молоді. Почавши фіксувати студентський (*Studentensprache*), а потім шкільний жаргон (*Schülersprache*) в XVIII-XIX ст., створюючи на основі аналізу видатні серйозні лексикографічні праці в XX столітті, німецькі лінгвісти продовжують цю традицію і в даний час. Це пов'язано з соціально-історичним тлом розвитку німецької мови [1, S. 110].

Згідно її періодизації, першим етапом становлення мови молоді стали повоєнні роки в Німеччині, коли відбувалися великі зміни, які вплинули на усі верстви населення. Молодь тоді називали *die Halbstarcken* – «напівсильні». Це були жваві молоді люди, проте, на думку старшого покоління, що пройшло через Другу світову війну, недостатньо дорослі і сильні. На думку дорослих,

вони легко піддавалися впливу американської музики різного жанру, що у ті часи було недопустимим [1, S. 111].

Перерахуємо деякі приклади одиниць молодіжного мови даного періоду: *pfundig* – *видатний*, *wichtig* – *громіздкий*. Лайливі вирази: *trübe Tasse* – *зануда*, *Gewitterziege* – *фурія* [1, S. 112].

Сленг (*англ. Slang*): 1) те саме, що жаргон, переважно в англомовних країнах; 2) варіант розмовної мови (в тому числі експресивно забарвлені елементи цієї мови), який не збігається з нормою літературної мови. За визначенням Д. Розенталь, М. Теленкової, сленг – це слова і вислови, які вживаються особами певних професій або соціальних прошарків [4].

Молодіжний сленг, на відміну від інших видів сленгу, наприклад професійних (лікарів, юристів, бухгалтерів та ін.) Або сленгів соціальних верств (злочинного світу, бомжів та ін.), Змінюється з величезною швидкістю. Це пояснюється тим, що діти швидко ростуть, спочатку приходячи в «світ молоді» та набуваючи статусу молодих людей, а потім йдучи з нього у доросле життя. Даний процес супроводжується постійним оновленням молодіжного сленгу. При цьому мова молоді вбирає в себе слова з різних мов, наприклад англійської «*baggy – extrem weite Hose*», «*chillen – sich ausruhen*», французької «*das Filet – hübsches Mädchen*», і діалектів «*urst – sehr*» [2, 103 с].

Якщо виникають сумніви в істинності сказаного співрозмовником, що дратує, дивує або засмучує, молодий німець висловить це за допомогою лексеми «*Sheeeesh – правда?!, да ладно, ти жартуєш*». Для вираження розчулення німці, особливо жінки, часто говорять «*wie süß – як мило/який милий*». В останні роки німецька молодь використовує для цього більш конкретне визначення – «*glucose-haltig – той, що містить глюкозу*» [3].

Авторитетну людину, яку поважають за вірність своїм принципам, називають «*Ehrenmann/Ehrenfrau – людина честі*». Для вираження великої вдячності та поваги молоді німці скажуть зараз: «*Ich küsst dein Auge – цілую твої повіки*» [3].

Велика частина популярних молодіжних неологізмів, що утворилися 2018 р містить різну оцінку чого-небудь або кого-небудь. Щоб розкритикувати будь-чию поведінку, молоді люди вживають слово «*verbuggt – несповна розуму*», яке прийшло з жаргону програмістів «*verbuggt – з багом*», вживається стосовно програмного забезпечення, яке дало збій в роботі [3].

Молодих людей, як і раніше, хвилює тема взаємин із протилежною статтю. Більшість німців називають свою другу половину «*Schatz, Schatzi або Schätzchen – скарб*». Але не у всіх є улюблена людина. Для людей, які не перебувають у відносинах, молоді німці ввели в ужиток прикметник «*schatzlos – без скарбів*» [3].

Таким чином, аналізуючи фразеологізми, що знаходяться на піку популярності в побуті у сучасної молоді, можна простежити, що цікавить молоде покоління, а також як змінюється саме життя. Протягом аналізованого періоду найбільш поширеними є фразеологізми, що характеризують інтернет культуру молоді, що пояснюється поширенням сучасної техніки, комп'ютеризацією і глобалізацією. Молоді люди використовують смартфони, планшети, комп'ютери як засіб для отримання нової інформації, спілкування і знайомств, розваги. Молоді німці цікавляться спортом, культурою, стежать за важливими політичними подіями. Таким чином, все нове, що з'являється в житті суспільства, знаходить своє відображення в молодіжному сленгу.

Література

1. Neuland E. *Jugendsprache*. Tübingen, 2008.
2. Вайнман Т. «Улюблені слова молодих німців» 2018, // Deutsche Welle.
3. Борисова М. «Молодежное слово года» — 2017, // Deutsche Welle.
4. Жаркова Т. І. «Сленг сучасної німецької молоді як засіб розвитку комунікативної компетенції студентів».

Ямпольський А.В.

Характерні особливості перекладу словникового складу сучасного американського різновиду англійської мови

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків

Науковий керівник – старший викладач Карачова Д. В.

У наслідок колоніальної політики Британської імперії у ХІХ ст. та досягнень Сполучених Штатів Америки у сучасній популярній культурі, комп'ютерних технологіях, Інтернету та індустрії розваг, американський варіант різновиду англійської мови набув значення міжнародної мови. Завдяки цьому, американська англійська у найближчому часі ймовірно буде контролювати розвиток англійської мови взагалі, а «американізми» становляться частинами інших мов зі всього світу.

Хоча американський варіант англійської мови вважається лише діалектом, він налічує велику кількість лексичних, граматичних та фонетичних розбіжностей з британським першоджерелом. Виявлення та аналіз таких розбіжностей, а також дослідження американської англійської як явища взагалі, слугують темами досліджень багатьох мовознавців зі всього світу. Серед них праці Д. Альгео, О. Харгрейвза, Т. Макартура, Л. Мерфі, П. Пітерса, С. Черничко, Ч. Фединець та багатьох інших. Невиключно, що у майбутньому можлива повна сепарація американської англійської як окремої мови, проте в даний час це не спричинить жодної політичної чи культурної вигоди, адже американська англійська вже домінує на світовій арені [1].

Ця робота присвячена словниковому складу сучасного американському різновиду англійської мови, а саме історії і чинникам його виникнення, основним рисам та різновидам цього варіанту, а також відмінностям від британської англійської.

Мета роботи полягає у порівняльному аналізі відмінностей лексичного складу американського та британського варіантів англійської мови, а також визначення основних особливостей перекладу американського варіанту.

Поставлена мета зумовила розгляд наступних задач:

1. розглянути історію виникнення та розвитку американського варіанту англійської мови;
2. дослідити характерні особливості американської лексики та виявити основні розбіжності з британською;
3. роздивитися основні проблеми перекладу текстів з американською лексикою.

Предметом роботи є сучасний словниковий склад американського варіанту англійської мови, а саме його актуальна лексика, регіональні діалекти та сленг.

Словниковий склад сучасного американського різновиду англійської мови має довгу історію, яка бере початок у період колонізації Америки у XVII столітті. Формування американської англійської можна поділити на ранній період (XVII-XVIII ст.) та пізній період (XIX-XX ст.).

Ранній період формування американської англійської – це період її формування, яке базувалося на нормах британського варіанту англійської XVII століття і доповнювалось лексикою корінного населення, а також мовою інших колонізаторів (іспанська, французька, нідерландська, німецька) [2:1]. Наприклад: слово *cookie* (печиво) запозичене з нідерландської мови; *kindergarden* (дитячий садок) з німецької мови; *levee* (дамба) з французької мови; *rodeo* (родео) з іспанської мови; слова *opossum* (опосум), *raccoon* (енот), *squash* (гарбуз), *wigwam* (вігвам), *moccasin* (мокасін) з мов індіців. Також цей період характеризується явищем переосмислення старих понять та надання їм нових значень (слово *back* набуло крім свого значення основного значення, могло розумітися як *глухий, віддалений від центру*; слово *tradesman* (торговець, ремісник, купець) вийшло з британської лексики, але вживалось в американській), новою політичною лексикою, яка з'явилася внаслідок

Американської революції 1765 –1783pp (*Congress –конгрес, Senate –сенат, House of Representative –Палата представників*).

Пізній період формування американської англійської відзначається значним поповненням лексики, що було спричинене стрімким розвитком США як держави, Промисловою революцією (промисловості та матеріальні інновації), добою «Золотої лихоманки», інноваціями, впливу інших мов, розвитком галузей транспорту, торгівлі та побуту, ремесла, спорту, бізнесу і фінансів. Наприклад: *Administration –уряд Сполучених Штатів, elevator – ліфт, deli –делікатес* з німецької мови, *to park –паркуватися, dishwasher – посудомийна машина, hit and run –набіг з відходом у бейсболі, breakeven – беззбитковість*.

Однак, найвизначнішими досягненням пізнього періоду формування американської англійської, яке стало її основою та було значущим кроком для англійської мови взагалі, було створення словників Ноя Вебстера, найвизначнішими з яких вважаються «Grammatical institute of the English language», ще відомий як «Blue-Backed Speller» («Синій Словник») [3:127], «An American Dictionary of the English Language» [4:551], а також створений після смерті Вебстера компанією «Merriam-Webster, Inc» на основі його праць *Webster's Third New International Dictionary of the English Language, Unabridged*, ще відомий як «Webster's Third» або «W3» [5:84]. Ной Вебстер скомпонував американський варіант англійської мови у єдину структуру, вирішивши більшість його внутрішніх розбіжностей та виділивши його особливості, що є безперечною основою сучасного стану американської англійської, а також більшості мовознавчих робіт пов'язаних з нею.

Сьогоднішній варіант американської англійської налічує ряд основних діалектів: діалект Нової Англії або південний діалект, південний діалект та середньозападний діалект або загальний діалект американського варіанту англійської мови [6:115]. Ці діалекти мають багато акцентів, які постійно розвиваються, але нерівномірно – деякі з них зливаються, деякі набувають нових відмінностей [7]. Ці діалекти мають специфічний регіональний сленг,

що на має значного розповсюдження та застосовується здебільшого місцевим населенням. Наприклад: *bubbler (Wisconsin, Massachusetts and Rhode Island) – a public drinking fountain (громадський питний фонтан. Вживається у Вісконсіні, Массачусетсі і Род-Айленді); rank (Michigan) –to compress or push down (стиснути чи натиснути. Вживається в Мічигані).*

Окремою уваги заслуговує сленг поп-культури, який зазвичай застосовується для актуальних, сучасних та передових понять, або понять з розширеними значеннями вже сталих термінів. Цей сленг має широке застосування у неформальному спілкуванні, стрічках, піснях, літературі, мистецтві та в мережі, що допомагає йому розповсюджуватися по всьому світу [8]. Наприклад: *chillin' –spending time with your friends, relaxing(проводити час з друзями, відпочивати); flexing bagging about some money related things (хвастуватися дорогими речами).*

Через свої особливості та вплив, американський варіант англійської мови створює явище американізмів. Американізмами прийнято називати розбіжності американської англійської від британської, або запозичення американської лексики іншими мовами. У першому значенні, зазвичай американізмами становляться британські архаїзми (*fall — осінь, замість autumn*), нові слова (*rolling country —холмиста місність*), спрощення (*want to – wanna*), або слова з різними значеннями (*block –у американському варіанті квартал, у британському –будівля*)[9].

Американська англійська налічує ряд лексичних відмінностей від британського варіанту. Окрім перерахованих раніше, американська англійська має багато власних еквівалентних до британських ідіом (*нідбазікувати:у британському варіанті to stick your oar in – у американському to put your two cents*)[10:549], різні риторичні вирази (*мені байдуже:у британському варіанті I couldn't care less–у американському I could care less*) [11], інакші назви та лексику у навчальних системах (*здавати екзамен:у британському варіанті I sat my exams–у американському I took my exam*), різна політична лексика (*балотуватися на вибори: у британському варіанті stand for election*

–у американському *run for office*), різна лексика у галузях бізнесу і фінансів (дохід: у британському варіанті *turnover* – у американському *revenue*), транспорту та пересування (капот: у британському варіанті *bonnet* – у американському *hood*), телебачення та комунікаціях (*show* або *programme* у британському варіанті вживається у сенсі будь-якої ТВ програми незалежно від її жанру, коли у американському варіанті *show* має на увазі конкретно шоу), та інше.

Складнощі при перекладі текстів, в яких застосовується американський варіант англійської мови, можуть виникнути через те, що світовим стандартом вивчення англійської мови вважається саме британський варіант. Різні значення певної лексики у американському та британському варіантах, а також наявність специфічної американської лексики можуть завадити вдалому перекладу, тому перекладачу слід ознайомитися з походженням тексту перед перекладом та користуватися допоміжними засобами саме з перекладу чи тлумачення американської англійської.

Під час написання роботи були використані наступні методи дослідження: аналіз (визначення походження специфічної американської лексики), класифікація (класифікація основних видів розбіжностей), порівняльний (зіставлення даної лексики в обох варіантах мови).

Таким чином, американський варіант англійської мови – це унікальний діалект, який набув світового значення. Конкретний аналіз його лексичного складу дозволяє виявити складнощі перекладу текстів з американською англійською та шляхи їх усунення .

Література:

1. <https://www.bbc.com/culture/article/20150715-why-isnt-american-a-language>
2. Skea W. W. Principles of English etymology: The native element. At the Clarendon Press–1892– p1
3. Micklethwait D. Noah Webster and the American Dictionary–2000 –p137

4. The New Encyclopaedia Britannica: Macropaedia vol. 12 –1983 –p551
5. Wells R. A. Dictionaries and the Authoritarian Traditions: A Study in English Usage and Lexicography–1973–p84
6. Wolfram W. Natalie Schilling American English: Dialects and Variation –2015 – p115
7. Labov W. Dialect diversity in America: The politics of language change. University of Virginia–2012
8. <https://grammar.yourdictionary.com/slang/american-slang-dictionary.html>
9. https://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_American_and_British_English
10. The Chambers Thesaurus–1994 –p549
11. <https://www.bbc.com/news/magazine-14201796>

Збірник матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів та молодих науковців
ХАРКІВ, 30 жовтня, 2020

Відповідальний за випуск
Комп'ютерна верстка

В.В. Самаріна
А.Л. Тихонравов