

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет лінгвістики

**ЛЮДИНА ЯК СУБ'ЄКТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФІЛОЛОГІЇ, ПЕРЕКЛАДІ ТА НАВЧАНІ
ІНОЗЕМНИХ МОВ**

**A PERSON AS A SUBJECT OF INTERCULTURAL
COMMUNICATION: MODERN TENDENCIES IN PHILOLOGY,
TRANSLATION AND TEACHING OF FOREIGN LANGUAGES**

**Матеріали
IX Міжнародної студентської науково-практичної конференції
29 березня 2019 року**

Київ 2019

- Іщенко Н.Г.** Головний редактор, співголова оргкомітету, д. філол. н., професор, заслужений працівник народної освіти України, в.о. завідувача кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.
- Глінка Н.В.** Член редколегії, член оргкомітету, к. філол. н., доц. кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.
- Ткачик О.В.** Член редколегії (редакція і верстка збірки), член оргкомітету, к. філол. н., доц. кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.
- Беззубова О.О.** Член оргкомітету, к. філол. н., доц. кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.
- Дегтярьова Є.О.** Член оргкомітету, к.філол.н., доц. кафедри теорії, практики та перекладу французької мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.
- Філіпов Р.Ю.** Відповідальний секретар, старший лаборант кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.

Людина як суб'єкт міжкультурної комунікації: сучасні тенденції у філології, перекладі та навчанні іноземних мов [Електронний ресурс]: матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. 29 березня 2019 р. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 379 с.

Збірник містить матеріали щорічної міжнародної студентської науково-практичної конференції з актуальних питань філології, перекладу та методики викладання іноземних мов. Конференція зібрала студентів і молодих учених з різних міст України та інших країн. Матеріали конференції можуть бути цікавими та корисними для науковців, аспірантів, викладачів і студентів вищих навчальних закладів.

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та інших відомостей несуть автори публікацій.

УДК 81:316.77](062)

© Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2019

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ № 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ФІЛОЛОГІЇ	17
ФРАНЦУЗЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ С. Абдель Кадер	17
МАНІПУЛЯТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ В. Г. Андреєва	19
АНОРМАТИВИ У ТЕКСТАХ ПІСЕНЬ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ГУРТІВ А. О. Андрющенко	21
МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ НАЗВ ПОДАТКІВ В НІМЕЧЧИНІ К.В. Арнаут	23
СУФІКСАЛЬНА СИСТЕМА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ Д.В. Бадрак	24
ОСНОВНІ ЗАСОБИ УТВОРЕННЯ СЕМАНТИЧНИХ НІКНЕЙМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ А.К. Бень	26
ОСОБЛИВОСТІ ЛІНГВОКОГНІТИВНОГО ПІДХОДУ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ АВТОРА Н. Є. Бердичевська	28
МІСЦЕ ОСОБОВОГО ДІЄСЛОВА У СКЛАДНОПІДРЯДНОМУ РЕЧЕННІ В. Ю. Бережняк	29
ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО КОРОТКОГО ТЕКСТУ В. Ю. Бережняк	30
ФРАЗЕОЛОГІЧНА СИНОНІМІЯ О.Ю. Белуха	31
КЛАСИФІКАЦІЯ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ К.В. Біляк	33
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВОКАТИВНИХ РЕЧЕНЬ У ДРАМАТИЧНИХ ТВОРАХ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА Ю.С. Богачук	35
МОВНА КАРТИНА СВІТУ. ВЕРБАЛЬНЕ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТІВ TRUTH ТА LIE АНГЛІЙЦІВ ТА УКРАЇНЦІВ У МОВІ Бойко А.О.	39
ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ПОЛЯ КОНЦЕПТІВ TRUTH ТА LIE В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ТА ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ Бойко А.О.	41

КОНЦЕПТ ПІСНЯ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ Т.С. Бондаренко	42
ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ MEMORY Ю.С. Бондаренко	44
МІСЦЕ СИНХРОННО-ПОРІВНЯЛЬНОЇ ГРАМАТИКИ СЕРЕД ЛІНГВІСТИЧНИХ НАУК ТА ЇЇ ЗАВДАННЯ К.М. Бондарчук	46
ІМЕННИКИ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ, ЯКІ ВЖИВАЮТЬСЯ ЛИШЕ В МНОЖИНІ ТА ЛИШЕ В ОДНИНІ Боренко М. С.	48
СТЕНІЧНИЙ ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН ЯК ПРОБЛЕМА ЛІНГВОЕМОЦІОЛОГІЇ О.О. Бригида	49
ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЇ М.В.Булгакова	51
ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ АНГЛІЙСЬКИХ ІДИОМ В УСНОМУ АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ Вальчук В. В.	52
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ ТОПОНІМІВ (на матеріалі Дж. Р. Р. Толкіна) Г.С. Вальчук	53
THE USAGE OF PRAGMATIC IDIOMS IN THE SPEECH ACTS Viktoria Velyka	55
НІМЕЦЬКИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ Р.В. Весельська	57
СПОСОБИ УТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ А.В. Вилушак	59
НОМІНАЛІЗАЦІЯ ЧАСТИН МОВИ ЯК ОДИН ЗІ СПОСОБІВ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ Б. С. Вітікова	60
ТЕКСТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-НОВИН Волкова А.Ю.	62
АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОГО ПАСПОРТУ ПЕРСОНАЖІВ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ А.Ю. Воробйова	63
СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ Ганжа О. І.	64
ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЕННЯ МОРФОЛОГІЧНИХ НЕОЛЕКСЕМ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ (на матеріалі суспільно-політичного дискурсу) О.О. Гладка	66
МОДЕЛІ ВАЛЕНТНОСТІ А.С. Горецька	69
ФУНКЦІОНУВАННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ЛЕКСИКИ В ХУДОЖНЬОМУ СТИЛІ (на матеріалі перекладу серіалу The Big Bang Theory) О.С. Дворник	70

ЗАВДАННЯ МОРФОЛОГІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ ГРАМАТИКИ А. С. Дебела	72
ТИПОЛОГІЧНІ ОЗНАКИ СТІЙКИХ ДІЄСЛВНИХ СПОЛУК В ЮРИДИЧНОМУ ДИСКУРСІ А. А. Дембіцька	74
ТАТЕМАЕ І ХОННЕ ЯК ЗАСАДИ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯПОНЦІВ. ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ А. І. Демчук	75
МЕТАФОРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЗДІЙСНЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ А.В. Деркач	77
МАНґА ЯК СУБ'ЄКТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ С.П. Дзядик	79
ВАРІАТИВНІСТЬ НАЗВ НІМЕЦЬКИХ СПОРТИВНИХ КЛУБІВ І.С. Добродомова	82
ДІАЛОГІЗМ СУЧАСНОЇ КАРНАВАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В.А.Дротенко	84
ОСОБЛИВОСТІ НОМІНАЦІЇ ЗАКЛАДІВ НІЧНОГО ЖИТТЯ В НІМЕЧЧИНІ К.І. Дурова	86
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ГРУПА «ГРОШІ» В МОЛОДІЖНОМУ СЛЕНГУ (на матеріалі творів С. Жадана) С. О. Єгорова	88
АНТРОПОМОРФНА МЕТАФОРА У ТЕКСТАХ ПІСЕНЬ ГУРТУ «ОДИН В КАНОЕ» Я.Я. Єрмолаєва	90
ВСЕСВІТНЯ СПАДЩИНА НІМЕЧЧИНИ В АСПЕКТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В.В. Жирнова	92
НАЙМЕНУВАННЯ НАЙПОПУЛЯРНІШИХ АВТОМОБІЛЬНИХ МАРОК В НІМЕЧЧИНІ ЯК РЕКЛАМНИЙ ХІД О.М. Жукова	93
ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ГРАМАТИКИ В 20 СТ. Р. Г. Залужний	95
ФОРМАЛЬНА ТА ТЕМАТИЧНА СТРУКТУРА НІМЕЦЬКОМОВНИХ ГІПЕРТЕКСТІВ Р. Г. Залужний	97
ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В АНЕМОНІМІЦІ К.В. Ігнатова	99
АБРЕВІАЦІЯ ЯК ПРОДУКТИВНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ О. Ю. Існюк	101
СИНОНІМІКА РОМАНУ ВОЛОДИМИРА ЛИСА «ДІВА МЛИНИЦА» К.О. Какама	103

КАРНАВАЛЬНО-СМІХОВА КУЛЬТУРА СУЧАСНОСТІ С.О. Карабут	105
ГЕНДЕРНІ ВІДМІННОСТІ МОВНОЇ ПОВЕДІНКИ ЧОЛОВІКІВ І ЖІНОК В. І. Карпець	108
КОНЦЕПТ 内外(UCHI-SOTO) ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МІЖКУЛЬТУРНУ КОМУНІКАЦІЮ Ю. І. Качмар	110
ДЖЕРЕЛА ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕОЛЬСЬКИХ МОВ О.О. Кібець	112
ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДНИХ СЛІВ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАТЕКСТІ Кириленко Т.М	114
АНГЛІЙСЬКИЙ КОМП'ЮТЕРНИЙ СЛЕНГ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ О.С. Кисіль	116
ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ К.М. Ковальчук	117
ОСОБЛИВОСТІ ВІДНОСНИХ ТА ЯКІСНИХ ПРИКМЕТНИКІВ П.С. Колбешкін	119
СТРУКТУРНА ГРАМАТИКА ТА ЇЇ ЗАВДАННЯ Копилаш В.А.	120
КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ У ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНОМУ РОМАНІ	122
(на матеріалі психотерапевтичного роману Ірвіна Ялома «Шопенгауер як ліки») А.С. Кривцун	122
АНГЛІЙСЬКІ ПРИСЛІВ'Я І ПРИКАЗКИ ТА ЇХ ЕТИМОЛОГІЯ В. І. Крилова	123
ВПЛИВ ГЕНДЕРУ НА КОМУНІКАТИВНУ ПОВЕДІНКУ Ю.В. Кубашевська	125
МЕДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (на матеріалі роману Степана Процюка «Під крилами великої матері») Д.О. Летка	128
МЕТОДИ ТА ВИДИ ТРАНСФОРМАЦІЙ І.В. Лисюченко	129
ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ФРАНЦУЗЬКОМУ СОЦІАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ Литвинова Т.П.	130
СПЕЦИФІКА МОВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ FREEDOM Ліхтанська В.В.	134
СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ МЕДИЧНОГО СЛЕНГУ Р.О. Лоп'янецька	136

ДЕЦЕНТРАЦІЯ ЯК МЕТОД ДЕЕСТЕТИЗАЦІЇ ХУДОЖНЬОГО СВІТУ В МАЛІЙ ПРОЗІ А. ГАВРИЛОВА Р.С. Ляпін	137
ГІПЕРБОЛІЗАЦІЯ У ТЕКСТАХ РЕКЛАМИ В.В.Марценюк	139
ЯВИЩЕ КОНВЕРСІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ СИСТЕМІ СЛУЖБОВИХ ЧАСТИН МОВИ О. І. Мірошниченко	141
СТРУКТУРНО СЕМАНТИЧНІ ПІДКЛАСИ ІМЕННИКІВ Г.С. Мойсієнко	142
АЙДЗУЦІ — ЧАСТИНА ЯПОНСЬКОГО ЕТИКЕТУ ЧИ ПРОБЛЕМА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ? С. В. Молнар	143
ЕТИМОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФЕМІНІТИВІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ В. В. Нагнибіда	146
ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЕННЯ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ Х. О. Нагорна	148
ГРАМАТИЧНА ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ У СТУДЕНТСЬКОМУ МОВЛЕННІ ХЕРСОНА Є. В. Новикова	149
КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СВІТУ ВЕРБАЛЬНИМИ ЗАСОБАМИ: ВІДОБРАЖЕННЯ ДІЙСНОСТІ С. О. Орленко	151
ЗООМОРФНІ МЕТАФОРИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ К.С. Пархоменко	153
СОЦІАЛЬНО-ПРОФЕСІЙНИЙ СОЦІОЛЕКТ ПРАЦІВНИКІВ ЗМІ В. А. Полякова	154
ЛІНГВІСТИЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ СИТУАЦІЇ В АМЕРИКАНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ В.-В. Л. Полякова	156
ЗАКОН ВНЕСЕННЯ ТА ВИНЕСЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ РЕЧЕННЯ В РАМКОВУ КОНСТРУКЦІЮ Є.А. Прокопова	157
ТЕКСТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТВІТТЕР-ПОВІДОМДЕНЬ Є.А. Прокопова	159
ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕРБАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ АНГЛОМОВНИХ МІКРОБЛОГЕРІВ: ГЕНДЕРНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ В.М. Рава	160
ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАЛЕЖНИХ ІНФІНІТИВНИХ ГРУП У ФАХОВИХ ТЕКСТАХ О.В. Рижій	161
WAYS OF RESOLVING INTERCULTURAL COMMUNICATION CHALLENGES IN MODERN LINGUISTICS A.D. Rusalkina	163

ВИКОРИСТАННЯ ФЕМІНІТИВІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ Р. В. Савка	164
ВНУТРІШНЯ ФОРМА СЛОВА ЯК ДЖЕРЕЛО ВІДТВОРЕННЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ Р. В. Савка	165
СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ ІНФОНТЕЙНМЕНТУ У СУЧАСНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ А. Є. Сироткіна	167
INTERCULTURAL COMMUNICATION Simonov P.I.	168
РЕАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ КІЛЬКОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ЗА ДОПОМОГОЮ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КВАНТИТАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ К.С.Скрипак	171
ОБРАЗ МАРГАРИТИ ГРЕТХЕН ЯК ВИЯВ ЖЕРТОВНОСТІ І СВЯТОСТІ Л.О. Солodka	172
ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ О.В. Соцька	175
АПРОКСИМАТИ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ А.А. Старкіна	176
СЛЕНГ ЯК СКЛАДОВА МОЛОДІЖНОЇ СУБКУЛЬТУРИ А.І. Стешина	178
СЛОВОТВІРНИЙ АСПЕКТ НОМІНАЦІЇ ФУТБОЛЬНИХ КОМАНД НІМЕЧЧИНИ В.О. Стішов	179
МОВЛЕННЄВІ ФІГУРИ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ В ЕКСТРЕМАЛЬНІЙ СИТУАЦІЇ (на прикладах англомовних кінотекстів) Ю. І. Тарасенко	181
ФЕМІНІТИВИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ Тунік О.А	182
НЕОЛОГІЗМИ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ К. О. Угланова	184
ПЕРІОД РОМАНТИЗМУ У МУЗИЦІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ КРАЇН ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ТЕЧІЙ У СВІТОВИХ ЛІТЕРАТУРАХ А.Д. Фоменко	186
РЕКЛАМНИЙ ТЕКСТ У ГЕОПРОСТОРІ ХЕРСОНА А. О. Харитоненкова	188
СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКИХ МОВАХ С.М. Ціпан	189
РОЛЬ МОВИ В КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ СВІТУ Н.І. Цубера	191

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА	
ПАРЦЕЛЬОВАНИХ РЕЧЕНЬ У РОМАНАХ В. ЛИСА «ГРАФИНЯ» ТА «КАМІНЬ ПОСЕРЕД САДУ» К.С. Чекамова	193
DIE SPRACHE UND DIE REDE: WORIN LIEGT DER UNTERSCHIED? Є. В. Черненко	195
ВИКОРИСТАННЯ СЛЕНГУ В АНІМАЦІЙНОМУ КІНО М.В. Чупак	197
ІДІОСТИЛЬ АВТОРА ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ В.Р. Чупровська	198
СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНА ТИПОЛОГІЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У ТВОРАХ R. QUENEAU А.В. Швабу	200
АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ «ПОРІВНЯННЯ» У СИСТЕМІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ Д.О.Шевченко	202
ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ К.Б. Шеремета	203
ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛІНАРНИХ ТЕКСТІВ О. В. Шульга	205
DAS NOMINALE PRÄDIKAT. DER NOMINALE RAHMEN UND DIE VERLETZUNG DES RAHMENBAUMS О. В. Шульга	207
СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ НА ПРИКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ В.С. Шумейко	209
ПАРЦЕЛЬОВАНІ КОНСТРУКЦІЇ У ТВОРЧОСТІ МАРІЇ МАТІОС А.Р. Щербина	211
ОБРАЗНЕ ЗОБРАЖЕННЯ ПРИРОДНИХ ЯВИЩ У РОМАНІ ШИВАН (СІОБХЕН) ДАУД «THE LONDON EYE MYSTERY» Д.О. Юрченко	213
ОМОНІМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ І.І. Яськів	215
ГРАМАТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ СЛОВОФОРМ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ О.А. Яременко	217
СЕКЦІЯ № 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ 219	
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ В.Ю. Бережняк	219
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ КАЗОК К.М. Бондарчук	220

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ М.С. Боренко	222
HAMLET IS IN THE CAVEMAN LANGUAGE WITHOUT HUMAN INTERVENTION. IS IT POSSIBLE? V.O. Burdeinyi	223
ФУНКЦІОНУВАННЯ ІДИОМ У НІМЕЦЬКИХ ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ ТА ЇХНІЙ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ О.В. Василенко	225
ДОСЯГНЕННЯ ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ А.Р. Верченко	227
ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У СФЕРІ МЕДИЦИНИ Б. С. Вітікова	228
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІНСТРУКЦІЙ ДО ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ Б.С. Вітікова	229
МЕДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ІНСТРУКЦІЙ ТА ЇЇ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ Л. С. Власюк	231
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУБТИТРІВ А.Ю. Волкова	233
ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ЗАЙМЕННИКІВ ТА ПРИСЛІВНИКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Волкова А.Ю.	235
ПЕРЕКЛАД АРАБСЬКИХ ВІЙСЬКОВИХ ТЕРМІНІВ ТА РЕАЛІЙ В. Є. Волкова	237
ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ІСПАНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ О. С. Воловенко	239
ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧІ ЛАКУНАРНИХ ОДИНИЦЬ ІНШОЮ МОВОЮ ТА СПОСОБИ ЇХ ЕЛІМІНАЦІЇ А.Ю. Воробйова	244
ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ А.А.Гаврачинська	246
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ А.С. Горецька	247
ЛЕКСИЧНА ВІДПОВІДНІСТЬ КАТЕГОРІЙ ЗБРОЙНИХ СИЛ НІМЕЧЧИНИ ТА УКРАЇНИ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ О.Е. Громов	249
АНІМАЛІСТИЧНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНГЛІЙСЬКОЮ ТА УКРАЇНСЬКОЮ МОВАМИ А.Т. Грищук	251

ФАЛЬШИВІ ДРУЗІ ПЕРЕКЛАДАЧА О.В. Далакова	252
FUNCTIONING OF ORIENTIONAL METAPHORS IN ENGLISH AND UKRAINIAN PAREMIAS AND PHRASEOLOGISMS AND THEIR TRANSLATION D. Danylova	254
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОЇ ЛІТЕРАТУРИ А. С. Дебела	255
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ А.С. Дебела	257
СПЕЦИФІКА АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ ЕПОНІМІЧНИХ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ, ЩО НОМІНУЮТЬ ХВОРОБИ О.Ю. Демянюк	258
КАТЕГОРІЯ ВИЗНАЧЕНОСТІ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ. МОЖЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ АРТИКЛЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ Н. О. Дубіна	259
СПЕЦИФІКА ФОНЕТИЧНОЇ АДАПТАЦІЇ АНТРОПОНІМІВ Н. О. Дубіна	261
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ГІПЕРТЕКСТІВ Р.Г. Залужний	263
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ А. В. Зацепіна	265
ПЕРЕКЛАД МЕТАФОР ЯК ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНОГО ЗАСОБУ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ (на матеріалі роману Ш. Бронте «Джейн Ейр») О.А. Зіненко	267
ЕКРАНІЗАЦІЯ ЛІТЕРАТУРНОГО ТВОРУ ЯК ІНТЕРСЕМІОТИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД А. В. Ільченко	269
GOOGLE INTERPRETER MODE ЯК СУЧАСНА ТЕНДЕНЦІЯ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА А.І. Кобець	272
ГЕЙТКІПІНГ ЯК ІНТЕРВЕНЦІЯ В ПЕРЕКЛАД НОВИН Ю.М. Ковтун	273
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ В СФЕРІ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ НІМЕЧЧИНИ М.М. Козар	274
ПРЕДИКАТИ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ НЕОБХІДНОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ М. В. Козліцька	276

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД П.С. Колбешкін	278
ВИКОРИСТАННЯ СИНОНІМІВ У ПРОЦЕСІ ПЕРЕКЛАДУ М. Ю. Ковальчук	280
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТЕОЛОГІЧНИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ В.А. Копишаш	282
ОСОБЛИВОСТІ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ ДОКУМЕНТІВ ПРИ УКЛАДАННІ ШЛЮБУ МІЖ МЕШКАНЦЯМИ РІЗНИХ ДЕРЖАВ В.А. Корнієнко	284
АНІМАЛІСТИЧНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНГЛІЙСЬКОЇ Й УКРАЇНСЬКОЇ МОВ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ <i>Косик О.В.</i>	287
СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗОВАНИХ БІБЛЕЇЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ К. М. Костина	291
МЕТАФОРИЧНІ ТЕРМІНИ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ О.Д. Кучеренко	293
ПЕРЕКЛАД НАЗВ АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ. ОСНОВНІ МЕТОДИ АДАПТАЦІЇ КІНОТЕКСТІВ О.С. Левковська	295
НАЗВИ ОСНОВНИХ ВИДІВ СТРАХУВАННЯ В НІМЕЧЧИНІ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ Б. О. Лисюк	298
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ І.В. Лисюченко	299
СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ Є.Ю. Матвієнко	300
ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ НЕНОРМАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ О. С. Матюшенко	303
ЛЕКСИЧНІ ТРУДНОЦІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ В.О. Мироненко	305
ПИТАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН НІМЕЧЧИНИ ТА ЙОГО ВІДОБРАЖЕННЯ В МОВІ К.І. Мисливий	307
ЕКВІВАЛЕНТНІСТЬ ТА АДЕКВАТНІСТЬ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО- ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ Г.С. Мойсієнко	310

РОЗ'ЯСНЕННЯ «SOLIDARITÄTZUSCHLAG» ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ РЕАЛІЇ	НІМЕЦЬКОГО	ПОНЯТТЯ	Н.Л. Муляр	312
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У РАМКАХ УКРАЇНОМОВНОГО ПЕРЕКЛАДУ	В.Г. Наливайко			314
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ СКЛАДНО-ПІДРЯДНИХ РЕЧЕНЬ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	Нестерова К. І.			317
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	К.І. Нестерова			318
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ІМЕННИКІВ В ГАЛУЗІ ПЕРЕРОБКИ І СОРТУВАННЯ СМІТТЯ	В. С. Нестерчук			320
TERMINOLOGICAL UNITS AS LEXICAL MEANS FOR LEGAL DOCUMENTS	Nuriiieva O.S.			322
ІНТЕРАНЦІОНАЛІЗМИ В НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ – СПРАВЖНІ ЧИ ФАЛЬШИВІ ДРУЗІ ПЕРЕКЛАДАЧА	Є.Б. Петрук			323
ПЕРЕКЛАД НІМЕЦЬКИХ КОМПОЗИТИВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	Є.А. Прокопова			325
КОМУНІКАТИВНІ ЛАКУНИ ПРАВОВОГО КОДЕКСУ НІМЕЧЧИНИ	О.В. Рибкіна			327
ПРИЙОМ АНТОНІМІЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ	О.В. Рижій			328
TRANSLATION STRATEGIES OF THE CONTEXTS CONTAINING PLEONASM IN DIFFERENT FUNCTIONAL STYLES	Skochko D. O.			330
СКЛАДНІ ІМЕННИКИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ	Р.В. Собко			332
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ КІНОФІЛЬМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ УКРАЇНСЬКОЮ	К.В. Стахова			334
ПРОБЛЕМАТИКА ПЕРЕКЛАДУ ОМОНІМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	Ю.О. Федик			337
ПЕРЕКЛАД НАЗВ СВЯТ ТА ТРАДИЦІЙ НІМЕЧЧИНИ	І. О. Чепенко			338
«ЖИТТЄВИЙ ШЛЯХ» ПИСЬМОВИХ ТЕКСТІВ. РОЛЬ ПЕРЕКЛАДАЧА	Є.В. Черненко			341

МІЖМОВНА ОМОНІМІЯ АБО «ФАЛЬШИВІ ДРУЗІ»
ПЕРЕКЛАДАЧА В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ О.В. Шульга 343

THE PROBLEM OF THE EMOTIONALITY REPRESENTATION IN
OLEKSIY LOGVYNENKO TRANSLATION OF THE JD SALINGER NOVEL
“THE CATCHER IN THE RYE” V. Y. Yudina 345

СТИЛІСТИЧНІ ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ. ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ
МЕТАФОРИЧНИХ ОДИНИЦЬ О.А. Яременко 346

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ О.М. Ященко
349

СЕКЦІЯ № 3. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ 352

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
Бойко А.О. 352

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ MINDMAP У НАВЧАННІ
НІМЕЦЬКІЙ МОВІ А.С. Вапірова 354

EXTRACURRICULAR READING AS A TOOL OF DEVELOPMENT OF
PUPILS' CREATIVE ABILITIES A. I. Velykodna 356

ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ В ПРОЦЕСІ
ЧИТАННЯ АВТЕНТИЧНИХ ТЕКСТІВ В.В. Воробйова 358

ВАЖЛИВІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ А.С. Кириченко 360

ДИКТАНТИ ДЛЯ ЛІНГВІСТІВ А. О. Колот, А. В. Тимченко 361

METHODS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES Oleg Lysenko 362

«STUDENTS' MINI-SPEECHES» НА ФАКУЛЬТЕТІ ЛІНГВІСТИКИ
К.С. Ляшенко 364

INNOVATIVE METHODS OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE V.
Y. Minchenko 365

THE INTERNET AS THE BIGGEST BREAKTHROUGH IN THE WAYS
OF COMMUNICATION Osadchiy M. V. 367

РЕАЛІЇ НІМЕЦЬКОГО СВІТНЬО-ПЕДАГОГІЧНОГО ДИСКУРСУ
С.В. Овсяник 369

ОСВІТНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ В
НІМЕЧЧИНІ Е.К. Оніпко 371

METHOD “LEARNING BY TEACHING” К. В. Радчук 372

LEARNING NEW FOREIGN WORDS Trofimova S.S.	373
NEW INTERESTING WAYS OF LEARNING ENGLISH Fibruk R. S.	375
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА РОБОТА СТУДЕНТІВ ФАКУЛЬТЕТУ ЛІНГВІСТИКИ Є.М. Шпак	376
ІНОЗЕМНА МОВА ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ Д.О. Юрченко	378

ФРАНЦУЗЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

С. Абдель Кадер

студентка 2 курсу, група ЛФ-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. К Дегтярьова Є.О.

Прискорена глобалізація і швидкий розвиток країн світу зумовлює зростання обсягу міжнародної інформації. У зв'язку з цим простежується значне збільшення кількості запозичень у різних мовах, тому вивчення зазначеної теми актуальне.

Потужний внесок у розробку цієї теоретичної проблематики було здійснено у ХХ–ХХІ ст. такими мовознавцями, як Е. Есенова, Ю. Жлуктенко, О. Стішов та іншими, які не тільки розвинули, але й суттєво оновили поняття «запозичення» у галузі лінгвістики. Дослідженню зазначеної проблеми у сучасному мовознавстві присвячена численна кількість наукових праць. Разом з тим слід визнати, що у вітчизняній лінгвістичній літературі охоплені не всі аспекти запозичень.

Саме тому метою тез є подальша теоретична розробка лексико-семантичного аналізу слів французького походження в українській мові, розвитку неологізмів, з'ясування особливостей взаємодії різних мов у історичному розвитку.

За енциклопедією «Українська мова» запозичення – це звук, морфема, слово або його окреме значення, фразеологізм, синтаксис, конструкція, перенесенні з однієї мови в іншу, а також сам процес подібного перенесення [1, с. 203]. За характером запозичення бувають різними, наприклад: екзотизм – слово вживане для надання мові колориту (*мадемуазель – із франц., форма звертання до дівчини у Франції*) або калька – запозичене слово, що має буквальний переклад (*політичні терміни «лівий», «правий» – від франц. gauche, droit*) та ін.

Французькі запозичення називаються «галліцизмами», вони з'явилися в Україні у ХІХ ст., наприклад: *мерсі, комюніке, почувати себе не в своїй тарілці* (калька з франц. *ne pas être dans son assiette*) [там само, с. 93]. Запозиченню з французької мови сприяли культурні, економічні й політичні взаємозв'язки українського та французького народів. З кінця ХХ ст. у словникову базу української мови увійшло багато запозичень із французької мови, які

адаптувалися до фонетичних та граматичних закономірностей української мови. Ці слова поки що не мають потрібних відповідників: *франшиза*, *депорт*, *абандон*. Часто французькі запозичення в українській мові набувають нового змісту, наприклад: слово «*commode*» означає «зручний», в той час як в українській мові це слово має значення шафи, де зручно зберігати одяг – комод.

Науково-технічні зміни ХХІ ст. постійно зумовлюють появу нових понять, а разом з ними й нових слів, або переосмислення старих понять.

Неологізм – слово, а також його окреме значення, вислів, які з'явилися в мові на певному етапі її розвитку або були вжиті тільки в певному акті мовлення, тексті чи мові конкретного автора [там само, с. 426–427]. Завдяки неологізмам і їх запозиченню можна висловити багатство людських знань, прогрес цивілізації. Наприклад, у галузі інформатики використовується запозичення із французької мови *la piraterie électronique* – *електронне піратство* [2, 8].

В сучасній українській мові спостерігається тенденція до збільшення словникового складу. Число неологізмів та запозичень швидко зростає, різні види людської діяльності постійно поповнюються ними. Відповідно, постає необхідність в міру можливостей прослідкувати цей процес.

Таким чином, стає зрозуміло, що запозичені слова та неологізми є невіддільною частиною словникового запасу будь-якого мовця, оскільки вони настільки глибоко проникли у лексичний склад мови-реципієнта, що часом їх складно детермінувати як «запозичення». Часто їх неможливо замінити, оскільки їм немає аналогів в українській мові.

Література

1. Русанівський В. М. «Українська мова». Енциклопедія / В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. – Київ : «Українська енциклопедія» ім. М.П.Бажана, 2007. – 856 с.
2. Чередниченко О.І. Сучасна французька неологія з погляду перекладача // Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Іноземна філологія. – Київ : ВПЦ. «Київ. ун-т», 2009. – Вип. 42. – С. 8–9.

МАНІПУЛЯТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ

В. Г. Андрєєва

4 курс, ФЛ, ЛА-51, КПП ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. О. В. Ващило

В сучасному суспільстві реклама є потужною галуззю індустрії та продуктом її діяльності, що спрямований на надання інформації щодо товарів та послуг в цілях їх популяризації. Рекламний текст стає предметом дискусій вчених, діячів політики, культури та, насамперед, лінгвістів.

На даний час існує низка наукових робіт, які висвітлюють специфіку рекламного тексту, особливості його структури та комунікативні стратегії рекламного дискурсу: А. Д. Кривоносов (2001), Є. В. Медведєва (2003), Ю. С. Бернадська (2008), Н. Л. Коваленко (2006), Н. С. Лиса (2003), Х. Кафтанджиєв (1995), А. В. Олянич (2016), Ю. В. Кривобок (2012). Незважаючи на це, дослідження питання особливостей рекламного тексту, зокрема його маніпулятивних особливостей, й досі залишається актуальним. Це зумовлено тим, що реклама є «динамічним» явищем, яке дуже швидко застаріває та змінюється, а необхідність вивчення рекламного тексту залишається.

На думку А. Д. Кривоносова, рекламний текст слід розглядати як невеликого обсягу текст, який несе рекламну інформацію та має конкретні ознаки. По-перше, він містить інформацію про фізичну або юридичну особу, товари, ідеї та починання. По-друге, такий текст призначений для невизначеного кола осіб. По-третє, рекламний текст утворюється для формування або підтримання інтересу до фізичних, юридичних осіб, товарів та ідей. Четвертою ознакою є те, що він сприяє реалізації товарів, ідей та починань [3, с. 13-14].

Основною метою будь-якої реклами є вмовити покупця придбати товар, скористатися певними послугами, змусити аудиторію мислити так, як це необхідно в даній ситуації. Для досягнення цього завдання під час створення рекламного тексту дуже часто вдаються до використання різноманітних комунікативних стратегій і тактик.

О. В. Ємельянова представляє комунікативну стратегію як комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення конкретних мовленнєвих цілей, які формуються за допомогою мотивів, що, в свою чергу, визначаються відповідно до певних потреб. На відміну від стратегій, комунікативні тактики

являють собою ієрархічно нижчий рівень планування мовленнєвої поведінки, і саме завдяки їх використанню можна реалізувати стратегії [1, с. 31].

А. В. Олянич стверджує, що в рекламному дискурсі різноманітність комунікативних стратегій звужується виключно до однієї, а саме: презентаційної з елементами конвенції та маніпуляції [4, с. 20]. Така стратегія є дуже важливою у процесі реалізації основних функцій реклами, саме тому необхідно зазначити основні тактики її досягнення. Перш за все, сюди слід віднести позитивну саморепрезентацію, за допомогою якої читачі сприймають надану інформацію як достовірну та релевантну.

Більш того, така тактика, як негативна презентація конкурентів, також зосередить увагу споживачів на продукті певної компанії, відокремлюючи її з-поміж інших: *Some foundations have ingredients that weigh skin down (Maybelline) – Деякі тональні основи мають інгредієнти, які обтяжують шкіру.*

Для досягнення презентаційної стратегії також застосовують такі тактики: використання віршованої форми (*Red riding hood never smelt so good (Vogue) – Шапочки червоної новий аромат просто бездоганний, це – новий формат*), яскравої заголовка із вираженим емотивним компонентом (*How far will you take it? (National Geographic) – Як далеко ви зможете зайти?*), вживання імені рекламованого товару (*Believe it or not. It's Head&Shoulders (Vogue) – Хочеш вір, а хочеш – ні. Це Head&Shoulders*), а також невербальних засобів (виділення тексту за допомогою кольору або розміру, фотографії відомих людей тощо) [3, с. 638].

Таким чином, для досягнення комунікативної мети реклами широко використовуються різноманітні стратегії та тактики для їх реалізації, що включають в себе як вербальні, так і невербальні засоби для свого кращого функціонування. Центральною є презентаційна стратегія з елементами маніпуляції, яка дає змогу зосередитися споживачам на продукті реклами, визначаючи його кращі сторони або, навпаки, акцентуючи їх увагу на недоліках продуктів компанії-конкурента.

Література

1. Ємельянова О. В. Варіативність комунікативних стратегій та тактик дискурсу фінансового прогнозу / О. В. Ємельянова // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна / О. В. Ємельянова. – Х., 2011. – ("Романо-германська філологія; 953). – С. 30–34.
2. Кривобок Ю. В. Основні комунікативні стратегії в політичній рекламі / Ю. В. Кривобок // Гілея: наук. вісник: збірник наукових праць / Ю. В. Кривобок. – К.,

2012. – (Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки; вип. 66). – С. 637–641.
3. Кривонос А. Д. Жанры PR-текста / А. Д. Кривонос. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2001. – 135 с
 4. Олянич А. В. Рекламный дискурс и его конститутивные признаки / А. В. Олянич // Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / А. В. Олянич. – М.: ФЛИНТА, 2016. – С. 10–38.

АНОРМАТИВИ У ТЕКСТАХ ПІСЕНЬ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ГУРТІВ

А. О. Андрющенко

*студентка 4 курсу, 411 група, факультет української філології
та журналістики, Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.філол. н., доц. Мартос С.А.*

Музика в усі часи була особливим видом мистецтва. Пісня – це потужний засіб виховання мовної культури людини. Для підростаючого покоління музика, пісні – невід’ємна частина їхнього життя.

Сучасна пісня здатна як до великої творчої, так і до найсильнішої руйнівної дії на літературну мову та її носіїв: має можливість формування банку мовних засобів, які сприймаються носіями цієї мови як зразкові, які вони в подальшому застосовують у вираженні своїх думок і емоцій [1, с. 38]. При цьому мовні засоби не завжди є літературними.

Дослідження популярної музики може відобразити реально існуючі проблеми й тенденції до зміни або коливання норми, зокрема лексичного запасу носіїв мови. Звичайно, «образ сучасної популярної ліричної пісні відображає деякі негативні риси культурно-мовної ситуації в сучасній Україні, які проявляються в неувважності до семантики використовуваних слів, ослабленні і порушенні відмінку, зловживанні іншомовною лексикою, використанні засобів мовної агресії, переважання просторічних, жаргонних слів і конструкцій, властивих розмовній мові» [1, с. 13]. Мета нашої студії – виявити й проаналізувати морфологічні й лексичні аномалії в текстах пісень сучасних українських гуртів «ТІК», «Скрябін», «Дзідзьо».

Порушення норм у пісенних текстах представлені практично на всіх рівнях мови: фонетичному, морфологічному, лексичному, синтаксичному. Наприклад, на морфологічному рівні трапляються помилки у виборі відмінкового закінчення іменника:

Я опинився в морі з дикою землею разом

На круглім клаптику пливу

Пливу в далекі сни над мною птахи шум дають

*Так схожий з писками **людьми** (Скрябін «В ліжку спав»).*

За нормами української мови іменник *люди* в цьому випадку повинен мати форму родового відмінка множини *людей*, а не орудного.

Виявлені випадки ненормативного вживання дієслівних форм, наприклад:

*Коли мала **закінче** медичний універ -*

У неї має бути багатий кавалер.

А я в однокімнатній на першому живу.

*Я хочу ту квартиру, я хочу ту **малу!** (Дзідзьо «Сусіди»).*

Біла хмара наче квітка в небі забринить.

Покохати можна швидко, важче розлюбить (ТІК «Біла хмара, чорна хмара»).

Замість нормативних дієслівних форм *закінчить* і *розлюбити* вжиті розмовні варіанти *закінче* і *розлюбить*.

На лексичному рівні звертає увагу широке вживання «знижених» слів, зокрема сленгових одиниць. Сленг – варіант професійної мови, слова та вирази, що використовуються у спілкуванні людей різних вікових груп, професій, соціальних прошарків [2, с.160]. Наведемо приклади вживання сленгізмів у текстах пісень сучасних українських гуртів:

***Цепурами** на сонці ми зайчиків пускаєм.*

Жуємо еротично вчорашню пахлаву... (Дзідзьо «Ялта»).

***Біцухи** підкачали, очки від сонця взяли,*

*На пляжі зразу видно крутого **чувака**. (Дзідзьо «Ялта»).*

*Коли **мала** закінче медичний **універ** -*

*У неї має бути багатий **кавалер**.*

А я в однокімнатній на першому живу.

*Я хочу ту квартиру, я хочу ту **малу!** (Дзідзьо «Сусіди»).*

*Якщо побачу хулігана, чи нап'ється якийсь **гад**, -*

*Йому сфрейтори **мармизу** розіб'ють на салат... (ТІК «Сержант»).*

***Хавав** в мене прямо з рук дресерований павук (Дзідзьо «Павук»).*

У наведених уривках вжито сленгізми *цепура* «ланцюжок», *біцухи* «біцепси», *чувак* «хлопець», *мала* «дівчина», *універ* «університет», *кавалер* «хлопець, який залицяється», *мармиза* «обличчя», *хавати* «їсти».

Отже, тексти сучасних пісень в основному пишуться відповідно до вимог культури мовлення. Однак якщо звернутися до популярної музики, то тут присутня небезпечна тенденція до функціонування анормативів, зокрема на лексичному й морфологічному рівнях. Перспективу подальших досліджень

вбачаємо в аналізові орфоепічних аномативів у текстах пісень сучасних українських гуртів.

Література

1. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення / Н. Д. Бабич // Навчальний посібник: Світ – Львів, 1990. – С. 232
2. Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Тодор О. Г. Короткий тлумачний словник лінгвістичних
3. термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бирик, О. Г. Тодор. – К.: Либідь, 2001. – С. 223

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ НАЗВ ПОДАТКІВ В НІМЕЧЧИНІ

К.В. Арнаут

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Податки – це обов'язкові платежі, встановлені законодавством, які сплачують фізичні та юридичні особи. Справу з податками мають всі громадяни.

Мета дослідження – охарактеризувати основні податки, які є в Німеччині. Наведена інформація може бути використана під час перебування за кордоном.

Основні принципи оподаткування в Німеччині заклав Л. Ерхард. Коротко суть його підходу така: податки повинні бути по можливості мінімальними, податки не повинні перешкоджати конкуренції та податки повинні відповідати структурній політиці. Система оподаткування повинна будуватися на повазі приватного життя платника податків, дотримання комерційної таємниці; в системі має бути виключено подвійне оподаткування; податки повинні забезпечувати справедливий розподіл доходів в суспільстві [1].

Існує ряд податків, які мають оплачувати майже всі жителі Німеччини [2]:

- церковний податок (Kirchensteuer);
- податок солідарності (Solidaritätszuschlag);
- Податок на домашніх тварин (Hundesteuer).

Цікавим є **перекладацький аспект** цього явища. Так, *Kirchensteuer* перекладається як *податок на віру або церковний податок*, *Solidaritätszuschlag* має відповідник *внесок солідарності з новими федеральними землями, що стягується з заробітної платні* та *Hundesteuer* перекладається як *податок на утримання домашніх тварин*.

Розмір податку встановлюється окремо в кожній землі.

Та один із найважливіших податків Німеччини - це прибутковий податок (Einkommensteuer) [3].

Німеччина надає платникам податків і жителям країни великі блага і надійні соціальні гарантії. Податки забезпечують більшу частину бюджетних доходів, тому вони розглядаються урядом як головний засіб впливу держави на розвиток економіки, у зв'язку з чим в країні діє розгалужена і різноманітна система податків, що охоплює всі сторони життєдіяльності суспільства.

Література:

1. Налоги в Германии Элма Глобал [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.honoraryconsul.ru/index.php?an=tax_germany

2. Налоги в Германии для предприятий и физических лиц в 2019 году [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу: <https://zagranportal.ru/germaniya/biznes/nalogi-v-germanii.html>

3. Einkommensteuer Ratgeber und Online Beratung Smart-Rechner [Електронний ресурс]. — 2017. — Режим доступу: <https://www.smart-rechner.de/einkommensteuer/>

СУФІКСАЛЬНА СИСТЕМА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Д.В. Бадрак

студент 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст..вкл. Бондаренко Т.Б.

Суфіксальна система сучасної англійської мови як об'єкт наукових досліджень привертає увагу науковців вже не одне десятиліття. Так, питанням специфіки суфіксальної системи сучасної англійської мови було присвячено безліч робіт. Велика кількість науковців займалися дослідженням суфіксальної системи сучасної англійської мови. Однак низка питань, а зокрема структурні особливості суфіксальної системи сучасної англійської мови залишилися поза увагою лінгвістів[1, с.7].

Знаючи найбільш поширенні суфікси, легше дізнатися значення слова, якщо навіть воно вам невідомо. Знання суфіксів збільшує словниковий запас мовця. Наприклад, розглянемо слово **sleep** – воно може бути як іменником так і дієсловом, але якщо ми додаємо суфікс **less** ми створюємо нове слово - **sleepless**, яке має значення- безсонний.

Наприклад: *I had a **sleepless** night at the hotel = I had night without sleep.*(В мене була безсонна ніч в готелі).

Як нам вже відомо існує 2 види суфіксів:

Inflectional suffixes – їх можна назвати граматичними суфіксами. Такі суфікси не змінюють головне значення слова. Наприклад:

Cat-cats – суфікс **s** множинну форма;

Derivational suffixes. Такий вид суфіксів може змінювати тип слова з одного в інше. А саме: original word type – new word type; verb – noun; noun – adjective; noun – verb; adjective – adverb; adjective – noun; adjective – verb. Такий вид суфіксів змінює значення слова[3, с.160].

Існує безліч суфіксів, які підпадають під цю групу.

Able/ible = can be done, capable of. *A sofa is very comfortable/ Диван дуже зручний*. Отже, маючи іменник comfort(комфорт) і суфікс **able** ми утворили з іменника прикметник. **Portable** = can be carried or moved. *This is a portable radio – Це портативне радіо* (adjective). Інші приклади вживання суфіксу **able**: **presentable, taxable, edible**.

Вивчення суфіксальної системи в сучасній англійській мові з точки зору дистрибуції, морфології і функціональності дозволяє зробити деякі висновки, що стосуються як безпосередньо до структури англійської суфіксальної системи, так і зачіпають окремі питання загальної теорії морфеми[2, с.336].

Отримані характеристики сучасної суфіксальної англійської мови дають підставу для наступного її опису: суфікс - це пов'язана полі-або мономорфна морфема з лінійно співпадаючим сегментним і супрасегментним складом, що займає позицію в слові між кореневою морфемою і граматичним формантом, зміст якої виражається її функціональністю.

Суфіксальна морфема має комплекс рис формального, дистрибутивного і функціонального характеру, у розрізі яких представляється найбільш доцільним її класифікувати: за фонематичним складом, за граматичної функції, за належністю до функціонального субкласи і по семантичній функції.

Література:

1. Алефіренко Л.Б. Особливості словотвірної структури суфіксальних збірних іменників у сучасній англійській мові / Л. Б. Але-фіренко // Англ. філологія: Проблеми лінгвістики, літературознавства, лінгводидактики: зб. наукових праць. – Полтава : Тех-сервіс, 2007. – С. 5-10.
2. Гороть Є.І. Notes on Modern English Lexicology / Нариси з лексикології сучасної англійської мови / Є.І. Гороть, С.В. Белова. – Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ.ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. – 336 с.
3. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. – Вінниця: Нова книга, 2003. – 160 с.

ОСНОВНІ ЗАСОБИ УТВОРЕННЯ СЕМАНТИЧНИХ НІКНЕЙМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

А.К. Бень

Студентка 3 курсу, група 351, факультет української філології та журналістики, Херсонський державний університет
Науковий керівник: к. філол. н., доц. Лебедева Н.М.

Проблема утворення нових слів, в нашій статті, нікнеймів – у сучасній англійській мові й сьогодні залишається актуальною. Під нікнеймом в широкому понятті розуміються слова кінця ХХ – початку ХХІ століття, які є новими щодо попереднього та даного періоду в ареолі розвитку лексики в повсякденному спілкуванні.

В сучасній неології проблемним є питання: у яких випадках семантичні зміни призводять до утворення самостійного слова, а в яких - лише нового значення уже існуючої лексичної одиниці. Більшість дослідників дотримуються точки зору, висловленої у свій час В.В. Виноградовим, який вважав, що семантичне словоутворення полягає у переосмисленні колишніх слів, у формуванні омонімів шляхом розпаду одного слова на два [1, с.15].

У лінгвістичній літературі нікнейм розглядається як неофіційне власне ім'я, унікальне явище в сфері власного найменування, яке є результатом креативної діяльності, виникає спонтанно на основі характерної риси чи обставини і використовується в різних сферах комунікації. Нікнейм є мовним знаком культури, продовження якого, з одного боку, має індивідуальний характер, з іншого, віддзеркалює систему соціально-культурних цінностей конкретної спільноти [3, с.9].

Нікнейм у вузькому сенсі – це особисте, переважно вигадане ім'я. Найчастіше воно є похідним від власного імені, або прізвища. Наприклад: *Cobra* (кореспондент «Нью – Йорк Таймз» Морін Даул), *Lian Byrne* – *Baldermort*.

Ми дотримуємося точки зору, що нікнейм вживається для неформального, найчастіше гумористичного ім'я для людини, пов'язане з їхнім справжнім іменем, їх особистістю або зовнішністю, або з тим, що вони зробили [4, с.1028].

За способом утворення нікнейми, як і інші неологізми, можна класифікувати як: фонологічні, запозичені, семантичні та синтаксичні.

Мета статті – проаналізувати зміни в значенні слів, що відбуваються при утворенні семантичних нікнеймів.

Розглянемо семантичні нікнейми (нові значення вже існуючих слів). До них відносимо:

- старі слова, які повністю змінюють своє значення, втрачаючи раніше існуючі. Наприклад: *Fighting Barbie* – Ангела Меркль, канцлер Німеччини, *The Iron Lady* – Маргарет Тетчер.

- у семантичній структурі слова з'являється ще один лексико-семантичний варіант при збереженні традицій. Наприклад: *Evil Number One* – Осам Бен Ладен.

Велику групу семантичних нікнеймів складають найменування людей на основі різних ознак. Нами були вибрані для аналізу нікнейми політиків, які відносяться до їхньої політичної діяльності, зовнішності, характеру, погляду на реальність. Наприклад: *Weeping President*, президент який завжди плакав, коли йому говорили про смерть, бідність та страждання африканців. У структурному плані вона поділяється на підгрупи двох компонентних нікнеймів і сполучення, у яких семантичним трансформаціям піддається один, або декілька компонентів. Наприклад : *British Bulldog* - *Winston Churchill*.

Необхідність вдаватися до метафоричного переносу обумовлена неможливістю адекватно висловити думку за допомогою логічних визначень. Серед механізмів переосмислення значна роль належить метафоризації. Перенос, що базується на асоціації за схожістю (подібністю), спостерігається при утворенні таких нікнеймів як: *Quasimodo* - Дж. Чейні, віце-президент США, *Huhney Monster* - *Chris Huhne* .

Інший тип переносу – метонімія – базується на асоціації за суміжністю, що відображає постійні зв'язки між предметами та явищами. Нікнейм президента Вільяма Мак-Кінлі, що проводив політику крайнього протекціонізму, - *The Napoleon of Protection*, інший представник - *The School Master* - *Woodrow Wilson*, *Brains* - *David Miliband* [5].

При утворенні нікнеймів спостерігається тенденція до зміни первинного обсягу значення, а саме звуження (спеціалізація) та розширення (генералізація) значення слова. Прикладом першого типу слугують такі нікнейми : *American Fabius* - *George Washington*, прикладом другого – *Papa Bush* (*Poppy*)[6].

Підсумовуючи вищевикладене в статті можна констатувати, що основними засобами утворення семантичних нікнеймів є перенос найменування. Метафора і метонімія взагалі відображають семантичні групи політичних осіб, на основі різних ознак. Фактичним матеріалом для аналізу слугують зовнішність, характер, погляд на реальність політичних діячів. При утворенні нікнеймів відбувається зміна первинного обсягу значень, а саме: звуження та розширення слова.

Незважаючи на масштабний розмах ономаціологічних досліджень у сучасній лінгвістиці, таке важливе джерело найменування як нікнейм, ще недостатньо вивчене в плані теорії номінації.

Література:

1. Виноградов В.В. стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М.: изд-во АН СССР, 1960. – 255 с.
2. Dictionary of Contemporary English. New edition. Set by Letterpark, UK. – 2010.- 2081 с.
3. English Culture Magazine. #5 (113). May 2012. P.9
4. Longman. Exams Dictionary. Set in Nimrool by Letterpark, UK., 2010. – 1833 с.
5. Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English. Oxford. – New York: Oxford University press. – 2005.- 1780 с.
6. <http://www.thehypertexts.com/Famous%20Nicknames.htm>

ОСОБЛИВОСТІ ЛІНГВОКОГНІТИВНОГО ПІДХОДУ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ АВТОРА

Н. Є. Бердичевська

*студентка I курсу рівня «Магістр», група ЛА-381мп, факультет лінгвістики,
КПІ ім. Ігоря Сікорського*

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О. В.

Лінгвокогнітивний підхід до дослідження авторського стилю є однією зі складових когнітивної лінгвістики. За Балашовою [1, с. 6], лінгвокогнітивний підхід до дослідження допомагає втілити ідею про те, що в основі знань про навколишній світ лежить така одиниця ментальної інформації, як концепт, яка забезпечує вихід на концептосферу суспільства. Лінгвокультурний підхід, що є також складником когнітивної лінгвістики, дозволяє дослідження національної концептосфери від культури до свідомості. Цей підхід виділяє концепт як базову одиницю культури, що володіє образним, поняттєвим та ціннісним компонентом [2, с. 10]. Концепт, у свою чергу, є ментальною одиницею, яка слугує для того, щоб закодувати інформацію, втілити певну ідею у словесному відображенні. Спосіб кодування та викладення задуму формує таке явище, як індивідуальний авторський стиль. Такий вид стилю є характерним для певного автора, його риси не повторюються серед письменників та при процесі аналізу тексту дають змогу відрізнити цей стиль з-поміж інших. Концепт є найзручнішою лінгвістичною одиницею, що є індивідуальною в процесі донесення інформації до читачів та спрощує лінгвістичне дослідження тексту та типові прийоми певного автора, які він використовує для створення тексту.

Отже, лінгвокогнітивний підхід поєднує в собі два найважливіших аспекти: особливості використання мовних засобів під час створення тексту та першочергове появлення та формування ідеї в свідомості людини та її виклад у тексті.

Література

1. Балашова Е.Ю. Концепты любовь и ненависть в русском и американском языковых сознаниях. Автореф. дис... канд. филол. наук. Саратов, 2004.
2. Попова З. Д., Стернін І. А. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, І. А. Стернін. – Москва: «Восток-Запад», 2007.

МІСЦЕ ОСОБОВОГО ДІЄСЛОВА У СКЛАДНОПІДРЯДНОМУ РЕЧЕННІ

В. Ю. Бережняк

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Як відомо, складнопідрядні речення в німецькій мові складаються з головного та одного чи декількох підрядних речень. Головне речення керує підрядним. Підрядне речення виступає членом речення. Також воно може стояти після головного, всередині чи перед ним. Зазвичай воно вводиться сполучниками підрядності, відносними чи питальними займенниками (*dass, wenn, weil, der, die, das, wo, wer*) та інші. Присудок у складнопідрядних реченнях зазвичай виражений особовим дієсловом.

Як і кожен інший вид речень, складнопідрядне речення має свої особливості. Однією з них є місце особового дієслова. Здебільшого підмет стоїть після сполучника, а присудок – у кінці речення. Якщо ж присудок складається з двох дієслів, то змінювана частина займає останнє місце, а незмінювана – передостаннє. *Ich weiß, dass du auf dem Lande viel arbeiten musst*. У такому випадку особове дієслово займає останню позицію в реченні. Якщо ж підрядна частина знаходиться всередині головної, то дієслово займає останню позицію *In der Stadt, in der sie wohnt, gibt es viele Sehenswürdigkeiten* [1с.141].

Місце особового дієслова залежить від розташування підрядного речення. Якщо головне речення стоїть після присудка, то воно починається зі змінюваної частини присудка. *Wenn ich freie Zeit habe, gehe ich gern ins Kino*.

Також трапляється, що у складі присудка в підрядному реченні виступають два дієслова: смислове та модальне, тоді допоміжне дієслово стоїть перед ними, а не в кінці речення. *Er konnte mich nicht besuchen, weil er am Wochenende hat arbeiten müssen* [1с.142].

Отже, в складнопідрядних реченнях місце особового дієслова залежить від розташування головної на підрядної частин речення та від кількості дієслів у складі присудка.

Література:

1. Навчально-методичний посібник з граматики німецької мови для самостійної роботи студентів / Укладач Дутка М. В. – Тернопіль, 2012. – 170 с.
2. Синтаксис. Складнопідрядне речення. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:<http://zno.academia.in.ua/mod/book/view.php?id=3330&chapterid=1080>

ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНОГО КОРОТКОГО ТЕКСТУ

В. Ю. Бережняк

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КІІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Беззубова О.О.

Текст (від лат. *textum* - тканина, сплетіння, поєднання) - це писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних у тематичну і структурну цілісність. Текст є невід'ємною складовою комунікативного процесу, фіксує, передає та зберігає інформацію. Характерними ознаками тексту є синтаксична єдність, зв'язність складових одиниць, певна інтонаційно-змістова спільність [3].

Текст є сприймається як закінчене і об'єднане спільною темою одне ціле, яке також є цілеспрямованим мовленнєвим актом. Структура тексту може бути дуже різною, адже текст може виражатися реченням, словом чи словосполученням, якщо вони мають цілісну інформацію, котра відповідає певній комунікативній ситуації.

Тексти розділяють на короткі на довгі. Короткі тексти – це тексти, які в 2 - 3 рази менші за інші. Їх використовують в рекламі, оголошеннях, Twitter- та Facebook-повідомленнях.

Це питання є дуже актуальним. Багато видатних науковців займаються дослідженням коротких текстів та їхніми особливостями. Та приходять до висновку, що короткі тексти є чи не у всіх жанрах мови. У свої працях Н. Н. Кохтев відмічає, що в рекламі використовуються майже всі публіцистичні жанри: рекламна стаття, рекламна кореспонденція, рекламний репортаж, рекламне інтерв'ю, рекламна рецензія, рекламний звіт, рекламна консультація, рекламний нарис, або рекламне оповідання [1, с. 96].

У короткому тексті інформація відіграє чималу роль, та є різною за призначенням. Головне завдання будь-якого тексту – реалізувати вимоги, котрі

поставив перед собою автор. Зазвичай це характерне для реклами, оголошень та Twitter- чи Facebook-повідомлень. Всі ці тексти мають різне мовленнєве оформлення. Для таких текстів характерним є вживання емоційної та експресивної лексики, яка засвідчує небайдужість чи то закликає до чогось. Поширеним є вживання слів іншомовного походження й інтернаціоналізмів, бо вони входять до складу словосполучень, які виражають ключові поняття суспільного життя. Таке мовлення інформативно насичене і комунікативно спрямоване. Воно також неодмінно характеризується новизною проблематики та її суспільною актуальністю [2].

Текст має свої особливості. Короткий текст має велике інформаційне навантаження. Адже такі тексти зазвичай комунікативно спрямовані та мають на меті вплинути на адресата. Речення в таких текстах прості, лексика – емоційно забарвлена.

Література:

1. Кохтев Н.Н. Реклама: искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов / Н.Н. Кохтев. – М.: МГУ, 1997. – 134 с.
2. Стилiстичнi особливостi художнiх та публiцистичних текстiв. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://bookwu.net/book_avtorska-stilistika_995/4_lekcyia-2.-stilistichni-osoblivosti-hudozhnih-ta-publicistichnih-tekstiv
3. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: В.М.Русанівський, О.О.Тараненко (співголови), М.П.Зяблюк та ін. – К., 2000.

ФРАЗЕОЛОГІЧНА СИНОНІМІЯ

О.Ю. Белуха

Студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. вик. Бондаренко Т.Б.

Фразеологічний шар мови є одним із найяскравіших і водночас одним із найменш вивчених галузей лінгвістики. Питання фразеологічної синонімії не є виключенням. Головною складністю є відсутність єдиного погляду мовознавців на це явище.

Вчений-мовознавець М. Алефіренко вважає, що фразеологічні синоніми – “це близькі за значенням фраземи, що виражають різні аспекти смислового змісту одного і того ж концепту, що співвідносяться з однією й тією ж частиною мови і володіють однаковою або схожою сполучуваністю, але відрізняються один від одного смисловими елементами (семами) і

стилістичним забарвленням” [1, с. 64]. Л. Скрипник синонімічними вважає фразеологічні одиниці з різною внутрішньою формою і лексичним складом на позначення одного й того самого поняття, що, відтіняючи різні його сторони, мають однотипне категоріальне значення і однакову семантичну сполучуваність зі словами оточення [4, с. 212].

Фразеологічна синонімія значною мірою подібна до лексичної [3, с.16]. Фразеосиноніми мають близьке значення, хоч і різні семантичні відтінки. Ототожнення фразеологічних синонімів переважно відбувається за лінією значення та характеризується наявністю повних та часткових відповідників. Наприклад, розглянувши синонімічний ряд *from soup to nuts* – цілком та повністю, *from stern to stem* – згори й донизу, *from head to heel* – з голови до п'ят, можна встановити ідентичність фразеологічних виразів, які використовуються на позначення ступеня дії. До часткових фразеологізмів відносяться одиниці, що означають різні відтінки значень: *Gordian knot* – Гордіїв вузол, *dog's breakfast* – заплутана справа, *Pandora's box* – скринька Пандори.

До диференційних ознак при визначенні синонімів також відносять словесне оформлення та різні образи. Наприклад, фразеологічні одиниці *Don Juan*, *lady killer*, *honeypot* (Дон Жуан, спокусник, примана) входять до одного семантичного поля та ілюструють різні образи. Також основною ознакою фразеологічної синонімії є групування одиниць за принципом вираження та опису певного предмета, явища, істоти тощо. Так, наприклад, розглянувши поняття “несподіванка”, можна переконатись, що до даний фразеологізм має декілька синонімів, що утворюють окремий синонімічний ряд: *thunder-clap* – як удар грому, *rum start* – дивовижний випадок, *like a bolt from the blue* – як грим серед ясного неба, *on a sudden* – несподівано.

Щодо класифікації фразеологічних синонімів, їх найчастіше розподіляють за схемою лексичних синонімів та виділяють: рівнозначні синоніми (*Be even hands with somebody* – брати камінь за пазуху, *exact revenge* – помститись), ідеографічні синоніми (*Swan song* – лебедина пісня, *crowning glory* – останній спалах) та стилістичні синоніми (*snail's pace* – черепаха хода, *take one's time* – не поспішати) [2, с. 212]. Проаналізувавши питання фразеологічної синонімії ми можемо дати наступне визначення фразеологічним синонімам: це одиниці з близьким значенням, що володіють частковою або повною лексико-фразеологічною сполучуваністю, але відрізняються один від одного відтінками значення та стилістичним забарвленням. Вони характеризуються відмінностями семантичного поля, різною стильовою приналежністю, співвідношенням до різних частин мови, подібністю

структурно-граматичних ознак та лексичною сполучуваністю.

Отже, дана сфера лінгвістики досі містить безліч недосліджених аспектів та характеризується відсутністю єдиної та унормованої думки стосовно багатьох питань, що дозволяє продовжувати вивчення та дослідження фразеологічної синонімії у майбутньому.

Література

1. Алефіренко Н.Ф. Фразеология и паремиология : учеб. пособ. для бакалаврского уровня филол. образования / Н.Ф.Алефіренко, Н.Н.Семененко. – М. : Флинта : наука, 2009. – 344 с.
2. Баран Ярослав Андрійович, Зимомря Микола Іванович. Теоретичні основи фразеології.- Ужгород, 1999. – 175с.
3. Матвієнко А. М. Фразеологічні синоніми і варіанти // Українська мова і література в школі /А.М.Матвієнко. – 1965. – № 8. – 246с.
4. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови / Л.Г.Скрипник. – К. : Наук. думка, 1973. –278 с.
5. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови : навч. посіб. / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – К. : Знання, 2007. – 494 с.

КЛАСИФІКАЦІЯ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

К.В. Біляк

Студентка групи ЛА-53, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Мальцева І.В.

Неологія як галузь мовознавства наразі переживає свого роду «неологічний бум», оскільки наше століття виявилось багатим на нові реалії та глобальні зміни у світі. Суспільство зазнало інформаційних революцій, міжнародних тероризмів, проблем охорони навколишнього середовища, дискримінації в суспільстві та багато іншого. Усі ці події торкнулися мови та відобразили свою сутність у ній, в результаті чого, в мові з'явилися нові номінації, які згодом призвели до появи нової науки – неології. Завдяки неології ми можемо спостерігати невідомий процес розвитку мови, її динаміку та поповнення новими реаліями.

Процес утворення нових слів викликає неабиякий інтерес зі сторони науковців, так як саме в неологізмах ми можемо помітити пристосування мови до умов, що відбуваються за будь-яких умов чи змін у навколишньому середовищі. Проблемою неології займалися та внесли значний внесок у

дослідження такі вчені, як І.В. Андрусяк, Л.С. Бархударов, Р. Берчфільд, Т.М. Беляєва, Н.З. Котєлова, О.Д. Мєшков, С.М. Єнікєєва, Ю.О. Жлуктенко, В.І. Заботкіна, Ю.А. Зацний, Р. Барнхарт, Д. Ейто, Д. Грін, С. Морт, А. Суханов, С. Таллок, С. Штейнмец та багато інших.

Неологізми (від грец. Neos «новий» і logos «слово») – це новостворенні слова, значення слів, словосполучення, що з'явилися у мові й ще не перейшли до розряду загальноновживаних [1].

За словами Л.П. Катлинської «питання про те, що таке неологізм у власне лінгвістичному смислі, все ж таки залишається відкритим» [2, 7]. Все це, на думку О. В. Сенько [4, 16], доводить нам те, що неологія – це наука у галузі мовознавства, яка ще «не склалася», а поки що тільки «формується». Мовні неологізми відтворюються для позначення нового предмета, поняття.

Неологізмом слово можна вважати до тих пір, поки воно ще зберігає наліт свіжості і ще не входить в активний словниковий запас.

Класифікація за способом входження неологізмів у мову виділяє наступні категорії неологізмів [3]:

1. **Фонологічні неологізми** створені з окремих звуків. Наприклад, zzz позначає «короткий сон» (найчастіше комікси імітують звуки, що видаються сплячою людиною за допомогою трьох букв zzz).

2. **Морфологічні неологізми** – неологізми, що створюються з морфем за словотвірними моделями, що існують в даній мовній системі. В англійській мові прикладами морфологічних неологізмів, які активно вживаються в англомовних версіях міжнародних соцмереж, можуть служити одиниці: *duckface* (словоскладання, модель іменник + іменник), *digital afterlife* (словоскладання, модель прикметник + іменник).

3. Поява **семантичних неологізмів** обумовлена здатністю мовних одиниць здобувати нові лексико-семантичні варіанти і вживатися у різних контекстних умовах. Так, наприклад, слово «troll» – зі значенням «надприродна істота зі скандинавської міфології» у свій час отримало значення «особа, яка провокує емоційну перепалку».

4. **Фразеологічні неологізми**, до яких дослідники відносять нові фразеологічні одиниці, що активно використовують носії мови. Дані одиниці можуть, як позначати нове явище, так і по-новому називати вже відоме. Так в англійській мові до розряду фразеологічних новацій можна віднести вираз «learn the ropes» та словосполучення «*football widow*».

5. **Візуальні неологізми**. В окрему групу можна виділити одиниці, новизна яких виражається в зміні написання при збереженні вихідної

фонетичної форми і в деяких випадках значення слова: *terror wrist* «зануда» (*terror* «терор», *wrist* «зан'ястя», за аналогією з *terrorist* «терорист»)

Отже, ми розглянули класифікації неологізмів за способом входження їх у мову та розглянули їх на прикладах. З'ясували, до яких пір слово можна вважати неологізмом та впевнилися, що неологізми – одна з найважливіших галузей мовознавства, від якої залежить розвиток мови та поповнення її новими лексичними одиницями.

Література

1. <https://ukrlit.net/info/criticism/neologisms.html>
2. Катлинская Л.П. Живые способы создания русских слов / Л.П. Катлинская. – М.: Прометей, 1995. – 196 с.
3. Рец И. Лингвокультурологические и эколлингвистические аспекты неонимации: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / И. Рец. – Волгоград, 2014. – 201 с.
4. Сенько Е. В. Теоретические основы неологии / Е.В. Сенько. – Владикавказ: ВИД, 2001. – 235 с.

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЇ ВОКАТИВНИХ РЕЧЕНЬ У ДРАМАТИЧНИХ ТВОРАХ ВОЛОДИМИРА ВИННИЧЕНКА

Ю.С. Богачук

*Студентка 1 курсу, група ФУ-М18Аз, факультет філології,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Науковий керівник: д. філол. н., доц. Коваль Л.М.*

Вокативне речення в різних аспектах здавна привертає увагу лінгвістів. Зокрема, в українському мовознавстві його досліджували І. К. Кучеренко, П. С. Дудик, К. Ф. Шульжук, М. Я. Плющ, І.Р. Вихованець, М. С. Скаб, Л. М. Коваль. Проте на сьогодні чимало питань теоретичної інтерпретації цього різновиду синтаксичної одиниці потребують уточнення та доопрацювання.

Мета нашої статті – простежити комунікативно-прагматичні функції вокативних конструкцій у драматургійних творах Володимира Винниченка (як матеріал дослідження використано твори «Брехня», «Співочі товариства», «Чорна Пантера і Білий Медвідь»).

Вокативне речення як «різновид односкладного іменного речення, вираженого звертанням, що передає нерозчленовану думку, почуття, волевиявлення» [6, с. 56] становить виразний параметр ідіостилу Володимира Винниченка. У спостережених творах найуживанішими постають вокативні речення, що називають адресата мовлення, привертають його увагу [1, с. 61].

Використовуючи такі речення, дійові особи:

- **гукають когось:** *Пульхеро! Пульхеро! Біжи, Саню, біжи ...* (1, с. 69); *Карне! Гей, Карне!* (2, с. 146); *Корнію! Іди сюди.* (3, с. 26);
- **питають про щось:** *Ну, тату! Тепер купимо пасіку?* (1 с. 79); *Панно Оксано! Може б ви щось заспівали нам, поки зійдуться люди?* (2, с. 129); *Бабо Щепетихо! Чи не вас отой фендрик отут залицяється?* (2, с. 149); *Білий Медведю! Слухайте, продасте ви своє полотно месьє Швайцеру, чи то пак Месьє Мулену?* (3, с. 18);
- **попереджають:** *Наталю Павлівно! Ви перебили Антону Михайловичу, він теж хотів сказати промову!* (1, с. 27); *Панове! Про це, може, колись іншим часом* (Співочі товариства, с. 106);
- **інформують:** *Тасю! Я кажу, що через тиждень здамо в комісію мотор* (1, с. 24); *Тасюню! Сьогодні ж день... Ти сама знаєш....* (1, с. 25); *Татуню!.. Татуню! Сьогодні наше свято*(1, с. 70); *От чудак! Ну, он там на вулиці. Он стоять двоє. Під ліхтарями. Бачите?* (2, с. 135);
- **застерігають:** *Ксеню, Ксеню, ради бога!.. Не можна ж так. Це ж по меншій мірі – неделікатно.* (2, с. 97); *Корнію! Я тобі говорю, схаменись!* (3, с. 26)
- **вимагають якомсь зреагувати:** *Адю! Адю!.. Спокійніше, спокійніше, а то мокрого рушника на голову покладу.* (1, с. 25); *Ой мам...мамуню! Годі.* (1, с. 84); *Тасю!.. Тасю!.. Ходім до мене. Ходім. Ми зараз вернемось*(1, с. 65); *Анатолію Олександровичу! Нам не терпиться.* (2, с. 105); *Панове! Вас просять.* (2, с. 108).

Серед вокативних конструкцій, що називають адресата мовлення задля привернення його уваги, є й такі, у яких використано **емоційно-оцінні деривати**, що характеризують ставлення до **дійової особи** драматургійного твору: *Чуде-есна жєницина! Чудесна!* (1, с. 25); *О, тату! Ну, що ви, бог з вами! Голубчику! Ну, що ви!* (1, с. 26); *Тату! Татусю! Татоньку! Що вам? Рідний!* (1, с. 29); *Дитиночко! Ти ж такий хорошиий, чулий, ти ж комашки не роздушиши без потреби, а тут же чотири людини. Тосіку!* (1, с. 35).

У дослідженому дискурсі зафіксовано також вокативні конструкції, що виконують спонукальну функцію. У таких реченнях адресат звернення водночас постає суб'єктом (виконавцем) потенційної дії. Ця група об'єднує кілька підгруп:

- вокативні речення, за допомогою яких **наказують чи спонукають** зробити що-небудь: *Поете! Славте день і сонце...* (1, с. 24); *Ой мам...мамуню! Годі*(1, с. 84); *Адю! Адю!.. Спокійніше, спокійніше, а то мокрого рушника на голову покладу*(1, с. 25); *Панове! Панове! Та годі вам, голосувати*(2, с.

109); **Оксаночко!** *Давайте зараз!* (2, с. 110); **Корнію!** *Я тобі говорю, схаменись!* (3, с. 26);

- вокативні речення, які виконують функцію **вимоги чи прохання**: **Наталю!** *Ну, дозвольте мені приймати заклази... Я не можу вже так* (1, с. 53); **Добродію Несторець!** *Прошу ваших поглядів мені не приписувати.* (2, с. 106); **Ах, Господи!..** *А ми ще співаємо... Ходімо, діти, ходім* (1, с. 57); **Євгене Семеновичу!** *А йдіть-но, дайте мені сірників засвітити лампу* (2, с. 125); **Пронизуватий єврейчик, га-га!** *Ходім вечерять!* (2, с. 139); **Мамо!** *Я вас молю, ради бога, мовчіть, я ж вас просила* (3, с. 48);

- вокативні речення **заборони**: **Півник!** *Не пускай. Раз щастя попалося у руки, держи, не пускай!* (2, с. 146); **Корнію!** *Не смій... Не доводь мене до... Ти виявляєш такий егоїзм, що мені гидко до... бажання плюнути на тебе.* (3, с. 23)

У досліджених п'єсах зафіксовано також вокативні речення, що виражають емоційні реакції мовця на дії співрозмовника. Основними значенневими підгрупами в межах цієї групи є такі:

- вокативні речення, що виражають **радість** від зустрічі, часто несподіваної: **А, Карпо Федорович!** *Доброго здоров'ячка!* (2, с. 113);

- вокативні речення, за допомогою яких виражають **любов**, ніжне та **прихильне ставлення** до особи: **Котику, котику!** *Тільки тебе, тільки тебе люблю!* (1, с. 38); **Вогнику мій!** *Кажу ж тобі, що так більше не буде!* (1, с. 31); **Щастя моє!** (1, с. 64); **Тасю! Тасю! Голубко! Дорога моя! Що з тобою! Єдина радість!...** *Єдине світло... Сонце...* (1, с. 72); **Тосіку!.. Хлопчику мій!.. Вогнику мій!...** (1, с. 73); **Леську!...** *Ти чого плакав, га?... Ти чого плакав, медвежа моє біленьке, га?* (3, с. 24).

- вокативні конструкції, що передають **погрозу, невдоволення; заперечення**: **От дурноляпи!** *Якась псявіра пожартувала, а вони вже й п'ятами накивали* (2, с. 129); **Секлетіє Лазарівно!** *Я, їй-богу, не розумію... Це така справа... це моє особисте життя* (2, с. 125); **Товаришко!** *За вооружонное сопротивление пойдёте на три года под рoстрел!* (2, с. 146);

- **розпач та горе**, яке часто доповнене безнадією, глибоким болем, сумом від того, що трапилося: **Діточки!...** *Не заслужив я од вас... Хай вас бог...* (1, с. 29); **Сину!** *Та заглянься ж ти, хіба ж тепер час...* (3, с. 26).

Отже, вокативні конструкції – важливий елемент мовлення персонажів у п'єсах Володимира Винниченка. У досліджених драматургічних текстах використано три основні типи вокативних конструкцій. Найуживанішими є вокативні речення, що називають адресата мовлення, для того аби привернути його увагу, частотне уживання мають – вокативні структури, що виражають

емоційні реакції мовця на дії співрозмовника, менш вживані – вокативні речення зі спонукальною функцією.

Активне використання вокативних речень у текстах п'єсах драматурга Володимира Винниченка відображає широке коло їхніх функційно-комунікативних виявів. Перспективу нашого дослідження вбачаємо в подальшому аналізі значеннєвих різновидів вокативних конструкцій на матеріалі інших драм митця та сучасних драматичних творів, що посприє вичерпній характеристиці функційного навантаження таких речень.

Література:

1. Вихованець І. Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови / І. Р. Вихованець. – Київ : Наук. думка, 1992. – 224 с.
2. Голіченко М. О. Функції вокативних конструкцій в українських драматичних творах ХХ сторіччя / М. О. Голіченко // Українська мова, 2017.– № 4. – С. 71 – 81.
3. Дудик П. С. Синтаксис сучасного українського розмовного літературного мовлення (Просте речення: еквіваленти речення) / П. С. Дудик. – Київ : Наук. думка, 1973. – 288 с.
4. Загнітко А.П. Теоретична граматики української мови. Синтаксис / А.П. Загнітко. – Донецьк : Дон ДУ, 2001. – 662 с.
5. Каранська М.У. Синтаксис сучасної української літературної мови : [навч. посібник] / М.У. Каранська. – Київ: НМК ВО, 1992. – 400
6. Коваль Л. Семантико-синтаксична основа головного компонента вокативного речення в українській мові [Текст] / Л. Коваль // Одеський лінгвістичний вісник. – 2015. – Вип. 5. – Т. 2 – С. 56–62.
7. Кучеренко І.К. Вокатив як виразник функціонуючого члена речення і так зване звертання / І.К. Кучеренко // Проблеми синтаксису : Праці міжвуз. наук. конф. з питань синтаксису. – Львів, 1963. – С. 64–73.
8. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові / М. С. Скаб. – Чернівці : Місто, 2002. – 272 с.
9. Шульжук К.Ф. Синтаксис української мови / К.Ф. Шульжук. – Київ : Вид. центр «Академія», 2004. – 408 с.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Винниченко В. Брехня / В. Винниченко // Драматичні твори. – Київ: Книгоспілка, 1930. – Т. XII. – С. 5 – 92
2. Винниченко В. Співочі товариства / В. Винниченко // Драматичні твори. – Київ: Книгоспілка, 1930. – Т. XII. – С. 94 – 180.
3. Винниченко В. Чорна Пантера і Білий Медвідь / В. Винниченко // Драматичні твори. – Київ: Книгоспілка, 1930. – Т. XIII. – С. 5 – 76

МОВНА КАРТИНА СВІТУ. ВЕРБАЛЬНЕ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТІВ TRUTH ТА LIE АНГЛІЙЦІВ ТА УКРАЇНЦІВ У МОВІ

Бойко А.О.

5 курс, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики, КПП ім. Ігоря Сікорського
Науковий керівник: к. філол. н., доц. Тікан Я.Г.

Поняття картини світу (в тому числі й мовної) базується на вивченні уявлень людини про світ. Якщо світ – це взаємодія людини та навколишнього світу, то картина світу – «це результат переосмислення інформації про навколишній світ та людину» [1, с. 69].

За словами Ю. Степанова, концепти є культурною спадщиною у свідомості народу, його духовною культурою. Саме колективна свідомість зберігає концепти, які існують постійно або дуже довгий час [2, с. 64].

Національна концептосфера формується концептами, які завдяки своїй пріоритетності та неповторній взаємоорганізації створюють самобутність етнічної культури. Вивчення способів вербалізації концептів, ступінь їх словникової (культурної) та словотвірної розробленості, частотність вживання, повторюваність в емоційній або етичній мовних сферах засобами мови (чим значиміший концепт, тим більш детально він “картований”) є критерієм “культурної завантаженості” концепту і віднесення його до слів- концептів, що мають “ключовий” характер для духовності певного лінгвокультурного ареалу [3, с. 28–30; 4, с. 91].

Дослідження концепту, який входить до складу фразеологізмів і слугує “стимулом та джерелом формування фразеологічного значення” [5, с. 5] дає можливість визначити головні коди генотипу культури й виявити ціннісні орієнтації етнічної спільноти.

В нашій роботі ми визначили, що лексеми, які репрезентують концепти TRUTH та LIE, активно метафоризуються у фразеологізмах та пареміях.

Ми класифікуємо концепти за критерієм В. В. Виноградова, котрий виділяє три типи фразеологізмів: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення [6, с. 140-161].

Приклади фразеологічних зрощень, що демонструють концепти TRUTH та LIE: *a cat falls on its legs* — правда візьме гору, *a clean hand wants no washing* — правду не потрібно прикрашати, *to tell cock-and-bull story* — вигадка, *to tall tales* — розповідати байки, *to take something as gospel* — сліпо довіряти, *to tell the truth and shame the devil* — викласти всю правду, *a lie has no legs* — на брехні далеко не заїдеш, *to stretch the truth* — прикрашати правду, *to throw off the scent*

— збити з дороги, *to put on the wrong track* — направити хибним шляхом, *to pull the wool over someone's eyes* — напускати туману.

Приклади фразеологічних сполучень, що демонструють концепти TRUTH та LIE: *(little) white lie* — безневинна брехня, *bald-faced lie* — нахабна брехня, *a pack of lies* — суцільна брехня, *to give the lie to something* — спростовувати, *to put the lie to* — показувати хибність, *truth be known* — правду кажучи, *a kernel of truth* — зерно істини, *home truth* — гірка істина, *truth will out* — правду не приховаєш, *the moment of truth* — момент істини, *truth is stranger than fiction* — правда іноді буває дивовижнішою ніж вигадка

Приклади фразеологічних єдностей, що демонструють концепти TRUTH та LIE: *all truths are not to be told* — не всяку правду слід вимовляти вголос, *better suffer the truth than prosper by falsehood* — краще гірка правда, ніж солодка брехня, *cheats never prosper* — обман завжди виявляється, *face to face*, *the truth comes out* — істина виявляється, коли люди говорять правду в обличчя, *he that deceives is ever suspected* — раз збрехав, навек брехуном став

Виходячи з аналізу вищенаведеного матеріалу, можемо зробити висновок, що лексеми, які репрезентують концепти TRUTH та LIE, активно метафоризуються у фразеологізмах та пареміях. Такі концепти як TRUTH та LIE, дуже багатогранні, тому однозначно їх передати не можна. І хоча фразеологізм є одним з найбільш популярних засобів вираження концептів TRUTH та LIE, він не є до кінця вивченим.

Література:

1. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие / В. А. Маслова. – Мн.: Тет-раСистемс, 2004. – 256 с.
2. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М., 1997. – 724 с.
3. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Анна Вежбицкая; пер. с англ. А. Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 780 с.
4. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу: монографія / І. О. Голубовська, 2-е вид., випр. і доп. – К.: Логос, 2004. – 284 с.
5. Алефиренко Н. Ф. Фразеологическое значение как когнитивно-дискурсивная категория / Н. Ф. Алефиренко // Лінгвістика: Зб. наук. пр. Луг. НПУ, 2004, № 2. – С. 5–12.
6. Виноградов, В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В.В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1977. – С. 140–161.

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ПОЛЯ КОНЦЕПТІВ TRUTH ТА LIE В СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ ТА ХУДОЖНЬОМУ ДИСКУРСІ

Бойко А.О.

5 курс, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики, КПП ім. Ігоря Сікорського
Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ткачик О.П.

Одним із провідних понять сучасної когнітивної лінгвістики є поняття «концепт». Увагу лінгвістів привертають перш за все концепти, що найтісніше пов'язані з культурою народу і найяскравіше відбивають специфіку його колективної свідомості. На вивчення такого багатогранного поняття як «концепт» спрямовані численні філологічні дослідження, хоча мовознавці й дискутують з приводу його визначення та сфери вживання, але все ж вони сходяться на думці що концепт можна вважати одним із ключів доступу до пізнання концептосфери народів та культур.

Концепт – термін, що служить для роз'яснення ментальних і психічних ресурсів людської свідомості та тієї інформаційної структури, яка відображає знання і досвід людини; оперативно-змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку (*lingua mentalis*), усїєї картини світу, що відображена в людській психіці [1, с. 90].

В нашій роботі ми визначили, що концепти TRUTH та LIE надзвичайно багатокомпонентні та багатогранні, оскільки вони по праву можуть вважатися архілексемними складовими мовних картин світу носіїв різних культур, з допомогою яких відбувається обмін культурними даними між різними націями.

Таким чином, конкретизовані у відповідних поняттях концепти TRUTH та LIE, є типовими, характерними, високоімовірними та прогнозованими для будь якого типу дискурсу і можуть вважатися автохтонними концептами не тільки моралі та стану, але і будь-якого комунікативного акту.

Виділивши функціонально-семантичні поля концептів TRUTH та LIE, та сформувавши їх у різних вимірах (парадигматичних, синтагматичних, епідигматичних), виокремивши різні типи відносин між ними, згрупувавши їх поля на основі інтегрального (об'єднуючого) компонента і розмежувавши їх на основі диференціальних (відмінних) компонентів значення, ми визначили, що:

– *в медійному дискурсі*

СП позитивної оцінності репрезентує концепт TRUTH (ядро), із комбінованого тлумачення якого ми виокремили наступні синоніми приядерної зони: *fact*, *honesty*, *veracity*, які характеризуються видовою лексико-семантичною спільністю та породжують 3 наступних синонімічних гнізда;

СП негативної оцінності репрезентує концепт LIE (ядро), із комбінованого тлумачення якого ми виокремили наступні синоніми приядерної зони: *fable, corruption, fake*, які характеризуються видовою лексико-семантичною спільністю та породжують 3 наступних синонімічних гнізда;

– *в художньому дискурсі*

Нами визначено що семантичні поля концептів TRUTH та LIE складаються з психологічних та культурних архетипів, які формують їх образне підґрунтя.

Концепт TRUTH сформований позитивними архетипами:

– good -> protagonist -> friend.

– Концепт LIE формується негативними архетипами:

– evil -> antagonist -> enemy.

Література:

1. Кубрякова Е. С. Концепт. Концептуализация // Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Филологическ. ф-т МГУ, 1996. – С. 90-94.

КОНЦЕПТ ПІСНЯ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ

Т.С. Бондаренко

студентка 3 курсу, група 311, факультет української філології та

журналістики, Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Климович С.М.

Посилений розвиток сучасного українського кінематографа не тільки доводить, що вітчизняне кіно може бути якісним, глибоко емоційним, патріотичним та реалістичним, а й репрезентує багату джерельну базу для лінгвістичних досліджень. І сучасний український кінодискурс дає для цього можливість, бо переважна більшість матеріалів зовсім не досліджена.

Ми розглядаємо кінодискурс з точки зору лінгвістики як особливий тип тексту. Головним виявом етноспецифіки сучасного українського кінематографічного дискурсу вважаємо вербальну складову – культурні концепти та їх маркери. Голубовська І. О. визначає культурні концепти, або «ключові слова культури», як омовлені культурно детерміновані ментальні утворення, котрі мають безпосередній дотик до цінностей, ідеалів і установок етносів і у яких знаходять своє найповніше відображення особливості національного характеру і сприйняття світу [1].

Серед концептів, які характеризують нашу ментальність, слід виділити поняття ПІСНЯ, яке чи не найповніше відбиває установки світосприйняття

українців, бо пісня завжди була в житті українців. Через неї зверталися до Бога, просили пробачення, оспівували те, що відбувається навколо. СТСУМ дає тільки два визначення (1. Словесно-музичний твір, призначений для співу; 2. Невеликий ліричний вірш, поетичний твір, написаний в музично-поетичному стилі [2, с. 672]), у кінострічках концепт виражає такі ж значення: *Друже мій, що ж у вас всі пісні про нещастя, про страждання* (Поводир); *Командир, продай пісню* (Кіборги); *Цариця осліпила поранених козаків, але вони не здались, вони замість шабель взяли бандури і почали співати людям пісні і думи до бою* (Поводир).

Концепт ПІСНЯ вербалізується в українському кінодискурсі маркером *музика*. Саме слово *музика* має більш загальне значення, ніж *пісня*. Але в українському кінодискурсі лексичний маркер *музика* набуває в контексті переважно конкретного значення: *Ви врятували...Ви врятували українську музику* (Поводир); *Слухай, Іване, може кидай оту свою музику, лишайся зо мною* (Поводир) – в значенні справу; *Може для тебе мова – зброя, а для мене це музика* (Кіборги) – у значенні зброя; *Просто настав час для такої музики...* (Кіборги); *Чув його музику?* (Кіборги); *Твої друзі – легкодухі, гадають, що за зброю можуть служити музика та вірші* (Гіркi жнива) – в значенні зброя. Саме контекст дає можливість в повному обсязі зрозуміти ідею, яку вкладено в лексичний маркер *музика*.

Вербалізаторами концепту ПІСНЯ є також лексичні маркери *співати*, *голос*. Аналізуючи опрацьований матеріал, можна простежити як пряме вживання цих лексем (*Заспівай їй щось. – Без слуху і голосу?* (Гіркi жнива), так і переносне (*Оце і є душа, місце їй всередині, між деками. Без душі бандура не співає, голосу не має* (Поводир); *Цариця осліпила поранених козаків, але вони не здались, вони замість шабель взяли бандури і почали співати людям пісні і думи до бою* (Поводир).

Отже, ми підтвердили важливе культурне значення концепту ПІСНЯ. Аналізуючи кінострічки, засновані на реальних історичних подіях, переконуємося, що цей концепт служить не тільки виразником емоційно-наповненого характеру етносу, а й репрезентантом історичного формування свідомості народу.

Література

1. Голубовська І. О. Етнічні особливості української національно-мовної картини світу. URL: http://philology.knu.ua/php/4/7/Studia_Linguistica_4/400_412.pdf (дата звернення: 14.02.2019).
2. Сучасний тлумачний словник української мови: 65000 слів / За заг. ред. В. Дубічинського. Харків: ВД «Школа», 2006. 1008 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ MEMORY

Ю.С. Бондаренко

студентка 5 курсу, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ткачик О.В.

Сучасна лінгвістична наука приділяє досить значну увагу зв'язку мови та свідомості, мови та культури, що і знаходить відображення у пошуках нових понять, які відображали б всю глибину даних зв'язків. Одним із таких понять є термін концепт, який, не зважаючи на своє філософське походження, сьогодні є ключовим поняттям когнітивної лінгвістики. Його вивченням займається досить велика кількість вчених, які, визначаючи даний термін, розходяться у поглядах. Деякі стверджують, що концепт є і усвідомлення фрагментів дійсності, інші доводять, що він є згустком культурно-національної інформації, зафіксований у мові, дехто навіть додає до його мовного втілення такі ментальні явища як образи, картинки та схеми. Стверджують також, що концепт може бути посередником між словами і дійсністю.

Теоретичні основи терміна «концепт» розвиваються у працях з когнітивної лінгвістики таких науковців як А.П. Бабушкін, А. Вежбицкая, О.С. Кубрякова, З.Д. Попова, Й.А.Стернін, семантики Р.Г. Авоян, Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, С.О. Аскольдов, О.А. Потебня та лінгвокультурології С.Г. Воркачов, В.В. Воробйов, В.Г. Гак, В.І. Карасик, Д.С. Ліхачов, В.А. Маслова, Г.Г. Слишкін, Є.Ф.Тарасов, В.М. Телія, Дж. Лакофф. Виявлення шляхів вербалізації людиною результатів пізнання навколишньої дійсності займаються С.С.Дикарева, А.Е. Левицький, М.М.Полюжин. Питання когнітивного моделювання семантики мовних одиниць вивчають М.М.Болдирев, С.А.Жаботинська, В.В. Колесов, Дж.Лакофф, З.Д. Попова, Й.А.Стернін, Дж.Р.Тейлор.

Відсутність єдиного визначення концепту є причиною декількох підходів у вивченні його структури, основними з яких є лінгвокультурологічний та когнітивний. Представники першого зазначають, що концепт складається з шарів, кожен із яких є досягненням і надбанням різних епох. Акцентується увага на його історичності і, водночас, актуальності для сучасності. Когнітивісти намагаються більш чітко визначити структуру даного поняття, що прослідковується у висунутих ними теоріях, а саме польовій, фреймовій, схемній та теорії концептуальних метафор.

Концепти формують концептуальну картину світу і є сукупностями реалій довкілля, смислами, які втілюються через слова. Концептуальна картина

світу, будучи ядром світогляду особистості, відображає культуру народу, його цінності та історію. Одним із основних концептів у структурі англійської концептуальної картини світу є концепт MEMORY, який зосереджує у собі інформацію про минулі події та людей, історію та розвиток людства, культурна та моральна спадщини людства.

Аналіз імені даного концепту, який здійснювався за допомогою дефініційного та компонентного аналізу лексичної одиниці *memory* у лексикографічних джерелах, розкрив багатозначність лексеми *memory* і дозволив стверджувати, що компонентами пам'яті є:

- здатність запам'ятовувати інформацію;
- щось, що пам'ятають; частина комп'ютера, де зберігаються данні;
- кількість вільного місця для зберігання та «період часу протягом, якого про когось або щось пам'ятають».

Це означає, що розуміння концепту MEMORY включає в себе усвідомлення того факту, що завдяки властивості людського мозку запам'ятовувати, люди мають спогади, які мають вплив на розвиток їхнього життя.

Номінативне поле досліджуваних концепту складається з мовних засобів, які є похідними від лексеми *memory*, а саме *to memorize* та *memorable*. Синонімічний ряд концепту MEMORY містить велику кількість лексем.

Структурний простір концепту містить ядерні та периферійні одиниці, що втілюються у побудові ЛСП MEMORY. Ядро концепту MEMORY складається з лексем *memory*, *to memorize* і *memorable*, його навколоядерна зона включає в себе синонімічні до імені концепту одиниці, визначення кожної з яких містить інтегральну сему та також додаткові, конотативні значення (*remembrance*, *recollection*, *reminsence*). Периферія поділяється на ближню, елементами якої є другорядні засоби вираження пам'яті, а саме фразеологічні одиниці зі значенням пам'ять (*memory/mind like a sieve*, *be engraved on sb's memory/mind*, *stick in sb's mind/head/memory*) та дальню, яку складають лексеми, для яких значення пам'ять не є єдиним у визначенні одиниць (*mind*, *store*).

Згідно з аксіологічним аспектом концепту MEMORY домінуючим значенням лексеми *memory* є значення «спогад».

Отже, концепт MEMORY – один з центральних у концептуальній картині світу англійців, ім'ям концепту є лексична одиниця *memory*, яка є полісемічною, домінуючим значенням лексеми є спогад, крім цього є ряд синонімів, які допомагають відобразити концепт MEMORY у світогляді англійців.

Література

1. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность: антология / под ред. В. Н. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – С. 267–280.
2. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ языка: фреймовые сети / С. А. Жаботинская // Мова. Науково-теоретичний часопис з мовознавства. Проблеми прикладної лінгвістики. – Одеса: Астропринт, 2004. – № 9. – С. 81-92.

МІСЦЕ СИНХРОННО-ПОРІВНЯЛЬНОЇ ГРАМАТИКИ СЕРЕД ЛІНГВІСТИЧНИХ НАУК ТА ЇЇ ЗАВДАННЯ

К.М. Бондарчук

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Як відомо, будь-яка мова являє собою цілісну й досконалу систему, що розвивається щодня все динамічніше. Лінгвістика, наука, що вивчає мову, доповнюється новими підрозділами надзвичайно швидко. Чому ж так стається? Кожне покоління приносить свій власний вклад у розвиток рідної мови, формуючи нову, сучасну лексику. На даному етапі навіть не всі словники встигають фіксувати появу нових виразів та термінів. Саме тому так необхідно приділяти увагу всім наукам, що стосуються мовознавства. І одна з найбільш значимих складових цієї системи – граматики. Саме вона встановлює чіткі правила й кордони, яких має дотримуватися кожен, хто має за мету опанування нової для себе мови.

Грама́тика — термін, який вживається в двох пов'язаних значеннях: як будова мови і як розділ мовознавства, що вивчає граматичну будову мови [1]. Окрім того, що граматики складається з двох розділів (морфологія та синтаксис), на сьогоднішній день можна виділити також декілька її видів: формальна, контентивна, діахронічна, синхронічна, функціональна.

Розгляньмо синхронно-порівняльну граматику, що ж вона собою являє? Для початку варто в'яснити, що мається на увазі під словом «синхронна». *Синхронія* — горизонтальний зріз мови, тобто умовне виділення певного історичного етапу в її розвитку, який береться як об'єкт лінгвістичного дослідження. Синхронне вивчення передбачає аналіз мовних явищ в одному якомусь часі розвитку мови: на сучасному етапі або в певну історичну добу, наприклад, у XIV чи XVII ст., але без пояснення того, які зміни в попередні періоди розвитку мови привели до сучасного стану чи стану мови певної історичної доби [2]. Тут варто зауважити, що задля того щоб простежити

весь шлях, який пройшов певний структурний елемент мови, потрібно буде вдатися до діахронії. А саме ж завдання синхронно-порівняльної граматики полягає у тому, щоб співвіднести ті чи інші граматичні особливості, що існують сьогодні, з тими, які використовувалися декілька років або ж, навіть, століть тому. І як результат таких досліджень – нові уявлення про те, які граматичні структури зазнавали змін протягом певного періоду часу. Як приклад можемо розглянути вживання претерито-презентних та неправильних дієслів за часів давньоверхньонімецької мови (750 – 1050 рр. н. е.). До претерито-презентних дієслів відносяться такі дієслова, які утворюють свій теперішній час так, як сильні дієслова утворюють минулий час. Характерні риси кожного з типів див. дієслів (сильних, слабких і претерито-презентних) добре видно при порівнянні форм минулого часу; порівн. форми дієслів *neman* «взяти», *suochen* «шукати» у минулому часі й *kunnan* «уміти, могли» у теперішньому часі.

Nam-nami-nam; suochta-suochtos(t)-suochta; kan-kanst-kan.

З наведених прикладів видно, що сильні дієслова утворюють минулий час за допомогою внутрішньої флексії (е в інфінітиві змінюється на а), слабкі дієслова - за допомогою зовнішньої флексії, а претерито-презентні дієслова утворюють свій теперішній час так, як сильні дієслова – минулий [3, 85с.]. І, як бачимо, такий варіант вживання дієслів відрізняється від того, який ми маємо на сьогоднішній день.

Отже, можна зробити висновок, що синхронно-порівняльна граматика відіграє важливу роль при співставленні мови минулої та сучасної. Як результат, отримані дані можуть бути використані при проведенні наступних досліджень, що стосуватимуться вивчення змін мови крізь призму часу.

Література

1. Граматика. Матеріал з Вікіпедії - вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>.
2. Діахронія і синхронія. Матеріал з Вікіпедії - вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%96%D0%B0%D1%85%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%8F_%D1%96_%D1%81%D0%B8%D0%BD%D1%85%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%8F.
3. Левицький В. В. Історія німецької мови. Посібник для студентів вищих навчальних закладів. / Віктор Васильович Левицький. – Вінниця: Нова книга, 2007. – 216 с.

ІМЕННИКИ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ, ЯКІ ВЖИВАЮТЬСЯ ЛИШЕ В МНОЖИНІ ТА ЛИШЕ В ОДНИНІ

Боренко М. С.

Студентка 3 курсу групи ЛН-61, факультету лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З. В.

Актуальність наукової роботи обумовлена тим, що в німецькій мові є значна кількість іменників, що вживаються лише в однині або лише в множині, але досліджень в українському просторі на ці теми недостатньо. Метою тез є: виділити основні категорії іменників, які вживаються лише в однині та лише в множині.

Більшість іменників в німецькій мові вживаються як в однині, так і в множині, але є і винятки. Іменники, що вживаються тільки в однині або тільки в множині, в німецькій мові і в українській, часто збігаються. Наприклад: *масло – die Butter*, *молоко – die Milch*, *м'ясо – das Fleisch*, *канікули – die Ferien*, *меблі – die Möbel* [2].

Можна виділити декілька категорій іменників, що вживаються в німецькій мові лише в однині:

- Конкретні іменники, які описують щось незлічувальне: *der Lärm – шум*, *der Schutz – захист*, *der Schnee – сніг*, *der Pollen – пилок*;
- абстрактні іменники: *der Durst – спрага*, *der Hunger – голод*, *der Hass – ненависть*, *die Ruhe – тиша*, *das Chaos – хаос*, *das All – все*, *das Nichts – нічого*, *der Anstand – порядність*;
- іменники, утворені від дієслів: *das Denken – мислення*, *das Verzeihen – прощення*, *das Vergessen – прощення*;
- деякі іменники з закінченнями *-heit* або *-keit*: *die Dunkelheit – темнота*, *die Gesundheit – здоров'я*, *die Müdigkeit – втома*, *die Überheblichkeit – зарозумілість*;
- багато назв речовин: *Gold – золото*, *Butter – масло*, *Helium – гелій*;
- установи: *die Post – поштове відділення* [3].

Категорії іменників, що вживаються в німецькій мові лише в множині:

- Деякі географічні назви(країни, острови, гори): *die Alpen – Альпи*, *die USA – США*, *die Kurilen – Курильські острови*; *die Karpaten – Карпати*;
- астрономічні назви: *die Zwillingen – близнюки*;
- деякі назви родичів: *die Eltern – родичі*, *die Eheleute – подружжя*;
- деякі хвороби: *die Pocken – віспа*, *die Masern – кір*;
- деякі продукти харчування: *die Spaghetti – спагетті*.

Також лише в множині вживаються такі іменники, як: *die Ferien* – канікули, *die Flitterwochen* – медовий місяць, *die Gewissensbisse* – докори совісті, *die Kosten* – витрати [1].

Отже, хоч більшість іменників в німецькій мові вживаються як в однині, так і в множині, є і ті, що вживаються лише в однині або лише в множині і їх можна поділити на категорії. Досить часто вживання іменника в однині або множині в німецькій мові збігається з вживанням в українській, але є й винятки.

Література:

1. Существительные в немецком языке только множественного или единственного числа [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://euroeducation.com.ua/article/37-german/279-suschestvitelnye-kotorye-upotrebljajutsja-tolko-v-edinstvennom-chisle-suschestvitelnye-kotorye-upotrebljajutsja-tolko-vo-mnozhestvennom-chisle.html>.
2. Der Plural der Substantive (МНОЖИНА ІМЕННИКІВ) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://wunderdeutsch.com/der-plural-der-substantive-mnozhina-imennykiv/>.
3. Singularetantum [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://de.m.wikipedia.org/wiki/Singularetantum>

СТЕНІЧНИЙ ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН ЯК ПРОБЛЕМА ЛІНГВОЕМОЦІОЛОГІЇ

О.О. Бригида

*студентка I курсу магістратури, філологічний факультет,
ДонНУ імені Василя Стуса*

Науковий керівник: д. філол. н., проф. Коваль Л.М.

Реакція людини на подразники навколишнього середовища – явище багатогранне та неоднозначне. Залежно від різних чинників та сама подія чи явище викликають різні реакції, виявом яких і є емоції.

Термін «емоція» витлумачували чимало науковців-психологів, серед них К. Ізард, на думку якого емоції – це почуття, що активізує, організовує сприйняття, спрямовує мислення та мотивує до дії [2, с. 19]. Дослідник

В. Грідін кваліфікує емоції як «суб'єктивну форму оцінки предметів та явищ дійсності, обумовлену відповідністю або не відповідністю цих предметів чи явищ потребам людини» [1, с. 114]. Незважаючи на певні відмінності в теоретичному обґрунтуванні емоції, дослідники залишаються одностайними в тому, що це реакція людини на певний зовнішній подразник.

У сучасній науці проблема потрактування емоційного стану людини має міждисциплінарний характер. Зокрема, багатоаспектність цієї проблеми дає потужні можливості для її дослідження не тільки через власне психологічний підхід, але й на рівні лінгвістики. Емоції в мовознавстві постають досить традиційним об'єктом вивчення, у зв'язку з цим навіть виділився окремий напрямок науки про мову – лінгвоемоціологія, або лінгвістика емоцій [4, с. 43].

Об'єктом нашого дослідження є психолінгвістичні засоби вираження стеничних станів.

До проблеми мовного вираження емоцій на межі психології та лінгвістики частково звертались такі науковці як О. Бабенко, А. Залевська, С. Іонова, О. Колесник, А. Стародубцева, М. Степанюк, В. Шаховський. Однак цілісне психолінгвістичне потрактування стеничних станів у мовознавстві на сьогодні відсутнє, що й зумовлює актуальність нашої роботи.

За основу дослідження використано розподіл емоцій німецького філософа І. Канта на стеничні (посилують життєдіяльність організму) й асеничні – (що послаблюють життєву силу людини).

Емоційний стан радості – це не лише форма відображення дійсності, а й об'єкт мовного відображення, що реєструється в мові такими поняттями, як задоволення, щастя, ейфорія тощо [3, с. 86].

Лексеми на позначення емоційного стану набули статусу метаемоцій, тобто почали позначати не власне емоції (почуття), а й породжені ними образи почуттів. У розрізі цього Н. Киселюк та Є. Коляда зазначають, що «денотативним змістом назв емоційного стану «радість» є об'єктивні властивості емоції, вираження емоційного ставлення в семантиці цих слів відсутнє. З цієї точки зору, назви емоційного стану «радість» є одноплановими, тобто вони не мають емотивно-кваліфікативної структури, яка накладалася б на денотативну структуру. Навіть якби назви емоційного стану «радість» супроводжувалися знаком оклику (загальновизнаним символом емоцій), це не трансформувало б їхню семантику в емотивний тип» [3, с. 87].

Отже, на сьогодні емоція як реакція людини на певний зовнішній подразник постає об'єктом міждисциплінарних досліджень. Вербальний вияв емоційного стану досліджує розділ психолінгвістики – лінгвоемоціологія. На найзагальнішому рівні емоції розподілено на дві категорії стеничні та асеничні. Стеничні емоції являють собою низку позитивних реакцій людини на денотат, посилюють життєдіяльність організму, підносять рівень вітальної енергії людини. Основними репрезентантами стеничного психоемоційного стану людини є два різновиди: радість і щастя.

Перспективний аспект дослідження цієї проблеми пов'язано з принциповим розрізненням понять «емотивна лексика» та «метаемоційна лексика» та мовним втіленням цих категорій.

Література

1. Гринин В. Семантика эмоционально-экспрессивных средств языка / В. Н. Немов – Москва: Наука. – 1983. – С. 113-120
2. Изард К. Психология эмоций / К. Изард. – СПб.: Питер, 2012. – 464 с.
3. Киселюк Н. П. Способи номінації емоційного стану радості в мові і мовленні (на матеріалі англomовної прози) / Н. П. Киселюк, Е. К. Коляда // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. 2011. – Вип. 20. – С. 85-90. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2011_20_14
4. Мандер С. М. Емоції та їх вербальна репрезентація в українській та американській лінгвокультурах / С. М. Мандер // Мовні і концептуальні картини світу. – 2014. – Вип. 50(2). – С. 42-48. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2014_50%282%29_8

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЇ

М.В.Булгакова

Студентка 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Л.М. Корнева [1] у своїй роботі зазначає, що у процесі формуванні чоловічого й жіночого стилів спілкування особливу роль відіграє свідомість людей, яка знаходиться під впливом гендерних, культурних та соціальних стереотипів про норми поведінки представників різних статей. Автор вказує, що психологи відзначають деякі відмінності у поведінці чоловіків і жінок під час розмови, наприклад, що чоловік перебиває жінку майже вдвічі частіше. Погоджуємось з думкою автора, що гендерні відмінності формуються переважно на основі біологічної статі, але не визначаються тільки нею. У цій же роботі Корнева говорить, що існують два основні стилі спілкування – фемінний та маскулінний, а вибір одного з них визначається не статевою приналежністю, а гендерною самоідентифікацією особистості. Тому термін «чоловіча мова» або «жіноча мова» варто вживати лише умовно, пам'ятаючи, що однозначно говорити про особливості спілкування чоловіків, унаслідок зазначених вище причин, не можна.

Інший автор - Оксана Токарчук [2] відзначає, що чоловікам важливо те, що говорять, а жінкам важливо як говорять. При цьому чоловіка вважають емоційнішим через переважання у крові тестостерону, а жінок чуттєвішими, через переважання естрогену.

Отже, в процесі дослідження робіт обох авторів, з'ясовано, що жінки порівняно з чоловіками менш категоричні у спілкуванні, і більш ввічливі. Це майже не властиво чоловічій комунікативній поведінці. Існують значні розбіжності у комунікації чоловіків і жінок, які дають можливість говорити про існування чоловічого та жіночого стилів спілкування, особливості яких необхідно знати та враховувати у процесі спілкування.

Література

1. Корнєва Л. М. Гендерний аспект комунікації / Людмила М. Корнєва. // Філологічні науки. – 2013. – №13. – С. 106–113
2. Токарчук О.А. Гендерні особливості в процесі мовної комунікації. Режим доступу: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2522>

ПРАГМАТИЧНІ ФУНКЦІЙ АНГЛІЙСЬКИХ ІДИОМ В УСНОМУ АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Вальчук В. В.

студентка 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Іщенко О.В.

Ідіоми — особливі мовні звороти, властиві для фразеологічної системи мови людей, що належать до певного класу чи проживають на певній території [2, с. 13]. У повсякденному житті та неформальному спілкуванні ідіоми вважають ознакою обізнаності, наближеності рівня знань мовця до такого, яким володіє носій мови. Їх використання в академічних текстах не визнають релевантним, однак в рамках усного академічного дискурсу у цьому іноді виникає потреба. У таких випадках функціональне коло стійких мовних зворотів значно розширюється. Вивченням даного питання займалися такі дослідники, як Ю. Штресслер, Д. Мендіс, Ч. Фернандо та інші.

На прикладі даних, що містяться в корпусі MICASE (Michigan Corpus of Academic Spoken English) Р. Сімпсон та Д. Мендіс виділили шість прагматичних функцій ідіом [1, с. 427- 431], з котрих особливо актуальними в контексті академічного дискурсу є три:

1) парафразна функція — переказ змісту матеріалу із вживанням ідіоми замість певного терміну чи довгого вислову для зменшення дистанції між

мовцем і слухачем. В уривку із лекції з медичної антропології *at the beginning of airlifting women out it was not a very easy thing to do getting those women out of there to deliver them in hospitals was no mean feat* [1, с. 429] *came no mean feat* (нелегка справа) виступає заміною;

2) функція акцентування — неодноразове повторення ідіоми мовцем, або додаткове наголошення на понятті. Наприклад, вживання *carrot and stick* (батіг та пряник) лектором понад 6 разів протягом п'яти хвилин з метою пояснити концепт винагород та покарань в контексті міжнародних відносин [1, с. 430];

3) метамовна — організаційна функція, коли ідіоми слугують своєрідними вказівниками, що забезпечують зв'язність, послідовність та розбірливість. Наприклад, *on that note* (досл. на цій ноті) вказує на зміну теми з натяком на закінчення дискусії [1, с. 431].

Отже, ідіомами в англійській мові послуговуються в рамках академічного дискурсу для підвищення ефективності сприйняття слухачами складного матеріалу, наголошення на особливо важливих його елементах та забезпечення логічності та зв'язності викладу.

Література:

1. Rita Simpson and Dushyanthi Mendis, "A Corpus-Based Study of Idioms in Academic Speech" : *TESOL Quarterly*. 2003. Vol. 37, No. 3. P. 419-441. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/3148292.pdf>
2. Jürg Strässler, "Idioms in English: A pragmatic analysis" : *Gunter Narr Verlag Tübingen*. 1982. P. 160

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ ТОПОНІМІВ (на матеріалі Дж. Р. Р. Толкіна)

Г.С. Вальчук

Студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Матковська Г.О.

Це дослідження присвячене авторським топонімам та їхнім лінгвістичним особливостям. Її актуальність полягає в тому, що жанр фентезі набуває все більшої популярності, тому з'являється велика кількість новоутворених авторських топонімічних одиниць, які є цінним матеріалом для лінгвістичних досліджень. Треба сказати, що основною проблемою, над якою працювали такі видатні вчені, як І. Д. Ганич та І. С. Олійник [4, с. 260], І. С. Карабулатова [1, с. 105], І. В. Сергєєв [3, с. 138], К. Джейкоб [6, с. 301], є формування чіткого визначення терміну «топонім», яке б охоплювало всі аспекти його значень. На

основі наукових доробків цих науковців ми сформулювали робоче визначення: топонім — це слово або словосполучення, яке називає певний географічний об'єкт та відображає спосіб мислення, соціокультурні та лінгвістичні особливості, які побутують в тому чи іншому регіоні.

Авторські топоніми у творах фентезі мають ряд специфічних лінгвістичних характеристик. Створені письменником топонімічні групи для позначення неіснуючих в реальному світі об'єктів формують художню реальність зі своїми законами, і виділяються нами в окрему групу авторських топонімів. Основні макротопоніми визначають основну сюжетну колізію, в результаті чого читачу легше сприймати чужий вторинний світ. Письменники обирають різні стратегії номінації географічних об'єктів, вони також створюють назви, в основі яких лежать лексичні одиниці авторських вигаданих мов. Такі топоніми не містять компонента, що виражає оцінку [2, с. 132].

З урахуванням цих особливостей ми створили класифікації авторських топонімів (на матеріалі твору Дж.Р.Р. Толкіна «Володар пернів»). Головним критерієм, за яким лінгвістичні одиниці було розподілено на групи, є семантичний (за об'єктом номінації). Розглянемо семантичну класифікацію:

Всі лінгвістичні одиниці належать до двох основних груп — природні та штучні об'єкти (створені людиною). Природні об'єкти в свою чергу поділяються на елементи рельєфу (*the Hill of Sight — Вежа Зору*), водні об'єкти, до яких входять моря (*The Sea — Море*), річки (*The Loudwater — Ріка Гримуча*), озера (*The Long Lake — Довге озеро*), болота (*The North Moors — Північні Драгви*), струмки (*The Stock-brook — Засічний струмок*). Також, природні об'єкти включають ліси (*Mirkwood — Чорнолісся*), острови (*Erresea — острів Ересей*), луки/ долини (*Morgul Vale — луки Моргулу*), вулкани (*Orodruin — Ородруїн*). Штучні об'єкти поділяються на шляхи сполучення (*The Road — Тракт*), населені території/пункти, до яких належать великі території (*Middle-earth — Середзем'я*), королівства (*The Arnor — Арнор*), землі/країни/регіони (*Belfalas — Белфалас*), міста (*Dale — Дейл*), села/поселення (*Bree — Бру*). Дрібні штучні об'єкти поділяються на мости/переправи/броди (*The Bridge of Stonebows — Кам'яний міст, The Bucklebury Ferry — Переправа, Sarn Ford — Кам'яний Брід*), башти/фортеці (*Citadel of the Stars — Зоряна Цитадель*), будівлі: (*'the Ivy Bush' — «Під плющем»*), ворота (*the Black Gate — Чорні Врата*), копальні/підземелля (*the Dwarrowdelf — Гномські копальні*), гавані (*Grey Havens — Срібна Гавань*), кордони/рови (*Deadmen's Dike — Рів*), проходи (*Calaciryu — Калакірія*), могильники (*The Downs — Могильні горби*) [5].

Ми визначили, що найбільше топонімів позначають елементи рельєфу (48 одиниць дослідження, 17%) та землі/країни/регіони (40 одиниць дослідження, 14%), а найменше — струмків (1 одиниця дослідження).

Отже, авторські топоніми — це невід’ємний компонент жанру фентезі, який, безперечно, на сьогоднішній день є одним з найпопулярніших. Існує невелика кількість праць, де висвітлена інформація про цей вид лексичних одиниць, тому перспективи подальших досліджень в цьому напрямі величезні. За даними нашого дослідження, автор Дж. Р. Р. Толкін приділив уваги топонімам на позначення елементів рельєфу та земель/країн/регіонів.

Література:

1. Краткий словарь топонимов и топонимических ассоциаций (на материале географических названий Тюменской области) / ред. А. А. Романов. Москва, 2002. 125 с.
2. Новичков А. А. Авторские топонимы в романах фэнтези // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2009. № 8. Ч. 2. С. 129-132.
3. Сергеев И. В. Тайна географических названий. Москва, 1963. 236 с.
4. Словник лінгвістичних термінів / ред. І. Д. Ганич, І. Олійник. Київ, 1985. 360 с.
5. Толкін Дж. Р. Р. Володар Перснів: Хранителі Персня. Харків, 2003. 432с.
6. Jacob C. The Sovereign Map: Theoretical Approaches in Cartography through History. Chicago, 2006. 417 с

THE USAGE OF PRAGMATIC IDIOMS IN THE SPEECH ACTS

Viktoria Velyka

a fourth-year student, group LE-51, Faculty of Linguistics, National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Academic adviser: T. Bondarenko, senior lecturer

Human communication is implemented by means of well-defined verbal actions which have their objectives and effects and are referred to as speech acts. Since pragmatic idioms are generally manifested in communication, their usage directly depends on the speech acts. In spite of the fact that pragmatic idioms are regarded as the frequent phenomenon in English, their manifestation in speech is poorly researched. Therefore, it is a matter of great scientific interest.

First of all, it would be appropriate to examine the main types and characteristics of speech acts, on the basis of which we would be able to analyze the peculiarities of pragmatic idioms usage. American scholar and philosopher G.R.

Searle developed the commonly known speech-acts theory, according to which they are divided into:

- directive;
- assertive;
- commissive;
- expressive;
- declaratory [4].

The main communicative aim of directives is to persuade the interlocutor to do something [1, c. 20]. They include questions which finally force somebody to implement other speech acts (*What are you doing tonight?; What is wrong?; What's going on?; What's the matter?; May I...?; Say it again?*) and so called commands that encourage the person to some actions. For example, it may be a request (*Hang on a minute!; Have the goodness to do sth; Hold on!; If you don't mind...; If you will be so kind*), a piece of advice (*Be careful!; Be your age!; Cool down!; Don't be in a hurry!*), orders (*Carry on!; Camera!; Attention!; Attack!; Boot and saddle!*).

Assertives are used for the purpose of giving the message to the interlocutor including some data or information about actual or potential state of affairs, objects and phenomena. Furthermore, the speaker should confirm or deny the truth of his or her statement [3, c. 564]. They include suppositions (*I guess...; I believe...; I suppose...; I hear/heard...; I hope...; I take it (that)...; I take it for granted (that)...*) and statements (*I don't have the faintest/ slightest/ foggiest idea; I don't know; I don't think so; I know.; I mean it.; I must be off*).

Commissives implies that the speaker undertakes to make some actions in the future, follow some rules and standards or cease doing something [1, C. 20-21]. To the group of commissives we include promises (*I promise that...; I assure you that...; Believe me...; Trust me...; Take my word for it.; See if I don't.*), swearing (*I swear...; I'll be damned if...; I'll be hanged if...; I'll eat my boots/hat...; I'll be shot if...*) and threats (*If you value your life...; I will know the reason why...; Just you wait.; Mind my words!; You'll regret it!; You'll catch it!*). However, the Ukrainian scholar H. Pocheptsov placed the threats into the separate group of speech acts, which is called menaces [2].

Declaratives are those speech acts which are attributed only to the speaker who has specific authority. Moreover, the particular communicative situation should be provided [1, c. 21]. For example, it can be court hearing, wedding ceremony, dismissal or assignment to a position, declaration of war. The aim of these acts is to change the reality immediately (*I pronounce you man and wife!; I sentence you to six months in prison!; You are fired!; Not guilty!; I declare a war on you!*).

Expressives help the speakers to express their ideas, opinion, attitude, impression, show their internal states. In the majority of cases they are related to rules of etiquette [3, с. 564]. Expressives include acts of gratitude (*Best thanks for...; God bless you/your heart!; I can never thank you enough!; A thousand thanks!; You shouldn't!*), apology (*Beg pardon!; I'm very sorry!; Excuse me for doing sth!; It's all my fault!*), congratulation (*Compliments of the season!; Happy birthday!; Happy anniversary!; Felicitations!*), wishes (*All the best!; Best wishes!; Best of luck!; Fortune me with you!*), sympathy (*Dear heart!; Hard cheese!; Cheer up!; Bad show!; Better luck next time!; Don't worry!*).

To conclude, human communication always consists of certain speech acts, which have their communicative aims, situations and means of expression. Pragmatic idioms as the direct communicative units are typical for each of them. They assist in realization of impact on the interlocutor and achieving the intended objectives.

References:

1. Дегтярьова К.В. Основи теорії мовної комунікації: Навчально-методичний посібник для студентів факультету філології та журналістики напряму підготовки 6.020303 «Філологія. Українська мова і література». / К.В. Дегтярьова. – Полтава, 2012. – 70 с.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. / Г.Г. Почепцов. – К.: Ваклер; М.: Рефл-бук, 2001. — 656 с.
3. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник / О.О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
4. Серль Дж. Что такое речевой акт? / Дж. Серль // НЗЛ. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 151–169.

НІМЕЦЬКИЙ МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ

Р.В. Весельська

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Щоб досягнути найкращого результату, перекладачу не достатньо знати лише літературну мову на високому рівні. Потрібно враховувати цілу низку мовних і зокрема культурних особливостей цільової аудиторії. Саме з ними ми ознайомлюємося під час курсу лінгвокраїнознавства, тому вивчення цього предмету є дійсно важливим.

Німецька мова на сучасному етапі свого розвитку визначається як цілісна система, яку утворює велика кількість взаємопов'язаних підсистем. До її структури належать різноманітні діалекти, арго, жаргони, сленги представників

різних професій, соціальних і вікових груп. Усі вони мають більш або менш інтенсивний вплив на процеси, що відбуваються в загальнонаціональній німецькій мові, визначаючи її особливості та тенденції розвитку. Тому цілком закономірно, що однією з важливих складових сучасної загальнонаціональної німецької мови є молодіжний сленг.

«Сучасний словник іншомовних слів» дає таке тлумачення сленгу: (англ. *slang* – жаргон) – жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають певного емоційно-експресивного забарвлення [2, с. 437]. Молодіжний сленг – емоційно забарвлена мова, що служить для спілкування молоді однієї вікової категорії.

Різні аспекти молодіжного сленгу вивчали такі вітчизняні й зарубіжні дослідники, як Я. Андроутсополос, Ю. Бенекє, Г. Генне, В. Дєвкін, Г. Еманн, П. Шлобінський – на матеріалі німецької мови, І. Арнольд, І. Гальперін, Дж. Гріног, Г. Кіттрідж, Г. Менкен, Е. Патрідж – англійської мови.

Молодим людям властиве творче ставлення до мови: любов до змін, скорочень, парадоксальне або гумористичне переосмислення, гра зі словами й значеннями [1, с. 211]. Тому перше джерело формування молодіжного сленгу – запозичення із загальнолітературної мови з переосмисленням значення.

Наступним та, певно, найпоширенішим джерелом формування молодіжного німецького сленгу є запозичення з інших мов, перш за все з англійської. Слід розрізняти англіцизми та *Denglisch*. Англіцизми – це запозичені з англійської мови слова, найчастіше іменники і субстантивовані дієслова (*e-mail, messenger, laptop*), це поняття є стилістично нейтральним. Форми нової мови *Denglisch* різноманітні. Запозичують не тільки іменники, а й дієслова з прикметниками. Часто німецькі морфеми приєднуються до англійських слів, завдяки чому запозичені слова підпорядковують правилам німецького синтаксису. Англійські граматичні конструкції теж впливають на німецьку мову.

Третім джерелом формування молодіжного німецького сленгу є утворення та вживання лексем-скорочень, спрощення «*Kiezdeutsch*». У перекладі це явище означає «німецька мова мікрорайону», що вказує на його походження [5]. *Kiezdeutsch* народилася в районах з великою кількістю іммігрантів. Спочатку вона була мовою спілкування підлітків з турецьких, курдських, арабських сімей. У ній також простежують вплив американських і німецьких реперів. Особливості *Kiezdeutsch* – це спрощена, іноді ламана граматики, більш вільна будова речень, використання неологізмів і запозичень.

Четверте джерело формування молодіжного сленгу – «*Kanak-Sprak*» (*Kanak-Sprache*). Визначається як ламана німецька мова, яка вживається молоддю турецького походження і є частиною молодіжної культури [3]. Однак зараз її можна почути всюди, зокрема в засобах масової інформації. Існують навіть словники *Kanakisch – Deutsch*, наприклад «*Michael Freidank – Kanakisch – Deutsch: dem krassensten Sprachbuch überhaupt*»

Через свою надзвичайну гнучкість і рухливість, сленг постійно змінюється, з'являються нові слова, а вже існуюча лексика може набувати нового значення. Тобто сленг будується як з нових, так і з відомих слів, але в новому їхньому застосуванні.

Щорічно, починаючи з 2008, видавництво *Langenscheidt* визначає «молодіжне слово року» (*das Jugendwort des Jahres*). Також було видано книгу «*100% Jugendsprache*», у якій зібрані найпопулярніші серед молоді слова та фрази [4].

Література:

1. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг : Соц. диференціація укр. мови / Леся Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с.
2. Сучасний словник іншомовних слів: Близько 20 тис. слів і словосполучень [уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк] – К. : Довіра, 2006. – 789 с.
3. Definition des Wortes Kanakisch [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <http://www.wissen.de/rechtschreibung/kanakisch>
4. Jugendsprache [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <https://www.goethe.de/de/spr/unt/kum/jug/21066578.html>
5. Nicht nur «Kanak Sprach» [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <http://www.kiezdeutsch.de/nichtnurkanak.html>

СПОСОБИ УТВОРЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

А.В. Вилущак

*студентка 1 курсу, група 104, факультет лінгвістики та соціальних комунікацій, Національний авіаційний університет
Науковий керівник: к.пед.н., ст. викл. Хайдарі Н. І.*

Питання словотвору не втрачає актуальності, адже людство намагається розширити свої знання. Словниковий запас мови поповнюється майже щодня завдяки науковому прогресу та творчим досягненням. Деякі слова переходять у розряд архаїзмів через зникнення потреби їх використання. Варто виділити декілька способів утворення неологізмів:

1. Скорочення (clipping) – це творення нового слова способом скорочення вже існуючого слова або словосполучення, яке повністю або частково його замінює: *fanatic* – *fan*, *facsimile* – *fax*.

2. Аббревіація (acronyming) – дозволяє створювати слова з перших букв словосполучень: *UNESCO* (*United National Educational, Scientific and Cultural Organization*).

3. Телескопія (blending) – виникнення слова відбувається за допомогою злиття повної основи одного слова із скороченою або повною основою іншого: *motel* – *motor hotel*, *smog* – *smoke-fog*.

4. Запозичення (borrowing) – включення в одну мову запозичених слів з іншої, так званих «loanwords», які з часом проходять процес асиміляції пристосувавшись до нової фонологічної системи: *candy* – (від франц.) *sucré candi*.

5. Афіксальний словотвір (derivation) – утворення нового слова шляхом приєднання дериваційних афіксів до основи : *un-predict-able*.

6. Словоскладання (compounding) – відбувається, коли у процесі мовлення мовець об'єднує дві або більше основ, таким чином утворюючи новий термін: *brunch* (*breakfast and lunch*), *mocktail* (*mock and cocktail*).

Отже, слід зазначити, що словник англійської мови не є сталим, а постійно оновлюється за рахунок нових лексичних одиниць. Цей процес є особливим та індивідуальним, адже залежить від структури, характеристик і сполучуваності частин мови.

Література

1. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов / під ред. І. В. Корунець. – В. : «Нова книга», 2003. – 198 с.
2. Marchand H. Word-building in the English language / H. Marchand. – Cambridge: Cambridge University Press, 1980. – 293 p.

НОМІНАЛІЗАЦІЯ ЧАСТИН МОВИ ЯК ОДИН ЗІ СПОСОБІВ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ

Б. С. Вітікова

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна Зінаїда Володимирівна

За останні декілька років німецька мова змінилася і залишається у стані постійного розвитку, з'являється нова лексика, деякі слова поступово зникають, інші з'являються. Практики та теоретики зосереджують свою увагу на вивченні перекладацького процесу, а саме проблемі трансформацій. На думку науковця

В. Н. Комісарова, перекладацькі трансформації в залежності від характеру перетворень поділяються на лексичні (перекладацька транскрипція, транслітерація та перекладацьке калькування), граматичні (дослівний переклад, членування речень, об'єднання речень та граматичні заміни), морфолого-категорійні (номіналізація) та лексико-граматичні (прийом антонімічного перекладу, прийом описового перекладу та прийом компенсації) [2]. Надзвичайно активним у перекладацькому суспільстві став процес номіналізації різних частин мови. Це така морфолого-категорійна трансформація, внаслідок якої в перекладеному реченні збільшується кількість іменних форм у порівнянні з оригінальним реченням і, відповідно, зменшується кількість дієслівних форм [1].

Номіналізація можлива у тому випадку, якщо утворюються похідні слова за моделлю «твірна дієслівна основа + -er», але в такому разі здійснюються лексичні та семантичні зміни і тоді це несе у собі другорядний характер. Результатом семантичної номіналізації предикативних словосполучень з дієсловом-зв'язкою *sein* є творення складних слів з другим компонентом *sein*. Цей процес потребує пояснення мовного механізму номіналізації стандартних предикативних сполучень, максимально простих, зручних і компактних.

Складні слова з другим частотним компонентом *sein* уособлюють «подвійну» номіналізацію, при якій називається безособова форма дієслова (Partizip II), що остаточно втрачає свої дієслівні якості, а також особова форма дієслова *sein*. Іноді процес подібної «подвійної» номіналізації трапляється безпосередньо у складі мовного вислову: *Die Autorin war ergriffen von ihrem Gegenstand und dieses Ergriffensein überträgt sich auf den Leser* – (укр. переклад) *Авторка була схвильована проблематикою свого твору, і ця схвильованість передається читачеві* [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що номіналізація частин мови у німецькій є не лише одним із способів мовної економії, але і уможлиблює лаконічність висловлювання.

Література:

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Застосування трансформації номіналізації структури речення при перекладі / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2001. – 303 с.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – М. : Изд-во “ЭТС”, 2000. – 424 с.
3. Труднощі перекладу засобів мовної економії з німецької на російську мову [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://knowledge.allbest.ru/languages/3c0b65625b2ac69a4c53a89421316c26_1.html

ТЕКСТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-НОВИН

Волкова А.Ю.

студентка 3 курсу, ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н.,доц. Беззубова О. О.

Поняття тексту не чітко окреслене в сучасній науці. Під нього можна підвести найрізноманітніші висловлювання, часто не сумірні ні за обсягом, ні за побудовою, ні за способом викладу — від гасла чи прислів'я до монографії або багатотомної епопеї. З одного боку, текст — це будь-яке висловлювання, що складається з одного чи кількох речень, з іншого — таке мовне утворення як повість, роман, епопея. Одне речення або навіть одне слово можна назвати текстом, головною умовою є те, що це речення має бути інформативним, доносити певну інформацію [2].

Основними ознаками тексту, за І. Коваликом, є цілісність, зв'язність, членування, лінійність, інформативність, структурно-смілова завершеність тощо. [1, 32-33].

Завданням новин є донесення інформації, інформування населення. В сучасному суспільстві Інтернет відіграє велику роль у інформуванні населення. Він стає основним каналом в передачі інформації, тому що такий варіант набагато зручніший, а також інтернет-новини є оперативнішими, ніж традиційні засоби масової комунікації. Політичні новини відіграють не менш важливу роль, вони пов'язані з економічним, політичним та культурним життям. Іntenцією цих новин є інформування населення, роз'яснення та оцінка певних подій. Вони допомагають людям сформувати уявлення.

Отже, в новинах дуже важливим є цілісність та зв'язність тексту для правильної подачі події. Членування розбиває теми на субтеми, що допомагає поділити новину на певні підтеми. Лінійність тексту ми розглядаємо як таку категорію, що дає змогу описати бачене (подати якусь проблему) послідовно, в розгортці. Вона тісно пов'язана з категорією континууму, що позначає простір і час. Інформативність це головна ознака новин, повідомлення певних подій. У будь-якому тексті можна вичленити окремі частини, що можуть бути самостійними текстами [1, 41-42].

Література

1. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. / І. М. Кочан. — Київ: Знання, 2008. — 423 с.
2. Мельничайко В. Я. Лінгвістика тексту в шкільному курсі української мови. / В.Я. Мельничайко — К., 1986. — С. 11.

АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНОГО ПАСПОРТУ ПЕРСОНАЖІВ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ

А.Ю. Воробйова

студентка I курсу, група ЛА-81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Демиденко О.П.

Велику кількість інформації про людину можна отримати, аналізуючи її мовлення: вербальне та невербальне. Спілкуючись, люди наче «пред'являють один одному свої комунікативні паспорти», які можуть розповісти про рівень інтелекту людини, її виховання, вік, стать або навіть характер та темперамент. Саме тому дуже важливо навчитися аналізувати поведінку людини у процесі спілкування. Ми вибрали для аналізу роман Михайла Опанасовича Булгакова «Майстер і Маргарита» (главу 1) [1, с. 5-15]. З нашої точки зору цей художній твір є дуже цікавим для дослідження спілкування персонажів, проте ми вирішили сконцентрувати свою увагу саме на персонажі Воланда, оскільки він відіграє досить неоднозначну роль у цьому романі, тому нам цікаво з'ясувати, які тактики та стратегії він використовує для досягнення своїх комунікативних цілей та яку реакцію він викликає у своїх партнерів по спілкуванню.

У процесі спілкування, яке відбувалося на Патріарших ставках, Воланд володіє ініціативою, з того часу як несподівано перервав розмову Берліоза та Бездомного (*Даруйте мені, будь ласка, – заговорив прихोдець з чужинецькою вимовою, хоч і не калічачи слів, – що я, не будиши знайомий, важусь... але об'єкт вашої вченої бесіди такий цікавий, що...*), літератори не знають, як ставитися до нового гостя у їх розмові, тому не борються за комунікативну ініціативу.

Комунікативною метою Воланда є намір змусити своїх співрозмовників змінити свою думку, переконати їх, що Ісус існує (*Майте на увазі, що Ісус таки існував, – каже Воланд*). У ході спілкування не досягає поставленої мети, бо Берліоз та Бездомний обстоюють свою точку зору (*ми поважаємо ваші великі знання, але саме в цьому питанні дотримуємося іншого погляду*).

Провівши аналіз каналів комунікації, ми дійшли висновку, що провідним каналом є звуковий, який реалізується в прямій, безпосередній розмові персонажів «обличчям до обличчя». Супровідними є засоби візуального каналу – жести, міміка, вирази обличчя (*поблажливо посміхнувся, примружився, на руків'я тростини поклав руки, а на них підборіддя; оглянувшись і приглушивши свій низький голос*).

Комунікативну стратегію Воланда можна визначити як розвідувально-наступальну, він намагається переконати співрозмовників пристати до його

думки, наводячи різні аргументи та ставлячи питання (*Але ось яка річ мене непокоїть: якщо Бога немає, то, дозвольте спитати, хто ж керує життям людським та усім взагалі ладом на землі?; Але, дозвольте вас запитати, – після тривожної задуми мовив закордонний гість, – як же бути з доказами існування Божого, що їх, як відомо, є рівно п'ять?; Цеглина ні сіло ні впало, – значливо урвав його невідомець, – нікому й ніколи на голову не валиться. Зокрема ж вам, можу вас запевнити, вона аж ніяк не загрожує. Ви помрете іншою смертю*).

Для досягнення своєї комунікативної мети Воланд застосує ряд тактик:

- тактику неочікуваних питань (*Прошу і мені вибачити, але це так. Хочеться запитати вас, що ви робитимете сьогодні увечері?*);
- тактику риторичних питань (*Але ось яка річ мене непокоїть: якщо Бога немає, то, дозвольте спитати, хто ж керує життям людським та усім взагалі ладом на землі?*);
- тактику ввічливості (*Ви хочете палити, як я бачу? – несподівано звернувся до Бездомного незнайомий. – Вам які до вподоби?*).

Таким чином, можна зробити висновок, що комунікативні позиції Воланда як ініціатора спілкування виглядають сильнішими як на початку, так і впродовж всієї комунікації. Не дивлячись на це, він все ж не досягає мети спілкування та не переконує своїх співрозмовників у тому, що Бог існує.

Література:

1. Булгаков М. О. Майстер і Маргарита. Роман / Переклад з рос. М. А. Білоруса / М. О. Булгаков. – Харків : Фоліо, 2006. – 415 с.

СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Ганжа О. І.

Студентка 2 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н, доц. Ткачик О.В.

Зі зміною ціннісних орієнтирів, змінюється і мовленнєві та мовні процеси, що набувають нового і нового характеру. Важко оцінити ці зміни, зокрема, якщо говорити про таке явище мови як сленг. В наш час жаргон використовується всюди: незалежно від соціального стану, віку, місця та обстановки. Даний тип спілкування ви можете почути не тільки в повсякденному житті, але й в публічному мовленні, художній літературі, засобах масової інформації.

Сленг досі є предметом багатьох аналізів та досліджень лінгвістів. Залучення лексики, яка виходить за рамки літературної мови, є цікавим явищем

в публіцистиці як англомовних, так і українських видань. Слід звернути увагу, що термін “сленг” частіше вживається в англійській мові, проте останнім часом він активно використовується і в українській. Але, на мою думку, досі побутує негативне, заперечне ставлення до сленгу як брутального явища лексико-семантичної системи мови, що не має права на вивчення та відповідну лексикографічну фіксацію. «Жаргон вбиває думку, відучує думати його завзятих шанувальників» - пише сучасний філолог Л. І. Скворцов [1, 1996, с. 189]. Проте існування різноманітних діалектизмів, сленгізмів тощо доводить, що мова залишається динамічною системою, яка постійно живе і розвивається. Тема даної роботи полягає в дослідженні особливостей англомовного сленгу, а також ознайомлення та загальним та спеціальним сленгом.

Отже, що таке сленг? У мовознавстві визначення Хомякова В. А. звучить так: “Сленг – це відносно стійкий для певного періоду, широко використовуваний, стилістично маркований (знижений) лексичний пласт (іменники, прикметники і дієслова, що позначають побутові предмети, процеси і ознаки), – компонент експресивного просторіччя, що входить в літературну мову, вельми неоднорідний щодо своїх джерел, міри наближеності до літературного стандарту, володіє пейоративною експресією” [2, с. 43–44].

Інше трактування поняття “сленг” пропонується в “Словнику лінгвістичних термінів” Ахманової О. С.: 1. Сленг – це розмовний варіант професійної мови. 2. Сленг – це елементи розмовного варіанту тієї або іншої професійної або соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову або взагалі в мову людей, що не мають прямого відношення до даної групи осіб, набувають в цих мовах особливого емоційно-експресивного забарвлення [3, с. 419].

Дослідники сленгу студентів Каліфорнійського політехнічного університету наголошують, що сленг частіше використовується у колі друзів, близьких чи знайомих. Використання сленгу з випадковими знайомими або незнайомцями може привести до осудження і тому не схвалюється. Крім цього, на думку вчених, використання сленгу у колі друзів надає словам особливих, зрозумілих тільки для членів групи значень, які не можна зустріти в жодному словнику.

В. Г. Вілюман [5, с. 47], займався проблемою сленга, сформулював деякі його важливі особливості. Автор запропонував розрізняти: 1) загальний сленг, тобто, той, що знаходиться за межами літературної мови, загальнозрозумілі та широкоросповсюджені у розмовній мові образні слова та словосполучення емоційно-оцінкового відтінку. Ці слова претендують на новизну та оригінальність в якостях, які виступають синонімами слів та словосполучень

літературної мови; 2) спеціальний сленг, тобто слова та словосполучення того чи іншого професійного, чи-то класового жаргону.

Отже, проблема сленгу є досить актуальною у нас час, адже він відіграє особливо важливу роль у збагачування англійської мови. Сучасний англомовний сленг – надзвичайно багатий пласт лексики, який дає змогу створити неформальну атмосферу у спілкуванні та дати почуття причетності до певної соціальної групи. Сленгові одиниці часто переходять у загальнонаціональну мову і можуть зовсім втратити експресивність. У сленгу весь час виникають нові слова, а інші зникають, або продовжують використовуватися лише в дуже вузьких колективах та групах. Таким чином, ми можемо стверджувати, що англійський студентський сленг та сленг загалом є дуже різноманітним та цікавим для дослідження, адже в ньому присутні запозичення зі сленгів багатьох інших мов.

Література

1. Скворцов Л. І. «Екологія слова, або Поговоримо про культуру російської мови» - М., 1996 – С. 189

2. Хомяков В. А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода : Автореф. дис. канд. филол. наук : 10.02.02 / В. А. Хомяков. – Л., 1980. – С. 43-44.

3. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. / О. С. Ахманова. М. : Энциклопедия, 1976. – С. 419

4. Виллюман В. Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке//Учен. зап. Ленингр. гос. пед. ин-та им. А.И. Герцена, 1955. – Т.III. – С.47-50.

ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЕННЯ МОРФОЛОГІЧНИХ НЕОЛЕКСЕМ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

(на матеріалі суспільно-політичного дискурсу)

О.О. Гладка

студентка 4 курсу, група 431, факультет іноземних мов,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Науковий керівник: доц. Смірнова М.Р.

Незважаючи на давню традицію вивчення поняття неологізму (І. Андрусак, О. Брагіна, О. Земська, В. Лопатін, М. Vouveret та ін.), ще багато питань залишаються остаточно не розв'язаними. Різноманітність мовознавчих поглядів на сутність неологізмів зумовлює дискусії у наукових колах щодо питань їхньої класифікації, визначення критеріїв їхньої мовно-мовленнєвої

природи, їхнього термінологічного апарату, а також засобів і механізмів їхнього творення. Значна увага сучасного мовознавства до аналізу неологічних утворень у площині функціонального та діяльнісного підходів і визначає **актуальність** нашого дослідження. **Основною метою** запропонованої розвідки є комплексний аналіз особливостей творення морфологічних неологізмів сучасної французької мови, вживаних у суспільно-політичному дискурсі.

Аналіз фактичного матеріалу (180 одиниць), відібраного нами методом суцільної вибірки з французьких публіцистичних джерел за останні 10 років (*Le Figaro, Le Monde, 20 Minutes, La Dépêche*), дозволив виокремити, насамперед, три великі групи неологічних утворень, а саме: 1) власне неологізми, або новотвори (134 одиниці – 74 %); 2) семантичні неологізми, або неосемантизми (36 одиниць – 20 %); 3) неологічні словосполучення (10 одиниць – 6 %).

Зупинимося детальніше на власне неологізмах, які призначені для називання нового предмета або явища й представлені однією лексемою. Їх утворено на основі питомих французьких або запозичених з інших мов елементів, відповідно до чого поділяємо їх на дві великі групи: 1) неолексеми (75 одиниць – 56 %) та 2) неологізми-входження (59 одиниць – 44 %).

Основним способом творення неолексем, під якими розуміємо абсолютно нові слова, які виникли на позначення нових предметів і концептів на основі питомих мовних елементів, є словотвірна деривація, завдяки чому вони отримали назву *морфологічні неолексеми*. Загалом словотвірна деривація є основним і регулярним шляхом поповнення лексичного складу будь-якої мови, зокрема французької, на базі вже наявних у мові слів, чим, власне, й вирізняється від інших способів збагачення словникового складу. За О. Селівановою, словотвірна деривація передбачає “породження нового слова на базі твірної або кількох твірних основ шляхом приєднання афіксів, словоскладання, скорочення” [2, с. 114].

Аналіз фактичного матеріалу показав, що неолексеми, вживані в сучасному французькому суспільно-політичному дискурсі, утворено за допомогою таких словотвірних засобів, як: 1) афіксація (44 одиниці – 75 %), 2) телескопія (9 одиниць – 15 %), 3) словоскладання (5 одиниць – 8 %) та 4) абревіація (1 одиниця – 2 %).

Найпродуктивнішим і найбагатшим способом творення неологізмів є **афіксація**, тобто “творення нового слова за допомогою приєднання до твірної основи слова або до слова в цілому афіксів, зокрема префіксів, суфіксів, постфіксів, інфіксів” [2, с. 49]. Неолексеми нашого корпусу побудовано на основі двох типів афіксів, а саме: префіксів та суфіксів, які й визначають два типи афіксальних способів творення неологізмів – префіксальний (35 одиниць –

80 %) та суфіксальний (9 одиниць – 20 %). Вивчення матеріалу дозволило виокремити серед неологізмів, утворених префіксальним способом творення, одиниці, які утворені за допомогою 1) традиційного для французької мови префіксу *dé-* (напр.: *déglobalisation*), та 2) нео-префіксів типу *éco-*, *nano-*, *e-*, *néo-* (напр.: *éco-travail*, *nano-cerveau*, *e-banking*, *néo-raciste*). Щодо суфіксального способу творення неолексем, то, подібно до префіксального, можемо виокремити одиниці, які утворено за допомогою 1) традиційних для французької мови суфіксів типу *-tion*, *-thèque* (напр.: *identification*, *médiathèque*) та 2) нео-суфіксів типу *-phobie*, *-manie*, *-o* (напр.: *xénophobie*, *technomanie*, *texto*).

Друге місце серед способів творення неолексем посідає **телескопія**, під якою розуміють “складання фрагментів двох основ, злиття двох повнозначних слів з подальшим усіченням одного з них або двох” [1, с. 18]. Так зване телескопне слово (*mot-valise*) являє собою формальну й семантичну єдність, напр.: *françafrique* < *français d’Afrique*; *adulescent* < *adulte* + *adolescent*.

На третьому місці знаходиться **словоскладання**, яке витлумачують як морфологічний спосіб творення складних слів, у результаті чого вони набувають цілісного написання (разом або через дефіс), нового граматичного статусу, переважно незалежного від граматичних ознак твірних слів або граматично стрижневого слова у мотиваційному сполученні, одного головного наголосу й іноді нового морфологічного вигляду [2, с. 560–561], напр.: *malvoyant* < *mal* + *voyant*, *barquette-caisse* < *barquette* + *caisse*.

За допомогою четвертого способу творення **абрєвіації** – “морфологічного способу творення слів шляхом усічення простого або компонентів складного слова чи елементів твірного словосполучення до звуків і букв, складів та інших фрагментів слів” [2, с. 8]) – утворено лише 1 неологізм (2 %), а саме: *provoc’* < *provocateur*.

Отже, морфологічні неолексеми сучасної французької мови, які вживаються у суспільно-політичному дискурсі, призначені для називання нового предмета або явища. Основним способом їхнього творення є афіксація, завдяки якій вони швидко поширюються у мові. Поряд з окресленим типом серед власне неолексем, значне місце посідають неологізми-входження, зумовлені перманентними міжмовними контактами й глобалізацією всесвіту, детальний аналіз творення яких визначає перспективу нашого дослідження.

Література:

1. Борисенко И.И. Телескопия в современном английском языке / И.И. Борисенко // Вопросы языковой структуры. – Киев: Киев. гос. пед. ин-т иностр. яз., 1976. – С. 17–21.

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

МОДЕЛІ ВАЛЕНТНОСТІ

А.С. Горецька

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Валентність як окрема теорія в мовознавстві виникла в 40-х роках ХХ століття завдяки відомому французькому структуралісту Л.Теньєру, який запозичив цей термін з хімії [3]. Варто зазначити, що французький лінгвіст поняття «валентності» пов'язував лише з дієсловами, а саме з їх можливістю вступати у зв'язки з іншими членами словосполучення для побудови граматично та логічно завершеної думки. Довгий час теорія валентності асоціювалася лише з дієсловом, яке є ядром речення. Проте, з часом все більше науковців, тим паче вітчизняних почали проявляти зацікавленість цим питанням.

У радянському суспільстві широке застосування валентності пов'язують з ім'ям відомого лінгвіста С.Д. Кацнельсона, на думку якого : «валентність – це здатність слова певним чином реалізовуватися і реченні і вступати у визначенні комбінації з іншими словами» [3]. Проте, найширше поняття валентності презентує В.Г. Адмоні, який наголошує на тому, що «валентність є потенційною сполучуваністю та притаманна будь-якій частині мови» [1:82]. Більшість лінгвістів, які досліджували питання валентності умовно поділяють її на три головні групи [2]:

- Логічна
- Синтаксична
- Семантична

Під *логічною валентністю* розуміють співвідношення явищ дійсності, які можуть бути сформульовані як відомі структури висловлювання; це логічні предикати з певною кількістю порожніх клітинок-аргументів.

Вирішальним фактором *семантичної валентності* є те, що дієслова потребують певних контекстуальних партнерів з ознаками значення, що ж до інших контекстуальних партнерів з іншими ознаками, то вони виключаються. Даний тип валентності регулюється «поєднанням» або «не поєднанням» ознак значення дієслова та його учасників. Наприклад неможливо сказати *ich fresse*

einen Salat, оскільки дієслово *fressen* – їсти вживається лише у співвідношенні до тварин.

Щодо *синтаксичної валентності*, мається на увазі обов'язкове чи факультативне заповнення «пустих клітинок» визначеною кількістю й видом учасників. Наприклад німецьке речення «*Ich interessiere mich für Sport*» буде правильним та повним лише при наявності усіх компонентів.

Отже, важливе місце в лінгвістичних дослідженнях займає питання валентності саме дієслова як домінуючого члена речення, проте не залишається поза увагою сполучуваність таких частин мови як іменник, прикметник та інші.

Література

1. Адмони В. Г. Теоретическая грамматика немецкого языка : Строй современного немецкого языка / В. Г. Адмони. – М. : Просвещение, 1988. – 654 с.

2. Боговик О. А. Підходи до визначення категорії валентності. Аналіз студій вітчизняних та зарубіжних учених, присвячених дослідженню категорії валентності [Електронний ресурс] / О. А. Боговик – Режим доступу до ресурсу: file:///C:/Users/Alisa/Downloads/Sdzif_2011_9_8.pdf.

3. Декало О. О. Теорія валентності у сучасній німецькій мові [Електронний ресурс] / О. О. Декало // Вісник Житомирського державного університету. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://eprints.zu.edu.ua/7432/1/60_45.pdf.

ФУНКЦІОНУВАННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ЛЕКСИКИ В ХУДОЖНЬОМУ СТИЛІ (на матеріалі перекладу серіалу *The Big Bang Theory*)

О.С. Дворник

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Матковська Г.О.

Наразі термінологічні одиниці проникають не лише у наукові трактати і технічні тексти, але й також використовуються у нехарактерному для них середовищі функціонування – художніх творах. Все частіше автори залучають до художнього тексту терміни не тільки для опису певних наукових явищ, предметів технічних галузей знань, але й для вираження характеристик героя, його уподобань та занять [1]. В художніх творах, окрім своєї головної функції – номінації предметів, процесів та явищ, термінологічна лексика може виконувати цілу низку інших:

1. Створення особливого «наукового колориту»;
2. Створення мовленнєвої та портретної характеристики;
3. Комічну функцію [2, с. 8].

Функцію створення особливого «наукового колориту» в серіалі *The Big Bang Theory* забезпечують назви епізодів. Заголовки серій зазвичай складні за своєю структурою, включають в себе терміни, які:

- позначають явища наукового характеру (*The Physic Vortex; The Big Bran Hypothesis; The Lunar Excitation; The Staircase Implementation*);
- посилаються на вчених (*The Einstein Approximation; The Euclid Alternative; The Bozeman Reaction*);
- позначають науково-технічне обладнання (*The Large Hadron Collision; The Transporter Malfunction; The Gyroscopic Collapse*).

Назви епізодів, як правило, мають певний підтекст: події повсякденного життя автори сценарію називають науковими явищами (*The Dumpling Paradox; The Birthday Synchronicity; The Batchelor Party Corrosion*). Таким чином, ми бачимо, що соціальна сфера в серіалі розвивається за законами науки, а життєві події піддаються поясненню з точки зору фізики, біології, психології тощо.

Функцію створення портретної характеристики забезпечують ті терміни, які зустрічаються в мовлення героїв, що значною мірою дозволяє охарактеризувати мовця. По темпу мовлення, структурі висловлювань та, звичайно, по словниковому запасу, ми можемо віднести персонажа до того чи іншого соціального класу, рівня освіти та сфери діяльності.

Комічну функцію, яку забезпечують терміни в аналізованому серіалі, можна простежити на прикладі діалогів героїв.

Приклад 1.

So Penny's a little messy (Leonard Hofstadter).

*A little messy? **The Mandelbrot set of complex numbers** is a little messy* (Sheldon Cooper s01e02) [3].

У Пенні невеличкий безлад (Леонард Хофстедтер).

*Невеличкий безлад? **Формула Мандельброта** усього лише купка цифр, якщо це невеличкий безлад* (Шелдон Купер s01e02) [4].

В прикладі ми можемо побачити, що Шелдон використовує термін (***The Mandelbrot set of complex numbers***) для порівняння з безладом в квартирі Пенні. Формула Мандельброта, також відома як множина Мандельброта, має велику кількість точок C на комплексній площині [5]. Таким чином, герой серіалу використав цей фізичний термін, аби порівняти безліч розкиданих речей в помешканні Пенні з множиною комплексних чисел в формулі Мандельборна. В

цьому прикладі функція створення комічного ефекту реалізується в навмисному поєднанні наукової термінології і розмовних слів.

Підсумовуючи, використання термінів в повсякденному мовленні надає словам героя більшої експресії й створює комічний ефект. Під час використання у художніх творах, термін втрачає свої специфічні ознаки, набуваючи додаткових. У новому стильовому контексті термін, неемоційний за своєю природою, може розвивати емоційно-експресивні відтінки і конотації. Термінологічні слова також слугують для яскравої передачі думки та створення оригінального художнього образу.

Література

1. Грицай І. С. Функціонування технічних термінів у текстах художнього стилю [Електронний ресурс] / І. С. Грицай // Вестник. Наука и практика – Режим доступу до ресурсу: <http://xn--e1aajfpcds8ay4h.com.ua/pages/view/178>.
2. Панаєва Є. В. Функции специальной лексики в художественном тексте: На материале произведений М.А. Булгакова : дис. канд. філ. наук : 10.02.01 / Панаєва Є. В. – Москва, 2005. – 189 с.
3. Series 01 Episode 02 – The Big Bran Hypothesis [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bigbangtrans.wordpress.com/series-1-episode-2-the-big-bran-hypothesis>.
4. Теорія великого вибуху (Сезон 1) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uaserials.pro/123-teorya-velikogo-vibuhu-sezon-1.html>.
5. Множество Мандельброта [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://elementy.ru/posters/fractals/Mandelbrot>.

ЗАВДАННЯ МОРФОЛОГІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ ГРАМАТИКИ

А. С. Дебела

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Грамматика – це наука, вчення про її об'єкт, розділ мовознавства, що вивчає закономірності та особливості будови і форми слів, словосполучень, речень та тексту. Грамматика об'єднує в одну систему словотвір, синтаксис та морфологію [1].

Морфологія – розділ граматики, який вивчає явища, що характеризують граматичну природу слова як граматичної одиниці мови, а також вчення про будову та частини мови, граматичні категорії та систему їх словозміни [2].

Морфологія як наука передбачає розв'язання таких завдань: визначення принципів розчленування лексем на словоформи та об'єднання словоформ у лексеми; з'ясування частини семантики слова як морфологічної; обґрунтування переліку морфологічних категорій та їхньої природи; опису сукупності формальних засобів, закріплених за відповідними частинами мови та їхніми морфологічними категоріями [3].

Основна одиниця морфології – частина мови. Також морфологія вивчає одиниці, які менші за слово – корінь слова, префікси, суфікси, закінчення тощо. Це є мінімальними одиницями морфології. За допомогою цих одиниць можуть відбуватися зміни форми слів та перехід слова з однієї частини мови в іншу. Наприклад, шляхом додавання суфікса *-heit* прикметник перетворюється на іменник:

gesund («здоровий») – *die Gesundheit* («здоров'я»);

schön («гарний») – *die Schönheit* («краса»).

Також словозміни можуть виникати під час поєднання слів у речення. У цьому випадку важливу роль відіграють морфологічні категорії: рід, число, відмінок, час, особа тощо. Наприклад:

Das Mädchen schenkt dem Lernen der Sprachen eine große Aufmerksamkeit.

(«Дівчина приділяє вивченню мов велику увагу»).

У наведеному прикладі ми можемо спостерігати зміни за такими морфологічними категоріями: особа (*schenken* – *schenkt*), число (*die Sprache* – *die Sprachen*), рід (*groß* – *große*).

Отже, завданням морфології є вивчення та класифікація слова за частинами мови, вивчення здатності слів до словозмін та аналіз морфологічних категорій.

Література:

1. Горпинич В.О. Морфологія української мови: підручник [Електронний ресурс]/ В. О. Горпинич. – Київ: Академія, 2004. – 335 с. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0009511>

2. Морфологія як розділ граматики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://pidruchniki.com/68671/dokumentoznavstvo/morfologiya_rozdil_gramatiki

3. Морфологія як складова частина граматичної будови мови. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.com.ua/1_23782_predmet-morfologii-morfologichni-odinitsi.html

ТИПОЛОГІЧНІ ОЗНАКИ СТІЙКИХ ДІЄСЛІВНИХ СПОЛУК В ЮРИДИЧНОМУ ДИСКУРСІ

А. А. Дембіцька

студентка 5 курсу, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед. н., доц. Коломієць С. С.

В межах юридичного дискурсу в сучасній англійській мові для вираження процесуального значення поряд з дієсловами широко використовуються стійкі аналітичні одиниці (насамперед дієслівно-іменні сполучення; набагато меншою мірою – поєднання, побудовані за схемою: «дієслово + займенник», «дієслово + прислівник»). При цьому стійкі дієслівні сполуки являють собою різнорідний матеріал за особливостями семантики, походженням і сферами функціонування.

Термін стійка дієслівна сполука (СДС, або вербоїд) В. Г. Гак [2] розглядає як створену на основі обмеженої структурно-семантичної моделі одиницю “вторинної номінації”, яка складається з дієслівного компонента з переосмисленим первинним значенням (зв’язаним значенням) та іменникового компонента, що несе основне смислове навантаження і є необхідним для вираження того чи іншого поняття. Наприклад: *to escalate accusation, to close a transaction, to abrogate a law, to promulgate a law, to commit a crime, to defend the accused, to prove guilt.*

Дослідниця Бойченко Н. О. виділяє наступні типологічні ознаки СДС:

- 1) стійкість, тобто відтворюваність у мовленні та усталеність структурно-семантичної моделі;
- 2) співвіднесеність з єдиною понятійною одиницею;
- 3) перерозподіл функціонального навантаження між компонентами: іменниковий компонент є семантично опорним і визначає тлумачення пов’язаного з ним дієслівного компонента, що є граматичним центром сполуки;
- 4) вторинне зв’язане значення дієслівного компонента;
- 5) вибіркова сполучуваність дієслівного компонента;
- 6) наявність структурно-семантичної моделі, яка здатна відтворюватися: *to commit a crime, forgery, suicide, an offence, a tort, a violation, an act, fraud* (іменники процесуального значення);
- 7) зумовленість стійкості СДС узусом, традицією використання [1].

Стійкість даних сполук є менш жорсткою порівняно зі стійкістю фразеологічних одиниць. Це доводить, що більшість СДС не є власне

фразеологічними одиницями і знаходиться на стику фразеологізмів та вільних словосполучень.

Порівняння вербоїдів з іншими мовними одиницями свідчить, що вони поєднують у собі ознаки вільних словосполучень, фразеологізмів, аналітичних термінів та слів. Це:

- підрядний синтаксичний зв'язок між компонентами (подібно до вільного словосполучення),
- стійкість, цілісність значення, фіксована сполучуваність компонентів, послаблені синтаксичні відношення між ними (подібно до фразеологізму),
- номінативна функція (подібно до терміна і слова),
- відношення між конститuentами як елементами деривата (подібно до слова) [1].

Загалом наявність стійких дієслівних сполук у мові є ознакою її розвиненості у сфері офіційного спілкування. Поліфункціональність СДС зумовлює їх використання у текстах юридичного дискурсу.

Література

1. Бойченко Н. О. Стійкі дієслівні сполуки у публіцистичному тексті: типологічні ознаки та експресивний потенціал: Автореф. дис. ... канд. філол. наук. – К., 2002. – 18 с.
2. Гак В.Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация (Общие вопросы).— М.: Наука, 1977.— С. 45-60.

ТАТЕМАЕ І ХОННЕ ЯК ЗАСАДИ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯПОНЦІВ. ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ

А. І. Демчук

студентка 4 курсу, група ФЛ-46, Інститут комп'ютерних наук та інформаційних технологій,

Національний університет «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Літінська О. Ю.

Татемае (яп. 建前) і *хонне* (яп. 本音) – поняття, які характеризують комунікаційний стиль японців; *татемае* слугує для загального, соціально прийняттого вираження думки і поведінки, що відповідає інтересам інших, натомість *хонне* – для реального, особистісного міркування та наміру, що відповідає власним інтересам. Початково дані концепти формувались для того, щоб надати спілкуванню більш гармонійного та дружнього відтінку і у такий спосіб налагодити контакт зі співрозмовником. Проте в інших культурах, які

незнайомі з *татемае* і *хонне* та особливостями комунікування в Японії, складається протилежне враження, що часто призводить до непорозуміння, можливого упередженого ставлення та конфліктів. Тому, на нашу думку, буде доцільно розглянути уявлення японців про спілкування через призму цих концептів, щоб надалі запобігти розбіжностям в міжкультурній комунікації.

Японці вважають, що манера комунікації та поведінки повинна завжди опиратись на ситуацію, що склалась між комунікантами, та відповідно пристосовуватись. У цьому допоможуть концепт *татемае* і *хонне*.

Суть *татемае* полягає у тому, щоб через лестощі і очікуване реагування на думки та висловлювання свого співрозмовника уникати непорозуміння і конфлікту.

Засновник спілки японських та іноземних працівників в Японії Луї Карлет [2] стверджує, що, незважаючи на непряму форму вираження правди, *татемае* часто ототожнюють з брехнею. Він заявляє, що до цього поняття вдаються і адресат, і адресант, які не озвучують істину, хоч і знають її. І оскільки співрозмовники це усвідомлюють, то своєрідне приховання фактів не вважається брехнею. За нормами японського етикету такий комунікативний акт зумовлений прагненням і небажанням японців різкими висловлюваннями образити співрозмовника. Завжди краще замаскувати правду під оболонкою підхожих та формальних висловлювань, аніж ставити учасників обговорення у скрутне становище; навіть якщо ці висловлювання не відповідають дійсності і всі це розуміють. Тому, спілкуючись з жителями Японії, важливо звертати увагу на невербальний контакт, а саме жести, міміку, інтонацію, пози, завдяки яким можна, за зовнішніми словесними проявами *татемае*, зрозуміти справжні наміри – *хонне*.

Концепт *хонне* – те, що насправді думає людина про ту чи іншу ситуацію; ним послуговуються у випадках, коли комунікація здійснюється між рідними людьми. Проте часто і у спілкуванні зі сім'єю не вдається простежити це явище, особливо, якщо виникають проблеми з роботою або ж зі здоров'ям; аби не тривожити близьких, прагнуть замовчувати правду.

В такому випадку застосовується *татемае*, яке присутнє у формальному (з колегами по роботі, незнайомцями) спілкуванні та у неформальному (в дружніх та сімейних колах). У якості прикладу можна навести відоме японське прислів'я «親しきにも礼儀あり», що означає «навіть в дружбі дотримуйся хороших манер». Такий стиль комунікації, взаємодії викликає несприйняття і критику в представників інших культур, які звинувачують японське суспільство в закритості, стриманості та подекуди нещирості щодо близьких людей. А на

думку японців – навпаки, іноземцям, які фамільярніше відносяться до незнайомих та друзів, часто бракує почуття такту і елементарної вихованості.

Японія - одна з найвідкритіших у світі країн для сприйняття чужих речей та ідей, але досить закрита для спілкування з іноземцями [3, с. 141]. Це також проявляється в одному з правил, яке звучить так: «Завжди слідкуй за тим, що говориш. За єдиним твоїм словом люди можуть здогадатися, про що ти думаєш» [1]. Їм важливо, що про них думають інші, а тому вважають неприпустимим бути відвертими і говорити все, що на думці. Японці намагаються бути ввічливими, тактовними та неупередженими, і ділитись негараздами чи виказувати переживання про щось широким масам (і не тільки) – неестетично і неправильно, а тому і недозволено. Саме тому їх вважають досить закритою, стриманою нацією, і це впливає на їхню комунікацію з іншими народами світу.

На нашу думку, аби уникнути непорозуміння у спілкуванні з японцями, не потрібно робити поспішних висновків, спершу необхідно ознайомитись з культурою свого співрозмовника, врахувати її особливості, стараючись зрозуміти *хонне-татамае*, а тоді шукати підхід, який врахує і буде відповідати інтересам обох комунікантів.

Література

1. Соун Х. “Двадцять одно правило господина Соуна” [Електронний ресурс] / Ходзё Соун – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.calameo.com/read/0051437303f7f2d438eb2>.
2. Carlet, L. (2011, November 15). Tatemaе as truth, culture clashes and Arudou’s dangerous myth, Tatemaе, a type of truth, not lie. The Japan Times. Retrieved from <http://www.japantimes.co.jp/community/2011/11/15/voices/tatemaе-as-truth-culture-clashes-and-arudou-dangerous-myth/#.UqSeI2 QW3eN>
3. Suzuki, Takao (1987) Reflections on Japanese Language and Culture. Tokyo: Keio Univ, 141 p.

МЕТАФОРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЗДІЙСНЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

А.В. Деркач

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Усик Г.М.

Актуальність теми полягає в тому, що метафора є одним із способів пізнання дійсності, продуктом розумової діяльності людини, який все частіше використовується в публічних виступах політиків з метою здійснення впливу

на широкі маси. Ключовим моментом є переконання – інтерактивний комунікативний процес, під час якого головною метою відправника повідомлення є здійснення впливу на світогляд, ставлення та поведінку одержувача повідомлення, яке має відповідати його потребам [1, с. 29]. У політиці цей вплив реалізується через застосування стратегії персуазивності, тобто цілеспрямованого використання вербальних та невербальних засобів з метою переконати слухачів перейняти погляди та ідеї мовця.

За останні роки помітною стає частота використання політиками яскравих метафор, що може бути пов'язано із бурхливим розвитком суспільства, технологій та розгортанням конфліктних ситуацій на міжнародній арені. Таким чином, кількість праць, присвячених дослідженню проблеми впливу метафор на людську свідомість, неухильно зростає. Нині метафора розглядається як один із найсильніших засобів регулювання настроїв у суспільстві та маніпуляції. Принцип її використання полягає в тому, що асоціації, які з'являються у свідомості людей при перенесенні ознак одного предмета чи явища на інші, дуже стійкі та водночас сильно впливають на формування думки та ставлення стосовно того чи іншого явища або суб'єкта. Метафори є політичним інструментом для пояснення складних понять шляхом їх порівняння з більш простими образами, доступними для широких мас, таким чином викликаючи позитивне чи негативне сприйняття.

У сучасній лінгвістиці метафора є дуже поширеним явищем, вивченням якого займалися багато вчених: Дж. Лакофф, А.Н. Баранов, М. Джонсон, Г.Н. Склярєвська, Ю.Н. Караулов тощо. Тому існує багато підходів до класифікації метафор. Наприклад, за структурою метафори бувають прості, складні та складені; за змістом – гіперболічна метафора, літота, персоніфікація, опредметнення, синестезія, метафора-символ, алегорія. Якщо розглядати метафору з точки зору морфології, то бувають іменникові, прикметникові та дієслівні метафори. Проте у нашому дослідженні ми зосередили увагу на найбільш поширених семантичних групах метафор.

У результаті аналізу політичних промов було виявлено декілька семантичних груп метафор, які найчастіше використовуються у мовленні політиків: пов'язані з частинами тіла - *lifeblood of the economy* (основа економіки); *the steel in America's spine* (сила духу американців); *cross my fingers* (схрещувати пальці); *bring us to our knees* (поставити нас на коліна); *beating heart* (основа чогось); на позначення війни – *the fight is far from over* (справу не завершено); *enemies of freedom* (вороги свободи); знищення – *broken country* (приречена країна); *to crash the economy* (знищити економіку); релігійні метафори - *spirit of solemn remembrance* (священна пам'ять); *evil comes in many*

forms (зло має багато облич); стихійні явища - *a new tide of optimism* (нова хвиля оптимізму); *to endure floods and fires and storms* (переживати важкі часи); *avalanche of immigrants* (хвиля емігрантів); *media firestorm* (широке висвітлення в ЗМІ); з елементами будови - *to go through the roof* (злетіти до небес); *underpinning of prosperity* (основа процвітання); *laying the groundwork foundation of the wealth* (закладати основу для добробуту); медичні метафори - *chronic under-funding* (постійна нестача фінансування); *economic recovery* (відновлення економіки).

Таким чином, використання образних висловів у політичних промовах відіграє все більшу роль у процесі здійснення персуазивного впливу, адже маніпулятивна функція метафори допомагає привернути увагу слухачів, встановити з ними емоційний контакт, заручитися підтримкою та стимулювати до певних дій. До того ж, через створення потрібного настрою стає простіше об'єднати людей під своїм керівництвом.

Література

1. Стецик Т. С. Лінгвопрагматика стратегії персуазивності в дебатах і промовах сучасних американських політиків: дисертація. - Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича, 2016. – С. 262.

2. Шелкова К. А. Метафора як основний засіб переконання електорату та впливу на суспільну думку в промовах політиків Дніпропетровщини / К. А. Шелкова // Лінгвістичні дослідження. - 2013. - Вип. 36. - С. 223-230. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2013_36_40.

МАНГА ЯК СУБ'ЄКТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

С.П. Дзядик

студент 4-го курсу, група ФЛ-46, факультет філології

Національний університет «Львівська Політехніка»

Науковий керівник: викл. Трущак В.І.

Манга – оригінальний вид коміксів, що зародився в Японії [1, 4-5] – одна з тих речей, що викликають чіткі асоціації з країною сонячного сходу. Існують певні особливості манги, які виділяють її на фоні інших популярних «історій в картинках»: чорно-білий стиль, читання справа наліво, широке вживання ономапоєї і інших унікальних візуальних ефектів. Манга, в основному, класифікується по цільовій аудиторії, хоча практично всю мангу в Японії активно читають і обожають люди різного віку. Сьогодні японські комікси – це міжкультурний феномен, що містить яскраво виражене коло проблем,

найчастіше пов'язаних з комунікацією, які, однак, по невизначеним причинам не є популярними об'єктами досліджень науковців.

Періодичною публікацією і видавництвом манги займаються спеціальні корпорації, які випускають її в щотижневих і щомісячних журналах. Один з найпопулярніших таких журналів – Weekly Shōnen Jump, що спеціалізується на сьонені. Манга, яка виходила в ньому в 70-80-х роках, стала однією з найперших в США і Європі. Успіх в цих регіонах здебільшого забезпечений популяризацією аніме, що досить часто створюється по мотивам манги. Сьогодні в багатьох країнах функціонують видавництва, що займаються офіційним перекладом і дистрибуцією популярних коміксів, а також поширенням культури Японії.

Визначним фактором того, що манга здобула феноменальну славу в західному світі, стала її доступність. Людей, особливо дітей і підлітків, захоплювали яскрава стилістика і приваблива тематика японських коміксів. Вони містили все необхідне для зацікавлення читачів, що існувало в класичній західній поп-культурі – а саме, звеличчування позитивних якостей людини, таких як справедливість, цілеспрямованість, відданість, любов, зображення вічної конфронтації добра і зла тощо. З часом манга досягла розмахів літератури в якості засобу розкриття гостросоціальних тем. Читачі з різних країн отримали змогу ознайомитись з оригінальним поглядом японців на глобальні проблеми людства.

Гучну славу манга може завдячувати ще й тому, що втілює в собі багатовікову культуру Японії. Мангаки стараються не тільки зруйнувати або висміяти різноманітні стереотипи про японців, а й помістити в свою роботу якомога більше маловідомих фактів про власну культуру – те, чим кожен японець безмежно пишається. Звісно, певні особливості манги, які мають корені в японській мові, міфології чи традиціях, досить важко передати при перекладі. Це може бути і виконання релігійних обрядів, і мотивація вчинків окремих персонажів, і навіть посилення до класичних творів літератури. Особливо важко адаптувати гру слів і специфічні граматичні засоби, такі як авторське читання ієрогліфів. Прикладом цього є запис фуріганою імен двох братів над ієрогліфами, які позначають «братів» (старшого і молодшого відповідно), але канонічно мають інше читання, в оригінальній назві 25-го тому манги «Naruto»:
イタチ サスケ
兄と弟, Itachi to Sasuke, *Itachi i Casuke* [3]. Іноземні видавництва, зокрема VIZ Media, відшукали досить зручний спосіб передачі подібних культурних нюансів через повчальні статті, що ознайомлюють читачів з цікавими фактами про японську реальність, поміщаючи їх у власні щотижневі випуски манги, які виходять практично одночасно з журналами в Японії.

Сьогодні культура манги надзвичайно популярна. Найвідоміший японський комікс «One Piece» авторства Ейтіро Оди зі світовим тиражем в 455 мільйонів копій є третім найбільш комерційно успішним коміксом в світі зразу після «Супермена» і «Бетмена» [2]. Існує величезна кількість міжнародних спільнот прихильників манги. Фанати японських коміксів з різних країн світу мають змогу спілкуватись між собою на улюблену тему з допомогою численних онлайн-ресурсів і організованих масових зустрічей, серед яких соціальні мережі, фанатські сайти, тематичні фестивалі і комік-кони.

Незважаючи на позитивний розвиток феномену манги, її популярність привела до виникнення низки своєрідних проблем. До них можна віднести створення і розповсюдження нових стереотипів про японську культуру, феномен віабу (коли люди неамериканського походження починають відносити себе до японської культури чи вживати в своєму мовленні недоречні японські слова і вирази), а також різноманітні залежності і манії. Однак найбільш актуальною, особливо для японських видавництв, є проблема піратства – незаконного поширення манги в Інтернеті чи навіть нелегального продажу. Звісно, існує усвідомлення, що саме піратство так чи інакше вплинуло на популяризацію манги, а тому в Японії зростає тенденція полегшення доступу до японських коміксів для іноземних фанатів. Так, журнали Weekly Shōnen Jump і Shōnen Jump+, що входять до компанії Shueisha, запустили в січні 2019-го року глобальний проект MANGA Plus – безкоштовний додаток для читання випусків манги на англійській мові в день її офіційного виходу в Японії [4]. Окрім цього, для покращення міжнародної комунікації організовуються інтернаціональні конкурси манги, де переможці мають шанси на публікацію власної історії в японському журналі.

Загалом, за десятки років свого існування японські комікси посіли почесне місце в світовій культурі і прямують до нових висот. Манга об'єднує людей зі всіх куточків планети і, безсумнівно, допомагає змінювати наш світ на краще, а тому актуальні проблеми манги ігнорувати не варто. Можливими шляхами їх вирішення є курс дослідників коміксів і перекладачів з японської мови на усунення або зменшення мовного бар'єру, а також посиленна увага до обговорення манги на різноманітних інтернет-ресурсах.

Література

1. John A Lent. *Illustrating Asia : comics, humor magazines, and picture books* / John A Lent. – Honolulu: University of Hawai'i Press, 2001.
2. List of best-selling comic series [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_comic_series.

」、ジャンプコミックス、2004 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.amazon.co.jp/NARUTO-ナルト-25-ジャンプコミックス-岸本/dp/4088736796>.

4. Shueisha Announces New Global Simulpub Service, MANGA Plus [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://comicbook.com/anime/2019/01/28/shueisha-manga-plus-read-global-service/>.

ВАРІАТИВНІСТЬ НАЗВ НІМЕЦЬКИХ СПОРТИВНИХ КЛУБІВ

І.С. Добродомова

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Федеративна Республіка Німеччини є країною, де фізична культура і спорт знайшли широкий розвиток на основі спортивних традицій німецького народу [1]. Більше ніж 86000 спортивних клубів та команд об'єднані в Асоціацію німецької спортивної федерації. Майже кожен четвертий громадянин Німеччини є членом спортивного клубу. Спорт в Німеччині володіє унікальною рисою – він автономний та незалежний. Спортивні організації керують своїми справами самостійно, держава втручається тільки тоді, коли спортивна організація потребує спонсорської підтримки. Робота в партнерстві із спортивними організаціями є основоположним принципом державної політики в області спорту. Головною спортивною організацією є Федерація спорту Німеччини (DSB), яка складається з 16 регіональних спортивних федерацій і численних професійних асоціацій. Наймасовішим членом Федерації в Німеччині на сьогоднішній день є футбольний союз, який має близько 5,8 млн. учасників. Такі види спорту, як : теніс, гольф, хокей, баскетбол, набирають все більше і більше послідовників [3].

Отже, мета дослідження – дізнатися якомога більше цікавої та корисної інформації про спорт в Німеччині, а також дослідити варіативність назв німецьких спортивних клубів.

Дослідження досягнень в спорті почнемо із такої дисципліни, як *футбол*.

У 1875 році перше турне в німецькому державі вчинила Оксфордська футбольна команда, а в 1900 році силами професора Хюппе був створений Загальнонімецький футбольний союз. Він зауважив: «Мабуть, вже було кого об'єднувати». Втім, професійна Рейхсліга активно почала розвиватися на піку підйому фашизму з 1932 р. А вже із 1904 року Німецький футбольний союз

автоматично став членом ФІФА, вже в 1954 році Німеччина стала членом УЄФА [2].

Немає ніяких сумнівів в тому, що футбол є найвідомішим і найпопулярнішим видом спорту в Німеччині. Не менш важливу роль в нашому дослідженні спорту Німеччини відіграють такі види спорту, як : автоспорт, гандбол, хокей, велоспорт, теніс, легка атлетика, плавання та біатлон. Саме ці види спорту є найпопулярнішими в ФРН. Особлива цікава їхня історія походження і розвитку саме на території Німецької федерації. Як сказав колись відомий вчений Гіппократ : «Причина мого провалу очевидна: я мало тренувався. І, крім того, я мало тренувався. І ще – я мало тренувався. Це якщо так, коротенько» [4]. Саме під цим лозунгом німці ставлять собі мету та досягають її (це саме те, що стосується спорту).

Як ще цікаво, то Німеччина є однією з провідних країн у світі *автоспорту*. Враховуючи наведені теоретичні знання про спорт у Федеративній Республіці Німеччини, то можемо зробити певні висновки, стосовно розвитку та історії спорту на федеративних землях країни :

1. Спорт в країні інтенсивно розвивається, і за моїми власними підрахунками і дослідями, вірогідність того, що Німеччина посяде перше місце в світі по досягненнях в спорті сягає – 94, 3 %.

2. Німеччина вважається заможною державою, тому дорогі види спорту також швидко розвиваються в країні. Наприклад : гольф та автоспорт.

3. Щорічно число людей, що займаються спортом збільшується на 5 – 6 %. Це позитивні спостереження у сфері спорту.

Цікавим з точки зору є **варіативність назв спортивних клубів Німеччини**. Те, що в українській мові називається «клубом», в німецькій мові може звучати принаймні у шести проаналізованих нами варіантах. Наведемо приклади:

- *Deutscher Fussballbund*
- *Deutscher Aplenverein*
- *Deutscher Leichtathletik-Verband*
- *Lebens-Rettungs-Gesellschaft*
- *Deutsche Handballgemeinschaft*
- *Sportliche Jugendallianz*

Загалом варто відмітити, що високий розвиток фізичної культури для Німеччини є величезним досягненням. В плані спорту Німеччина домоглася неймовірних успіхів, адже багато світових багаторазових чемпіонів родом саме звідти. Населення проявляє не тільки пасивний величезний інтерес до спорту під виглядом вболівальників, але і активний, вступаючи у всілякі спортивні

клуби або секції. Спорт в Німеччині охоплює величезну кількість секцій фізичного виховання. Проте найпопулярнішим видом спорту, за нашим дослідженням, виявляється футбол.

Література:

1. Спорт і культура – Федеративна Республіка Німеччини [Електронний ресурс] / архив студенческих работ Sport and Culture. – 2017 – 2018 – Режим доступу: https://vuzlit.ru/1065261/sport_kultura
2. Краткая история футбола в Германии [Електронний ресурс] / BRD History of Football in Germany. – 2018 – Режим доступу: <http://brd.su/sport-v-germanii>
3. Спорт в Германии BRD. Официальный сайт любителей Германии [Електронний ресурс] / Copyright Sport in Germany. – 2018 – Режим доступу: <http://placefound.ru/kratkaya-istoriya-futbola-v-germanii>
4. Топ 10 цитат для мотивації в спорті – Новини спорту Львів Інші види [Електронний ресурс] Galychina sportivna. – 2010 – 2011 – Режим доступу: <http://galsports.com/news/top-10-tsytat-dlya-motyvatsiyi-v-sporti/15206.aspx>

ДІАЛОГІЗМ СУЧАСНОЇ КАРНАВАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

В.А.Дротенко

студентка 4 курсу, група ЯА-41, факультет іноземних мов,

ХНУ імені В.Н.Каразіна

Науковий керівник: к. філол.н. Тарасова С.О.

Світ ХХІ століття неможливо уявити без комічного. Адже, у повсякденному житті ми часто зображуємо певні речі та ситуації у смішному, комічному вигляді, використовуючи жарти, жести, анекдоти та інші засоби. Завдяки розвитку інформаційних технологій, комізм став можливим навіть коли людина залишається на одинці з собою, відвідуючи веб-сайти з мемами, коміксами тощо. Першоджерелом прояву смішного у житті людей є карнавал. Він забезпечує простір для контакту певної групи людей, які взаємодіють у конкретний час та у визначеному місці.

За М.М. Бахтіним карнавальну культуру трактуємо як свято, під час якого основним мотивом для поведінки людей виступає гра або «інверсія двоїчних протиставлень» [1]. Тобто, карнавал – це грайлива поведінка, в основі якої знаходяться емоційні виразні компоненти, що збуджують відчуття торжества та подиву. Глядачі стають учасниками, починають грати, перевтілюючись у виконавців. Ігрова органіка карнавалу, на погляд професора В.О.Самохіної, стоїть на першому місці, вона пов'язана з явищем святковості і розкривається

як можливість особистісної трансценденції, що надає можливість аналізувати свято як специфічне змістовне середовище [2].

Карнавальна культура за своєю природою діалектична. Головною постаттю карнавальної культури є дурень-сміхач, який виконує роль ведучого та актуалізується шляхом діалектичних принципів [3, с.55]. Найголовніший принцип діалектики, що лежить в основі карнавальної культури – принцип взаємозв'язку. Головними учасниками карнавалу стають карнавальні особистості – адресант (сміхач) та адресат (публіка). Сміхач постійно перебуває у діалогічних відносинах з публікою. За В.О.Самохіною, сміховий діалог проходить в умовах комунікативної діяльності, основою якої є гра. Ігровий елемент у комічному діалозі – один з найважливіших у його визначенні. Тобто, комічне завжди змістовне і ґрунтується на протиріччі. Комічне утворюється лише за умови, якщо адресат є співучасником комічної дії, якщо він бере участь у ній, співпереживає разом з адресантом [4, с.3].

Для створення атмосфери комізму, дурень-сміхач використовує вербальні та невербальні методи. У **вербальній сфері** сміхачі передають комічність за допомогою різних фонологічних, синтаксичних засобів та лінгвальних прийомів. Наприклад, відомий стенд-ап комік Біл Мюррей жартує:

'A few decades ago we had Johnny Cash, Bob Hope and Steve Jobs. Now we have no Cash, no Hope and no Jobs.'

[<https://www.telegraph.co.uk/comedy/comedians/funny-jokes/bill-murray/>]

Комік вдається до гри слів. Він проводить паралель між прізвищами видатних людей (*Johnny Cash, Bob Hope and Steve Jobs*), які жили десятки років тому, та тими речами, які за ці десятки років погіршилися (*no Cash, no Hope and no Jobs*).

У **невербальній сфері** дурні-сміхачі користуються мімікою та жестами. Яскравим прикладом невербального спілкування з публікою є творчість мімів та пантомімів. На рис.1 та 2 зображено відомого британського комедійного героя Містера Біна. Це людина, яка любить жартувати та робити капості іншим людям.



Рис. 1

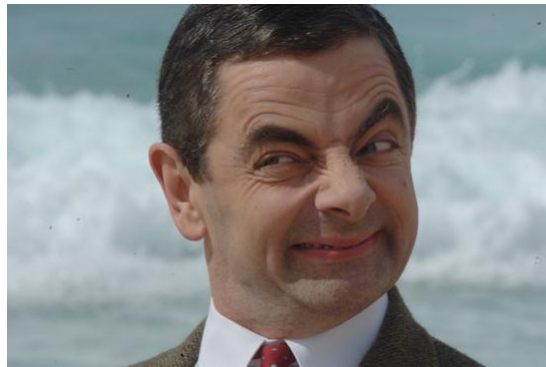


Рис. 2

Хоча Містер Бін майже не розмовляє протягом серій, його зовнішній вигляд завжди викликає сміх публіки, адже його зовнішність гармоніює з його внутрішнім світом. Тобто, він мовчить, але глядачі розуміють його завдяки жестам, діям та виразу обличчя.

Отже, карнавальний діалогізм – це принцип контакту сміхача з публікою, основна мета якого – створити комічний ефект шляхом вербального та невербального спілкування для підняття настрою глядача та осміяння нагальних проблем.

Література

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Москва: Худ.лит, 1965. 527 с.

2. Самохіна В. О. Карнавальне світовідчуття у сучасному номосі // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: Тези доп. XVI наук. конф. з міжнар. участю. 2017. Вип. 16. С.119-120.

3. Тарасова С.О. Дискурсивна особистість дурня-сміхача у карнавальному просторі США та Великої Британії. 2018. С.55.

4. Самохіна В.О. Карнавальний діалогізм сучасного комунікативного простору. 2017. С.3 [<https://www.telegraph.co.uk/comedy/comedians/funny-jokes/bill-murray/>]

ОСОБЛИВОСТІ НОМІНАЦІЇ ЗАКЛАДІВ НІЧНОГО ЖИТТЯ В НІМЕЧЧИНІ

К.І. Дурова

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Нерідко ми сприймаємо жителів Німеччини як сухих і черствих педантів. Але як тільки ви познайомитеся з ними в неформальній обстановці, то напевно переконайтеся в зворотному. Найбільш повно сприяє спілкуванню відвідування закладів, чії двері розчиняються для гостей з настанням темряви.

Нічне життя представлено у великих населених пунктах країни: Берлін, Мюнхен, Гамбург, Кельн і ще кілька міст відомі своїми бурхливими й насиченими культурно-розважальними програмами. Що стосується вартості відвідування клубів, концертів та інших нічних заходів, то і тут Німеччина дивує своєю прийнятною ціновою політикою. Середня вартість відвідування нічного клубу не більше 10 євро (жінкам часто вхід вільний). Середня вартість напоїв: на пиво – 3-4 євро, келих вина – 5-8 євро, коктейлі – 7-12 євро. Дрес-код

навіть в самих гламурних закладах Німеччини досить демократичний. Особливо це помічають російські туристи, які звикли відпочивати в модних закладах російської столиці. Не дивно, але дрес-код полягає в простій відсутності на вас спортивного одягу і аксесуарів, а також в охайному зовнішньому вигляді.

Основна частина нічних клубів працює з півночі до полудня щоп'ятниці та щосуботи, але є заклади, де веселощі тривають до самого понеділка. На кожному танцювальному майданчику своя цільова аудиторія, що віддає перевагу тому чи іншому стилю музики.

В результаті проведеного аналізу було складено рейтинг найцікавіших місць для нічних розваг в Німеччині з точки зору їх **номінативного аспекту**:

Weekend, Берлін

Це клуб, розташований на даху будівлі, відомий далеко за межами Німеччини. Саме тут найчастіше виступають сучасні хаус і техно-зірки, наймодніші ді-джеї. Семантика назви спрямована на налаштування реципієнта на відпочинок у вихідні дні.

Tresor, Берлін

Один з найстаріших клубів німецької столиці є основною платформою техно-руху. Одночасно з появою клубу була заснована звукозаписна компанія Tresor. Тут назва є алюзією і має інтертекстуальний аспект.

Indra, Гамбург

Приїхати до Німеччини і не відвідати заклад, на крихітній сцені якого виступала та сама четвірка Ліверпуля "Бітлз", просто неможливо. У клубі все просякнуте духом минулих часів, ретро-декорації створюють відповідну атмосферу. Назва клубу виходить до імені царя-бога в буддизмі і натякає на потойбічні ефекти від розваг.

Bar Hops & Barley, Берлін

Якраз те саме місце, що володіє власною пивоварнею. Відвідувачам пропонують найсвіжіший сидр, пілз, нефільтроване, темне пиво і сезонні сорти. До пива подають сосиски і хлібні закуски. Така назва бару експліцитно розкриває основний напрямок закладу, адже містить у собі основні елементи пивного напою.

Щоб збагатити нічне життя Берліна є не тільки клуби і бари, але також театри і музеї. Театр і шоу-кабаре дуже популярні: серед театрів в Берліні виділяють, Берлінер Ансамбль (заснував Бертольт Брехт), Schaubühne am Lehniner Platz і Театр Заходу (який пропонує особливо комедії та мюзикли).

Література:

1. omniworld.ru – Ночная жизнь Германии [Електронний ресурс] — 2018. — Режим доступу: http://omniworld.ru/germaniya/nochnaya_zhizn_v_germanii
2. nightlife-cityguide.com – Руководство - Ночная жизнь города [Електронний ресурс] — 2016. — Режим доступу: <http://www.nightlife-cityguide.com/ru>

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ГРУПА «ГРОШІ» В МОЛОДІЖНОМУ СЛЕНГУ (на матеріалі творів С. Жадана)

С. О. Єгорова

*студентка I курсу магістратури, група 08-111М, факультет української
філології та журналістики,
Херсонський державний університет
Науковий керівник: к. філол. н., доц. Мартос С.А.*

Увагу українських і зарубіжних дослідників молодіжного сленгу привертала певні аспекти його мовної оригінальності, способів творення, регіональної специфіки, експресивно-емотивного потенціалу, функційних особливостей у різномісних дискурсах тощо. Особливий інтерес лінгвістів викликає вивчення особливостей реалізації молодіжного сленгу в художньому мовленні (О. Букалов), насамперед – у постмодерному дискурсі, де молодіжний сленг розглядався лише як супроводжувальний, а не центральний предмет аналізу (О. Бабелюк, І. Дегтярьова, А. Загнітко, Г. Сюта, Н. Кондратенко, О. Переломова). Молодіжний сленг у постмодерних прозових творах С. Жадана залишився поза увагою дослідників. Мета нашої розвідки – проаналізувати молодіжні сленгізми лексико-семантичної групи «гроші та грошові відносини», виявлені у творах письменника.

В усіх країнах навколо грошових одиниць створюються сотні жаргонно-сленгових найменувань. У зв'язку з економічними й політичними перетвореннями, ринковими відносинами в сучасному українському суспільстві фрейм «гроші» активізується взагалі й у молодіжному середовищі зокрема.

Сленгізми лексико-семантичної групи «гроші та грошові відносини», зафіксовані у творах С. Жадана, здебільшого реалізують позитивну оцінку. Одиничну сленгову лексему *бабки* «гроші» письменник використовує не часто: *Думаю, бабок у них, все-таки не було* [1, с. 205]; ... *без бабок і жодних занять ...* [1, с. 178]; ... *хуйнули туди купу бабок ...* [2, с. 13]. Сленгові одиниці на позначення загального поняття «гроші» *бабки* і *бабло* вживані в постмодерних

текстах переважно у складі фразеологічних сполучень: *бабки живі* «гроші готівкою» (*Інша річ, якщо працюєш із живими бабками* [4, с. 44]; ... за нього потрібно башляти, *живими бабками* ... [1, с. 189]); *бабки просяджувати* «витратити впусту гроші» (... *бабки просядили, тож тепер не знають, куди їм краще поїхати* ... [4, с. 50]; ... *бабки просяджував* у першому кооперативному гриль-барі ... [1, с. 56]), *бабки викачувати* «вимагати гроші» (*Це однорукий бандит, створений для того, аби викачувати з тебе бабки* [2, с. 172]), *кинути на бабки* «виманити гроші злочинним шляхом, обманути» (... *що кинули тебе на бабки* ... [3, с. 427]), *відмивати бабло* «переводити гроші, зароблені нечесним шляхом, у законні» (... *відмивати бабло, котре проходило через наші рахунки* [3, с. 11]).

Справжня цінність об'єкта реномінації маскується удаваною байдужістю, показною зневагою до грошей. Як зазначає В. Хімік, ефект показової байдужості, сприймання грошей як чогось незначного або несерйозного в одних випадках урівноважується поблажливістю, зменшено-пестливим забарвленням, яка досягається використанням демінутивних суфіксів (*бабулець, лавешка, цуцики*), в інших — супроводжується жартівливо-іронічним «учудненням» за рахунок заміни на іншомовні назви грошей (*піастри, динари*) [5, с. 109].

Із кримінального жаргону в молодіжний сленг, а далі й у жаргонізовану розмовну мову (загальний сленг) потрапила лексема *общак*, яка у кримінальному середовищі мала значення «спільний грошовий фонд, спільна власність злочинного угруповання», а в загальному сленгу вживана зі значенням «спільні гроші», саме із цим значенням вживає її С. Жадан: ... *дістають з общака рештки бабок і купують у скаутів один із ящиків водяри* ... [4, с. 50].

Актуальними в молодіжному середовищі є різноманітні грошові відносини та фінансові операції, наприклад: *башляти* «платити комусь, за щось гроші» (*За таксівку погоджується башляти Вася, він, схоже, вкінець обламався робити бізнес на водярі* ... [20, с. 90]), *бути в долі* «мати свою вигоду зі спільної справи» (*Все нормально, – кажу, – не бійся, – ти теж в долі* [4, с. 120]), *відбити* «повернути гроші» (... *я дам свої гроші, потім відіб'ємо* [3, с. 194]), *влетіти* «отримати фінансові проблеми» (... *з живою грошовою масою, ось тоді краще подумати, інакше де-небудь обов'язково влетиш, це вже без варіантів* [4, с. 44]), *доїти* «витягувати з когось гроші» (*Це брат його постійно доїть* [4, с. 135]), *намутити* «випросити, забрати» (... *що його Коча намутив у котрогось із далекобійників* ... [3, с. 245]), *підняти* «отримувати прибуток, заробити» (... *все-таки він підняв цей бізнес із нуля* [3, с. 76]), *сплавити*

«продати» (... *потім знову їдуть в Росію і купують чотири ящики водяри, так само привозять її назад і так само сплавляють ...* [4, с. 45]).

Перспективи подальшого опрацювання зазначеної проблематики пов'язуємо з характеристикою інших лексико-семантичних груп молодіжного сленгу в постмодерних прозових творах С. Жадана.

Література

1. Жадан С. В. Anarchy in the UKR / С. В. Жадан. – Харків: Фоліо, 2011. – 223 с.
2. Жадан С. В. Біг Мак та інші історії: книга вибраних оповідань / С. В. Жадан. – Харків: Фоліо, 2011. – 314 с.
3. Жадан С. В. Ворошиловград: роман / С. В. Жадан. – Харків: Фоліо, 2011. – 442 с.
4. Жадан С. В. Депеш мод / С. В. Жадан. – Харків: Фоліо, 2009. – 229 с.
5. Химик В. В. Поэтика низкого, или просторечие как культурный феномен / В. В. Химик. – СПб: Филологический факультет СПбГУ, 2000. – 272 с.

АНТРОПОМОРФНА МЕТАФОРА У ТЕКСТАХ ПІСЕНЬ ГУРТУ «ОДИН В КАНОЕ»

Я.Я. Єрмолаєва

студентка 3 курсу, група 311, факультет української філології та журналістики, Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Климович С.М.

Як лінгвістичне явище метафора функціонує у різних сферах людського життя, та найчастіше – у художніх текстах. У поле нашого зору ввійшли тексти пісень українського інді-гурту «Один в каное», в яких слова у переносному значенні найчастіше вжито у формі метафори. Авторкою пісень й водночас солісткою гурту є І. Швайдак, тому доречно дослідити метафору як засіб ідіостилю співачки. Актуальність зумовлена відсутністю лінгвістичних досліджень інді-гурту «Один в каное» й українського інді-року взагалі.

Застосовуючи лінгвокогнітивний підхід, Л. Кравець пояснює метафору як мовно-ментальне явище, у якому взаємодіють два структурні знання: когнітивна структура донорської зони і когнітивна структура реципієнтної зони. Дослідниця зазначає: «Донорська зона – це структура знань, властивість якої проектується на властивості іншої структури знань... це те, з чим мовець зіставляє осмислений предмет... Реципієнтна зона – це та структура знань, на яку проектуються властивості іншої структури знань» [1, с. 29-30].

Розглядаючи метафору в лінгвокогнітивному аспекті, ми проаналізували взаємозв'язок донорської зони і реципієнтної зони. Дослідник А. Чудінов виділяє такі типи метафор: антропоморфну, природоморфну, соціоморфну, артефактну [2, с.31]. Взявши до уваги вищезгадану класифікацію метафори, виявили, що найчастіше І. Швайдак вживає антропоморфний тип метафор.

Під час аналізу простежено тенденцію до вживання авторкою персоніфікації як різновиду метафори. Основними донорськими зонами персоніфікації виступають лексеми на позначення людської діяльності, людських рис, зовнішності.

Ми виявили такі типи донорської зони «людина»:

1. Діяльність людини: «(Небо) **Складає у стопи небесні тони / Небо шукає, небо знаходить, / Спустилося з даху і знову ходить, / Ходить грозою, лягає в квіти, / Трохи полежить і мусить іти**». Суб'єктом персоніфікованих дій виступає *небо* як природний об'єкт, що за своєю суттю не здатний виконувати притаманні людям дії. У цих випадках спрацьовує принцип антропоморфізації, тому слухач сприймає *небо* як людину, яка має свої почуття, цілі. У метафорі «**Зараз вимкнуть воду, і я знов не встигну змити гріх, / Він [гріх] мою свободу розітне навпіл, жбурне до ніг**» авторка використовує християнську тему «гріха» як основу духовних вад людства. У першій частині донорська зона *змити* у сполученні з лексемою *гріх*, вочевидь, вказує на духовне очищення людини.

2. Анатомія: у метафорі «**На білі плечі чиєсь втоми**» авторка матеріалізує людську втому завдяки поєднанню з лексемою *плечі*, тим самим підсилює емоційне враження слухача, оскільки опущені чи, навпаки, розправлені плечі людини часто говорять про зневіру або ж бойовий дух. У метафорі «**Розбитими колінами ввіпершись об асфальт, / Повільно сходить сонце із перших шпальт**» визначаємо однозначне тяжіння до моральної дестабілізації, отримання негативного досвіду, пережитих неприємностей. Звертаємо увагу, що суб'єктом у цьому пісенному рядку виступає *сонце*, тому його поєднання з назвою знівченої частини тіла створює метафоричний образ.

3. Психічний та фізичний стан людини: «**я стояла отут божевільні чотири хвилини**». У переосмисленому значенні словосполучення *чотири хвилини* набуває ознаки психічного стану людини. Авторка описує переживання від зустрічі з незнайомцем, коли час уповільнюється, а ці чотири хвилини здаються нескінченними. Атрибут *божевільні* вказує на напруженість і, водночас, повільність часу щодо розвитку дії. Метафора «**цей світ – речей, а речі – хворі!**» вказує на недоліки світобудови, ототожнені з проблемами людського здоров'я, що неодмінно тягнуть за собою неприємності та негативні

наслідки. Вочевидь, цією метафорою авторка розповідає про вади людського суспільства, де матеріальна сфера є головною у житті людини.

Отже, антропоморфний тип метафори у текстах пісень гурту «Один в каное» є продуктивним. Основними типами антропоморфної метафори виступають донорські зони за типом «діяльність людини», «анатомія», «ознака людини». Результати дослідження не претендують на повну характеристику метафори в текстах пісень І. Швайдак, але можуть бути в нагоді для вивчення її ідіостилю та пісенної метафори. Тож, ми переконані, подальше дослідження ідіостилю І. Швайдак і метафори в ньому є актуальним.

Література

1. Кравець Л. Лінгвокогнітивна інтерпретація метафори. Дивослово (Українська мова й література в навчальних закладах). 2014. № 1. С. 29-33.
2. Чудинов А. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография Екатеринбург, 2001. 238 с.

ВСЕСВІТНЯ СПАДЩИНА НІМЕЧЧИНИ В АСПЕКТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

В.В. Жирнова

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Мета дослідження – охарактеризувати деякі всесвітньовідомі об'єкти задля саморозвитку та збагачення знаннями о культурі Німеччини. Наведена інформація допоможе глибше осягнути культуру країни, а також може бути використана під час перебування за кордоном.

Першим пунктом статті є архітектура. Основною особливістю розвитку архітектури в Німеччині є свідоме збереження романських традицій в готичі. Слід зазначити, що протягом готичного періоду, розвиток отримали цивільна архітектура і прикладне мистецтво. Відмінні риси знаменитої німецької готики і донині несуть в собі ратуші і вітальні двори. Інша особливість німецької архітектури – це архітектура епохи націонал-соціалізму, яка відрізняє будівельні проекти в повоєнній Німеччині. Вожді націонал-соціалістичної Німеччини, а також архітектори та планувальники намагалися створити особливий, націонал-соціалістичний стиль архітектури, спираючись на неокласичний європейський стиль і національні німецькі традиції. Ці два значні

періоди розвитку зробили архітектуру Німеччини унікальною, надавши її строгим елементам особливу значимість [1].

У Німеччині існують найважливіші архівні колекції, в яких зберігаються зібрання видатних письменників, поетів і драматургів. Вельми багаті архіви сформовані у Федеральному архіві в Кобленці та Берлінському Федеральному архіві. Тут є і свої лідери, представлені Архівом Гете і Шіллера у Веймарі, де зібрані дорогоцінні рукописи цих видатних німецьких поетів та інших відомих німецьких письменників. Що стосується фольклорної літератури, то особливо примітні твори, пов'язані з германо-скандинавською міфологією. Найбільш відомими вважаються «Пісня про Нібелунгів» і «Пісня про Хільдебранта» [2].

Розвиваючись під певним впливом італійської ренесансної культури, мистецтво в прямому сенсі не відроджувало античну спадщину минулого, а продовжувало спиратися на середньовічні традиції готичного мистецтва. Як і в Італії, головним змістом культури тут були ідеї гуманізму, що прославляють фізичну і духовну красу людини. Осередком цієї культури стали найбільші міста країн Північної Європи [3].

Література:

1. Архітектура Німеччини [Електронний ресурс] – 2016. – Режим доступу: <http://moyaosvita.com.ua/geografija/arxitektura-nimechchini/>
2. Бібліотека та література Німеччини [Електронний ресурс] – 2016. – Режим доступу: <http://moyaosvita.com.ua/geografija/biblioteki-ta-literatura-nimechchini/>
3. Мистецтво Північного Відродження [Електронний ресурс] – 2015. – Режим доступу: <http://moyaosvita.com.ua/mustectvo/mistectvo-pivnichnogo-vidrodzhennya/>

НАЙМЕНУВАННЯ НАЙПОПУЛЯРНІШИХ АВТОМОБІЛЬНИХ МАРОК В НІМЕЧЧИНІ ЯК РЕКЛАМНИЙ ХІД

О.М. Жукова

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Автомобіль – самохідна колісна машина, яка приводиться в рух встановленим на ній двигуном і призначена для перевезення людей, вантажу, буксирування транспортних засобів, виконання спеціальних робіт та перевезення спеціального устаткування безрейковими дорогами [1].

Мета дослідження – розглянути стратегії найменування моделей відомих автомобільних марок.

2017 рік в німецькому автомобільному світі промайнув під девізом «Більше бензинових, менше дизельних автомобілів. Позашляховики в тренді» [2].

За офіційними даними: в 2017 році в Німеччині було продано 3,44 мільйони нових автомобілів, що на 2,7% більше, ніж в 2016 році. Про це повідомило Федеральне Управління Автотранспорту Німеччини.

Позашляховики знаходяться в тренді. Їх продажі склали майже 24% загального обсягу, тим самим обігнавши компактний клас (23,3%).

Цікавий той факт, що дизель продовжує втрачати позиції. Відсоток дизельних авто становить тільки 38,8% від усіх продаж, в той час як продаж бензинових автомобілів зросли до 57,7% (більше на 5%, ніж в 2016 році). Що стосується альтернативних видів транспорту, то помітний маленький приріст: продано 84675 гібридів та 29436 гібридів, які підключаються, у 2017 році. Попит на електромобілі доволі передбачуваний: 25056 нових реєстрацій, що становить 120% у порівнянні з 2016 р., хоча від усіх продаж 2017 року – це всього лиш 0,7%.

Лідером на німецькому ринку залишається Volkswagen: з початку року було продано більше 382 тис. автомобілів цієї марки. Друге місце займає Mercedes-Benz (197,2 тис.), а третє – Audi (180,9 тис.). До десятки лідерів також потрапили BMW, Ford, Opel, Skoda, Renault, Hyundai та Seat [3].

Серед проданих марок автомобілів можна виділити найбільш популярні з такими найменуваннями моделей:

Volkswagen *Golf* – 130 361;

Volkswagen *Polo* – 45 610;

Volkswagen *Passat* – 43 041;

Volkswagen *Tiguan* – 41 699;

Opel *Astra* – 36 754;

Skoda *Octavia* – 34 350;

Mercedes-*Benz* E-Class – 32 316;

Audi *A3* – 31 671.

Згідно з вищевказаної десятки автомобілів, можна зробити висновок, що німці надають перевагу вітчизняним виробникам, так як і Volkswagen, і Mercedes-Benz, і Audi – марки, засновники яких були з Німеччини. Перспективність дослідження полягає у пошуку взаємозв'язку між найменуванням моделі та фактором кількості продажу.

Література:

1. Вікіпедія: Автомобіль [Електронний ресурс] / – Вікіпедія – Вільна Енциклопедія. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%8C>
2. AutoDriving.net: Самые популярные автомобили в Германии за 2017 год. [Електронний ресурс] / – Автопортал – AutoDriving.net. Режим доступу до ресурсу: <http://autodriving.net/samye-populyarnye-avtomobili-v-germanii-za-2017-god/>
3. АвтоЦентр: Самые популярные автомобили в Германии за 2017 год [Електронний ресурс] / – Автопортал – АвтоЦентр. Режим доступу до ресурсу: <https://www.autocentre.ua/avtopravo/avtobiznes/samye-populyarnye-avtomobili-v-germanii-za-2017-god-375165.html>

ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ПОЛОЖЕНЬ ГРАМАТИКИ В 20 СТ.

Р. Г. Залужний

Студент 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З. В.

Мова відіграє важливу роль у формуванні суспільства, оскільки дає людям можливість обмінюватися думками, ділитися своїми ідеями і доносити свої бажання до інших людей в цілому. Німецька мова сприяє цьому якнайкраще, оскільки, як відомо, саме німецьку мову називають «мовою філософів»: *«Die Freiheit der deutschen Sprache, selbst monströse Komposita noch strukturell richtig zu bilden, nutzen die Philosophen, um einen neuen Begriff mit einem möglichst präzisen Ausdruck zu bezeichnen»* [1].

Стрімкий розвиток мовознавчих наук у багатьох країнах створив передумови для розвитку наукового підходу до вивчення граматики німецької мови як окремої науки. [2, с. 9] З'явилась ця наука в 19 ст., хоча перед цим протягом двох століть тривав період формування сучасної німецької мови.

Основоположною працею в цьому напрямку можна вважати напрацювання Якоба Грімма «Німецька граматика». В ній було систематизовано історію розвитку всіх германських мов. Також був виділений логічно-емпіричний підхід до досліджень, яким користувалися наступні покоління вчених. [2, с. 10]. Сам Грімм зазначає у передмові до першого тому своєї праці: *«Allgemein-logischen Begriffen bin ich in der Grammatik feind; sie führen scheinbare Strenge und Geschlossenheit zur Bestimmung mit sich, hemmen*

aber die Beobachtung, welche ich als die Seele der Sprachforschung betrachte» [3, с. IV].

20 ст. привнесло великі зміни до багатьох наук та їх наукових методів, зокрема граматики. Прогрес у сферах фізики й математики ставив під сумнів розроблений Якобом Гріммом логічно-емпіричний підхід в очах молодих дослідників і філософів і потребував нових дедуктивних методів вивчення, прагнення до об'єктивності.

Для граматики це означало перехід до синтаксису як головного об'єкта досліджень. Це сприяло утворенню системного аналітичного підходу, який дозволив виявляти взаємозв'язки між окремими елементами мови. В основі вивчення граматики знаходилась сучасна мова. Також разом з фонетичним виник граматичний структуралізм, праця першого представника якого, Джона Різа, присвячена теоретичним проблемам синтаксису, зокрема синтаксису німецької мови.

Присвячена також вивченню синтаксису праця Еріха Драха «Grundgedanken der deutschen Satzlehre», де наголошується, що кожне висловлювання зумовлене закладеним у нього сенсом, будовою мови (добір слів, будова речення) та інтонацією. Важливим доробком вченого стало введення поняття плану речення. Під ним він розуміє наявну синтаксичну схему, яку можна завжди використати, наповнюючи щоразу різними словами. «*Die immer wieder anwendbaren syntaktischen Schemata, die jeweils mit einmaligem Wortinhalt erfüllt werden*» [4].

На відкритті Інституту німецької мови і літератури Німецької академії наук у 1952 році Вольфганг Штайніц наголосив на необхідності замінити застійну, віддалену від практичного застосування псевдоісторичну теоретичну граматику на науково адекватне уявлення, співставне із сучасністю, яке не обмежується перерахуванням окремих явищ, а вивчає їх відносні взаємодії, які відображають закономірності мови як системи [2, с. 17].

Дослідження теоретичних проблем граматики німецької мови почали стрімко розвиватись з 50-х років, зокрема вчених цікавлять предмет і мета теоретичної граматики, а також проблема методики досліджень. Наразі ведуться активні дослідження у руслі структурної, змістової та функціонально-комунікативної граматики. Цілком можливо, що з розвитком інформаційних технологій на нас чекає новий прорив і нові підходи до дослідження граматики різних мов, який докорінно змінить уявлення про вивчення і структурні особливості мов.

Література:

1. Koch H. Ein Kind der Mystik Deutsch als Sprache der Philosophie [Електронний ресурс] / Hans-Albrecht Koch // Die Welt. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.welt.de/print-welt/article586007/Ein-Kind-der-Mystik-Deutsch-als-Sprache-der-Philosophie.html>.
2. Moskalskaja O. I. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache / O. I. Moskalskaja. – Москва: АСАДЕМА, 2004. – 352 с.
3. Grimm J. Deutsche Grammatik / Jacob Grimm. – Göttingen, 1822. – 1082 с. – (1).
4. Drach E. Grundgedanken der deutschen Satzlehre / E. Drach. – Frankfurt am Main, 1937.

ФОРМАЛЬНА ТА ТЕМАТИЧНА СТРУКТУРА НІМЕЦЬКОМОВНИХ ГІПЕРТЕКСТІВ

Р. Г. Залужний

Студент 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Гаман І. А.

Гіпертекст — це така форма організації тексту, при якій його одиниці знаходяться не в лінійній послідовності, а як система явно вказаних можливих переходів, зв'язків між ними. Слідуючи цим зв'язкам, можна читати матеріал в будь-якому порядку, утворюючи різні лінійні тексти. Хоча саме поняття гіпертексту виникло до розповсюдження Інтернету (наприклад, словник, енциклопедія або підручник також є видами гіпертексту), сьогодні найчастіше його застосовують для позначення веб-сайтів, перехід між посиланнями яких дає можливість читачеві у довільному порядку сприймати текст відповідної сторінки [1].

Вперше термін «гіпертекст» описав вчений Теодор Хольм Нельсон: «„Hypertext“ is a recent coinage. „Hyper“ is used in the mathematical sense of extension and generality (as in „hyperspace“, „hypercube“) rather than the medical sense of „excessive“ („hyperactivity“). There is no implication about size — a hypertext could contain only 500 words or so. „Hyper“ refers to structure and not size» [2, с. 15].

Тобто ще при впровадженні терміну його автор акцентував увагу саме на перевазі структури над об'ємом вмісту, щоб потенційний користувач мав можливість швидко знаходити потрібну інформацію без необхідності витратити багато часу на прочитання великих текстів. Принцип структурної побудови

закладено в кожену сучасну веб-сторінку, перехід за посиланнями якої створює безліч унікальних варіацій гіпертексту.

Для структурно-тематичного аналізу було обрано німецькомовні сайти таких компаній: *Heckler & Koch*, *Sig Sauer*, *Steyr Arms*, *Schmeisser*, *Mauser*, *Korth*, *Krieghoff* та ін.

Серед розглянутих прикладів можна в першу чергу виділити декілька варіантів структури початкової сторінки, навколо якої формується подальший алгоритм дій. Найчастіше зустрічається сучасний варіант із сторінкою-вітриною (*Landing page*), яка вміщує зображення нового продукту, рядок меню і логотип (*Sig Sauer*, *Steyr Arms*, *Schmeisser*, *Korth*, *Mauser*). При прокручуванні сторінки донизу відображаються медіаматеріали, детальна інформація про продукти і компанію. Інший варіант, класичний, містить інформацію у вигляді блоків, розміщених за табличною розміткою, перехід за якими веде на сторінки з короткою інформацією та посиланнями на сторінки з подробицями (*H & K*, *Gdels*, *FFG*, та ін.)

Ключові елементи веб-сторінок, такі як меню, категорії виробів, розділи, вибір мови, виділяються різними способами, щоб зорієнтувати користувача в подальших його діях. Хоч і існують певні варіації рядків заголовків, переважна більшість містить такі елементи: інформація про компанію, категорії продуктів або продукти, контактні відомості, наявності онлайн-магазин, а за його відсутності — посилання на торговельних представників. Зазвичай, в кутку розміщена кнопка вибору мови, але деякі сайти, наприклад *Hartmann & Weiss*, пропонують зробити вибір вже при першому відкриванні. Окремі компанії також містять розділи з вакансіями, кожен з яких містить фотографії співробітників за робочим процесом.

Тематика розглянутих сайтів – це зброя та озброєння, що зумовлює відповідний зміст текстів та графічний оформлення. Також залежно від цільової аудиторії різняться акценти. Для виробників мисливської зброї більш характерний наголос на задоволенні від полювання, наприклад опис рушниці *Ultra 20 Bergstutzen* компанії *Krieghoff*: «*Das Hochwildkaliber muss schon sein, aber auch noch das schwache Stück Rehwild oder den Fuchs sauber erlegen – und alles mit einer Waffe?*» Виробники техніки і зброї військового призначення акцентують увагу на надійності, універсальності та тривалості служби виробів, як от компанія *FFG* про свій важкий гусеничний транспорт *ARV*: «*Ob mit Waffenstation, einem Hitze reflektierenden Tarnnetz oder weiteren optional verfügbaren Systemen – der WiSENT überzeugt durch Modularität, Mobilität und hohes Schutzniveau.*»

Таким чином, навіть в межах однієї теми існує велика кількість варіацій структури веб-сайтів, узагальнення та систематизація якої уможлиблює створення загального, стандартного шаблону, за яким можна будувати інтернет-сторінки однієї категорії, не змушуючи користувачів щоразу адаптуватися. Цілком можливо також, що в час глобалізації та постійного збільшення обсягу інформації варто відійти від розмаїття і створити єдиний шаблон, який дозволить користувачам одразу без проблем знайти потрібну інформацію на різних сайтах і порівняти продукти, не витрачаючи час на пошук потрібних елементів на кожному з них.

Література

1. Альшева А. О. Лінгвопрагматичні особливості перекладу електронного гіпертексту (на матеріалі «Вікіпедії») : дис. канд. філ. наук : 10.02.16 / Альшева Анна Олексіївна – Одеса, 2017. – 212 с.
2. Nelson T. H. Selected Papers [Електронний ресурс] / Theodor Holm Nelson. – 1977. – Режим доступу: <https://archive.org/details/SelectedPapers1977/page/n15>.

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В АНЕМОНІМІЦІ

К.В. Ігнатова

студентка 2 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Дослідження проблеми гендерних стереотипів є актуальним завданням гендерної лінгвістики. Стрімкий розвиток цього наукового напрямку вимагає всебічного розгляду та аналізу питань, пов'язаних із виявом гендеру в мові та комунікації. Прояв гендерних стереотипів широко здійснюється за допомогою засобів номінації. Вивченню цього аспекту присвятили увагу у своїх роботах А.П. Мартинюк, О.І. Горошко, А.В. Кириліна. Науковцями активно вивчаються гендерні стереотипи та прояви гендерної нерівності, що пов'язані з антропонімічними, годонічними, міфонічними одиницями. На окрему увагу заслуговують анемоніми та пов'язані з ними гендерні стереотипи, вивчення яких набуває все більшого поширення. Дослідження цих одиниць формують, уточнюють та доповнюють загальне уявлення про гендерну ситуацію в ономастиці.

Н.В. Подольська визначає термін «анемонім» як вид оніма, що позначає назву таких стихійних лих, як вітер, ураган, тайфун [1, с. 29].

Інтерес гендерної лінгвістики становить номінація ураганів. Для оптимізації процесу передачі інформації урагани отримують назву, яка традиційно була представлена жіночим іменем. З 1953 року існує список імен, які надаються стихійним лихам. До 1979 року він містив лише жіночі імена, від того часу гендерний показник вирівнявся – список містить також і чоловічі. Анемонім надається природному явищу згідно зі заздалегідь визначеним списком, тому назва та характеристики явища не є взаємопов'язаними [3].

У праці, опублікованій у науковому журналі *Proceedings of the National Academy of Sciences*, наводяться результати дослідження, проведеного дослідниками з Іллінойського університету та Університету штату Аризона. Відповідно до дослідження, сприйняття населенням ступеня ризику урагану або шторму та підготовки до нього залежить від приналежності назви до розряду чоловічих або жіночих імен. Таким чином, ставлення до стихійного лиха базується на гендерних характеристиках, якими природні явища наділяються відповідно до гендерних стереотипів. Так, опитані очікують від урагану з чоловічим ім'ям важчих наслідків, а до стихійного лиха з жіночим ім'ям ставляться не так серйозно, через що можливі непередбачені ситуації, викликані відсутністю належної підготовки. Дослідники пояснюють це гендерними очікуваннями та підтверджують висновки результатами проведених експериментів [2].

Спостерігається і зворотній вплив - анемонімів на носіїв певних імен. Характеристики найбільш відомих та резонансних стихійних лих приписуються носіям відповідних антропонімів.

Отже, випадки проявів гендерних стереотипів ускладнюють процес номінації та впливають на розвиток ономастики. Анемоніми та їх трактування відповідно до усталених упереджень становлять значну категорію для подальших досліджень, адже мають прямий вплив на людину та її діяльність.

Література

1. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. Москва : Наука, 1978. 198 с.
2. Female hurricanes are deadlier than male hurricanes / Kiju Jung, Sharon Shavitt, Madhu Viswanathan, Joseph M. Hilbe / editor Susan T. Fiske. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 2014. URL: <https://www.pnas.org/content/pnas/111/24/8782.full.pdf> (date of request: 01.03.2019).
3. Tropical Cyclone Naming *World Meteorological Organisation* : website. URL: <https://public.wmo.int> (date of request: 01.03.2019).

АБРЕВІАЦІЯ ЯК ПРОДУКТИВНИЙ СПОСІБ ТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

О. Ю. Існюк

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Ващило О. В.

Сучасний етап розвитку англійської мови ознаменувався бурхливим розвитком медичної термінології, яка стала відігравати провідну роль не тільки в комунікації людей, виступаючи джерелом отримання інформації та інструментом освоєння спеціальності, а й в прискоренні науково-технічного прогресу.

Проведений аналіз літератури з окресленої теми свідчить, що різні аспекти явища аббревіації були предметом вивчення багатьох дослідників, зокрема С. М. Єнікєєвої, О. М. Сеньків, О. І. Дзюбіної, О. А. Литвинко, Ю. Сидоренко І. М. Савчин, Л. Ю. Зубової, Д. Данкса та ін. Так, С. М. Єнікєєва займалась дослідженням аббревіації технічної лексики, О. Дзюбіна за предмет вивчення обрала неологізми, Н. Абабілова – медичну термінологію. Не зважаючи на широке висвітлення особливостей цього шару лексики, постійний розвиток галузі охорони здоров'я обумовлює динамічну тенденцію до використання в медичних текстах різних видів аббревіатур, будова яких лишається актуальним питанням для вивчення.

Абревіатура (від латинського «*brevis*» – короткий) – це складноскорочене слово, що утворюється переважно з перших літер або з інших частин слів, які входять до складу назви чи поняття [5, с. 134].

За ступенем лексичності Л. Ю. Зубова розподіляє англійські медичні аббревіатури на графічні та лексичні [4, с. 22].

Розглядаючи графічні скорочення, варто зазначити, що власної вимови вони не мають, відповідно існують лише для зорового сприйняття, а при читанні розшифровуються [3, с. 310]. Так, до прикладу, скорочення «*vv*» читається як *vines* (вени), а «*g*» – як *gram* (грам). В той же час до графічних аббревіатур Д. І. Квеселевич, І. В. Арнольд та В. П. Сасіна відносять скорочення латинських та французьких слів, наприклад: *b.i.d.* – «*bis in die*» – *twice a day* (двічі на день), *a.c.* – «*ante cibum*» – *before meals* (перед їжею) [3, с. 311].

Що ж до лексичних аббревіатур, то Н. Абабілова та Ю. Сидоренко [1, с. 276] класифікують їх на:

- ініціальні аббревіатури, до яких належать ініціалізми та акроніми;
- напівскорочення;

- буквено-цифрові скорочення;
- усічення (апокопа, синкопа, афераза, усічення змішаного типу).

Ініціалізми є лексичними одиницями, що виступають найчисельнішою групою в сучасній англійській мові. Такими аббревіатурами є: *RBC* (*red blood cell*) – *E* (*erythrocyte*), *IOP* (*intraocular pressure*) – *BOT* (*внутрішньо очний тиск*).

Акроніми в свою чергу є різновидом аббревіатур, котрі складаються з послідовності звуків, та позначаються початковими літерами, які варто читати як звичайне слово, наприклад *CAT* (*computer axial tomography*) – *KAT* (*комп'ютерна аксіальна томографія*), *GOT* – *Glutamic Oxalic Transaminase* (*глутамінова оксалаза*) [4].

Напівскорочення – це комбінація ініціальної аббревіатури з повним словом: *EEG electrode* – *electroencephalography electrode* (*електрод електроенцефалограми*), *B-lymphocyte* – *bone lymphocyte* (*кістковий лімфоцит*).

Буквено-цифрові скорочення є особливим видом скорочення, де максимально можливо реалізується тенденція до економії мовних засобів. Такими скороченнями, до прикладу, є: *C1-C7* – *cervical vertebrae* (*шийні хребці 1-7*), *M1* (*mitral first*) – *перший МК* (*мітральний клапан*) [1, с. 277].

В залежності від форми скороченої частини слова розрізняють чотири типи аббревіацій [2, с. 87]:

- апокопи (усічення кінцевої частини слова): *doc*←*doctor*, *Fru*←*Fructose* (*фруктоза*), *lab*←*laboratory*, *cond*←*condition* (*умова*);
- аферази (усічення початкової частини слова). Прикладом такого «відсікання» є *to fend*←*to defend* (*захистити*);
- синкопи (вилучення середньої або ж центральної частини слова): *specs*←*spectacles* (*окуляри*);
- змішані (усічення початкової та кінцевої частини слова): *abnm*←*abnormal* – (*аномальний, патологічний*); *Lim-ch*← *limit chronic effect* (*поріг хронічної дії*).

Отже, найбільш поширеним видом скорочень в англійській медичній мові є аббревіатура, адже це один із способів формування лексичних інновацій, який за допомогою стислої форми передає розгорнуте значення. Зважаючи на постійне прагнення мовців зменшити формальний обсяг тексту, а також використання різних способів скорочення термінів сфери охорони здоров'я, як графічних, так і лексичних, прослідковується загальна тенденція мови до раціоналізації. Разом з тим аббревіатура виступає цінним мовним засобом, який

допомагає уникнути повторів в текстах медичної тематики, і водночас зберігає чіткість та точність скомпресованої інформації.

Література

1. Абабілова Н. Особливості відтворення медичних скорочень засобами української мови / Н. Абабілова, Ю. Сидоренко. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2011. – №15. – С. 275 – 278.
2. Волошин Е. Структура аббревиатур и способы их образования в современном английском языке / Е. Волошин // Учен. зап. І МГПІИЯ им. М.Тореза. – М., 1966. – Т. 35. – С. 85 – 101.
3. Дзюбіна О. І. Скорочення як спосіб утворення неологізмів в сучасній англійській мові (на матеріалі англомовних Інтернет-видань та форумів в молодіжних соціальних мережах) / О. І. Дзюбіна. // Вісник Житомирського державного університету. – 2014. – №3. – С. 309 – 312.
4. Зубова Л. Ю. Английские медицинские аббревиатуры как часть профессиональной языковой картины мира (на фоне их русских и французских аналогов): дис. канд. фил. наук / Зубова Л. Ю. – Воронеж, 2009. – 244 с.
5. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови / О.Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – 248 с.

СИНОНІМІКА РОМАНУ ВОЛОДИМИРА ЛИСА «ДІВА МЛИНИЩА»

К.О. Какама

*студентка 5 курсу, група ІІІ-М, факультет української філології та журналістики, Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Гайдученко Г.М.*

Проблема мовної синонімії та використання синонімічного багатства української мови здавна привертала увагу дослідників. Питання теорії та практики лексичної синонімії в її синхронії та діахронії широко висвітлені в працях Л. Булаховського [1], В. Ващенко [2], Л. Лисиченко [4], О. Нечитайло [5], О. Тараненка [7]. В. Олексенко зазначає, що «особливий інтерес викликає вивчення синоніміки художнього твору, бо це дає багатий матеріал для поглибленого вивчення природи синонімів, для обґрунтування ще не розв'язаних теоретичних питань синонімії. Адже справжній майстер слова відчує, яке слово здатне найточніше передати його думку й почуття» [6].

Актуальність дослідження визначається тим, що творчість Володимира Лиса з погляду характеристики його ідіостилю досліджується вперше. Здійснюється цей аналіз на матеріалі твору письменника «Діва Млинища».

У романі В. Лиса ми проаналізували 128 синонімів та класифікували їх за значенням і функціями, а саме ідеографічні, стилістичні та фразеологічні.

Ідеографічні синоніми складають найчисельнішу групу в романі (49%). Серед них найбільшою частотністю відзначаються синоніми-іменники (51%). Рідше у творі зустрічаємо синоніми-прикметники (25%) та синоніми-дієслова (24%).

За допомогою ідеографічних **синонімів** Володимир Лис передає найтонші відтінки у значеннях слів, підбираючи при цьому все нові і нові лексичні одиниці, що дозволяють із граничною точністю деталізувати уявлення про факти, предмети та явища, а також допомагають уникнути тавтології у романі. Наприклад, «*Та всього його, повністю, у всій красі й привабі, тико й бачив раз, як Параска купалася в Мережці...*» [3, с. 15]; «*Зенон Юзефович, уродзоний шляхтич, дворянин, тобто, хоче побачити, подивитися в очі тому негіднику*» [3, с. 29]; «*Ліо-Неллі вимагає від нього неможливого – бути слугою, відданим, вірним...*» [3, с. 99].

Стилістичні синоніми в романі становлять 48%. Серед них ми виділили синоніми-дієслова (64%) та синоніми-іменники (36%), які мають відмінності в експресивно-емоційному забарвленні. За допомогою стилістичних синонімів Володимир Лис досить влучно і точно відтворює людські почуття та психічний стан персонажів. Найбільш частотним у творі є синонімічний ряд на позначення процесу мовлення: *балакати, белькотати, бурмотати, варнякати, гомоніти, проказати, промовити, прошелестіти, сипіти, сокорити, хрипіти, щebetати*. Розглянемо подані синонімічні ряди на конкретних прикладах із тексту: «*Гарасько забелькотав: – Земелька ж, земелька буде...*» [3, с. 37]; «*Ну, посиділи, погомоніли, поспівали...*» [3, с. 89]; «*– Бувайте здоровеньки, щасливої дороги, – сокоріла навздогін мати Остапа*» [3, с. 115]; «*Щebetала, рот ни закривався*» [3, с. 203].

У романі «Діва Млинища» ми також виявили **фразеологічні** або **оказіональні синоніми**. Вони становлять лише 3% від загальної кількості. Серед елементів аналізованої групи автор використовує такі фразеологічні синоніми: «*Ходила кілька днів, мов у воду опущена*» [3, с. 167]; «*Дрижсала, мов хто відро холодної води на неї вилляв*» [3, с. 169].

Отже, найбільшу групу в романі «Діва Млинища» становлять ідеографічні синоніми, які є стилістично нейтральними. Вони використовуються як у мовленні автора, так і в мовленні персонажів, що забезпечує достовірність, точність, чіткість висловлення, а також допомагає уникнути тавтології.

У подальших дослідженнях з цієї проблеми варто зосередити увагу на стилістичній характеристиці синонімів, які обирає Володимир Лис в кожній конкретній ситуації для потрібного емоційного навантаження, і які є показником широких художньо-творчих можливостей письменника.

Література

1. Булаховський Л. А. Нариси з загального мовознавства. – К.: Рад. школа, 1955. – 308 с.
2. Ващенко В. С. Словник синонімів української мови і деякі питання теорії синонімії // Мовознавство. – 1968. – № 3. – С. 9 – 15.
3. Лис В. Діва Млинища: роман / Володимир Лис. – Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. – 368 с.
4. Лисиченко Л. А., Загребельна Л. С. Лексична конотація і її роль у структурі синонімічної групи // Українське мовознавство. – 1985. – Вип. 13. – С. 25 – 32.
5. Нечитайло О. І. Синоніми як засіб розкриття значення слова // Мовознавство. – 1980. – №6. – С. 82 – 86.
6. Олексенко В. Дієслівна синоніміка в прозових творах Івана Багряного [Електронний ресурс] / Олексенко В. – Режим доступу до ресурсу: <https://prosvita-ks.co.ua/visnik-tavriyskoyi-fundaciyi-vipusk-3/volodimir-oleksenko-diieslivna-sinonimika-v-prozovih-tvorah>
7. Тараненко О. О. Синоніми // Українська мова. Енциклопедія. – К.: Укр. енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2000. – С. 539 – 543.

КАРНАВАЛЬНО-СМІХОВА КУЛЬТУРА СУЧАСНОСТІ

С.О. Карабут

студентка 4 курсу, група ЯА-41, факультет іноземних мов,

ХНУ імені В.Н. Каразіна

Науковий керівник: к.філол.н. Тарасова С.О.

Однією з головних характеристик поняття «культура» є масовість. Поняття «сміхової культури» вперше зазначається М. М. Бахтіним у фундаментальній праці «Творчість Франсуа Рабле і народна культура Середньовіччя та Ренесансу». Її основною характеристикою є всенародність, що створювала зовсім іншу сферу життя (веселощі, карнавали, маскаради, переодягання тощо – *наше*). Вона існувала окремо від тодішньої впливової релігії та політики та була їх протиставленням. М. М. Бахтін поділяє усі прояви народної сміхової культури на три основних види:

- 1) Обрядово-видовищні форми, до яких відносяться святкування різного типу та майданно-сміхові дійства;
- 2) Словесні сміхові (у тому числі й пародійні) твори різного роду;
- 3) Різні форми та жанри фамільярно-майданної мови (лайки, божба, клятва, народні блазони)[1, с. 2].

Усі ці види є різними за своєю формою, але спільною ознакою є сміховий аспект сприйняття світу.

Сміхова культура досліджується у роботах багатьох вчених (Д. С. Лихачев, В. Я. Пропп, О. Д. Ромаха, В. О. Самохіна, М. Bristol, D. Danow, S. Kinser). Д. С. Лихачов та В. Я. Пропп сходяться на думці, що існує «офіційна» та «неофіційна» сміхова культури, котрі весь час протистоять одна одній. Цю думку підтримує й В. О. Самохіна, наголошуючи, що світ «навпаки» створює особливий тип спілкування, а усі прояви стають вільними та відвертими, та не встановлюють дистанції між учасниками спілкування [3, с.119]. Переживання позитивних емоцій підкріплюється психосоматичними корелятами, що імплікують неможливість відриву емоційної сфери від її впливу на здоров'я (психічне і фізичне) *homo sentiens* [4, с. 198]. Одночасно не лише долаються та руйнуються суспільні стереотипи, але й створюються нові, особливі. Отже, сміховій культурі цього процесу характерне не лише руйнування, а й творення нового [2, с. 73].

Наймасштабнішим проявом сміхової культури є карнавалізація. Карнавальна культура – це процес «гри», який включає в себе різноманітні дійства, маскаради, театралізовані дійства, ігри, танці, ходи. Під поняттям «гра» окреслюється зміна місцями учасників дійства, як «інверсія двоїчних протиставлень», де учасники перевтілюються в виконавців, де все проходить у веселоощах, вседозволеності. [2, с. 119]. Ця колективна залученість об'єднує людей спільною тематикою та цілями, основними стають сміх та веселощі.

Карнавальна культура – це свято, де знімаються заборони, якому властиве переміщення всього «догори» і «вниз». Це культура, яка переживала занепади в різні періоди час, але ніколи не переставала свого існування.[1, с. 192]. У сучасному світі карнавальна та сміхова культури є взаємопов'язаними поняттями, котрі знаходять своє відображення у телевізійних розіграшах, жартах, комедіях, стендап-шоу тощо[2, с. 119].

Наприклад, сучасний комік Даніел Слосс у його стендап-шоу «Jigsaw» наголошує, що будь-які розважальні програми впливають на світогляд людей:

Conan: Your performance has broken up thousands of couples. You created almost like a virus.

Daniel Sloss: It`s just like a medicine. It`s curing the bad relationships, by stopping their existence. (Laughter) [5].

На критичне зауваження публіки щодо впливу своїх виступів на сімейне благополуччя (*virus*), комік застосовує стилістичний прийом аналогії: творчість (*performance*) – це таблетка, що лікує людей (*medicine, curing the bad relationships*). Створений комічний ефект є проявом таланту та креативності Даніела Слосса. Комік не тільки досяг сміхової реакції, але іронічно підкреслив існуючі проблеми сьогодення.

Карнавальна та сміхова культури є базовими способами комічної комунікації та діалогу, віддзеркаленням навколишнього світу та сформованих уявлень людей. Ці поняття за своїми характеристиками (тематика, учасники, хронотоп тощо) є синонімічними. Однак, слід зазначити, що форми сміхової культури відзначаються своєю статичністю, адже проходили у певний визначений час та у вибраному місці; коли карнавальна культура – динамічна: сміхові форми залишаються, але вони розповсюджуються на повсякденність, на буття та можуть відбуватися будь-де: на естраді, арені, вдома, офісі тощо. Таким чином, на нашу думку, небезпідставним є уведення поняття «карнавально-сміхова культура» на означення культури сьогодення.

Література

1. Бахтін М. М. Творчість Франсуа Рабле і народна культура Середньовіччя та Ренесансу Москва: Худ. літ, 1965. 527 с.
2. Рюмина Т. М. Эстетика смеха. Смех или виртуальная реальность. Москва: УРСС, 2003. 320 с.
3. Самохіна В.О. Карнавальне світовідчуття у сучасному номосі / В.О. Самохіна // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація :тези доп. XVI наук. конф. з міжнар. участю. – Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2017. – С.119-120.
4. Сковородников А. П. О предмете эколингвистики применительно к состоянию современного русского языка // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. Вып. 1. С. 194-222.
5. Conan. URL: <https://www.tvguide.com/tvshows/conan/304015/> (дата звернення 25.02.2019).

ГЕНДЕРНІ ВІДМІННОСТІ МОВНОЇ ПОВЕДІНКИ ЧОЛОВІКІВ І ЖІНОК

В. І. Карпець

4 курс, ФЛ, ЛА-51, КПП ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Усик Г.М.

Гендерний аналіз мовлення дозволяє зосередитися на співіснуванні ідей біологічної та соціальної статі, а також на способах вираження цих концепцій мовними засобами. Також аналіз структур мови дозволяє з'ясувати, яку роль відіграють гендерні норми в тій чи іншій культурі, як фіксуються і як осмислюються в різних мовах поняття мужності і жіночності, за допомогою яких мовних механізмів стає можливою маніпуляція гендерними стереотипами. Більшість дослідників визнають, що гендерні відмінності не є універсальними. [4].

Різні мовні рівні деякою мірою характеризуються диференціацією у використанні мовних засобів, якими користуються представники різних статей. Серед них гендерно маркованими на лінгвостилістичному рівні вважають вибір одиниць лексики (жінки частіше використовують клішовані вирази та книжну, піднесу лексику, в той час як чоловіки схильні використовувати неологізми, жаргонізми, професіоналізми та терміни) [1].

Серед гендерно маркованих факторів дослідники згадують, що використання абстрактних іменників більш поширено серед жінок, ніж серед чоловіків [2]. Попри наявний стереотип, Б. Обама досить часто вдається до «порожніх» піднесених слів: *honor* (честь), *part* (частина), *visions* (бачення), *assumption* (припущення), *progression* (просування) тощо [8].

Також дослідники зазначають, що жінки частіше вживають прикметники з емоційним компонентом [1]. Так у Г. Клінтон можна побачити наступні прикметники: *bellicose statement* (ворожа заява), *unequivocal policy* (чітка політика), *current silent-treatment policy* (нинішня політика відмовчування) [6]. Однак Б. Обама теж вдається до такого засобу: *childish things* (дитячі забавки), *selfish* (егоїстичний), *the true test* (справжнє випробування) [9].

Під «оцінністю» розуміють ставлення оратора до предмета промови, тобто оцінність – це закладена в слові позитивна або негативна характеристика людини, предмета, явища [3, с. 27]. Недарма словники часто фіксують особливі значення слів (крім предметно-логічних) та значення, які називаються «intensives» – це «підсилювачі», що мають емоційно-підсилювальні значення [7, с. 205]. Прикладами реалізації контекстуальної експресивності, коли системно-нейтральні одиниці набувають експресивність в експресивному контексті:

A culture that too often tells us our principle goal in life is to be rich, thin, young, famous, safe and entertained [9].

У цьому реченні відбувається нанизування прикметників, що надає їм більшої емоційної ваги. Більш того, посилення конотативного компонента нейтральної одиниці відбувається в експресивному лексичному оточенні:

People give it because they love, they have a sense of family obligation, they want to do the right thing and we make it very, very hard for families to care for one another [5].

У наведеному прикладі прикметник *hard*, що сам собою має емоційний компонент важкості, поєднується з підсилювачем *very*, який використовується два рази. Безсумнівно, адресат не зможе не звернути увагу на інформацію, що повідомляється таким чином.

Отже, мовні засоби, які характеризуються наявністю або відсутністю маркування за гендерним параметром є частиною мовної особистості тої чи іншої персони. Вони пов'язані з індивідуальними особливостями мовлення, тому все ж таки говорити про відсутність в політичному дискурсі яскраво виражених відмінностей між чоловіками та жінками при побудові промов.

Література

1. Земская Е. А. Особенности мужской и женской речи / Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова // Русский язык в его функционировании / Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова., 1993. – С. 90–136.
2. Кирилина А. В. Гендерные исследования в зарубежной и отечественной лингвистике / Алла Викторовна Кирилина. // Общественные науки и современность. – 2000. – №4. – С. 138–143.
3. Приходько Г. І. Оцінка і комунікація / Г. І. Приходько. – Вінниця: Нова книга, 2013. – 168 с.
4. Ставицька Л. О. Мова і стаття / Л. О. Ставицька // Критика. – 2003. – № 6 – С. 29–34
5. Clinton H. Remarks in Miami on Expanding Pre-K Online [Електронний ресурс] / Hillary Clinton. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/remarks-miami-expanding-pre-k>.
6. Clinton H. Secretary Clinton's Remarks [Електронний ресурс] / Hillary Clinton. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2009a/index.htm>.
7. Greville C. Gender / Corbet Greville. – Cambridge: Cambridge University Press, 1991. – 415 с.
8. Obama B. Northwestern University Commencement Address [Електронний ресурс] / Barack Obama. – 2006. – Режим доступу до ресурсу:

<http://obamaspeeches.com/079-Northwestern-University-Commencement-Address-Obama-Speech.htm>

9. Obama B. Presidential election speeches and remarks [Електронний ресурс] / Barack Obama. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/04/obama.transcript/>.

КОНЦЕПТ 内外(UCHI-SOTO) ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МІЖКУЛЬТУРНУ КОМУНІКАЦІЮ Ю. І. Качмар

*студент 4 курсу, група ФЛ-46, Інститут комп'ютерних наук та
інформаційних технологій, Національний університет «Львівська політехніка»
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Літінська О. Ю.*

У сучасному світі значну роль у міжкультурній комунікації відіграють особливості світосприйняття людей з різних країн. Проблеми особливо помітні при спілкуванні між представниками західної і східної культури, адже обом сторонам потрібно враховувати культурні, національні та індивідуальні аспекти співрозмовника. Як приклад, багато науковців описують лінгво-культурне явище 内外 («uchi-soto»), яке також визначає поведінку японців при спілкуванні з іноземцями. Проте, для кращого розуміння цього феномену у японському суспільстві, необхідно проаналізувати прояви цього концепту світосприйняття у міжкультурній комунікації та визначити його вплив на спілкування японців з представниками західних культур.

Перш за все визначимо, що таке 内外 для самих японців. Як стверджує Сатоко Судзукі, слово 内 («uchi») для японця означає «ми», «я», «наша група» чи «моя група» [2, с. 161]. Цей концепт позначає найближчих людей для представника Японії і може стосуватися різних осіб. До прикладу, для когось до 内 можуть належати члени сім'ї, в той час як для іншої людини коло найближчих стосується колег на роботі. На противагу до 内, 外 («soto») охоплює всіх людей, які не є для японця близькими. Саме тому, для Японії характерне поняття 外国人 («gaikokujin»), яке використовують для позначення іноземців, і яке може також означати «людина з зовнішнього кола».

Враховуючи такий підхід до сприйняття іноземців, можна визначити як концепт 内外 визначає поведінку японців у міжкультурній комунікації. Оскільки представники Японії допускають у коло 内 обмежену кількість людей, з якими вони можуть ділитися усім та проявляти свої справжні емоції та

почуття, то при спілкуванні з ними японці дозволяють собі використовувати ті засоби вербального та невербального спілкування, які не використовують при комунікації з представниками кола 外. З цього випливає, що японці переважно ведуть себе дуже стримано при комунікації з представниками західних культур та не поспішають допускати іноземців до кола 内. Тому при комунікації з японцями необхідно розуміти, що система відкритого спілкування не призначена для кола 外, до якого і належать представники західних культур [1, с. 316]. Якщо не враховувати концепт 内外 при комунікації з японцями, це може призвести до проблем у взаєморозумінні та виборі вдалих тактик і стратегій спілкування.

Концепт внутрішнього та зовнішнього кола людей для японців проявляється також при спілкуванні через соціальні мережі. В той час як представники західних культур переважно сприймають друзів в Інтернеті як добре знайомих чи близьких людей, японці рідко залучають таких «друзів» до кола 内. Наприклад, Такахасі зазначає, що часто користувачі *MySpace* з Японії долучають до друзів зовсім незнайомих людей для того, щоб здобути популярність [1, с. 461]. Тому для японця друг у соціальній мережі, якого користувач з Японії ніколи не бачив у реальному житті, буде належати до кола 外. В той же час, за деяких обставин, японці можуть допускати людей до кола 内 в межах соціальної мережі. Як приклад, якщо іноземці проявляють інтерес до того ж, що і особа з Японії, остання буде ділитися своїми поглядами стосовно певної теми як і з людиною з кола 内. Особливо це стосується тем споріднених з культурою Японії, як-от манга, сумо чи японські фестивалі. Проте оскільки таке спілкування обмежується лише спільними інтересами з іноземцями у соціальних мережах, японець може сприймати таких людей як представників кола 外 у реальному житті.

Як наслідок, концепт 内外 є фундаментальним для японців при міжкультурній комунікації. Співрозмовник, який представляє іншу країну, повинен розуміти, що японець не дозволить собі при ньому той стиль спілкування, який є властивим при взаємодії з представниками внутрішнього кола. Без урахування цих особливостей сприйняття іноземців, можуть виникнути суттєві порушення загальних комунікативних норм, що можуть у наслідку призвести до комунікативної невдачі. Тому, на нашу думку, вирішення проблеми розуміння концепту 内外 у сучасних умовах є важливим, а його вплив на міжкультурну комунікацію є центральним питанням для подальшого вивчення.

Література

1. Nobuyuki Honna, Bates Hoffer (1986) *English Dictionary of Japanese Culture*, Yuhikaku Publishin, p. 348.
2. Suzuki, S. (Ed.). (2006). *Emotive communication in Japanese*(Vol. 151). John Benjamins Publishing.
3. Takahashi, T. (2010). MySpace or Mixi? Japanese engagement with SNS (social networking sites) in the global age. *New Media & Society*, 12(3), 453-475.

ДЖЕРЕЛА ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕОЛЬСЬКИХ МОВ

О.О. Кібець

*студентка 3 курсу, група ЛА-63, факультет лінгвістики,
КПІ ім. Ігоря Сікорського»*

Науковий керівник: викл. К Давиденко Н.В.

Креольські мови є природніми мовами, які виникли у результаті мовного контакту, тобто взаємодії двох або більше мов у межах певної території та певного історичного періоду, на основі піджину, спрощеного засобу комунікації двох чи більше етнічних груп [2; 4]. Дослідження креольських мов та піджинів є актуальним через особливості їх утворення та побутування, а також через значну кількість носіїв та великий обсяг території поширення[1]. Але не менш актуальним є вивчення джерел досліджень, адже недостатня їх упорядкованість значно ускладнює подальший аналіз.

Для написання тез було розглянуто «*Атлас креольських мов та піджинів*», укладений у 2013 році німецькими вченими Мартіном Хаспельматом, Філіпом Маурером, Сюзанн Марією Міхаеліс та Магнусом Губером. Насамперед, було досліджено його розділ «*Джерела*»[1].

Найдавнішими джерелами дослідження креольських мов можна вважати записи судових процесів, як, наприклад, «*Court Records of 1707*» [3]. Також у якості джерел були використані історичні довідники («*Histoire de la Louisiane*»[5]). Записки та мемуари, написані мандрівниками, теж стали у пригоді для досліджень. Одним із прикладів такого джерела вважається «*A voyage round the world, including travels in Africa, Asia, Australasia, America, etc.. from 1827 to 1834*» [6]. Словники та наукові роботи дослідників місцевих мов теж мали велике значення у роботі з креольськими мовами та піджинами. Одним із найдавніших досліджень такого типу стало «*The creoles of Louisiane*» [7].

Перші відомі наукові праці стосовно креольських мов були написані ще наприкінці XIX століття. Прикладом такої роботи є вище зазначений «*The creoles of Louisiane*» [5]. До цієї праці було написано ще декілька, як-от: «*The Chinese-English Instructor (6 vols.) 英語集全*» [8]. Також були наукові роботи, у яких автори сприймали креольські мови або як жаргон [9; pp. 428-435], або як діалект [10]. Більше того, деякі з офіційних джерел мають бути переглянуті, адже іноді імена авторів, як у випадку з «*Jargon spoken at Canton*» залишаються невідомими [9; pp. 428-435].

Завдяки здійсненим дослідницьким роботам було укладено «*Атлас креольських мов та піджинів*», що наразі є беззаперечно базовим для подальших досліджень креольських мов. Але різностороннє вивчення й інших джерел наукового аналізу у сфері креольської лінгвістики дозволяють більш ґрунтовно виявити ту чи іншу закономірність, з'ясувати особливості формування та поширення креольських мов та піджинів.

Література

1. [APiCSOnline \[Електронний ресурс\] : \[Інтернет-портал \]](https://apics-online.info/). – [Електронні дані](https://apics-online.info/). – Режим доступу: <https://apics-online.info/> (дата звернення 28.01.2019)
2. Arends J. Pidgins and Creoles: An introduction / J. Arends, N. Smith, P. Muysken. – Benjamins, 1995. – 412 p.
3. CR. Court records of 1707/ CR. – Radboud University Nijmegen, 1707. – In E. M. van den Berg (Ed.) – *Mi no saltrontongo. Early Sranan in Court records, 1667-1767*
4. Kaufman T. Language Contact, Creolization and Genetic Linguistics / S. Thomason, T. Kaufman. – University of California Press, 1988. – 411 p.
5. Le Page du Pratz A. *Histoire de la Louisiane* / A. Le Page du Pratz. – Paris: DeBure, 1758. Vol. 3. – 451 p.
6. Holman J. A voyage round the world, including travels in Africa, Asia, Australasia, America, etc., etc. from 1827 to 1834/ J. Holman. – London: Smith, Elder & Co, 1834
7. Cable G.W. *The creoles of Louisiana* / G. W. Cable. – New York: Charles Scribner's Sons, 1884
8. Tong T. *The Chinese-English Instructor (6 vols.) 英語集全* / T. Tong. – Guangzhou: Not known, 1862. Vol. IV & VI.
9. Anonymous. *Jargon spoken at Canton; how it originated and has grown into use; mode in which the Chinese learn English; examples of the language in common use between foreigners and Chinese*/ Anonymous. – 1836. – 428-435pp.

10. Durand S.J. A phonetic study of the creole dialect :Master's thesis : July, 1930 /Baton Rouge: Louisiana State University, 1930. – 61 p.

ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДНИХ СЛІВ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАТЕКСТІ

Кириленко Т.М

Студентка 3 курсу, група ЛА-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: доц., к.філол.н. Марченко В.В.

Для другої половини 20 – початку 21 ст. характерний стрімкий розвиток засобів масової комунікації та нових інформаційних технологій. Про це свідчить велика кількість журналів та газет, які друкуються кожного дня на різноманітну тематику. Існують журнали та газети розраховані на широку аудиторію (The Guardian, New York Times, BBC), а є й такі, що спрямовані на конкретну вікову категорію чи фокусуються на певній тематиці. Так, наразі публікуються журнали для жінок (Cosmopolitan, Vogue, Elle, Marie Claire), спеціалістів в сфері інформаційних технологій (PC Magazine, Macworld, Wired), прихильників спорту (Sport Illustrated, American Cheerleader, Athletics Weekly) і т.д. Відповідно до тематики засобів масової інформації, використовується різна лексика, синтаксичні та граматичні структури. Залежно від способу чи мети передачі інформації змінюється прийоми, за допомогою яких привертається увага читача. Це зацікавило науковців з усього світу, які впродовж минулого століття та в наш час активно досліджують медіатекст. Такими дослідженнями займалися А. Белл [5], Г.Я. Солганік [4], Т.Г. Добросклонська [2], М.Л. Майданова [3] та багато інших. Увагу вчених привертала такі питання, як визначення поняття медіатексту, їхня типологія, вплив медіатекстів на соціум та їхні лінгвістичні особливості.

Однією з найбільш популярних та широко висвітлених тем є використання складних слів та багатоеlementних словосполучень у медіатексті. О.С. Ахманова в своїй роботі [1] виділяє лексичні та синтаксичні способи поєднання слів. Під лексичними словосполученнями ми розуміємо поєднання двох або більше номінативних основ, які поєднанні спільним ритмо-інтонаційним контуром. Наприклад, *fitness routine, success secrets* (Cosmopolitan, 01.2018 p., ст. 6). В синтаксичних словосполученнях елементи поєднуються граматично. Наприклад, *explosive headlines, professional achievements* (Cosmopolitan 01.2018 p., ст. 130).

Варто зауважити, що у більшості випадків такі словосполучення складаються з двох елементів: *trade war*, *homegrown competitors* (*TIME* 21.01.2019, см. 11). Проте в текстах про політику, новини та економіку вони можуть мати набагато більше елементів. Наприклад, *opposition-controlled national assembly* (*the Economist UK Edition* 19.01.2019 см. 9), *annual trade surplus* (*The Economist UK Edition* 19.01.2019 см. 10) *A Nicaraguan supreme court judge* (*USA Week* 21.01.2019 см.7) *three-day hunger strike* (*USA Week* 21.01.2019 см. 8), *land management bureau*, *coal mining town*, *federal free-and-reduced lunch payments* (*USA Week* 21.01.2019, см. 2). Причина полягає в меті тексту, якою є повідомлення новини в найбільш ефективний спосіб. В свою чергу найефективнішим шляхом передачі інформації є складні слова, адже за допомогою мінімальної кількості граматичних структур та в максимально стиснутому вигляді передається якомога більше інформації.

Отже, виділяють два типи словосполучень: лексичні та синтаксичні. В лексичних словосполученнях елементи поєднуються ритмо-інтонаційно, в синтаксичних – граматично. Частота використання та кількість елементів в словосполучення напряду залежить від мети статті. Якщо мета – інформативна, то кількість елементів та частота використання словосполучень збільшується.

Література:

1. Ахманова О. С. О разграничении слова и словосочетания : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філ. наук / Ахманова О. С. – Москва, 1954. – 37 с.
2. Добросклонська Т. Г. Медиалінгвістика: системний підхід к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонська. – Москва, 2008. – 264 с.
3. Майданова М. Л. Структура и композиция газетного текста: средства выразительного письма / М. Л. Майданова. – Красноярск, 1987. – 180 с.
4. Солганик Г.Я. К определению понятий “текст” и “медиа́текст” / Г.Я. Солганик // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7-15
5. Bell A. *Approaches to Media Discourse* / A. Bell. – London: Blackwell Publishers, 1996. – 230 p.

АНГЛІЙСЬКИЙ КОМП'ЮТЕРНИЙ СЛЕНГ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

О.С. Кисіль

студентка 3 курсу, група ЛА-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., вик., Прокоійченко А.В.

Сьогодні, програмне забезпечення, документація та новини зі світу ІТ подаються англійською. Також, найбільші форуми ведуться англійською мовою, а серйозні компанії і роботодавці спілкуються нею. Більше того, англійські запозичення з ІТ-лексики проникають у мову щоденного вжитку людей, і у зв'язку зі стрімкими змінами у світі технологій, мова постійно змінюється.

Використання англійської лексики зумовлюється високим рівнем залученості українців до мережі Internet. Сьогодні, навіть, так званий, звичайний “юзер” спілкується ІТ-лексикою не гірше, ніж “просунутий програмер”.

Сленг (від англійського слова “slang”) – це експресивно і емоційно забарвлена лексика розмовної мови, що відхиляється від прийнятої літературної мовної норми [1]. Щодо комп'ютерного сленгу, то можна виділити такі загальні визначення:

- професійна мова програмістів, а також людей, чия професійна діяльність тісно пов'язана з комп'ютерами та їх використанням; для прикладу, глітч (glitch) – несподіване порушення в програмі;

- галузь професійної мови, доступна звичайним користувачам комп'ютерів [1]. Наприклад, слово “nerd” з комп'ютерної галузі через кіно і телебачення увійшло в загальне вживання, і тепер його використовують не тільки “комп'ютерники”, а й звичайні користувачі, коли говорять про нудну і нецікаву людину. У соцмережах часто застосовують англійські визначення для позначення певного явища, наприклад: флуд – марнослів'я у форумах; спам – масова розсилка кореспонденції рекламного характеру; блог – мережевий журнал; читер – мухляр, задрот – людина, яка проводить занадто багато часу за одним заняттям, зазвичай так називають затятих фанатів комп'ютерних ігор. Ці визначення не замінюють українськими аналогами, задля точної передачі думки, та, власне, через неактуальність та незнання українських відповідників.

Також, важливу роль займають *варваризми*, які проникають миттєво у мову та затримуються надовго [2]. Прикладами варваризмів є лайк, репост, гугл транслейт, нік, мейл, фоловер, діджитал, софт, RTF-формат, IP-адреса, CD-диск, internet-провайдер, web-дизайн, ІТ-менеджер, тощо. Варто звернути увагу,

що українці пишуть транслітерацією, також слова набувають рід, число та відмінки.

Сьогодні, мова Інтернету вважається найперспективнішою з усіх інших видів молодіжного сленгу, тому інтернет-сленг у жодному разі не буде зайвим, а його накопичення навпаки сприяє стрімкому розвитку самої мови та розповсюдженню її сленгізмів серед ширшої аудиторії. Більше того, поширення англіцизмів у нашій мові ніяк не уникнути, тому що комп'ютерні технології дуже стрімко розвиваються, а сама мова швидко поглинає всі новинки.

Література

1. Сленг — значення слова, визначення [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vseslova.com.ua/word/%D0%A1%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3-98312u>.
2. Стрига Е. В. Комп'ютерний сленг у сучасній англійській мові: Походження та функціонування [Електронний ресурс] / Е. В. Стрига. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: rgnotes.onu.edu.ua/article/download/41545/38009
3. Новітні англійські запозичення у сфері високих технологій сучасної української мови [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://dspu.edu.ua/native_word/wp-content/uploads/2016/04/2013-21.pdf.

ВИКОРИСТАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

К.М. Ковальчук

студентка 4 курсу факультету іноземних мов,

ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Биндас О.М.

Англіцизми почали з'являтися в українській мові наприкінці ХІХ століття. Сьогодні англіцизми й американізми становлять близько 75-80% усіх запозичень [2, с. 251]. І їх кількість продовжує невпинно зростати з кожним роком. Зумовлено це низкою таких факторів, як розвиток економічних та культурних зв'язків, авторитет західних країн, мода на вживання іншомовних слів, процес глобалізації, лідерство англійської мови як міжнародної тощо.

Найчастіше англіцизми можна почути в рекламі та молодіжному сленгу.

Реклама має великий психологічний вплив на свідомість людей. За її допомогою маркетологи намагаються привернути увагу споживачів до своїх товарів та послуг, активно використовуючи при цьому лексеми іншомовного походження, так як цей трюк викликає почуття довіри і зацікавленості у людей. Саме тому ми можемо спостерігати таку велику кількість англійських назв в українській зовнішній рекламі: *свроньюз, Брекзіт, дисконт, Sale* та інші.

Сучасна молодь також активно використовує англіцизми у повсякденному житті. Це відбувається через бажання виділитися серед однолітків та показати, що він або вона в курсі останніх подій, а іноді і для того, щоб спростити та скоротити своє мовлення. Наприклад, *булінг, кіднепінг, мейкап* тощо.

На наш погляд, найнебезпечнішу групу англіцизмів містить у собі інтернет-сленг. Він досить активно розвивається, завдяки популярності комп'ютерів серед молоді, яка проводить вагому частину свого часу в мережі інтернету. Негативним є те, що багато запозичених слів з англійської мови є переробленими, а також те, що досить велика кількість Інтернет-лексем вийшла за межі комп'ютерної комунікації. Наприклад, *загуглити, залайкати, ігнорити, копіювати, стрімити, чекнути* і т.д.

Український дослідник П. Грибовий виділяє кілька причин виникнення та існування молодіжного сленгу: експресивність номінативних засобів молодіжного сленгу, прагнення до відмежування, самоствердження молоді. Дослідник вважає, що молодіжний сленг дає змогу констатувати розбіжності в особливостях світобачення членів соціуму залежно від їх вікових та соціокультурних параметрів, до чого саме прагнуть Інтернет-користувачі [1, с.35].

Процес запозичення іншомовних слів несе в собі неоднозначний вплив на українську мову. Якщо англіцизми називають поняття, яких не існує в українській мові, тоді їх вживання, на нашу думку, є доречним. У цьому випадку вони сприяють збагаченню нашої мови. Але дуже часто трапляється так, що англіцизми витісняють власне українську лексику. А це в свою чергу негативно впливає на стан української мови та створює загрозу для її існування.

Література

1. Грибовий, П. М. Український молодіжний сленг як лінгвокультурний феномен. / П. М. Грибовий // Компаративні дослідження слов'янських мов. – Вип. 11. – 2010. – с. 34–37.
2. Сучасна українська літературна мова : лексика і фразеологія / за заг. ред. акад. І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 2001. – 439 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДНОСНИХ ТА ЯКІСНИХ ПРИКМЕТНИКІВ

П.С. Колбешкін

студент 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З. В.

Прикметник (*das Adjektiv*) – це самостійна частина мови, яка співвідноситься з іменником та позначає ознаку, якість або властивість предмету. Основними для прикметника в німецькій мові є функція характеристики та зображальна функція: опис властивостей, якостей, ознак та характеристик предмета або явища. Прикметник в німецькій мові відповідає на питання який? (*welcher?*), яке (*welches?*), яка? /які? (*welche?*) або як? (*wie?*). В німецькій мові прикметник також часто називають «*das Wiewort*». Німецькі прикметники змінюються за родами, відмінками, числами, мають ступені порівняння.

1. Собака виглядала сумною - *Der Hund sah traurig aus*.

Усі прикметники в німецькій мові поділяються на **якісні** (*qualitative Adjektive*) та **відносні** (*relative Adjektive*).

Якісні прикметники позначають абсолютну ознаку предмету:

властивості та якості, які сприймаються органами відчуттів:

- колір: blau - блакитний, rot - червоний, weiß - білий;
- розмір: breit - широкий, eng - вузький, groß - великий;
- смак/запах: bitter - горький, sauer - кислий, süß - солодкий;
- звук: laut - гучний, leise - тихий, schrill – пронизливий;
- дотикові відчуття: rau - шорохуватий, glatt - гладкий, weich - м'який;
- вага: leicht - легкий, schwer - твердий;

властивості та якості, що містять оцінку:

- фізичні якості людей та тварин: blind - сліпий, gesund - здоровий.
- моральну: böse - злий, gut - хороший, frech - наглий;
- естетичну: hässlich - негарний, herrlich - прекрасний, schön - красивий;
- інтелектуальну: dumm - глупий, klug - розумний, witzig – дотепний.

Відносні прикметники позначають властивість предмета через його відношення до інших предметів, обставин або дій:

- відношення до особи: elterlich - батьківський, mütterlich - материнський;
- відношення до неживих предметів: golden - золотий, seiden - шовковий;

- просторове та часове відношення: *dortig* - місцевий, *heutig* – сьогоднішній.

Прикметник в німецькій мові відмінюються, при цьому тип відмінювання визначається наявністю або відсутністю артикля чи займенника перед іменником и тим, який це артикль (визначений чи невизначений) та до якої категорії відноситься вживаний займенник. Існує три типи відмінювання: слабе, сильне та змішане.

За **слабким** типом відмінювання відбувається відмінювання прикметників після визначеного артикля або займенника, які чітко визначають рід та відмінок. При цьому відмінковим закінченням прикметника буде –e або –en — в залежності від числа та роду іменника.

За **сильним** типом відбувається відмінювання прикметників при відсутності перед іменником визначеного артикля або відповідного займенника, що чітко вказують на його граматичні категорії, після кількісних чисельникових та невизначених займенників (багато... — *viele, mehrere, деякі* — *einige, wenige*).

Під **змішаним** типом відмінювання мається на увазі відмінювання прикметника при іменнику з невизначеним артиклем, присвійним займенником або запереченням *kein* в однині. Даний тип поєднує в собі ознаки слабого та сильного відмінювання. При цьому *Nominativ* та *Akkusativ* збігаються з сильним, а *Dativ* и *Genitiv* – зі слабким типом відмінювання прикметника в німецькій мові.

Література:

1. Михаленко А. О. *Deutsche Sprache* // Морфологія. — Железногорск, 2010.

2. *Deutsche Grammatik* [Електронний ресурс] // *Deklination der Adjektive. Die undeklinierbaren Adjektive* режим доступу до ресурсу: http://www.deutsch-uni.com.ru/gram/adj_dek.php

СТРУКТУРНА ГРАМАТИКА ТА ЇЇ ЗАВДАННЯ

Копиш В.А.

3 курс, група ЛН-61, факультет лінгвістики, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст.викл., кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови, Чепурна З.В.

Грамматика – це термін, який вживається у двох пов'язаних значеннях: як будова мови і розділ мовознавства, що вивчає граматичну будову мови [1]. Також це сукупність правил за якими слова об'єднують в змістові фрази і речення. У кожній мові існують свої власні правила.

Граматика поділяється на багато типів. Наприклад залежно від теоретичного концепту і методу дослідження існує: традиційна, структурна, функціональна, генеративна граматика, граматика залежностей, відмінкова граматика, граматика на основі валентності, граматика, орієнтована на утримання [2].

Більш детально ми розглянемо структурну граматику. Вона виникла в 40 – 50 рр. ХХ ст. завдяки дослідженням Ганса Глінца. В цей час був проголошений перехід на новий рівень пізнавального процесу – аналізу. Відмінною її рисою є формалізація процесу аналізу та і його результатів [2]. Основні одиниці аналізу – фонемі і морфемі. Структурна граматика повністю виключає будь які логічні або психологічні міркування. Має існувати алгоритм аналізу, жодного суб'єктивізму або опору на інтуїцію. Її основна заслуга – це розробка точних аналітичних методів дослідження структури мови. Наприклад: метод трансформації, метод перестановки, метод редукції і т.д.

У структурній граматиці також були і недоліки. Деякі вчені стверджували, що вона однобічна, ігнорує зміст, соціальний характер мови і її когнітивні та комунікативні показники, має недіалектичний підхід до мови.

Граматика залежностей (Л. Теньєр) – це різновид структурної граматики. Вона трактує зв'язки між двома безпосередньо пов'язаними компонентами речення як залежність одного від іншого, розкриває і представляє ієрархічну структуру речення. Також великий вплив на структурну лінгвістику мала генеративна граматика Хомського.

Отже, ми бачимо, що всі ці типи тісно пов'язані один з одним. І кожен з них має свої переваги та недоліки. Наприклад за допомогою структурної граматики можна краще дослідити структуру мови, адже існує певний алгоритм.

Література:

1. Граматика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>
2. Типология грамматики. [Електронний ресурс]. – режим доступу: https://studopedia.su/18_89981_lektsii---tipologiya-grammatiki.html

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ У ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНОМУ РОМАНІ

(на матеріалі психотерапевтичного роману Ірвіна Ялома «Шопенгауер як ліки»)

А.С. Кривцун

Студентка 5 курсу, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Демиденко О.П.

Психотерапевтичний дискурс, на думку таких вчених як Г. Г. Калмікова [2016], Е. І. Кірілова [2010] та А. В. Фомінічева [2012] це результат мовленнєвої діяльності людей, а саме пацієнта та психотерапевта, і є продуктом внутрішнього наміру мовців, а також лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів комунікації. Психотерапевтичний роман — визначення, яке безпосередньо пов'язане з творчістю відомого американського психотерапевта та психолога - Ірвіна Ялома. Сам автор називає свої праці “Tales of Psychotherapy”, тобто психотерапевтичними історіями. Психотерапевтичний роман функціонує у психотерапевтичному дискурсі, і він є його окремою (новою) складовою.

Поняття комунікативної стратегії ввів нідерландський лінгвіст Т.А. ван Дейк, який визначав її як “функціональну одиницю послідовності дій, що сприяє вирішенню локальної або глобальної задачі” [1, с. 274].

Психотерапевтичний вплив є поширеним типом комунікативної активності і тому у психотерапевтичному дискурсі стратегії і тактики мовленнєвої комунікації посідають надзвичайно важливе місце. Н.В. Суміна виділяє такі стратегії, які використовує психотерапевт у ході психотерапевтичних консультацій та практик: *інтерпретаційна стратегія* (яка є основною стратегією психотерапевтичного дискурсу реалізується в наступних тактиках: *розроблена тактика питань* про відчуття, про минуле, питання, що актуалізують контекст “тут і зараз”; *тактика перефразування*, мовним маркером якої виступає словосполучення *you mean*, а також вступна частина *what I hear*, *тактика усунення генералізацій*, із використанням директивних вказівок (які найчастіше виражені імперативами), а також *конкретизації* - заміна невизначених займенників конкретними іменами і конкретними формулюваннями).

У психотерапевтичному романі Ірвіна Ялома “Шопенгауер як ліки” вищезазначені стратегії виражені такими прикладами: розроблена тактика питань психотерапевта Джуліуса Хертцфельда полягає в питаннях: про відчуття: “*When It was clear he was not planning to respond further, Julius*

addressed Pam: “Pam, what are you feeling?”, «What are you feeling, Gill?» asked Julius; про минуле: “What were you like when you were your son’s age?”, питання, що актуалізують контекст “тут і зараз”: “Now just one further query and then I’ll proceed to answer you. Why now? Why ask this particular question at this particular time?”; тактика перефразування, мовним маркєром якої виступає словосполучення *you mean* відтворена таким прикладом: “You mean,” said Julius, “you don’t want to substitute your wife’s imperatives with the group’s imperatives.”, “I mean, your reasons for sharing aren’t clear”; тактика усунення генералізацій із конкретними іменами і формулюваннями: “Schopenhauer again! Philip, I hear too damn much about Schopenhauer— whoever he is—and too damn little about you.”, а також тактика інтерпретацій сновидінь і інтерпретацій притчі як розгорнутої метафори життя, причому ці жанрові різновиди в психотерапевтичному дискурсі виступають як складні конотативні знаки: “I’ve had a couple of recent nightmares of something trying to kill me, and then there was that nightmare I described— trying to catch that train which was falling apart.”

Література

1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк ; пер. с англ. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

2. Сумина Н.В. Семантические и прагматические характеристики психотерапевтического дискурса: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Сумина Наталья Владимировна; [Местозащиты: Кабардино-Балкарский государственный университет им.Х.М.Бербекова]. - Нальчик, 2016.- 170 с.

АНГЛІЙСЬКІ ПРИСЛІВ'Я І ПРИКАЗКИ ТА ЇХ ЕТИМОЛОГІЯ

В. І. Крилова

Студентка 4 курсу, група ЛА-52, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Вацило О. В.

Прислів'я та приказки є одним з найдавніших жанрів усної народної творчості та багато з них з'явилося ще до моменту виникнення писемності. Протягом багатьох століть прислів'я та приказки не тільки відображають різні об'єкти діяльності людей, а й дають оцінку, живуть турботами й болями народу. В прислів'ях та приказках відтворені різноманітні сторони людського життя: побут, потреби та звички, відношення до природи.

Питанням дослідження прислів'їв та приказок займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема Л.Г. Авксентьєв, М.Ф. Алефіренко,

В.В. Виноградов, В.Г. Гак, В.С. Жуков, О.М. Мелерович, В.М. Мокієнко, Л.Г. Скрипник та інші. Такі лінгвісти, як А.І. Альохіна, Н.Н. Амосова, О.В. Кунін, О.І. Смирницький досліджували фразеологію англійської мови.

Актуальність проблеми дослідження прислів'їв та приказок полягає в тому, що вони є найуживанішими одиницями повсякденного мовлення з погляду встановлення закономірностей їхньої мовної організації. Останніми десятиріччями жодна галузь лінгвістичної науки не привертала до себе такої уваги мовознавців, як прислів'я та приказки. Якщо у 50-ті роки ХХ ст. вони ще перебувають у стані «прихованого» розвитку, то нині можна сказати, що прислів'я та приказки по праву зайняли місце самостійної лінгвістичної дисципліни.

Прислів'я та приказки в переважній більшості створюються самим народом і відбивають найрізноманітніші сторони людського життя. Виникнення прислів'їв, на думку дослідників, бере початок з часів первіснообщинного ладу. Воно пов'язане з трудовою діяльністю людей [1, с. 87].

Деякі лінгвісти стверджують, що поряд з фольклорними прислів'ями та приказками широко вживаються образні вирази, створені письменниками та окремими громадськими діячами. Згодом вони стають так званими «крилатими виразами» й починають уживатися як звичайні прислів'я та приказки. Встановити авторство окремих прислів'їв та приказок можливо. Наприклад, в англійській мові багато прислів'їв та приказок було популяризовано або створено В. Шекспіром, Дж. Байроном, Дж. Мільтоном та іншими відомими письменниками й поетами. Прикладом можуть слугувати шекспірівські вислови, багато з яких зберегли свою початкову форму, наприклад, *Brevity is the soul of wit.* – *Стислість – сестра таланту.* Інші є адаптацією його висловлювань, наприклад: *He jests at scars that never felt a wound.* – *Над шрамами сміється той, що болю рани ще не знає* [1, с. 7]; *Cowards die many times before their deaths.* – *Боягузи вмирають багато разів* [1, с. 9].

Важливим джерелом англійських прислів'їв є також запозичення з інших мов (латинської, грецької, французької, іспанської мов тощо). Так, наприклад, велика група прислів'їв та приказок сформувались під впливом латинської мови і приписується Юлію Цезарю: *The wish is father to the thought.* – *Бажання є батьком думки;* *He gives twice who gives quickly.* – *Віддає двічі той, хто віддає швидко* [2, с. 7].

Вираз «Добрими намірами пекло вибукувано» приписується англійському письменнику Джонсону, який у 1775 році сказав: *Hell is paved with good intentions* [3, с.40].

Щодо прислів'їв, запозичених з французької мови, наочним прикладом може бути прислів'я: *The appetite comes with eating*. [1, с. 5] – *Anemum приходить під час їжі*. Його автором був французький єпископ Жером де Анже, хоча своє широке вживання воно отримало після того, як Франсуа Рабле використав його у романі «Гаргантюа і Пантагрюель».

Безумовно, існує багато запозичень прислів'їв з Біблії, прикладом чого може слугувати висловлювання: *A soft answer turns away wrath*. – *М'яка відповідь відвертає гнів* [1, с. 11].

Отже, прислів'я – це короткий образний влучний народний вислів повчального характеру, що виражає переважно морально-етичну проблему, узагальнює та типізує різні явища життя і входить, у свою чергу, до розмовного мовлення. Приказка – це стислий крилатий народний вислів, близький до прислів'я; іноді – укорочене прислів'я, але без властивого йому повчального характеру. Виникнення прислів'їв та приказок бере початок з часів первіснообщинного ладу. Прислів'я та приказки в переважній більшості створюються самим народом. Їхніми джерелами були відомі народні пісні, казки, байки, анекдоти, а також Біблія. В англійській мові багато прислів'їв і приказок було популяризовано або створено відомими письменниками та поетами. Разом з тим, з часом і народне, і літературне джерела об'єднуються. Усі перераховані чинники виникнення прислів'їв та приказок є характерними і для англійської, і для української мов.

Література

1. Баранцев К.Т. Англійські прислів'я та приказки. / К.Т. Баранцев. – К.: Радянська школа, 1973. – 176 с.
2. Дубровин Н.И. Русско-английский словарь : А-Я : более 8000 слов и выр. : [пособие для учащихся] / Н.И. Дубровин – М. : Просвещение, 1997. – 446 с.
3. Молотков А.И. Основы фразеологии русского языка. / А.И. Молотков. – Л.: Госкнига, 1977. – С. 40.

ВПЛИВ ГЕНДЕРУ НА КОМУНІКАТИВНУ ПОВЕДІНКУ

Ю.В. Кубашевська

*Студентка 2 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики,
КПІ імені Ігоря Сікорського*

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Із поширенням ідей гендерної рівності в сучасному суспільстві, все більше уваги приділяється дослідженню гендеру, зокрема в лінгвістиці. Однак, аналіз досвіду науковців з даної проблеми показав, що хоч за останні роки і

було опубліковано низку теоретичних статей, практичних досліджень проводиться мало. Таким чином, маючи за основу встановлені моделі комунікативної поведінки (сукупності норм спілкування народу [2]), такі статті лише укріплюють вже існуючі стереотипи, які, в свою чергу, приводять до непорозумінь і конфліктів [1, с.112].

Метою дослідження є вивчення проблематики питання впливу гендерних особливостей на стратегії та тактики комунікації і комунікативну поведінку.

Л. Корнева стверджує, що «чоловіки не говорять більше, ніж потрібно для передачі основної інформації», сприяючи стереотипу про те, що жінки говорять багато та відхиляються від теми [1, с.108]. Таку рису впізнає більшість читачів, при цьому не поставивши її під сумнів. Дженніфер Коутс також зачіпає цю тему у своїй праці, але аналізує практичне дослідження Свокер і зазначає, що в досліді, де чоловікам та жінкам поставили завдання описати малюнок, чоловікам знадобилось в середньому по 13 хвилин на кожен рисунок, а жінкам – по 3.17 хвилин [4, с.116; 7]. Виходячи з цього, невідкріплене твердження Корневої не відповідає дійсності. Дослід Свокер говорить про те, що чоловіки говорили в чотири рази більше, що суперечить загальноприйнятому стереотипу.

Більше того, через комунікативну поведінку чоловіків, а саме пояснення у поблажливій формі, з'явився термін «менсплейнінг». Така манера спілкування применшує компетентність жінки. Або, як пише Лілі Ротман, це явище - «пояснення без врахунку факту, що ті, кому пояснюють, можуть знати більше за роз'яснювачів».

Крім того, існує думка, що оскільки жінки займають субмісивну позицію в діалозі, вони частіше використовують слова «мабуть», «по-моєму», «на мою думку» тощо. Більшість дослідників впевнені, що такі вирази свідчать про невпевненість мовця у сказаному. Проте Коутс вказує на два випадки використання таких висловлювань на прикладі фрази «you know»: вираження сумніву або впевненості у своїх словах – залежно від інтонації [4, с.88]. У її праці дійсно зазначено, що жінки частіше говорять «you know», але у мовленні чоловіків даний вираз частіше має конотацію вагання [4, с.89].

Складнощі таких досліджень полягають у тому, що на стратегії та тактики комунікації впливають безліч факторів. Крім гендеру серед них можна виділити соціальний клас, вік, культуру мовця тощо. Кожен з таких факторів приносить можливість похибки в результатах дослідження. Тому важливо мінімізувати відмінності у комунікативній поведінці до гендеру та обирати учасників в рамках одного комунікативного середовища. Г. Цапро аналізує провокуючу тактику комунікації на основі інтерв'ю на шоу Ларрі Кінга,

обираючи людей одного соціального класу [3]. Звісно, на комунікацію індивіда з інтерв'юером значний вплив мають визначені ролі сторін діалогу, адже ідеальні умови для такого виду дослідження практично неможливо створити, що і зумовлює невелику кількість таких досліджень.

У сучасній гендерній лінгвістиці, а особливо в Україні, бракує практичних експериментів, про що свідчать статті, які містять непідкріплені практикою твердження. В таких судженнях автори керуються упередженнями та стереотипами. Із прикладу бачимо, що чоловіки в чотири рази довше описували малюнки, ніж жінки, не дивлячись на популярну думку про те, що жінки говорять значно більше. Така ситуація може бути зумовлена складнощами в процесі досліджень, адже на комунікативну поведінку впливає велика кількість чинників, окрім гендеру.

Література

1. Корнева Л. Гендерний аспект комунікації / Людмила Корнева // Філологічні науки. – Полтава, 2013. – С. 108–112.
2. Стернин, И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования / И.А.Стернин // Русское и финское коммуникативное поведение. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4-20.
3. Цапро Г. Гендерний аспект стратегії моделювання комунікативної інтеракції (провокуюча тактика) / Галина Цапро // Теоретична і дидактична філологія. – Київ, 2015. – С. 428–431.
4. Coates J. Women, Men and Language: a sociolinguistic account of gender differences in language . – New York: Routledge, 2013. – (3rd ed).
5. Rothman L. A Cultural History of Mansplaining [Електронний ресурс] / Lily Rothman // The Atlantic. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theatlantic.com/sexes/archive/2012/11/a-cultural-history-of-mansplaining/264380/>.
6. Steinmetz K. Clickbait, Normcore, Mansplain: Runners-Up for Oxford's Word of the Year [Електронний ресурс] / Katy Steinmetz // Time. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://time.com/3590980/clickbait-normcore-mansplain-oxford-word-runners-up/>.
7. Swacker M. The sex of the speaker as a sociolinguistic variable / Marjorie Swacker // Language and Sex. – Rowley: Newbury House, 1975. – С. 76–83.

МЕДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (на матеріалі роману Степана Процюка «Під крилами великої матері»)

Д.О. Летка

Студентка 3 курсу, група 311,
факультет української філології та журналістики,
Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Климович С.М.

У сучасній науці про мову важливими є питання, які розкривають особливості становлення та розвитку стильових різновидів сучасної української літературної мови, звертають увагу на виражальних засобах кожного стилю, зокрема художнього, виявляють рух лексико-семантичних, словотвірних, граматичних норм, пов'язаних із відповідним стилем, показують характер зближення, взаємовпливи окремих елементів у межах певного стильового континууму.

Ф. Нікітіна вказує на те, що «при виході терміна за межі фахової літератури не завжди можна говорити про його детермінологізацію. Адже в сфері спеціальної літератури він залишається терміном, незважаючи на проникнення навіть у розмовну мову» [1, с. 6]. Авторка називає цей процес (коли слово, залишаючись у складі певної терміносистеми, стає зрозумілим для більшості носіїв мови) різновидом полісемії: слово вживається і в термінології, і в загальнонаціональній мові [1, с.7].

Тож з погляду сучасної лінгвістики, в актуальному руслі – проаналізуємо суспільно-історичний роман Степана Процюка, звернемо увагу на використання в ньому медичної термінології.

У Степана Процюка є свої неповторні прийоми вживання в художній мові елементів наукового стилю, які є головними мовними засобами на лексичному рівні. Їх автор використовує як стилістичний засіб із інформаційною метою, а саме для зображення дійсності в суспільно-історичному романі за допомогою особливих знаків, які мають тісний зв'язок із художнім образом .

Аналізуючи ці лексеми, осмислюючи їхні стилістичні функції в творі автора можна виділити такі групи:

1) терміни, які вживаються в науково-інформативній, стильовій функції й не виконують певної стилістичної настанови: *Сказали, хронічний піелонефрит* [2, с.49]; *Чи могли залишити фрагмент каменю (як кажуть урологи, конкремент)?*[2, с.103]; *Там його натоптали хіміотерапією, потім вияснили...* [2, с.112]; *Рекомендовано: хірургічна обробка рани, анальгін, діазепан* [2, с.210];

2) терміни, які вживаються у вигляді порівнянь, метафор: *Краще би він там задубів, знечулився від хмари хлороформу!* [2, с.8]; *...качки після качиних боїв і знову повертаються до стану анабіотичного спокою* [2, с.12]; *...його починають різати кілька сто кілограмових гевалів-хірургів із плюндрівницькими олігофренічними посмішками на закривавлених лицях...* [2, с.25].

Терміни автор використовує свідомо, зважаючи на тему, ідею твору, розкриття його сюжету. Вживання медичних термінологічних елементів у романі письменника вказують на його певну компетентність у цій галузі знань. Степан Процюк використовує лексику з медицини в прямому значенні, а саме у звичайній для неї функції понять. Відповідно до ідейного задуму письменника, медична лексика часто знаходиться без будь-яких пояснень у тексті. Це зумовлене тим, що багато із цих слів стали загальноновживаними та широко відомими.

Отже, вживання художньо-стилістичних можливостей медичних термінів служить для посилення емоційності, для створення своєрідного образу, бо слово або словосполучення, які визначають чітко й однозначно окреслене поняття у художньому творі виступають в нерозривній єдності з художнім образом.

Література

1. Нікітіна Ф. О. Семантичні та словотворчі проблеми сучасної термінології / Ф.О. Нікітіна. – К.: Видавництво при Київському державному університеті видавничого об'єднання «Вища школа», 1978. – 31с.

2. Процюк С. Під крилами великої Матері.Ментальний майдан / Степан Процюк. – Брустурів: Дискурс, 2015. – 240с.

МЕТОДИ ТА ВИДИ ТРАНСФОРМАЦІЙ

І.В. Лисюченко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Грамматична трансформація - це, насамперед, зміна структури речення, а також заміна синтаксичного та морфологічного порядку.

Беручи до уваги граматичні категорії та форми української та німецької мов, можна помітити наступні явища:

1. відсутність тієї чи іншої категорії в одній з мов;
2. частковий збіг;

3. повний збіг.

Необхідність граматичних трансформацій природно виникає лише в першому і другому випадках. В німецькій мові є такі граматичні категорії, як артикль або герундій, а також інфінітивні та прийменникові комплекси, в той час як в українській мові таких понять немає. Частковий збіг або неспівпадання в значенні і вживанні відповідних форм і конструкцій теж вимагає граматичних трансформацій [1].

Існує два види граматичних трансформацій: заміни і перестановки.

Заміни – найпопулярніший вид граматичних трансформацій, адже при перекладі можуть бути замінені як форми слів і частини мови, так і члени речення.

За кількістю використання перестановки, в свою чергу, теж не поступаються, а займають чільне місце при перекладі, адже відбувається зміна слів, словосполучень, частин складного речення, а також самостійних речень у тексті [2].

Отже, можна сказати, що при перекладі з німецької мови українською, український варіант не буде повністю відповідати німецькому, адже вони мають різну структуру. Німецький варіант характеризується чітким порядком слів у реченні, а також представлений, як правило, іншими частинами мови, адже для адекватного перекладу і для досягнення комунікативної мети доцільно використовувати низку граматичних трансформацій.

Література:

1. Особливості перекладу фразеологічних одиниць сучасної німецької мови [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kazedu.kz/referat/198348/6>.
2. Charitonowa L. J. Theoretische Grammatik der deutschen Sprache [Електронний ресурс] / L. J. Charitonowa – Режим доступу до ресурсу: <https://www.twirpx.com/file/1026270/>.

ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ У ФРАНЦУЗЬКОМУ СОЦІАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

Литвинова Т.П.

студентка 3 курсу, група ЛФ-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник : к. пед. н., доц. К Школяр Л.В.

На сучасному етапі еволюції людства відбуваються значні зміни в культурній, технічній, науковій галузях, а також у внутрішній та зовнішній політиці багатьох країн, що безпосередньо сприяє внесенню коректив в

комунікаційні процеси. Зважаючи на це, відбувається швидка модернізація лексики, що супроводжується активізацією процесу запозичення слів.

Актуальність обраної теми визначається насамперед збільшенням кількості запозиченої лексики у французькій мові, що зумовлює потребу її комплексного дослідження. **Метою** нашої роботи є визначення прагматичних особливостей використання запозичень у процесі їх адаптації у французький дискурс.

Словниковий склад кожної мови постійно змінюється. Процес міжкультурного спілкування щодня стає більш доступним і передбачає засвоєння слів іншомовного походження. Завдяки цьому, лексика сучасної французької мови неоднорідна, адже запозичення швидко стають складовою комунікації і позбавляються особливостей вихідної мови.

За визначенням Т. М. Рудакової, *запозичені слова* — іншомовні слова, цілком засвоєні мовою, що їх запозичила. Процес засвоєння таких слів найчастіше відбувається усним або писемним шляхом, внаслідок чого мовці їх не сприймають як чужорідні елементи [6, с. 131].

Запозичення – це складний процес перенесення та відтворення іншомовних лексичних одиниць до системи мови-реципієнта, який відбувається в три етапи: зміна фонетичного, графічного або граматичного рівнів під час входження іншомовних слів у мову-реципієнт (*show-business, non-stop, hitparade, action painting*); трансформування у процесі освоєння та адаптації (*to program > programmer, to zap > zapper* (під впливом англ. *zapping*), *to sponsor > sponsoriser, to visualize > visualiser; to flash > flasher, to rewrite > rewriter, to mix > mixer*); укорінення та розповсюдження, відповідно до вимог і норм нової мовної системи (*film, vamp*) [3].

У французькій мові переважають англіцизми, що зумовлюється насамперед суспільно-політичними та економічними змінами в Республіці, а також посиленням інтеграційних процесів на світовій арені у сферах культури та інформації. Тому використання англіцизмів обумовлене бажанням надати слову особливого відтінку, підкреслити глобальність його значення, наприклад:

– *Rebelles a été écrit avant le mouvement #MeToo* (1).

– *... rythmée par les interventions timides et les rares sketches du maître de cérémonie, Kad Merad, a sacré le meilleur du 7e Art sous les yeux bleus du grand Robert Redford, "guest star" de la soirée et au son discret des mots de Kristin Scott Thomas* (3).

– *Le fantôme de Karl plane sur un catwalk dont le spectacle s'achève par...*(2).

Деякі зі слів запозичених з англійської мови позначають певні поняття, що не мають перекладу в мові-реципієнті та сприймаються як загальновідома одиниця :

– *Son western franco-américain Les Frères Sisters, son premier film entièrement en anglais, a également reçu plusieurs prix techniques (3).*

– *...Prada fait défiler Mercredi de la Famille Addams et Marni associe soie vive et beauty look gothique (2).*

Французька мова містить в собі запозичення з інших мов, які також впливають на зміну словникового складу :

– *Cécile de France s'exprime sans filtre sur ce projet et les thématiques sociétales qu'il renferme* (запозичення 17-го сторіччя з німецької мови).

– *Quand son patron tente de la violer, elle le tue accidentellement avec la complicité de deux collègues campées par Audrey Lamy et Yolande Moreau* (запозичення 18-го сторіччя з польської мови).

– *Là, ça se passe enfin dans le monde prolétaire, à Boulogne-sur-Mer, et ce n'est pas filmé de manière misérabiliste* (запозичення з німецької мови).

Проте мовне запозичення часто використовується і для позначення певного результату, лексичної одиниці, засвоєної у процесі переходу слова з однієї мови і іншу. Саме тому, сучасні науковці наполягають на необхідності вивчення іншомовної лексики у більш вузькому аспекті – конкретному дискурсі (події, що відбувається між мовцем і слухачем у процесі комунікативної дії в певному тимчасовому, просторовому й інших контекстах). Ця комунікативна дія може бути мовною, письмовою, а також мати вербальні й невербальні складові [5; 7].

Вітчизняні та зарубіжні мовознавці [1; 2; 4] досліджують різні мовні та позамовні чинники, що сприяють адаптації запозичень у певний дискурс; до них долучаються фахівці з *лінгвістичної прагматики*, які вивчають вияви суб'єктивного чинника на всіх рівнях мови й у межах усіх аспектів її функціонування.

Отже, запозичення у французькій мові – це поширене явище, яке, більшою мірою, пояснюється наміром автора привернути увагу читача незвичною лексикою, або ж зацікавити цільову аудиторію, яка надає перевагу “трендовим” модернізованим лексичним одиницям. Багато запозичень сьогодення позначають екзотичні реалії, наприклад: кімано, сакля; та мають особливо виразні ознаки іншої мови, наприклад: мерсі, тет-а-тет. Звісно не вся іншомовна лексика стає частиною нової мовної системи, однак зазвичай, з часом запозичення адаптуються та засвоюються носіями мови-реципієнта.

Література

1. Білан Н. М. Процес асиміляції запозичених слів у німецькій мові / Н. М. Білан [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://intkonf.org/bilan-nm-protses-asimilyatsiyi-zapozichenih-sliv-u-nimetskiy-movi/>.
 2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. — М., 1989.
 3. Запозичення [Електронний ресурс] // Навчальні матеріали онлайн. — Режим доступу: <https://pidruchniki.com/1156052248100/dokumentoznavstvo/zapozichennya>
 4. Лінгвістична прагматика [Електронний ресурс] // Енциклопедія сучасної України. — Режим доступу: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=55505.
 5. [Лук'янець В.С., Кравченко О.М., Озадовська Л.В. Сучасний науковий дискурс: Оновлення методологічної культури: Монографія. — К.: ВІПОЛ, 2000. — С. 15 – 17.](#)
 6. Рудакова Т. М. Принципи засвоєння неозапозичень в українській літературній мові : орфографічна адаптація. — В 4-х книгах. — Книга 1. Наукові записки [Ніжинського державного університету НЗ4 ім. Миколи Гоголя]. — Серія «Філологічні науки» : зб. наук. пр. / відп. ред. проф. Г. В. Самойленко. — Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2013. — С. 129 – 135.
 7. Dijk T.A. van Studies in the Pragmatics of Discourse / Teun Adrianus van Dijk. — The Hague: Mouton, 1981. — 331p.
- Джерела ілюстративного матеріалу
1. Cécile de France : "Les hommes ont aussi été victimes du patriarcat" [Електронний ресурс] // Le journal des femmes. — Режим доступу : <https://www.journaldesfemmes.fr/loisirs/cinema/2486936-cecile-de-france-rebelles/>
 2. Que faut-il retenir de la fashion week automne-hiver 2019-2020 de Milan ? [Електронний ресурс] // Le journal des femmes. — Режим доступу : <https://www.journaldesfemmes.fr/mode/createur-de-mode/2474666-defile-hommage-fendi-karl-lagerfeld-milan-fashion-week-automne-hiver-2019-2020/>
 3. César 2019 : de l'amour, du glamour, de l'humour [Електронний ресурс] // Le journal des femmes. — Режим доступу : <https://www.journaldesfemmes.fr/people/magazine/2479926-cesar-amour-robles-stars/>

СПЕЦИФІКА МОВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ FREEDOM

Ліхтанська В.В.

5 курс, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ткачик О.В.

Концепт є ключовим поняттям когнітивної лінгвістики – однією з розповсюджених верифікуючих моделей усвідомлення фрагментів дійсності та мовної категоризації. Концепт має певну, хоча й не жорстку, структуру. Він складається з компонентів (концептуальних ознак), тобто окремих ознак об'єктивної і суб'єктивної дійсності. Ці ознаки диференційовано відображені у змісті концепту і розрізняються за ступенем абстрактності.

Виникнення терміну «концепт» пов'язане з активними розвідками в мовознавстві 90-х років ХХ століття. Даний термін досліджувався науковцями протягом усього розвитку лінгвістичної науки. На сьогодні опубліковано досить багато робіт, присвячених інтерпретації поняття «концепт», до яких відносяться праці С.А. Аскольдова, О.С. Кубрякової, С.Г. Воркачова, З.Д. Попової, І.А. Стерніна, О.О. Залевської, В.А. Маслової та інших. Визначення концепту пропонується як уявлення (С.О. Аскольдов-Алексєєв); як «алгебраїчне вираження значення» (Д.С. Ліхачов); як «зерно першосмислу» (В.В. Колесов); як «семантичний ембріон», або «смісловий ген» значення мовного знаку (Н.Ф. Алефіренко); як інваріант значення лексеми (К.В. Рахіліна); як ключове слово культури (А. Вежбицька); як знання про те, що позначається, у всіх його зв'язках і відношеннях (В.Н. Телія); як зміст поняття окремо від конкретно-мовної форми його вираження (Ю.С. Степанов) тощо.

Згідно з інтегративним підходом до розуміння сутності даного поняття, визначаємо концепт як термін, що служить для роз'яснення ментальних і психічних ресурсів людської свідомості та тієї інформаційної структури, яка відображає знання і досвід людини; тобто концепт – це оперативно-змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, усієї картини світу, що відображена в людській психіці.

Концепти утворюють інформаційну базу мислення, певний концептуальний каркас свідомості, що уможлиблює подальший процес когнітивного опанування дійсності. Світ «фільтрується» у свідомості особистості крізь концептуальні площини – «згустки» структурованої інформації, що стосуються окремих ділянок досвіду про світоустрій та місце людини у ньому. Результатом такої фільтрації стає упорядкована у вигляді

системи взаємопов'язаних змістів свідомості носіїв мови концептуальна картина світу [1].

Особливий інтерес у сучасному мовознавстві викликає вивчення універсальних понять загальнолюдської культури через структуру та семантику національних картин світу, у яких фундаментальні категорії буття набувають додаткових інтерпретацій, специфічних етнічних рис.

Вибір концепту FREEDOM для дослідження не є випадковим, адже свобода/воля є однією зі змістожиттєвих цінностей, що визначають світосприйняття й поведінку людей, вона відноситься до базових культурних цінностей, разом з тим специфіка прояву цього концепту в англійській лінгвокультурі вивчена недостатньо.

Варто зазначити, що в українському, англійському та американському суспільствах розвиток концепту СВОБОДА історично відрізняється. Уся історія споконвічної національно-визвольної боротьби українського народу “за волю, за щастя” підтверджує волелюбність українців, їх могутній внутрішній порив до волі. Англійські freedom та liberty, навпаки, є даністю, правом людини, тим, що дано з самого початку (personal/ academic/ political/ economic/ religious freedom/liberty), проте, незважаючи на таку особливість, є не менш важливими поняттями для англосовного суспільства [2]. Окрім того, актуальність дослідження концепту FREEDOM зумовлено змінами у картині світу англійців. На формування національної картини світу безумовно впливає характер та менталітет нації. Провідний дослідник у царині психолінгвістики Дж. Горер вказує, що основу англійського національного характеру складають такі якості, як несприйняття зовнішнього контролю, свободолюбство, висока оцінка освіти, стриманість і делікатність, визнання важливості шлюбу та сім'ї [3].

Таким чином, концепт є цілісним утворенням, здатним розвиватися, змінюватися і відображати досвід людей. Концепт має складну логічно організовану динамічну структуру, що складається з базового елементу і пов'язаних з ним через прототипічне значення похідні елементи. Структура концепту може бути виявленою через засоби його репрезентації у мові.

Література

1. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2003. – 191 с
2. Кримський С.Б. Національні архетипи як втілення долі та історичного досвіду народу // Віче. – 1993. – Серпень. – С. 14-21.
3. Gorer J. Exploring English Character / J. Gorer. - New York: Criterion books, 1955. - 328 p.

СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ МЕДИЧНОГО СЛЕНГУ

Р.О. Лоп'янецька

студентка 3 курсу, група ЛА-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Вацило О.В.

Сленг, як мовне явище, існує з давніх-давен, оскільки люди завжди намагалися зробити мову більш емоційно забарвленою та експресивною. Багато професій мають свою, «таємну» мову, яка є незрозумілою для інших. Світ медицини не є винятком і медичні працівники використовують свій, медичний сленг. Загалом вивченням медичного сленгу займалися такі науковці, як А. Т. Фокс, Р. Д. Палмер, Ж. Н. Парсонс, Р. Г. Кумбс, Д. П. Гордон, Д. Р. Кнаут та інші. Кожен з вчених висвітлював свою точку зору щодо специфіки використання медичного сленгу, адже науковці досі досліджують аспекти використання цієї професійної мови, що і обумовлює актуальність дослідження цього явища.

Одним з аспектів використання професійного сленгу є прагнення до спільної, виняткової мови як джерела або символу солідарності, подібно до одягу та обрядів таємного товариства або релігійної секти. Д. П. Гордон зазначає, що використання медичного сленгу сприяє утворенню соціального угруповання та взаєморозуміння [3, 180]. Як і будь-який інший професійний сленг, медичний сприяє розвитку позитивних взаємовідносин між співробітниками. Немає сумніву, що сленг створює відчуття приналежності до вибраної групи осіб і дозволяє приховати комунікацію. Це і є другим аспектом використання професійного сленгу, тобто потреба або бажання спілкуватися за допомогою коду, який не може бути зрозумілий стороннім.

Часто медичний сленг використовується через бажання чи необхідність приховати інформацію, не призначену для пацієнтів. Д. Р. Кнаут вважає, що медичний сленг допомагає підтримувати дистанцію між лікарем та пацієнтом [4]. Гіпотетично, пацієнт може ініціювати правові дії через використання медичного сленгу. У багатьох країнах в кодексах поведінки співробітників різних медичних установ все частіше з'являється пункт про неприпустимість використання медичного сленгу в спілкуванні з пацієнтами. Тому медичний сленг, як правило, обмежується пероральним використанням та неофіційними нотатками чи електронними листами, які не є частиною офіційних записів пацієнта [2, 178]. Медичні працівники повинні стати "медично двомовними",

тобто навчатися говорити як з використанням медичного сленгу, так і простою, а головне зрозумілою мовою.

Натомість, Р. Г. Кумбс вважає, що сленг допомагає долати труднощі в медичній практиці, наприклад діагностичну невизначеність чи проблеми при лікуванні пацієнтів. Використання медичного сленгу можна пояснити бажанням і потребою подолати тривогу [1]. Перш за все це стрес, з яким щодня стикаються медики при спілкуванні з пацієнтами, в ситуаціях неможливості встановлення точного діагнозу, в разі смерті пацієнта і т. д. Використання медичного сленгу допомагає медичним працівникам відмежовуватися від негативних аспектів своєї роботи.

Отже, медичний сленг є кодовою, внутрішньою мовою медичних працівників, яка може допомогти зробити життя лікаря менш стресовим та є засобом передачі інформації між медичним персоналом. Втім, специфіка використання медичного сленгу потребує більш ретельного дослідження. Таким чином, «таємна» мова медицини залишається актуальною проблемою для вивчення.

Література

1. Coombs, R. H., Chopra, S., Schenk, D. R., & Yutan, E. (1993). Medical slang and its functions. *Social Science and Medicine*, 36, 987–998.
2. Fox Adam T. Medical slang in British hospitals / Adam T. Fox, Adam Fertleman, Pauline Cahill, Roger D. Palmer - University of York, - 2010, p. 174 – 189.
3. Gordon, D. (1983). Hospital slang for patients: Crocks, gomers, gorks and others. *Language in Society*, 12, 173–185.
4. Knauth, D. R. (1998). Debate on the paper by Peterson, C.: “Medical slang.” *Cad Saude Publica*, 14, 695–699.

ДЕЦЕНТРАЦІЯ ЯК МЕТОД ДЕЕСТЕТИЗАЦІЇ ХУДОЖНЬОГО СВІТУ В МАЛІЙ ПРОЗІ А. ГАВРИЛОВА

Р.С. Ляпін

студент 5 курсу, група 5М, факультет славістики.

ХНПУ імені Г.С. Сковороди

Науковий керівник: д.філол.н., доц. Гармаш Л.В.

Деестетизація сучасного мистецтва пов'язана з тотальним ідейно-художнім впливом постмодернізму. Його ключовим деестетизуючим методом є децентрація. На думку Ж. Дерріда, децентрація спрямована проти механізму

центрування думки – логоцентризму. В якості альтернативи пропонується нонієрархія (Д. Фоккема), фрагментованість оповідання (І. Хассан), колажність (Т. Дан).

Е.С. Переломова пов'язує принцип нонієрархії з тенденцією до стирання меж між мистецтвом та дійсністю [3]. На думку А. Татарінова, фрагментованість, маргінальність і факультативність притаманні більшості сучасних текстів [4]. У той же час, як зазначає А.Ю. Мережинська, в російській новітній літературі триває процес пошуку модерністських «центруючих ідей» [2, с. 103].

У нечисленних критичних відгуках на творчість сучасного російського письменника А. Гаврилова (Е. Вежлян, І. Гулін, А. Голубкова) висвітлені такі проблеми, як творча маргінальність, телеграфний стиль, авторська недовіра до «мінімального комунікативного успіху». А. Голубкова знаходить в оповіданнях Гаврилова тенденції до повернення «модерністської проблематики» в літературу (проблема світу, відірваного від «ідеалу») [1]. З огляду на те, що творчість письменника не розглядалася в контексті постмодерністського процесу деестетизації мистецтва, метою нашого дослідження стало виявлення й узагальнення ознак децентрації тексту як методу деестетизації художнього світу в малій прозі А. Гаврилова.

Художній світ у творчості Гаврилова децентрований як на рівні структурної організації тексту, так і в сфері ідейного змісту кожного образу. Структурно тексти письменника об'єднані в збірки колажів-оповідань, у яких між реченнями встановлені лише формальні зв'язки. Стенографічні описи не мають смислової завершеності й завжди або надмірно деталізовані, або стилістично скупі та номінативні. Ефект очуднення досягається за рахунок безсистемної, логічно необгрунтованої фіксації фактів дійсності. Оповідач, таким чином, пропонує свою, альтернативну картину світу, так званий «хаосмос» факультативних речей і подій. Герої знаходяться на задвірках суспільного життя, не мають психологічного оформлення, їхню зовнішність описано гранично скупо (при цьому жінки переважно потворні: одноока дама («У-у-у»), кухарка Роза («Роза»)). Вони перебувають в стані відчуженості: діалоги втрачають комунікативну функцію передачі інформації («Нікуди не ходити»), монологи не виражають їхні почуття («Філософія»), думки («Голос»). Персонажі шукають «центруючі ідеї» прекрасного: «мистецтво», «любов», «дружбу», проте їхня ефемерність змушує повертатися до децентрованої, але достеменно відомої дійсності: замість «мистецтва» – «гній» («Гній»), замість «любові» – «блювота» («Філософія»), замість «дружби» – «насилля» («До приїзду Н.»).

Деестетизований художній світ у малій прозі А. Гаврилова відображає характерні тенденції новітнього літературного процесу. На зміну «літературі великих ідей» приходять малі форми, які відповідають вимогам мінливого сучасного світу. Скасування логоцентризму призводить до дегуманізації, відчуженості людини в суспільстві, деконструкції будь-яких метанарративів.

Література

1. Голубкова А. А. Идеальная камера хранения [Електронний ресурс] / А. А. Голубкова // Новый мир. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2011/2/go20.html.

2. Мережинская А. Ю. Русский литературный постмодернизм: Худож. специфика. Динамика развития. Актуал. пробл. изучения: Учеб. пособие. – К.: Логос, 2004. – 234 с.

3. Переломова Е. С. Действие принципа нониеархии лингвистических средств в структурировании украинских постмодерных художественных текстов [Електронний ресурс] / Е. С. Переломова // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна №1083. Випуск 49. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/download/2121/1861/>

4. Татаринов А. В. Современный роман: важные встречи с небытием [Електронний ресурс] / А. В. Татаринов // Вопросы литературы. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://magazines.russ.ru/voplit/2013/6/4t.html>

ГІПЕРБОЛІЗАЦІЯ У ТЕКСТАХ РЕКЛАМИ

В.В.Марценюк

студентка 4 курсу, група ЛА-53, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н.М.

Публіцистичний стиль використовується найчастіше всього в політичній, суспільній, освітній, масовій агітації. Він характеризується точністю, послідовністю, логічністю викладенні тез разом з їх емоційним забарвленням.

Публіцистичний стиль потребує попереднього відбору певних мовних засобів, матеріалу. У цьому стилі можуть використовуватись нормативна лексика, фразеологізми, емоційно забарвлені лексеми тощо, а також стилістичні засоби, серед яких і гіпербола.

Гіпербола – це стилістичний прийом, заснований на особливому характері якісного та кількісного перебільшення більшої чи меншої міри ознаки якогось об'єкта та рівні слова, словосполучення, складного синтаксичного цілого, речення, тексту, метою якого є підсилення виразності [1, с. 123].

Багато гіпербол є стереотипними, наприклад *I haven't seen you for ages* тощо. Такі гіперболічні вирази зі стертим від частого використання образним значенням не можуть підсилити комунікативний ефект тексту. Проте у мові реклами така гіперболізація забезпечує потрібний підтекст.

У рекламі застосовують також так звані метафоричні гіперболи – троп, який полягає у використанні слів та виразів у переносному значенні з очевидним перебільшенням якості або ознаки, наприклад *we are among the titans of the market*.

У комерційній рекламі гіперболічні визначення потрібні для перебільшення функціональних якостей і естетичних властивостей товарів і послуг, наприклад:

- *Porsche – there is no substitute,*
- *Баунті – райська насолода*

Гіперболи потрібні для провокування певних дій цільової споживацької аудиторії, її «програмування» на покупку:

- *the only right choice*
- *товар року*

Однак навіть у рекламних текстах гіпербола повинна застосовуватися «помірно», оскільки надмірна гіперболізація рекламних послань і піар-матеріалів, включно з образливими гіперболами на адресу конкурентів, може зустріти неприйняття аудиторії, викликати реакцію відрази.

Дуже обережно застосовують гіперболу під час рекламування товарів і послуг виробничо-технічного призначення, серйозних громадсько-політичних і фінансових проектів, у рекламі банківських і страхових послуг [2, с. 347].

Отже, гіпербола це саме той троп, який широко використовується у публіцистичному стилі, а саме у рекламних текстах.

Література

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык/ Арнольд И.В. – М.:Флинта: Наука, 2004. – 384 с.
2. Ильинский С.В. PR. Реклама. Маркетинг. Нейролингвистическое программирование / Сергей Владимирович Ильинский. – М.: АСЕ, 2006 – 479 с.

ЯВИЩЕ КОНВЕРСІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ СИСТЕМІ СЛУЖБОВИХ ЧАСТИН МОВИ

О. І. Мірошниченко

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Бондаренко Т.Б.

В результаті розвитку різноманітних сфер людської діяльності, невпинно змінюється й мова. Збагачення словникового складу відбувається завдяки різним засобам, до яких належить своєрідне явище конверсії.

Велика кількість вчених займалися дослідженням цього феномену. Проте, незважаючи на досить довгу історію, конверсія все ще залишається одним з найбільш спірних питань у сучасній лінгвістиці, чим і зумовлена актуальність даної теми. Досі науковці не дійшли одностайної думки щодо визначення цього явища [1, с. 27].

За своєю сутністю, конверсія (англ. *conversion* від лат. *conversio* – зміна, перетворення) – це семантико-морфолого-синтаксичний словотворчий процес, який полягає у переході слова з однієї частини мови в іншу без будь-якої зміни зовнішньої форми вихідного слова [3, с. 71].

В англійській мові конверсія досить поширена. Причина полягає в тому, що англійська мова є аналітичною мовою, особливістю якої є майже повна відсутність морфологічних показників, тобто флексій, частин мови. Граматичні відносини між словами передаються не за допомогою афіксів, а за допомогою фіксованого порядку слів, службових слів, інтонації та контексту.

Конверсія – це надзвичайно продуктивний спосіб словотвору в англійській мові. Вона активно використовується серед усіх частин мови, як самостійних, так і службових, але з різною частотністю. В системі службових частин мови конверсія – досить рідкісне явище. Загалом, службові частини мови конвертуються в самостійні [1, с. 27].

Прийменники виражають різні зв'язки між членами речення або словосполучення [2, с. 210]. Серед прийменників можна знайти декілька прикладів конверсії. Конвертації підлягають прості і складні прийменники. Вони переходять у клас іменників, дієслів та прикметників:

have an in with someone – мати на когось вплив;

the ins and outs – подробиці;

down train – поїзд, який іде з Лондона (з великого міста);

up train – поїзд, що йде у Лондон (у велике місто);

Can you on the light? – Ввімкни, будь-ласка, світло;

at sign – знак @;

*I solved the **acrosses***. – Я вирішив кросворд;

*The **inside** of the building* – внутрішня частина будинку [4].

Сполучники поєднують частини речень [2, с. 210]. Ці службові частини мови можуть конвертуватися в іменники:

*Ifs, **ands** and **buts*** – "якщо", "а" або "але";

*A good article will cover the **who**, the **what**, the **when**, the **where**, the **why** and the **how***. – Хороша стаття описуватиме особу, подію, час, місце, причину та метод [4].

Частка – це службова частина мови, яка надає словам смислових відтінків [2, с. 210]. Частка може переходити у клас прикметника та іменника:

***just** reward* – заслужена нагорода;

one and only – єдиний, унікальний;

*the **yet** ruler* – нинішній правитель;

*She gave her **all*** – Вона віддала найдорожче [4].

Отже, конверсія – це досить цікавий лінгвістичний феномен, який набуває популярності. Конверсія дозволяє передати максимум сенсу при обмежених мовних ресурсах. Під час конверсії слово зазнає як семантичних, так і граматичних змін.

Література

1. Загоруйко А. Я. Конверсія – морфолого-синтаксический способ словообразования: (на материале современного английского языка) / Загоруйко А. Я. – Москва, 1961.

2. Каушанская В. Л. Грамматика английского языка / В. Л. Каушанская. – Киев: ИНКОС, 2013. – 320 с.

3. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – Москва, 1998. – 260 с. – (МГУ).

4. <https://dic.academic.ru/>

СТРУКТУРНО СЕМАНТИЧНІ ПІДКЛАСИ ІМЕННИКІВ

Г.С. Мойсієнко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Актуальністю даної теми є те, що іменник як самостійна частина мови, яка має значення предметності, виражених у таких формах як рід, число та відмінок, слугує потужним засобом системності словотворення. А, отже,

визначення семантичності іменників, тобто його значення допоможе якнайкраще порівняти підкласи українських та німецьких іменників.

Дослідженням цього питання займалися багато науковців які угрупували іменники на такі класи, в основі яких йде протиставлення за якоюсь ознакою. Наприклад: назви одиничні та збірні, конкретні та абстрактні, речовинні та предметні та ін. В свою чергу підкласи – це вже конкретні значення.

Слід зазначити, що рід німецьких іменників може відрізнитися від українських. Таким чином чоловічий рід зазначається артиклем – *der*, жіночий – *die*, середній – *das*. Наприклад: укр. *сонце* – с.р., нім. *die Sonne* – ж.р. Також відмінністю є те, що всі іменники в німецькій мові пишуться з великої літери.

В українській мові рід іменників визначається за закінченням. У німецькій мові прості іменники не мають формальних ознак, що вказували б на рід. Рід іменників визначається за артиклем, за закінченням прикметника або займенника, що стоїть перед іменником. Наприклад: *der Wald, dieser Wald* – ліс; ч.р;

На основі даного розгляду питання можна зробити висновок, що відмінювання іменників в українській та німецькій мовах дещо відрізняється. Так як значення визначає подальшу структуру речення, важливо приділяти семантиці іменників належну роль. Тому якщо проблему цієї статті не будуть розвивати і удосконалювати і надалі, то про досягнення максимальної еквівалентності у перекладі можна не згадувати.

Література:

1. Микал Т.А. Німецька мова., 2003. – 162 с.

АЙДЗУЦІ — ЧАСТИНА ЯПОНСЬКОГО ЕТИКЕТУ ЧИ ПРОБЛЕМА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ?

С. В. Молнар

*студент 4 курсу, група ФЛ-46, Інститут комп'ютерних наук та
інформаційних технологій,*

Національний університет «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к. філос. н., доц. Літінська О. Ю.

Японська мова, зокрема її комунікативна складова, характеризується багатьма явищами, які не є притаманними західній культурі. Серед таких явищ провідне місце посідає явище айдзуці (яп.相槌 або あいづち — «зворотні канали»). Для тієї персони, що веде бесіду, айдзуці є зручним елементом, який допомагає їй переконатися, що той, хто слухає, також зосереджено бере участь у дискусії. Проте, незважаючи на позитивні ефекти цього мовного явища,

можливе виникнення певних проблем при міжкультурній комунікації. Для представника західної культур є неприйнятним та не ввічливим перебивання або говоріння одночасно зі співрозмовником, однак в японській культурі активна участь слухача в розмові лише заохочується. Тому, гостре питання полягає в тому чи айдзуці дійсно допомагає учасниками розмови пересвідчитися, що їх дійсно активно слухають, чи дане явище створює певні комунікативні бар'єри, адже воно є притаманним лише для японської мови?

В першу чергу, слід зазначити, що у багатьох мовах існують засоби, які дозволяють співрозмовникам зрозуміти чи активно слухають їх чи ні. Проте в японській мові, явище «зворотніх каналів» або засобів, що допомагають ідентифікувати, що слухач є активним, посідає одну з визначних ролей в комунікації. Під час розмови з японцем, можна бути здивованим від кількості кивків головою та фраз-вигуків, що неявно вказують на активну залученість співрозмовника у бесід. Більше того, айдзуці є досить часто досліджуваним явищем, яке спостерігається під час розмов японців. Таким чином, в японській мові, айдзуці — це термін, що означає часті фрази-вигуки чи кивання головою, які вживає один із співрозмовників. До того ж, воно відіграє надзвичайно важливу роль в моніторингу стану співрозмовника та підтримці плавного переходу між комунікативними актами [4, с. 147].

Серед багатьох прикладів айдзуці, найбільш вживаними варіантами є: はい(хай), ええ(ее), うん(ун) — всі означають відповідь «так», проте відрізняються рівнем формальності; そうですか(соудеска),そうですね(соудесне) — означають, що один з мовців зрозумів повідомлення надіслане іншим; 本当(хонто),本当に(хонтоні),マジ(мадзі) — означають подив співрозмовника; なるほど(наруходо) — Зрозуміло; кивання головою вказує на активну участь одного з учасників комунікативного акту (здебільшого того, який активно слухає).

В той самий час, деякі дослідники [1; 2; 3] зазначають, що іноземці, котрі не знайомі з японською культурою та, зокрема, манерою побудови діалогів, можуть стикнутися з рядом проблем при комунікації. По-перше, багато з представників західної культури можуть помилково сприйняти один з виразів айдзуці як знак того, що японець продемонстрував свою згоду з озвученими пропозиціями або думками. Однак, насправді, таким чином японець лише вказує на свою активність при веденні комунікативного акту і ні на що більше. По-друге, іноземці можуть сприймати «підтакування» або постійне кивання головою японців як неввічливий жест в сторону того, хто веде розмову. У більшості європейських мов, відсутність активного перебивання не характеризується як щось неввічливе. Проте, в той самий час, для японців

постійна тиша символізує те, що їхній співрозмовник не чує або не розуміє їх. В кінці кінців, описані проблеми можуть створювати цілу низку комунікативних бар'єрів, які, в свою чергу, будуть знижувати ефективність міжкультурної комунікації.

Таким чином, айдзуці — це термін, який позначає фрази-вигуки та інші невербальні засоби, які використовують японці при комунікації для того, щоб символізувати свою активну участь в даному комунікативному акті. І хоч це явище є притаманним для японської культури побудови діалогу і ознакою ввічливого етикету, воно може спричиняти низку проблем пов'язаних з виникненням комунікативних бар'єрів для іноземців, або тих, хто незнайомий з даним явищем. Тому, в подальшому рекомендується класифікація та накопичення прикладів вживання айдзуці, їх переклад українською мовою та подальше вивчення цього явища в наступних дослідженнях пов'язаних з міжкультурною комунікацією.

Література

1. Алпатов В.М. Этикет в диалоге / Владимир Михайлович Алпатов // Япония: язык и культура / В. М. Алпатов. – М. : Языки славянских культур, 2008. – С.138-142.

2. Бондарчук Т. О. Особливості японської комунікативної поведінки: айдзуті та способи їх передачі українською мовою / Т. О. Бондарчук // Мова і культура. — 2012. — Вип. 15, т. 3. — С. 129-134. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2012_15_3_23

3. Літінська О. Ю. "Айдзуці" у повсякденному спілкуванні японців та проблема міжкультурного діалогу / О. Ю. Літінська // [Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна.](#) — 2016. — Вип. 62. — С. 198-201. –

Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2016_62_73

4. Hiroki Mori Dynamic aspects of aizuchi and its influence on the naturalness of dialogues / Hiroki Mori // Article in Acoustical Science and Technology, January 2013. —

Available at: https://www.researchgate.net/publication/274949513_Dynamic_aspects_of_aizuchi_and_its_influence_on_the_naturalness_of_dialogues

ЕТИМОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФЕМІНІТИВІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

В. В. Нагнибіда

3 курс, ЛА-62, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. К Ткачик О. В.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття інтереси мовознавців зосередилися на проблемах мови як динамічного антропоорієнтованого феномену. Це сприяло залученню до лінгвістичних студій досліджень інших дисциплін, у результаті чого виникла гендерна лінгвістика (лінгвістична гендерологія), яка вивчає гендер, тобто соціальну стать людини.

В англomовному просторі фемінітиви почали використовувати відносно недавно, а відтак їх будова й особливості все ще не вивчені належним чином, тому і потребують ретельного дослідження. Сьогодні у високорозвинених країнах існують два напрямки використання фемінітивів: гендерно-нейтральний і той, що виступає за активне впровадження фемінітивів у мову. Поширення того чи іншого напрямку здебільшого залежить від історичних особливостей мови.

Вивченням засобів і методів вербалізації гендеру в англійській мові займалися такі вчені, як О.Л. Бессонова [1], О.Л. Козачишина [2], А.С. Птушка [4], Ю.П. Маслова [3].

Термін «гендер» з'явився у Великій Британії. У перекладі з англійської мови – «граматичний рід». Поняття «гендер» торкається не тільки жінок або чоловіків окремо, а окреслює відносини між протилежними статями. Кардинальні зміни щодо гендерних досліджень пройшли на початку 60-х – у середині 70-х років ХХ століття. Їх поява була зумовлена поступовим розвитком соціолінгвістики, а також появою феміністського руху.

Установлено, що у ході історії розвитку англійської мови значних модифікацій зазнали назви осіб жіночого роду. Саме тому вони і виділилися в окрему підсистему лексики, що має свою унікальну історію. Варто зазначити, що фемінітиви можна вже зустріти у словниках ХVІ сторіччя. У давні часи роль жінки полягала тільки у веденні домогосподарства. Що стосувалося будь-якої іншої діяльності, то нею займалися виключно чоловіки. Вони освоювали певний рід занять та навчалися забезпечувати родину. Цілком зрозуміло, що не виникало жодної потреби у жіночих професіях, а, відповідно, основною роботою, яка приписувалася жінці, було виховання дітей.

Таким чином, ми бачимо, що фемінітиви виникають в результаті появи людей жіночої статі у традиційно «чоловічих» професіях.

Тож, можна стверджувати, що гендерна нерівність в мові виражається в недооціненні людей певної статі. Скажімо, феміністський напрям, що дав значний поштовх для дослідження гендеру, бореться з андроцентризмом в мові, інакше кажучи спрямованістю мови на особу чоловічої статі і нехтуванням особи жіночої статі, або її приниженням.

Гендерно-нейтральна мова прагне позбутися від відсилань до гендеру при описі людей. Наприклад, в англійській мові замість гендерно-орієнтованих назв професій, таких як *policeman/policewoman* (поліцейський/ жінка-поліцейський), *fireman* (пожежний), застосовуються загальні нейтральні *police officer* (офіцер поліції) і *firefighter* (пожежний).

Отже, на даний час в системі вираження гендеру відбуваються певні зміни, що відображають соціальну перебудову суспільства. Оскільки мова - дзеркало реальності, при появі нового явища в суспільстві - явище відображається в мові.

Перспектива подальших досліджень полягає у опрацюванні та детальному вивченні фемінітивів, а також розвитку методів вираження гендеру в англійській мові.

Література:

1. Бессонова О.Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти / О.Л. Бессонова., Донецьк: ДонНУ, 2002. – 362 с.
2. Козачишина О.Л. Лінгвістичні прояви гендерних характеристик англійських художніх текстів (на матеріалі американської прози ХХ сторіччя) [Рукопис]: дис. канд. філол. наук, 10.02.04. Наук. кер. Воробйова О.П. д-р філол. наук, проф. / О.Л. Козачишина. – К.: КНЛУ, 2003. – 208 с.
3. Маслова Ю. П. Гендерний дискурс сучасних друкованих україномовних ЗМІ: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Ю. П. Маслова. — Луцьк: Волинський нац. ун-т ім. Л. Українки, 2011. – 20 с.
4. Птушка А.С. Взаємодія експлікації та імплікації в об'єктивації гендерних стереотипів у тексті англійського анекдоту / А.С. Птушка // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія "Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов", 2007. - № 782. – С. 57-59.

ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЕННЯ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Х. О. Нагорна

студентка I курсу, група ЛА-з81мн, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О. В.

Медицина термінологія в різних мовах досі залишається темою для дискусій, адже її невпорядкованість перешкоджає інтернаціональному обміну інформацією. Для перекладу медичної літератури, зокрема англомовної, важливим є розуміння принципів творення англомовного медичного терміну. Щодня лексика англомовної медичної термінології збагачується завдяки численним морфологічним, синтаксичним, семантичним словотвірним процесам.

Найбільш продуктивним типом словотвору є деривація: *myocardium* = *myo-* (*prefix*) + *card* (*root*) + *-ium* (*suffix*). Другий за продуктивністю тип це словоскладання: *heart attack*, *birth-control*, *pseudopolycytemia*.

Медицинські терміни також піддаються процесу аббревіації задля економії мовних засобів: *deoxyribonucleic acid* – *DNA*, *acute lymphocytic leukaemia* – *ALL*.

Не менш значимі для творення медичної термінології є конверсія, зворотній словотвір, злиття основ та усічення:

- конверсія: *blind - to blind*;
- зворотний словотвір: дієслово *euthanase* або *euthanize* утворилось від іменника *euthanasia*;
- усічення: *flu (influenza)*, *lab(oratory)*;
- злиття основ: *genome (gene+chromosome)*, *affluenza (affluent+influenza)* [2, с. 76].

Дуже особливим типом медичної термінології також є різні «-оніми» ('-onyms'), такі як: епоніми – терміни названі на честь першовідкривачів або ж пацієнтів, що зазнали цього захворювання; топоніми – частиною назви яких є топографічне розташування; міфоніми – терміни, мотивовані грецькою міфологією; бекроніми – терміни, в яких зашифровано фразу. Наприклад:

- епоніми: *Chediak – Steinbrinck – Higashi anomaly*, *Fallopian tube*, *Bartholin's gland*;
- топонім: *Ebola hemorrhagic fever*.
- міфоніми: *Achilles tendon*, *Diogenes syndrome*, *narcissism*.
- бекроніми: *Apgar score* – система оцінювання певних медичних показників названа на честь відкривача Вірджинії Апгар (*Virginia Apgar*), пізніше було створено бекронім її прізвища, як мнемонічний пристрій для п'яти

критеріїв оцінки: A – Appearance (Colour), P – Pulse (Heart rate), G – Grimace (Reflex irritability), A – Activity (Muscle tone) і R – Respiration.

Аналізуючи словотвір важливих медичних термінів, ми змушуємо нас замислитися над їх точним значенням і бути в курсі будь-якої можливої двозначності. «Медичні терміни дуже схожі на індивідуальні головоломки. Вони побудовані з дрібних частин, які роблять кожне слово унікальним, але шматки можуть бути використані в різних комбінаціях, описані іншими словами» [1, с.1]. Розуміння особливостей словотвору є основою для адекватного їх перекладу з англійської мови на інші та створення якісних медичних термінологічних словників.

Література

1. Chabner D. The Language of Medicine 10th Edition / Davi-Ellen Chabner. – Canada, 2013. – 1064 с.
2. Marchand, Hans (1969). The Categories and Types of Present-Day English Word-formation / Marchand. – München: C.H.Beck'sche Verlagsbuchhandlung, 1969. – 545 с.

ГРАМАТИЧНА ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ У СТУДЕНТСЬКОМУ МОВЛЕННІ ХЕРСОНА

Є. В. Новикова

*студентка I курсу СВО (магістр), група 111,
факультет української філології та журналістики
Херсонського державного університету
Науковий керівник: к. філ. н., доц. Климович С.М.*

Серед пріоритетних проблем сучасного мовознавства вагоме місце посідає питання подальшого розвитку і функціонування української мови як мови побутового спілкування в традиційно білінгвальних ареалах. Особливої значущості набуває проблема розвитку мовленнєвої культури молоді Херсонщини. Під час аналізу аспектів граматичної інтерференції слід зазначити, що цей процес включає повну або часткову заміну ознак граматичних явищ однієї з мов, якими володіє або вивчає реципієнт. Граматичні системи мов мають багато спільного, що виявляється як на морфологічному, так і на синтаксичному рівнях.

Грамматичний будова мови, незважаючи на те, що здається стійкою, насправді є досить сприятливим полем для виникнення інтерференції. Досліджуючи причини появи граматичної інтерференції, ми звернулися до робіт Л. Ковиліної. Вона запропонувала таку класифікацію типів граматичної

інтерференції:

- за характером відносин між граматичними системами (лінгвістичний аспект);
- за видами мовленнєвої діяльності (психолінгвістичний аспект);
- за впливом на акт комунікації (соціолінгвістичний аспект) [1, с. 7].

Серед інтерферентних явищ найбільш поширеним є неадекватне калькування – буквальний переклад російських композитних слів чи словосполучень. Калькування завжди виявляє себе як мінімум у двокомпонентній структурі – адже недоречність вживання правильного, адекватного українського відповідника певної російської одиниці може бути виявлена лише в разі його «сусідства», сполучення з іншим компонентом [2, с. 68].

Грамматичні системи української і російської мов досить близькі за своїм складом. Так, у ході нашого дослідження було встановлено, що граматична інтерференція в контексті українсько-російського білінгвізму виявляється у наступному:

1) вживання іменників у неправильному граматичному роді під впливом граматичного роду їхніх російських відповідників: головна біль (рос. *головная боль*) – замість *головний біль*: *Весь день відчуваю головну біль*;

2) утворення активних дієприкметників, відсутніх в українській мові: отримавших (рус. *получивших*) – замість *які отримали*: *Студентів, отримавших підвищену стипендію, у нашій групі немає*;

3) неправильне вживання форми вищого ступеня порівняння прикметника через одночасне використання синтетичного та аналітичного способів його утворення: більш цікавіше (рос. *более интересно, интереснее*) – замість *цікавіше* або *більш цікаво*: *Спостерігати за грою акторів більш цікавіше, аніж дивитися кіно*;

4) неправильне вживання аналітичної форми найвищого ступеня прикметника шляхом використання російських засобів творення: саме страшне (рос. *самое страшное*) – замість *найстрашніше*: *Саме страшне, що зі мною траплялося в житті, це коли я не встиг сісти на літак*;

5) ненормативне вживання відмінкових закінчень іменників II відміни чоловічого роду в родовому відмінку: великого достатка (рос. *большого достатка*) – замість *великого достатку*: *На усі свята я завжди бажаю міцного здоров'я та великого достатка*.

Отже, граматична інтерференція є результатом переносу граматичних рис однієї мовної системи (російської) на іншу (українську) в умовах активного контактування. Аналіз граматичної інтерференції в субмові молоді Півдня

України свідчить про широке проникнення до української мови російськомовних елементів, що зумовлюється багатьма чинниками, основним з яких є масове поширення російської мови на території Херсона.

Література

1. Ковылина Л. Н. Синтаксическая интерференция и способы ее изучения: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Л. Н. Ковылина. – К., 1983. – 24 с.

2. Ставицька Л., Труб В. Суржик: суміш, мова, комунікація // Українсько-російська двомовність. Лінгвосоціокультурні аспекти: Зб. наук. пр. / Л. Ставицька, В. Труб / Ін-т української мови НАН України. Відділ соціолінгвістики; за заг. Редакцією Л. Ставицької. – К.: Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2007. – С. 31–120.

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СВІТУ ВЕРБАЛЬНИМИ ЗАСОБАМИ: ВІДОБРАЖЕННЯ ДІЙСНОСТІ

С. О. Орленко

студентка 1 курсу, група ЛА-81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В

У багатьох науках, серед яких варто виділити психологію, етнологію та лінгвістику, зростає потреба вивчення поняття «картина світу», як певного фундаменту, що слугує основою для формування психічної свідомої діяльності людини. Розглянувши точки зору таких науковців, лінгвістів, мовознавців та філософів як В. фон Гумбольдт, Л. Вайсгербер, М. Гайдегер, М. П. Кочерган, Б. О. Серебренников, В. А. Маслова, О. К. Матвєєва, В.І. Супрун, В.А. Ніконова та інших, зрозуміли, що це питання і досі не втрачає своєї актуальності, оскільки попри всі дослідження не існує чіткого визначення поняття «картини світу». Більше того, картина світу є неповторним явищем, яке формується на основі особистісних переживань, емоцій та відчуттів, і як наслідок, виникають окремі образи, наповнені індивідуальним смислом, які варті особливої уваги та конкретного вивчення.

Оскільки з набуттям досвіду людина перетворює його у певні концепти, які логічно та асоціативно пов'язуються один з одним, то вони з часом утворюють цілу концептуальну систему. Ще В. фон Гумбольдт називав мову найголовнішою діяльністю людського духу, яка стосується усіх сфер

людського буття та пізнання. Кожна мова позначає та називає щось у світі, слугує базисом для картини світу [4, с. 53].

Слід зауважити, що одним і тим самим мовним виразом можуть називатися різні концепти однієї концептуальної системи, цим і характеризується неоднозначність та багатогранність мови [3, с. 40]. Як зазначає О. С. Кубрякова, картина світу – це те, як людина уявляє собі світ довкола, а концептуальна картина світу прив'язана до мови та переломлюється через мовні форми. Мова одночасно є і складовою культури та засобом використання в певних цілях. Як наслідок, культура кожного народу вербалізується в мові, саме мова здатна накопичувати ключові концепти культури, транслюючи їх в знаковому втіленні – словах. Кожна мова відображає конкретне світосприйняття, слугує засобом його концептуалізації.

Наприклад, можна виділити пари слів, одне з яких буде нейтральним, а інше матиме негативну конотацію: *слухати* – *підслуховувати*, *хвалити* – *лестити*, *сміятися* – *насміхатися*, *розповідати* – *хвалитися*, *розвідник* – *шпигун* тощо. Звідси, можна зробити висновок про наївну етику окремого народу: по-перше, не можна втручатися в особисте життя (*підслуховувати*), по-друге, не можна принижувати якості інших (*насміхатися*), по-третє, недобре перебільшувати власні досягнення (*хвалитися*), по-четверте, погано таємно збирати інформацію та розповідати іншим про вчинки певних людей (*шпигувати*). Таким чином, дані вирази є так званими «прописними істинами», закріпленими в мові, а тому повинні вкрай уважно досліджуватися лінгвістами.

Отже, завдяки вербальним засобам ми здатні давати об'єктам навколо себе конкретні назви, вкладати у них певний сенс, що знаходить своє відображення у сприйнятті людиною буденних речей та навколишньої дійсності в цілому.

Література

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова – М.: Языки рус. культуры, 1999. – 896 с.
2. Бацевич Ф.С. Філософія мови: Історія лінгвофілософських учень: Підручник. / Ф.С. Бацевич. – К.: ВЦ “Академія”, 2008. – 240 с.
3. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие / В.А. Маслова. – Мн.: ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
4. Серебренников Б. О. Роль человеческого фактора в языке / Б.О. Серебренников – М.: Наука, 1998, – 216 с.

ЗООМОРФНІ МЕТАФОРИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

К.С. Пархоменко

Студентка 2 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

О.Є. Дебердєєва [1, с.98-99] зазначає що , мова є однією з форм фіксації національно-культурної спадщини народу, в тому числі прикмет, повір'їв тощо. Так, якщо в українській мові слово гусак викликає уявлення про важливість або шахраювання, то в англійському ця реалія асоціюється з багатством, дурістю і т.п.. Наприклад: важливий гусак, отакий гусак або гусак лапчастий (про людину); *the goose that lays the golden eggs* – (курка, яка несе золоті яйця), джерело збагачення (звичайно вживається з дієсловом *to kill*); *the older the goose the harder to pluck* – (чим старша людина, тим важче змусити його розлучитися з грошима); *as silly (stupid) as a goose* – (дурний, як пробка) і т.п.. Саме образно-асоціативне сприйняття інакше «малює» процеси ментального характеру в українській і англійській мовах.

Проблема «тваринної» метафори пов'язана з різницею емоційно-оцінних асоціацій, пов'язаних з тим чи іншим чином образом тварини, традиційно вживаним як основа метафори або метафоричного порівняння. Так, наприклад, специфіка метафоричного вживання слова (*horse*) в англійській традиції пов'язана з позитивними оцінками типу (породистий), (здоровий), (граціозний). В традиції слов'янських народів (кінська) метафора переважно супроводжується іншими, а то і прямо протилежними асоціаціями: (незграбний), (грубий), (здоровенний).

Незважаючи на те що схожість у вживанні метафоричних виразів представниками української та англійської лінгвокультурах, метафоричні найменування української та англійської мов виявляють значні розбіжності, які можна звести до наступних типів.

В межах однієї групи метафоризації піддаються різні слова. Так, назви деяких тварин (бобер, сокіл, кіт) мають в українській мові вживані переносні значення, але не мають їх в англійському. У українській ідиоматиці не вживається образ кажана, зате в англійському існують такі вирази, як (*as blind as a bat*) - абсолютно сліпий, (*like a bat out of the hell*) - дуже швидко, раптово.

Для вираження одного поняття метафорично можуть пристосовуватися різні слова, і навпаки - подібні слова можуть мати різний метафоричне значення. Наприклад, в англійській мові *snake* - символ зрадництва, підступності, а в українській змія може позначати ненавистну дружину,

свекруха, мачуху і т.п.. Образ ворона в англійському має додаткове значення, крім відомих для українськомовних (провісник біди, ворог), - жадібність, жадібність, ненаситне поживання. *I am a raven* – (я голодний як вовк), *raven appetite* – (вовчий апетит).

Одним словом, етнокультурні метафори виступають одним з основних складових ментальності нації - освоєного і понятого нею кола понять, символів і образів. Адаже щоб забезпечити власне виживання, кожна культура повинна виробити свій спосіб взаємодії з життєвим середовищем і встановити рамки соціальної реальності.

Література

1. Дебердеева Е.Е. Роль метафоры в формировании языковой картины мира в русской и английской лингвокультурах // Вестник Таганрогского государственного педагогического института. Гуманитарные науки. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. института имени А.П. Чехова, 2011. - Специальный выпуск № 1, С. 97-101.

СОЦІАЛЬНО-ПРОФЕСІЙНИЙ СОЦІОЛЕКТ ПРАЦІВНИКІВ ЗМІ

В. А. Полякова

*студентка 4 курсу, 411 група, факультет української філології
та журналістики,*

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.філол. н., доц. Мартос С.А.

В останні роки у мовознавстві спостерігається підвищений інтерес до вивчення соціальних діалектів. Їх дослідження є насущною потребою для більш глибокого розуміння специфіки різних форм існування мови, особливо закономірностей її історичного розвитку.

Дослідження фахової мови працівників мас-медіа в комунікативно-функціональному аспекті є актуальним, адже по-справжньому існує потреба в її систематизації та науковому описі. Необхідність вивчення мовних засобів, що використовують ЗМІ і їх впливу на зміни у мові й лексичному складі зумовлює актуальність нашої розвідки. У сучасній українській лінгвістиці значний внесок у напрацювання теорій і методів дослідження в соціальну діалектологію зробили такі мовознавці, як І. Матвіяс, О. Бугера,

Й. Дзендзелівський, Л.Ставицька, О. Горбач, П. Грабовий, Ю. Мосенкіс та інші. Мета нашої студії – проаналізувати соціально-професійний діалект працівників ЗМІ.

У ЗМІ використовуються різноманітні лексичні одиниці, серед яких основними є загальноживані й нейтральні слова, що доповнюються функціонально-маркованою лексикою для більш виразної передачі думки, створення нових образів і впливу на слухача. Однак, мовленнєві засоби масової інформації не є досконало вивченими, оскільки вони динамічні й швидкозмінні [1, с. 7].

Працівники ЗМІ поділяються на різні спеціальності: журналісти, телеведучі, радіоведучі, редактори тощо. Кожна з них має особливі номінації на позначення тих понять, із якими вони пов'язані. Наприклад, у журналістів – журік «журналіст», риба «заготівля до статті, яка зазвичай пишеться для прискорення процесу», консерви «старі сюжети минулих випусків», дірка «деталь відеокамери, куди оператор дивиться при зйомці», джинса «замовний матеріал», деза «дезінформація», у радіоведучих – бридж «коротка фраза, начитана брендовим, як правило чоловічим голосом», відкривачка «відкриття програми і/або інформаційного випуску», джингл «короткий приспів, в якому звучить назва радіостанції і салоган», у телеведучих – розкрутка «витягування з людини потрібної і цікавої інформації», водичка «розмова ні про що», мутний «нецікавий співрозмовник», у редакторів – гуща «основний матеріал тексту», портфель «архів, у який складається уся інформація, яка не потрапила до номеру редакції», цегла «стаття великого об'єму», вихідник «вихідний текст або матеріал», цвях «ударний матеріал у тексті».

Спільними соціально-професійними діалектизмами для працівників ЗМІ є одиниці на позначення ознак, наприклад: крутий «оригінальний, екстраординарний», прикольний «потішний, смішний, достойний іронії», драйвовий «який справляє сильне враження», просунутий «той, хто серйозно займається чимось, знає щось краще за інших; компетентний у своїй галузі» [2].

Серед образних та експресивних засобів мови у професійному соціолекті працівників ЗМІ особливе місце належить метафорі. Метафоризації зобов'язаний практично весь журналістський сленг, оскільки він заснований на порівнянні, підборі аналогів, асоціацій і заміні образів. Наприклад: підвал «нижня частина газетної сторінки»; хвіст «нижній кінець сторінки»; горище або чердак «верхня частина газетної сторінки»; вухо «навушник для ведучого, через який сценарист чи шеф-редактор програми передає потрібну інформацію». Метафоричність у процесі формування соціолекту є одним з основних методів мовної творчості.

Розвиток професійного соціолекту працівників ЗМІ зумовлений значною мірою розвитком його словотвірної системи, становленням нових словотвірних

моделей слів, зміною існуючих, збільшенням або зменшенням їх продуктивності і багатьма іншими факторами словотвірного процесу.

Традиційні морфологічні способи творення (афіксація, усічення основи, словоскладання, абревіація) продуктивні у соціально-професійному діалекті працівників ЗМІ, наприклад: заказуха «замовний текст», джинглопісня «джингл, склеєний з піснею», дід-лайн «здача в друк», пенс «пенсіонери», журік «журналіст».

Мовний субстандарт, до якого належить і соціально-професійний діалект працівників ЗМІ, є невичерпним джерелом поповнення мови. Здатність професійного соціолекту постійно змінюватись, розширювати кордони, що розділяють його не тільки з розмовною мовою, а й з літературною мовою, яскраве емоційно-експресивне забарвлення, лаконічність і образність потребують подальшого всебічного дослідження.

Література

1. Грицай І. С. Диференціація лексики у телевізійних ЗМІ [Електронний ресурс] / І. С. Грицай // Режим доступу: http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/04_%20Grytsai_dyferenziazia.pdf
2. Ставицька Л.О. Український жаргон. Словник / Л.О. Ставицька // К.: Критика, 2005.– 494с.

ЛІНГВІСТИЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ҐЕНДЕРНОЇ СИТУАЦІЇ В АМЕРИКАНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В.-В. Л. Полякова

Студентка 2 курсу, Ла-371, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Ґендерна нерівність існує стільки ж, скільки існує людство. Найбільш помітна різниця між жінками і чоловіками виражена у фізичній силі. Саме через цю біологічну різницю жіноча стать історично вважалася нерівною чоловічій – мала обмежені права і недооцінювалася. Прояви ґендерної нерівності і зміни погляду на це явище у певному суспільстві можливо відслідкувати у мові цього суспільства. Для прикладу можна взяти суспільство США, де на цей час рух за права жінок, або феміністичний рух, здається найсильнішим.

Термін «фемінізм» з'явився в кінці 19 століття, коли жінки стали відкрито боротися за право голосу. Професор С. Малік [1] з Університету Курукшетра, Індія, у своїй лекції про рух фемінізму зазначає, що попри те, що навколо і в

середині самого руху існує багато конфліктів ідеологічного характеру, усі феміністи сходяться на думці, що жінки і їхні права завжди зазнавали утиску в суспільстві і тому мають бути посилені. Хоробрості для початку руху жінкам надала перемога над рабством у США. Рух проти рабства піднімав ще й питання прав жінок, адже серед рабів були і жінки. Коли рабство було переможене, питання жіночих прав у суспільстві і в законодавстві загалом не втратило своєї актуальності і перетворилося на рух фемінізму.

До кінця 20 століття рух за гендерну рівність все ще був зосередженим на наданні жінкам більше тих прав, які мають чоловіки. Але коли жінки почали отримувати більше прав і привілеїв за які боролися феміністи, то почали з'являтися ті, хто взялися за приниження чоловічої статі. Так само, як колись чоловіки принижували жінок. Прояви цього та інших подібних явищ стали помітними у англійській мові. Наприклад, термін Social Justice Warriors (SJW) – у перекладі «Борець за соціальну справедливість» – є терміном для таких чоловіко-ненависників. Водночас, слід зазначити, що далеко не всі члени феміністичного руху поділяють їхню радикальну ідеологію.

Література

1. Vidya-mitra. Definition and explanation of the terms feminism and feminist & women. (WS) [Електронний ресурс] : [лекція (19 вересня, 2016)] Saroj Malik, Kurukshetra University // YouTube. – Режим доступу: www.youtube.com/watch?v=R1u2s5A5QpE. – Назва з екрана. – Дата публікації: 19.09.2016. – Дата перегляду: 29.01.2019

ЗАКОН ВНЕСЕННЯ ТА ВИНЕСЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ РЕЧЕННЯ В РАМКОВУ КОНСТРУКЦІЮ

Є.А. Прокопова

Студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Поняття рамкова конструкція (РК), не зважаючи на широке вживання в сучасній лінгвістиці, з'явилося й використовується переважно в області синтаксису. У сучасній германістиці існують різні підходи до типології РК, у більшості випадків вони базуються на типології РК у структурі речень різної комунікативної топології компонентів РК у структурі речень різної комунікативної спрямованості і їх лексико-граматичному наповненні [1].

Рамкова конструкція німецького простого речення утворюється в реченні з присудком, який складається зі змінюваної та незмінюваної частини,

доповнення й обставини разом з їхніми означеннями, а іноді й підмети стоять між обома частинами присудка. Рамкова конструкція утворюється й тоді, коли наприкінці речення стоїть відокремлюваний префікс дієслова. В розповідному реченні з прямим порядком слів між обома частинами присудка стоять всі члени речення, крім підмета з його означеннями, що займає в реченні перше місце [2 с. 190].

Часто трапляються випадки порушення рамкової конструкції. Під цим порушенням мається на увазі «винесення одного чи кількох членів або частин речення за межі вербальної рамки» [3 с. 861] або «винесення за рамкову конструкцію»: *“Er hat mich in das Wochenendhaus eingeladen, das Haus seiner Eltern”*[1].

Порушення РК нерідко зумовлює певні труднощі німецько-українського перекладу. Для того, щоб переклад був максимально наближеним до оригіналу, необхідно знайти оптимальний варіант вислову, який вдало відповідає мовним нормам мови перекладу та змісту стилю перекладу та спробувати досягнути милозвучності і повноти перекладеного тексту.

Існує декілька видів рамкові конструкції. Одним найпоширенішим є рамкова конструкція із подальшим синтаксичним розгортанням.

Література

1. Марченко, І. Рамкова конструкція в німецькій мові [Текст] / І. Марченко, А.Д. Чепелюк // Матеріали науково-теоретичної конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів гуманітарного факультету : 23-27 квітня 2007 року. — Суми : СумДУ, 2007. — Ч.1. — С.17-19.

2. Драб Н. Л. Практична граматики німецької мови. Посібник для студентів вищих навчальних закладів та учнів старших класів спеціалізованих шкіл. / Н. Л. Драб, С. Скринька, С. Стаброз. – Вінниця: Нова книга, 2007. – 208 с.

3. Duden. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache. 6., neu bearbeitete Auflage. Duden Band 4./ Bearbeitet von P. Eisenberg, H. Gelhaus, H. Henne, H. Sitta, H. Wellmann. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 1998. – 912 S.

ТЕКСТУАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТВІТТЕР-ПОВІДОМДЕНЬ

Є.А. Прокопова

Студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник к.філол.н., доц. Беззубова О.О.

XXI століття – століття цифрових технологій. В сучасному суспільстві спілкування все частіше відбувається в просторі електронної комунікації, зокрема в соціальних мережах. Користувачі ведуть сторінки у соціальних мережах, діляться своїми думками, порадами.

Найбільш багатогранним явищем є блог. З'явившись наприкінці XXI століття, ця форма комп'ютерноопосередкованого спілкування набула масштабного поширення і впевнено зростає в українському Інтернет-просторі. Популярність та чисельність блогів зумовлена різноманітністю тематики та стилю, свободою висловлювання та застосування мовних засобів, а також широкою відкритістю і доступністю.

За допомогою Інтернет-блогів є можливість дізнатися багато цікавого про культуру носіїв німецької мови, аналізуючи те, на що вони ставлять акценти, як вони формулюють думки.

Тексти блогів політиків заслуговують особливої уваги, оскільки вони дозволяють виявити функціонування мови: які лозунги використовують політики у своїх передвиборчих кампаніях в Німеччині, Австрії та Швейцарії та порівняти їх одні з одним.

Нині багато відомих діячів культури ведуть свій блог у Twitter. Згідно з статистичними даними сайту Statista, у 2018 році кількість німецьких користувачів, порівняно з 2013 роком, зроста майже вдвічі – з 2,4 мільйонів до 5,3 мільйонів [1].

Відповідно до іншої статистики, у 2017 році приблизно 150 тисяч австрійців мають аккаунти в Твіттері. Це майже вдвічі більше ніж у січні 2012 року. Тоді Твіттером користувалося 71,7 тисяч людей [2].

Література

1. Anzahl der monatlich aktiven Twitter-Nutzer in Deutschland im Jahr 2013 sowie eine Prognose bis 2018 (in Millionen) [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/370490/umfrage/anzahl-der-aktiven-twitter-nutzer-in-deutschland/>

2. Anzahl der Nutzer von Twitter in Österreich in ausgewählten Monaten von 2012 bis 2017 (in 1.000) [Електронний ресурс] // Statistika. – 2018. – Режим

доступу до ресурсу: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/296135/umfrage/twitter-nutzer-in-oesterreich/>

ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ВЕРБАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ АНГЛОМОВНИХ МІКРОБЛОГЕРІВ: ГЕНДЕРНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ

В.М. Рава

*студентка 3 курсу, група ПР-62, факультет ІФСК, СумДУ
Науковий керівник: к.філол.н., ст. викл. Прокопенко А.В.*

Аспекти форми, теми, змісту та використання розмовної мови ідентифікуються щодо статі. Як стверджував Теодор Рейк, «Ми всі знаємо, що існує «чоловіча та жіноча мови»» ... Чоловіки не соромляться сказати «чорт» або «от дідько!», на відміну від жінок, які рідко скажуть «Як смердить!», вважаючи за краще заявити «Це має поганий аромат».

Актуальність запропонованого дослідження обумовлена не тільки популярністю та затребуваністю блогінгу – достатньо нової форми комунікації, але й важливістю гендерного феномену як для життя окремої особистості, так і для організації соціуму. Блог містить огляди на різні тематики, коментарі, статті, часто відео та фото, які надає автор, тобто «блогер». Як зазначає Б. Нарді, блог – це веб-сторінка, замислом якої є регулярне оновлення записів, зображень чи мультимедіа. Основним призначенням блогу є надання користувачам інструменту для самопрезентації, пошуку однодумців, побудови мережі взаємодії [1]. Блогери різної статі обирають диферентні вербальні та невербальні комунікативні стратегії у своїй вербальній поведінці.

Ще з початку 1970-х років жіночий рух вказав на різницю між чоловіками і жінками, та їх відмінності в вербальній поведінці та мовленні [2, с.8]. Виникнення двох мовних стилів зумовлене впливом соціальної статі. Досі актуальною є тенденція, того, що чоловіки мають більшу владу у суспільстві. Так, вербальна поведінка чоловіків більш агресивна, оскільки вона повинна демонструвати панівну позицію. Жінкам доводилося підкорюватися, як на роботі, так і вдома, що пояснює більш кооперативні та менш агресивні жіночі мовленнєві стратегії.

У якості матеріалу вивчення методом випадкової вибірки було відібрано по 20 англомовних відеоблогів чоловіків та жінок за 2018-2019 рр. Аналіз проводився при використанні таких сайтів : Youtube, livejournal, та особистих веб-сайтів блогерів. Зазначимо частину знайдених лексичних особливостей. Наприклад, у мовленні чоловіків-блогерів зустрічаємо наступне: “*You always look like a whore”*. “*The clothes are actually quite cheap, whereas that we didn't*

hardly saw any bags". "*Me and Tom ended up going out last night*" (Joel from 'GALLUKS' <https://gallucks.com>).

У мовленнєвій поведінці жінок-блогерів були відмічені такі лексичні одиниці: "*I didn't put my boyfriend through too much shopping*". "*I've got some amazing amazing pieces from a variety of different brands*". "*I think it's kind of impossible now, to go to New York and not check out the glossier showroom, am I right?*" (Megan Ellaby <http://www.meganellaby.com/>).

Отже, вербальній поведінці чоловікам-блогерам властиві: чіткість, прямота, інформативність, однозначність, використання термінів, сленгу та ненормативної лексики, побудова простих, інколи синтаксично-неправильних речень, швидкий темп розмови та інше. Жінкам-блогерам же притаманні такі риси: гіперболізована експресивність, багатослівність, використання емоційно-забарвлених слів, використання окличних речень та розділових запитань, розмова ведеться розмірено в ввічливій формі. Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні специфічних трансформацій та новітніх практик, якими користуються сучасні блогери.

Література

1. Blogging as Social Activity, or would you let 900 Million People Read your Diary? : [Електронний ресурс] / Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht // Proceeding; Chicago, Illinois, USA – 2004. – P. 222-231 – Режим доступу: https://artifex.org/~bonnie/pdf/Nardi_blog_social_activity.pdf

2. Flotow, Luise von. Translation and Gender / Flotow Luise von – Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2004. – 114 p.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАЛЕЖНИХ ІНФІНІТИВНИХ ГРУП У ФАХОВИХ ТЕКСТАХ

О.В. Рижій

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Інфінітив та інфінітивні конструкції (групи) вже упродовж тривалого часу залишаються предметом уваги багатьох учених таких, як М.А. Беляєва, В.С. Слеповіч, Л.Ф. Кутузова, Я.І. Рецкер, Т.А. Зражевської та багатьох інших. Інфінітив – безособова форма дієслова, яка виражає дію без визначення особи, числа і способу, не має звичайних дієслівних часових форм, а лише вказує на час, співвіднесений з моментом дії, вираженої дієсловом в особовій формі [1, с. 240]. Інфінітив як частина мови, що поєднує семантичні та синтаксичні ознаки

дієслова та іменника, привертає увагу мовознавців у різних аспектах: з одного боку, багатоманітність синтаксичних функцій інфінітива, а з іншого, – здатність інфінітива виступати в реченні в ролі майже будь-якого члена речення. Інфінітив або інфінітивна група (тобто інфінітив із залежними від нього словами) може виступати як частина складеного присудка, підметом, додатком, означенням чи обставиною, а також може будувати речення самостійно. Такі інфінітивні конструкції як *um...zu*, *statt (anstatt)...zu*, *ohne...zu* + *Infinitiv* виступають в реченні обставинами.

Так, наприклад, звороту *um...zu* відповідає в українській мові *щоб* (для того щоб) + *інфінітив*: *Um dem Metall andere Eigenschaften zu verleihen, legiert man es mit anderen Elementen.* – Для того щоб надати металові інших властивостей, його сплавають з іншими елементами. Зворот *ohne...zu* перекладається українською мовою дієприкметником із запереченням: *Das Fundament hat Aufgabe, die Belastungen aus dem Bauwerk aufzunehmen und sie gleichmäßig ohne übermäßige Setzung auf eine große Fläche des Baugrundes zu übertragen.* – Фундамент повинен брати на себе навантаження споруди і розподіляти його без надмірної усадки на досить велику площу будівельного ґрунту. А звороту *statt...zu* відповідає в українській мові *замість того щоб*: *Statt die chemischen Elemente mit Buchstabensymbolen zu bezeichnen, schreibt man einfach die Kernladungszahl.* – Замість того щоб позначати хімічні елементи літерними символами, пишуть просто атомний номер.

Інфінітивна група *sein* + *zu* + *Infinitiv* має значення необхідності або можливості. У більшості випадків значення можливості ця конструкція набуває при наявності прислівників *leicht*, *einfach*, *bequem* тощо: 1) *Dieses Modem ist leicht zu reparieren.* 2) *Das Virensuchungsprogramm ist einfach zu installieren.*

Конструкція *lassen* + *sich* + *Infinitiv* виражає можливість здійснення дії: 1) *Microsoft Visual C++ 2015 lässt sich installieren.* 2) *Monitore lassen sich durch verschiedene Kriterien unterscheiden.*

Література:

1. Барабаш Т.А. Граматика англійської мови: [Для курсів іноземної мови]. – М.: Вища школа, 1983. - 753с. - с. 240
2. Міщенко А.Л. Лінгвістика фахових мов та сучасна модель науково-технічного перекладу: монографія / Міщенко А.Л. – Вінниця: Нова Книга, 2013. – 448 с.
3. Фенчук О.О. Модальні інфінітивні конструкції у сучасній німецькій фаховій мові. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/26835/1/Olena%20Fenchuk%20%28Modalni%20infinityvni%20konstruktsii%20u%20suchasniy%20nimetskiy%20fachoviy%20movi%29.pdf>

4. Helbig, G., Buscha J. Deutsche Grammatik. Berlin, München, Zürich, New-Jork, 2004. – S. 654.

WAYS OF RESOLVING INTERCULTURAL COMMUNICATION CHALLENGES IN MODERN LINGUISTICS

A.D. Rusalkina

*2nd course student, group LA-73, Faculty of Linguistics,
National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic
Institute”*

Academic advisor: lecturer H.O. Matkovska

J. N. Martin and T. K. Nakayama strongly believe that being a good translator or an interpreter does not usually mean exclusively knowing two foreign languages perfectly [1, p. 243]. This job involves not only linguistic equivalence. It is important also to be aware of the complex relationships between people, particularly in intercultural environment. The main problem is being tolerant and understandable in variety of situations. The process of cross-cultural communication is highly complex – some cultural items presented in a particular culture, do not exist in another culture, hence some cultural items are untranslatable. According to the research, the main aspect of intercultural communication, which every self-respecting translator or interpreter should know, is high- and low-context cultures and specifics of their communication [1, p. 228].

The definition of the concept of high-context and low-context cultures was formulated on the basis of research undertaken. Consequently, people belonging to “high-context cultures” usually built their relationships depending on mutual trust and non-verbal communication, which are significant for them. These cultures are usually represented by people from Asia, Africa, central Europa or Latin America. On the other hand, for “low-context cultures” a verbal message is extremely important. They treat the privacy as a crucial aspect of the communication. The representatives of low-context cultures live in western Europe, the United States of America and Australia. For this reason, it is hard for people from different cultures to understand each other. Nowadays we can face such misunderstandings in the Internet communication. For instance, when a representative of a “low-context cultures” feels comfortable within purely text-based communication, a “high-context” communicator may face difficulties rendering the information due to lack of visual clues. This can cause conflicts, which are difficult to resolve and eventually deal with.

Unfortunately, this topic is inexhaustible as in today's world cultures begin to intertwine. However, there are some tips, which will help you not only to solve the problem, but also to understand the reason. Firstly, translator should know all about traditions and the domestic culture. Secondly, it is important to be aware of culture's everyday behaviour. Thirdly, it is better to be familiar with national pictures of the world. This gives professional knowledge about the specifics of the surrounding world, national peculiarities of thinking about this or that culture. Finally, interpreter should know about artistic culture, reflecting the cultural traditions of one or another ethnos. That is why, we can say that intercultural communication needs to take into account the national character of the communicants, the specifics of their emotional makeup, national-specific features of thinking.

In conclusion, I must say that using these tips and being aware of "low-context" and "high-context" cultures are necessary strategies if a student wants to become not just a good translator or interpreter, but become a professional of this deal. Nowadays different technologies are developing. For this reason, I strongly believe that thanks to the cooperation of innovative technologies and translation studies, more modern methods of solving problems of intercultural communications will be found.

References:

1. Martin J. N., Nakayama Th. K. Intercultural communication in contexts. V edition, 2010. p. 243, 228.

ВИКОРИСТАННЯ ФЕМІНІТИВІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Р. В. Савка

студент 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О. В.,

Фемінітиви – це словоформи серед іменників «спільного» роду, які потенційно є виразниками чоловічої або жіночої статі, а в структурі мови марковані граматичним жіночим родом [1, с.61]. В англійській мові тема жіночої форми іменників – тема малодосліджена. Загалом вона застосовуються в двох випадках: для позначення звання чи професії жінки та для називання самки тварини.

У більшості випадків для позначення жіночої статі в цьому іменнику додають суфікс –ess або перед іменником слова female. Наприклад, *god – goddess/ female god, lion – lioness/ female lion, tiger – tigress/ female tiger, abbot – abbess, duke – duchess, emperor – empress*. Також можуть додаватися інші

суфікси: *hero – heroine, widow – widower, major – majorette, czar – czarina, sultan – sultana*. Для позначення деяких тварин жіночої статі можуть додаватися префікс *she-* із дефісом: *she-goat, she-wolf*.

У деяких іменників, що називають людей склалися два абсолютно відмінні слова: *bachelor – spinster, monk – nun, wizard – witch*. Для позначення певної статі тварин вживають різні окремі слова: *bitch, sow, doe, cow*.

У зв'язку з цим деякі складні слова змінюють лише ту частину, у якій є змінна іменник: *landlord – landlady, Englishman – Englishwoman, newsman – newswoman, milkman – milkmaid, manservant – maidservant*. У інших слова зустрічається поєднання двох способів творення: *master – mistress, marquess – marchioness*.

У наш час проблема використання фемінітивів в англійській мові стала особливо актуальною у зв'язку з залученням жінок до професій, які вони почали виконувати вперше. До прикладу, замість звичного “*fire fighter*” набуває поширення фемінітив “*firewoman*” [3, с.4], подібно “*police officer*” перетворюється “*policewoman*” [3, с.4]. Такі уточнення запроваджуються задля звернення уваги громадськості на гендерну рівність, підкреслення того, що жодна зі статей не повинна бути ніяким чином обмежена.

Література

5. Безпояско О. К.,. Граматика української мови. Морфологія: Підручник. — К. : Либідь, 1993 – 336 с.

6. Гриценко Е.С. и др. Гендер в английской лингвокультуре / Коллективная монография. — Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2008. — 214 с.

7. International Conference on “Language, Communication and Culture” Evora, Portugal, 27th-30th November 2002 Gender-Unmarked and Gender-Marked Job Title Usage

ВНУТРІШНЯ ФОРМА СЛОВА ЯК ДЖЕРЕЛО ВІДТВОРЕННЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

Р. В. Савка

студент 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Іщенко О. В.

Питання внутрішньої форми слова порушувалося багатьма лінгвістами. Німецький вчений В. фон Гумбольдт, наприклад, розглядає «внутрішню форму мови», як принцип, який поширюється на всі частини мови і спричиняє

виникнення найменших мовних елементів. Отже, саме внутрішня форма засвідчує особливості «національного світобачення», відрізняючи одну мову від іншої. Гумбольдт порушує проблему значення слова у зв'язку з внутрішньою формою: «Слово не є прямою назвою предмета, а позначенням того, як той предмет був осмислений мовотворчим актом у конкретний момент винаходу слова, тобто словом позначається особливе бачення предмета, а не сам предмет». Цим і пояснюється різноманіття виразів для одного й того самого предмета. «Так, у санскриті, де слона називають то таким, який двічі п'є, то двозубим, то одноруким, кожен раз розуміючи один і той самий предмет, трьома номенами позначені три різні поняття.» – пише Гумбольдт [1, с. 103].

Широкого поширення набуло поняття внутрішньої форми у працях українського лінгвіста О.О. Потебні. Науковець уже веде мову не про «внутрішню форму мови», а про поняття «внутрішня форма слова». О. О. Потебня визначає «внутрішню форму слова» як те, що зв'язує значення зі звуком. Науковець пропонує користуватися такою «формулою»: «У ряді слів того самого кореня, що послідовно витікають одне з одного, кожне попереднє можна назвати внутрішньою формою наступного» [2, с. 105]. Звертаючи увагу на її смисловий компонент учений наголошує, що внутрішня форма слова «...є відношенням змісту думки до свідомості; вона показує, як людині уявляється її власна думка». Поряд із ним він уживає такі синоніми, як «етимологічне значення», «центральна ознака образу», «власний зміст слова», «єдиний об'єктивний зміст слова», різнобічно пояснюючи термін.

О. О. Потебня робить висновок, що «...залишається прийняти за факт відповідність відомих почуттів відомим звукам і обмежити задачу простим перерахуванням тих і тих...» і заявляє, що «розв'язання такого завдання могло б показати, де закінчується схожість мов, що доводить одноплемінність народів, що ними говорять, і починається те, яке доводить тільки єдність людської природи взагалі.» [2, с. 105].

Завдяки використанню внутрішньої форми слова у перекладі співрозмовники (автор і читач/перекладач/слухач): «...взаємно зачіпають один в одному ту саму ланку чуттєвих уявлень». [2, с.165] Наприклад, 'grub' «хроб», 'seek' «шукати», 'plough' «плуг» - слова-відповідники між українською та англійською мовами. Перевагою чи недоліком певного перекладу буде не те, що значення всіх фраз будуть підібрані правильно, а те, на що цей переклад «...надихає і до чого закликає завдяки власній внутрішній силі...» [1, с.329]. Застосування первинної форми слова уявляється особливо актуальним у перекладі художніх текстів. За допомогою збереження первинної форми слів у

перекладеному тексті можна ефективно відтворити мелодику оригіналу, його автентичність.

Література

1. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. / В. фон Гумбольдт — М. : «Прогресс», 1984. — 397 с.

2. А. Потебня «Мысль и язык», 2-е издание с портретом автора. / А. Потебня— Х. : Типография Адольфа Дарре, 1892. — 228 с.

СЕМАНТИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ ІНФОНТЕЙНМЕНТУ У СУЧАСНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

А. Є. Сироткіна

2 курс, 251 група, факультет української філології та журналістики,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Карабута О. П.

Актуальність теми визначається тим, що, незважаючи на великий доробок наукової української мови з історії розвитку і функціонування лексичних та стилістичних засобів вираження слів на всіх мовних рівнях, на цей час відсутнє узагальнююче дослідження дії цих засобів у сучасному телебаченні. Тому, вивчення семантико-стилістичних засобів на прикладі заголовків у телевізійних новинах зумовлене необхідністю систематизації викладених у сучасній українській мові точок зору на спосіб подачі теле- або радіомовного матеріалу.

У деяких дослідженнях посилення розважального компонента в телепередачах порівнюється з таблоїдизацією друкованих видань. Це явище пояснюється втому масової аудиторії від натиску інформації в умовах, коли є доступ до джерел і, як наслідок, прагнення аудиторії споживати більш просту і легше засвоювану інформацію [2].

Інфотейнмент (англ. *infotainment* від англ. *information* – інформація і англ. *Entertainment* – розвага) – це спосіб подачі теле- або радіомовного матеріалу, який націлений як на розваги, так і на інформування аудиторії [3, с.387].

Цікаво, що інфотейнмент реалізується за допомогою різнотипних мовних засобів, які були дібрані з випусків новин на каналі ТСН. Наприклад, таких, як:

- епітети: **Святкове сміття** – після гучних святкувань у центрі столиці назбиралось 100 тонн сміття; **Фронтові зведення** – нові споруди на полі АТО; **Президентські перегони** – передвиборчі агітації; **Вибухове кохання** – чоловік кинув гранату у квартирі через сварку; **Елітним шпигуном** назвали прем'єр-міністра, якого звинуватили у державному злочині; **Панда-працеголик** – історія про те, як панденятко розважає по 7 годин відвідувачів у зоопарку;

Трюфельне полювання – пошук трюфеля за допомогою собак (ТСН; період із 3 січня 2018 по 1 лютого 2019);

• метафора: *Цирк для папи* – Папа Римський прийняв у себе циркачів із Куби; *Надрукований будинок* – українець друкує будинки на 3D принтері; *Недоїдальня* – у шкільній їдальні у Чернігові дітей годують зіпсованими продуктами; *Олів'є з мандаринами* – передсвяткове приготування (ТСН; період з 14 по 28 грудня 2017 року).

Прикладом **синекдохи** може виступати словосполучення: *зізнання Труби світ святкує Різдво* (ТСН; 15.12. – 28.12.17). Також часто можна зустріти вживання **оксюмору**, наприклад: *святкове війномир'я* (27 грудня 2017 р).

Для формування заголовків застосовують спеціальну методу, що походить від сюрреалістичної гри у «вишукані трупи»: треба якнайшвидше віднайти правильне формулювання через асоціацію ідей, співвідношення та зіткнення слів. За основу слід брати ключові слова головної ідеї, скласти список слів, які пов'язані між собою, скласти незвичні словосполучення [1].

Отже, значну роль у розвитку інформаційних технологій відіграє інфотеймент, що виступає як один із найцікавіших способів передачі інформації. Слід зазначити, що основна мета використання такого способу – розважальна, тому реалізується інфотеймент за допомогою мовних засобів, які допомагають легше сприйняти інформацію та продуктивніше її засвоїти. У такий спосіб аудиторії простіше сформулювати думку щодо політичних, соціальних та міжнародних ситуацій.

Література

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика. Київ: ВЦ «Академія української преси: Центр вільної преси». 2004. С. 155-157.
2. Лизанчук В. Основи радіо-журналістики: підручник. Київ: «Знання», 2006. 628 с.
3. Михайлин І. Основи журналістики: підручник. 5-те вид., перероблене та доповнене. Київ. 2011. 494 с.

INTERCULTURAL COMMUNICATION

Simonov P.I.

1 course, IP - 84, FICT, NTUU "KPI"

Lecturer, Serheieva O.O.

Language is one of the most important categories of culture, for namely by means of the language man's world outlook is formed and expressed. «Language is the road map of culture. It will tell us where its people came from and where they are going to.» Kita May Brown.

There exist a lot of cultures that were realized in human history. Each culture gives birth to its own specific rationality, its mortality, its art and expresses it correspondingly to its own symbolic forms. The culture itself, but the people for whom corresponding cultures outline specific semantic and symbolic borders do not conduct the dialogue. [1, p.117].

The reason of it lies in the locked state borders as well as in the difference of the languages. (There are nearly five thousand languages) and in the virtue of the national cultures themselves that cannot adopt the elements of somebody else's culture. However, this rejection has a tendency to delaminate.

Intercultural communications are totality of specific processes of interactivity of the people that belong to different cultures and languages.

Intercultural communication occurs between partners by means of interaction who belong not only to different cultures but also realize the fact that each of them is "somebody else" and each of them precise alliance of the partner. [5, p. 79 – 80.]

Realization of the intercultural communication brings hope to enrich national cultures at the same time this process can present the danger of oblivion and excluding of own cultural sources.

Intercultural communication is able to land to both as positive so to negative consequences [3, p.54].

Knowledge of the foreign language can definitely be qualified as a component as the common culture of a personality with the help of which he (she) accesses the world culture. The influence of culture on perception may be especially distinctly seen in communication with the people who belong to other cultures.

Great amount of gestures, sounds and acts of behavior in the whole interpreted by the carriers of different cultures are not similar. For example, a German presented his Russian friend with eight beautiful roses on his birthday that is an even number of roses. But in Russian culture, the even number of flowers is usually brought to the deceased. That is why such a present according to the certain cultural interpretation will be at least unpleasant to the Russian. [4, p.271].

Sometimes we find ourselves in such a situation when we try to exchange information with carriers of other language systems. Nevertheless, in difficult situations we take something desired for actual.

History has saved in its memory a tragic episode from the roar of Persian tsar Dari with the ancient Scythian when on the approaches to his enemies Dari received a message. Dari announced his army about the victory without battle. He turned the message to his own advantage like: "Scythian gives us their land (mice) and their water (frog) and lay down their arms (quiver with arrows) ". Persian noisily celebrated their victory and were defeated at the same night. But as it turned out the

text meant warning:" Persian if you are not able like mice to hide yourselves into the earth or like frogs put on your frogs' skin and leap into the swamp you'll be defeated by our arrows”.

Difficulties in understanding may also appear in our days. If your English is not profound, you will not be able to understand the meaning of some phraseological phrases. Such direct translation may lead to misunderstanding. Here are some examples:

- Kiss me quick - In direct translation kiss means: touching somebody with lips, quick- fast. But really, it is translated as a women's hat of 19 centuries, or a daisy and a lock.

- Every cloud has silver lining - this fraise in fact means- There is no evil without good. But in direct translation - any cloud has silver edging.

We need an adaptation of traditional models to new social surroundings on the background of saving cultural variety of the world.

The process of communication begins with the observation of a man, his appearance, voice, peculate of his behavior in the roused of outer manifestation by which we try to understand the inner world and peculiarities of an individual logic of his actions and thoughts [6, p. 22.].

Realization of intercultural communications brings hope of enrichment of national culture. Intercultural communications are able to lead as to positive so to negative consequences. So, it is namely today as ever learning of foreign languages that disclose history, culture of the countries which languages we master promote formation of culture of international communication [2, p. 32-39].

References:

1.Головлева Е. Л. (2008). Основы межкультурной коммуникации. Ростов на Дону, Россия: Феникс.

2.Гольдберг Л.Р., Шмелев А.Г. (2002). Межкультурное исследование лексики личностных черт: "большая пятерка" факторов в английском и русском языках. Психологический журнал 4.

3.Ойзерман Т.И. (1989) Существуют ли универсалии в сфере культуры. Вопросы философии.

4.Степанов Ю. С. (1975) Основы общего языкознания. Учебное пособие для студентов филол. специальностей пед. ин-тов. Изд. 2-е, перераб. М.: «Просвещение».

5.Тер-Минасова, С. Г. (2000). *Язык и межкультурная коммуникация*: учеб. пособие для студентов по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация». М.: Слово.

6. Huntington, S. (1993) *The Clash, a Civilization? Foreign Affairs*.

РЕАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ КІЛЬКОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ ЗА ДОПОМОГОЮ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КВАНТИТАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ

К.С.Скрипак

Студентка 4 курсу, група ЛА-53, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст..викл. Усик Г.М.

На даному етапі розвитку нашого світу, дуже важливу роль відіграє пізнання світу людиною. Саме шляхом осмислення через когнітивну діяльність носіїв мови ми можемо скласти певне поняття про світ. На сьогоднішній день велика увага приділяється вивченню засобів реалізації кількості на різних мовних рівнях, способи творення та особливості їх вживання в англійській мові, саме це становить актуальність нашої проблеми.

Багато дослідників приділяли увагу вивченню питання вираження кількості в мові серед них: С.В. Баранова, І.О. Бодуен де Куртене, О.І. Єгорова, О.А. Самочорнова, С.О. Швачко та ін. Вчені розробили та обґрунтували поняття «кількість». Проте питання реалізації кількості в англійській мові за допомогою фразеологізмів з квантитативним компонентом є актуальним.

С.О. Швачко стверджує, що нумеративна функція числівника реалізується лише у точних дискурсах, так як числівники семантизують не лише поняття числа а і квантитативну уявність картин світу, тобто представляють результати когнітивної діяльності людини, ми розглянули квантитативність як мовний засіб реалізації поняття кількості[2, с.29.].

Основою дослідження слугував англо-український фразеологічний словник К.Т. Баранцева.

Найчастіше, для позначення кількості використовують прикметник: *to cut a long story short* – коротше кажучи, *above the average* – вище середнього, *to go nineteen to the dozen/talk nineteen to the dozen*, *to* – говорити без кінця-краю, *short bit* – срібна монета. Після них слідує іменники: *take the measure of one/find the length of one`s foot* – приглядатися до когось, *take/blunt off the edge of* – притупити гостроту, *on a short/ long view* – з позиції дальнього прицілу, проникливо. На третьому місці дієслова: *shorten sail* – убавляти паруси, уповільнювати хід, *shorten the arm* – обмежити чийсь владу. Далі ідуть прислівники: *enough to make the angels weep* – мимоволі сльози навертаються, хоч кого примусить розплакатися, *enough to puzzle a Philadelphia lawyer* – складна, заплутана справа; та займенники: *whatever man has done man can do* – не святі горшки ліплять, *whatever betides* – що б не трапилось [1].

Отже якщо порівняти семантику англійських фразеологізмів з квантитативним компонентом та українських – їхній переклад, можна прослідкувати закономірність, що початкова думка яка закладена носіями мови не співпадає з сенсом який містять у собі перекладені на українську мову фразеологізми.

Література

1. Англо-український фразеологічний словник / Уклад. К.Т. Баранцев. — 2-ге вид., випр. — К.: Т-во “Знання”, КОО, 2005. — 1056 с.
2. Швачко С. О. Інтерлінгвальні аспекти фразеологічних одиниць в англomовному та україномовному дискурсах (на матеріалі числівників) / С. О. Швачко // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. — Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. — 2011. — № 56. — С. 26-31.

ОБРАЗ МАРГАРИТИ ГРЕТХЕН ЯК ВИЯВ ЖЕРТОВНОСТІ І СВЯТОСТІ Л.О. Солодка

*студентка 4 курсу, група У-43, факультет філології та журналістики,
ПНПУ імені В.Г. Короленка
Науковий керівник: ст. викл. Ніконенко О.І.*

Тема кохання – вічна і легендарна. Її вплив на людину – феноменальне явище. Це почуття, яке захоплює людину зсередини: п’янить, чарує, ошаслиблює, а може приносити розчарування, неспокій, сумоту. Це двояке чуття може як ошасливити, так і спалити душу зсередини.

У скарбниці світової класики існує безмежна мозаїка писань, у яких возвеличено, красиво, сонячно описано кохання, та маємо арсенал творів, серед яких знайдемо кохання нещасливе, згубне, трагічне, зокрема сюди належить кохання Маргарити і Фауста (трагедія «Фауст» Гете), образ Гретхен як синтез жертвовності і святості.

О. Уманець, Н. Коваленко, Ю. Наняк досліджували цей образ шляхом рецептивного сприйняття, зважаючи на оригінал і переклади твору; осмислення сутності жінки крізь призму часу, вірувань, традицій, релігії тощо.

Мета нашої розвідки – розкрити сутність Маргарити у світлі її індивідуальності, її внутрішнього світу; здійснити власний переклад монологу Гретхен, аби осмислити особливості авторського ставлення до дівчини.

У трагедія «Фауст» образ Маргарити відіграє вагоме значення, позаяк вона – втілення святості, краси, гармонії, ніжності, жіночності, великодушності, ніжності, спокою, тендітності, щирості, простоти. Її можна порівняти з ангелом, який протистоїть силам зла – Мефістотелем, у якому домінує нещирість,

зухвальство, ницість. Це неначе протистояння двох світів – святості й гріховності. Кохання Фауста подарувало їй невимовно щасливі миті радості, щастя, однак забрало найдорожчих людей дівчини, і згубило її як особистість у суспільстві.

Чисте, щире, ніжне і вічне кохання прослідковується у одному з монологів Маргарити, наводимо власний переклад:

Meine Ruh ist hin, mein Herz ist schwer **Утратила спокій й на серці пече...**

Meine Ruh ist hin, mein Herz ist schwer; Утратила спокій й на серці пече,
Ich finde sie nimmer und nimmermehr. Уже не знайду його більше ніде.

Wo ich ihn nicht hab, ist mir das Grab, Його вже не буде, для мене це смерть,
Die ganze Welt ist mir vergällt. Моє все життя враз пішло шкереберть.

Mein armer Kopf ist mir verrückt, Я розум утратила, зазнала біди
Meiner armer Sinn ist mir zerstückt. І світлий мій розум розсіксь на шматки.

Meine Ruh ist hin, mein Herz ist schwer, Утратила спокій й на серці пече,
Ich finde sie nimmer und nimmermehr. Уже не знайду його більше ніде.

Nach ihm nur schau ich zum Fenster Годинами просто дивлюсь у вікно –
hinaus, Не бачу там образ його все одно.
Nach ihm nur geh ich aus dem Haus.

Sein hoher Gang, sein edle Gestalt, Його гарний стан, милий відблиск
Seines Mundes Lächeln, seiner Augen очей,
Gewalt, Чаруюча посмішка без зайвих речей.

Und seiner Rede Zauberfluß, Його славна мова, як тиха ріка,
Sein Händedruck, und ach! sein Kuß! Його поцілунок, як мана п'янка.

Meine Ruh ist hin, mein Herz ist schwer, Утратила спокій й на серці пече,
Ich finde sie nimmer und nimmermehr. Уже не знайду його більше ніде.

Mein Busen drängt sich nach ihm hin, І серце з грудей виривається вмить,
Ach dürft ich fassen und halten ihn, Не можу уже ці чуття я спинить.

Und küssen ihn, so wie ich wollt, Усе б я забула, лиш поруч з ним будь,
An seinen Küssen vergehen sollt! Нехай навіть люди мене проклинуть!

Внутрішній світ дівчини полонила сумота, печаль; неспокій назавжди увірвався до ніжного серця. Життя без коханого – смерть, уява постійно кличе милого, очі шукають його образ серед натовпу. Кохання навіки полонило молоду душу, захопило у вічний полон сліз, розчарування, краху надій. Для неї неважлива думка всього світу, найголовніше – бути поруч із коханим. Кохання Маргарити возвеличене, справжнє, жертвне.

Нерівність світів: Фауст – знавець усіх наук, пізнав життя сповна в усіх іпостасях, Маргарита ж – наївна, проста сільська дівчина, у вічних клопотах, яка відчула смак кохання, невідомого для неї донині. Її внутрішній світ наповнювали найсвітліші барви, однак вони були приземлені, буденні; Фауст же шукав у світі вічного пізнання, вищої миті насолоди, тому не дивно, що кохання до дівчини непомітно згасало.

Незважаючи на те, що Гретхен на перший погляд була земною дівчиною, її душа була зіткана з найніжніших відтінків вічних цінностей і краси. Її образ можна порівняти з садом: молодість квітує, щедро одарює плодами своєї святої і доброї душі рідних їй людей. Її духовність і внутрішня стійкість була настільки великою, що вона йде відчайдушно на смерть (маючи змогу врятуватися), бо відчуває внутрішній злам і смерть духовну.

Як бачимо, в образі Маргарити Гете втілив непоодинокі випадки трагічних жіночих доль, які були згублені суспільством, однак у випадку Гретхен вищі сили подарували їй рятунок і очищення від хиб.

Постать Маргарити у художній канві твору прослідковується як надія у вищі прояви людської доброти, гуманізму, жертвності, прощення. Це неначе сонячне світло на тлі вічного мороку, яке здатне освятити дорогу іншим, щоб не потрапити у полон вічного зла, жорстокості, лицемірства.

Література

1. Сулова В. Порівняльний аналіз оригіналу і перекладу / В. Сулова // Зарубіжна література. – 2016. – листоп. (№ 11). – С. 54–62.
2. Goethe J.W. Ausgewählte Gedichte / Johann Wolfgang von Goethe. – Москва: Издательство литературы на иностранных языках, 1940. – 167 с.

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

О.В. Соцька

студентка 3 курсу, група ЛА-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Останній часом багато досліджень у сфері мовознавства присвячені прогресивному та суперечливому явищу сленгу, різні аспекти якого вивчалися в працях Е. Патріджа, В. Вілюмана, І. Гальперіна, Г. Менкена, В. Хомякова. Однак студентський сленг, що є різновидом молодіжного сленгу залишається маловивченим, тому його дослідження є актуальним.

Студентський сленг є різновидом молодіжного сленгу, що використовується переважно в студентському середовищі молоддю віком 18-24 роки. Проте все частіше трапляються випадки використання студентського сленгу дорослими та освіченими людьми, наприклад викладачами чи батьками студентів.

Сленг студентів характеризується креативністю, новаторством, образністю, але він також часто містить вульгарні, непристойні, образливі елементи [1, с. 61].

Студентські сленгізми переважно створюються за допомогою:

- скорочення (*uni* – *university*, *lib* – *library*, *professor* – *prof*, *dorm* – *dormitory*, *soph* – *sophomore* (другокурсник));
- аббревіації (*RA* – *Resident assistant*, *JD* – *job done* (зі мною все добре));
- акронімізації (*FOMO* – *Fear of Missing Out* (студенти, які ходять на всі вечірки, тому що бояться пропустити щось цікаве));
- редублікації (*Litty Titty* – вираз, який використовують студенти з Бостону для вираження захоплення чимось/кимось; *Chirp, Chirp* – заклик подивитися фільм/футбол).

Доволі часто студентами використовуються ідіоми: *pull an all-nighter* (не спати всю ніч, тому що треба щось довчити), *have a mind like a steel trap* (вміти легко і швидко вивчити домашнє завдання), *chill your bills* (відпочивати); метафори: *birdcage*, *birds' nest*, *mall* (студентський гуртожиток)

Студентському сленгу в англійській мові притаманні територіальні особливості. Наприклад, різняться сленгові варіанти слова «*library*»: американські студенти кажуть «*lib*», а британські – «*libes*». Також, як правило, кожному університету притаманні свої сленгізми, які будуть незрозумілими

студентам інших університетів. Наприклад, студенти університету Сент-Луїса використовують вираз «*Lannex o'clock*», коли хочуть відпочити від навчання, а «*Michigan Time*» використовується студентами Мічиганського університету для позначення часу початку занять: «*In Michigan Time, a class that is scheduled to start for 11:30 a.m. will start at 11:40 a.m.*» [2].

Отже, сленг студентів – неоднорідний, він охоплює майже всі сфери життя, характеризується яскраво вираженим емоційно-оцінювальним забарвленням, та переважно використанням скорочених варіантів загальноживаних слів. Зважаючи на значні відмінності студентського сленгу в англійській мові в залежності від країни та університету, дослідження сленгу в межах певної студентської спільноти є перспективними.

Література

1. Burdová V. Student Slang [Електронний ресурс] / Veronika Burdová // Masaryk University. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: https://is.muni.cz/th/105516/pedf_m/Student_Slang.pdf
2. Ivanecky E. The 18 College Slang Expressions You'll Hear on American College Campuses [Електронний ресурс] / Elizabeth Ivanecky // Study Breaks. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://studybreaks.com/college/college-slang-expressions/>

АПРОКСИМАТИ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ

А.А. Старкіна

студентка 4 курсу, група ЛА-53, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. С.С. Кулезньова

У наш високо розвинений інформаційний час політична комунікація зайняла чільне місце у суспільстві. Збільшення засобів масової інформації розвиток нових політичних технологій все більше і все частіше привертають нашу увагу до мови політики. Відповідно зростає інтерес до вивчення політичного дискурсу, для якого притаманний високий рівень впливу, і серед лінгвістів, що і визначає актуальність даної проблеми.

Основною метою роботи є визначити як у політиці бажання впливати на громадян, змінювати хід подій, створити яскравий образ, що гарно запам'ятовується реалізуються за допомогою вербальної презентації. Одним із важливих маркерів вербальної комунікації є апроксимація. Термін прийшов у лінгвістику з математики зберігши своє значення «*приблизність*». Науковці не

лише називають це поняття по-різному: неточність, розмитість, наближення, а й дають різні класифікації апроксиматів.

Класифікуючи апроксимати за різними ознаками можна краще вивчити їх природу та семантичне навантаження [2]. Досить популярним є поділ апроксиматів І.Л. Шкот. Дослідниця виділяє дві основні категорії: лексичну та граматичну. На лексичному рівні розділяються окремі слова, наприклад, *around, roughly, kind of, almost*, та лексико-семантичні конструкції – *in a way, all but a, to some extent, on the whole, and things like that, and much more, or stuff like that*.

Граматичний рівень характеризується наявністю конструкцій *is ... is not, either ... or, neither ... nor* [3, с. 26-27].

Також засоби на позначення апроксимацій виражаються афіксами *-like, pseudo-, -ish, -y, -ie, -some, -odd*. Ці квантитативні морфеми відображають невисоку виразність та розмиту множинність ознаки.

Наприклад, у своїй промові на форумі "Битва України за свободу триває" Петро Порошенко сказав: «*Earlier, the Ukrainian army had the support of the Ukrainian people at the level of 7%. Today it is almost 80%*». Він використав апроксимат *almost* для підсилення подачі інформації. Так, числа дуже відрізняються самі по собі, однак, за рахунок цього маркера приблизності складається відчуття, що це число більше удвічі.

Варто додати, що успіх комунікації в політиці залежить головним чином від правильно обраної стратегії. Недарма цей термін запозичений з військової сфери та в комунікативній лінгвістиці позначає «*мистецтво планувати, що базується на правильних прогнозах*».

Використання апроксимативних засобів у політиці є частим явищем. Політичні діячі використовують апроксимативну стратегію з різною метою: приховати судження, створити сумнів, перебільшити факти, тим самим привертаючи увагу до своєї постаті [1, с. 58-59].

Отже, вживання апроксимації в мові можна визначити як усвідомлювану комунікативну стратегію. Подальше дослідження цього явища може бути спрямоване на вивчення інших стратегій спілкування у комунікативній лінгвістиці.

Література

1. Пономаренко О.В. Лінгвопрагматичні засоби вираження ухильності в сучасному італійському політичному дискурсі: Дис. канд. філол. наук: 10.02.05 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – 245 с.

2. Пуминова В.А. Средства выражения аппроксимативности. Дифиниции и классификация аппроксиматоров в отечественном и зарубежном

языкознании [Электронный ресурс] / В.А. Пуминова // Научно-практический электронный журнал "Аллея Науки". – 2018. – Режим доступа: https://alley-science.ru/domains_data/files/June2018/SREDSTVA%20VYRAZhENIYa%20APPROKSIMATIVNOSTI.%20DIFINICIИ%20I%20KLASSIFIKACIYa%20APPROKSIMATOROV%20V%20OTEChESTVENNOM%20I%20ZARUBEZhNOM%20YaZUKOZNANII.pdf

3. Шкот И.Л. Языковые средства выражения аппроксимации в современном английском языке / И.Л. Шкот // Вестник Киевского ун-та. – Серия романо-германская филология. Вып. 13. – К. : КГУ, 1984. – С. 25–27

СЛЕНГ ЯК СКЛАДОВА МОЛОДІЖНОЇ СУБКУЛЬТУРИ

А.І. Стешина

студентка 1 курсу, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ткачик О.В.

У зв'язку з безпосередніми змінами, що відбуваються у сучасному суспільстві, проблематика сленгу є предметом постійного наукового пошуку. Молодь, на думку С. Флекснера [3], є найактивнішим елементом, який створює сленг, саме молодіжний сленг відображає ті реалії та особливості світобачення молоді, які відрізняються від інших носіїв національної мови.

Молодіжний сленг вирізняється жвавістю, гнучкістю й несподіваною дотепністю. Наприклад: *fade* – погані оцінки в школі; *hot potato* – складна і неприємна проблема; *blood* – відмінна відповідь учня; *bicycle* – шпаргалка.

Молодіжна мова завжди виходить за межі встановленого літературного стандарту й демонструє свою відкритість, розкутість і динамічність. Як вважає О. Кондратюк, «...досі в наукових колах часто домінує розуміння молодіжного соціодіалекту як «мовного хуліганства» [1].

Науковці по-різному підходять до впорядкування й аналізу різних пластів молодіжної лексики. Так, дослідниця сленгу О. Шапочкіна виокремлює наступні групи молодіжного сленгу:

1. Персоніфіковані узагальнення: *You so Obama* – дуже крутий.
2. «Модні прикметники»: *flossy* – стильний, *jammed* – злий, *fresh* – милий, чудесний.
3. Кліше та сталі вирази: *screw around* – придурюватися/займатися дурницями.
4. Експресиви: *How dare you...?* – Як ти посмів...? [2].

Таким чином, дослідження молодіжної мови в цілому відіграє важливу

роль у лінгвістиці, має широку палітру наукових розвідок і неодмінно потребу в подальшому вивченні. Здійснена систематизація молодіжної мови розширює можливості її всебічного дослідження й окреслення її функцій, а також підтверджує її значимість як предмета подальших наукових розвідок.

Література

1. Кондратюк О. Молодіжний сленг як мовне явище/ О. Кондратюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/kondratyuk.htm>
2. Шапочкіна О. В. Дефініційна характеристика молодіжного сленгу сучасної німецької мови / О. В. Шапочкіна // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Філологічна. – 2013. – Вип. 38. – С. 140-141. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_38_44
3. Flexner S.B. Preface to the Dictionary of American Slang / S . Flexner // New Dictionary of American Slang; Comp. by R. Chapman. – New York: Harper and Row, 1986. – P. 17–28.

СЛОВОТВІРНИЙ АСПЕКТ НОМІНАЦІЇ ФУТБОЛЬНИХ КОМАНД НІМЕЧЧИНИ

В.О. Стішов

студент 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Футбол нині – багатоаспектний соціокультурний феномен: вид спорту, сфера бізнесу, засіб політичного впливу, гра і масове видовище, яке об'єднує величезну кількість людей і перебуває в фокусі уваги фахівців різних напрямів – спортивних дослідників, педагогів, лікарів, психологів, соціологів, кінематографістів, мовознавців та ін.

Мета дослідження – охарактеризувати основні особливості розвитку футболу в Німеччині ХХ – початку ХХІ століття, що дасть змогу глибше осягнути культуру країни, а також збагатить знаннями під час перебування в цій країні.

У 80-і – 90-і роки ХХ століття в ФРН футбол був на найвищому рівні за всю свою історію розвитку, про що свідчать перемоги: на Чемпіонаті Європи 1972, 1980, 1996 рр., на Чемпіонаті світу 1974, 1990 рр., а також на клубному рівні (три перемоги мюнхенської "Баварії" (1974, 1975, 1976 рр.). Проте молодіжні збірні Німеччини не мали високих досягнень. Відтак юніори не поповнювали професійний футбол.

У підготовці спортсменів було зроблено акцент на інновації. Федерація футболу, клуби і школи почали активно працювати над реалізацією програми "Розвитку дитячо-юнацького футболу", зокрема було створено 121 регіональний центр, а після сезону 2002/2003 їх кількість зросла до 366 у всіх 16 землях Німеччини, де підготовлено або реконструйовано 387 полів для тренувань юних футболістів. Німецький футбольний союз розробив і втілює в життя сім шаблів розвитку футболістів від 3 до 29 років.

Динаміку професійного зростання футболістів відстежують за тестами, ураховуючи не тільки фізико-тактичні, а й інтелектуальні особливості розвитку спортсмена.

Важливий акцент зроблено на підготовку висококваліфікованого тренера, робота якого стала престижною і високооплачуваною.

Саме чітка організація процесу втілення в життя такої футбольної філософії привела до плідних результатів: збірна Німеччини стала чемпіоном світу в 2014 р., а також виграла Кубок конфедерації ФІФА в 2017 р.

З точки зору лінгвістики **цікавим аспектом є номінація німецьких футбольних команд.** У ході дослідження нами було виділено 6 моделей, що типові для назв, а саме:

- включення однієї географічної назви, наприклад *FC "Hamburg"*, *FV "Düsseldorf"*, *FC „Magdeburg“*, *FV "Dresdner"* тощо;
- включення двох або більше географічних назв, наприклад *FC "Bayern München"* тощо;
- поєднання географічної назви та/або чисел і аббревіатур, наприклад *FC Bayer 04*, *FC Ulm 1846*, *Berliner AK 07*, *Werder II* тощо;
- поєднання найменування футбольного клубу та географічної назви, наприклад: *FC "Fortuna" Düsseldorf*, *FC „Kickers“ Offenbach*, *FC "Borussia" Dortmund* тощо;
- ономастичні найменування, наприклад: *FV „Karl Zeiss“*, *FC "Greuter Fürth"* тощо;
- інші назви, що не включені у перераховані підкатегорії.

Література:

1. Побегалов О. Розвиток футболу в Німеччині / [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: duflu.org.ua/index.php/.../682-rozvitok-futbolu-v-nimechch...

2. Система дитячо-юнацького футболу в Німеччині / [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: duflu.org.ua/.../693-sistema-dityachoyunatskogo-futbolu-v-...

МОВЛЕННЄВІ ФІГУРИ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ В ЕКСТРЕМАЛЬНІЙ СИТУАЦІЇ (на прикладах англомовних кінотекстів)

Ю. І. Тарасенко

студентка 4 курсу, група 451, факультет української філології та
журналістики, Херсонський державний університет
Науковий керівник: к. філол. н. доц. Мелконян В. М.

Актуальність теми зумовлена дослідженнями різних науковців: Родмонги Потапової, Всеволода Потапова та ін., присвячених розумінню мовлення у стресових ситуаціях, в яких розглядаються загальні питання. Проте проблеми, пов'язані з конкретною мовленнєвою поведінкою людини в подібних випадках, не досліджено.

Загальновідомо, що в повсякденному спілкуванні люди вживають мовленнєві фігури, до яких належать тропи та різні конструкції. Вони надають мові стилістичну значимість, образність та виразність, змінюють її емоційне навантаження. До основних синтаксичних фігур мовлення належать: інверсія, антитеза, анафора та епіфора, градація, еліпсис, риторичні питання, звертання й вигуки, парцеляція тощо [5]. В екстремальних ситуаціях такі тропи допомагають мовцю розкрити зміст сказаного й донести головну думку до реципієнта, в залежності від того, яка емоція превалує у той чи інший момент.

Для нашого дослідження ми обрали телесеріал «Американська історія жахів», у якому досить рідко можна зустріти складні синтаксичні конструкції, проте найчастіше вживаються риторичні запитання та повтори однакових фраз: «*How long? How long you gonna punish me for?*» [2]. У цьому випадку репліки допомагають особі зробити акцент на її втому від сварок і на бажанні швидше завершити розмову. Також іноді можна зустріти вигуки, які несуть негативну емоційну забарвленість: «*I screwed up!*» [2], «*I was hurting too!*» [2].

Отже, в екстремальних ситуаціях емоції людини змушують її робити помилки у мовленні, використовувати різні звертання, вигуки, риторичні питання, парцеляцію, інверсію та інші конструкції. Крім цього, існує ще одна група особливих засобів – лексичні фігури мовлення, які включають до свого складу «гру» зі смисловим значенням слів: синоніми й антоніми, гіпербола та літота, метафора, перифраза, епітет тощо [5].

Таким чином, фігури мовлення поділяються на дві основні групи: синтаксичні й лексичні, які в свою чергу мають у складі безліч інших тропів, що допомагають робити мову емоційною та живою. Наприклад, щоб

підкреслити презирство та надати репліці негативного відтінку, у серіалі під час розмови жінка використовує антоніми: «*You're the beginning and the end of all my suffering*»[3]. Вживання метафори теж грає велику роль у відтінку значення речення: «*We started with such high hopes*» [4]. Виділені слова буквально означають «великі надії», які, можливо, не здійснилися у реальності. Для підкреслення значимості наступного слова, людина використовує епітет з позитивним забарвленням, але загалом речення дає зрозуміти, що задумані плани не здійснились: «*It was supposed to be the perfect ending*» [4]. Отже, фігури мовлення допомагають не тільки висловити індивідуальне ставлення до предмета, але й показати його з іншого боку. Вони надають тексту жвавість і безпосередність, а також виявляють авторську точку зору та дають можливість зрозуміти мовця.

Література

1. Потапова Р. П. Мовна комунікація: Від звуку до висловлення / Р. П. Потапова, В. В. Потапов. – М.: Мови слов'янських культур, 2012. – 464 с.
2. Американська історія жахів [Електронний ресурс] // 1 сезон 1 серія. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdrezka.ag/series/horror/233-amerikanskaya-istoriya-uzhasov-2011.html#:t:65-s:1-e:1..>
3. Американська історія жахів [Електронний ресурс] // 5 сезон 1 серія. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdrezka.ag/series/horror/233-amerikanskaya-istoriya-uzhasov-2011.html#:t:65-s:5-e:1.>
4. Американська історія жахів [Електронний ресурс] // 5 сезон 12 серія. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdrezka.ag/series/horror/233-amerikanskaya-istoriya-uzhasov-2011.html#:t:65-s:5-e:12.>
5. Фигуры речи [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://fb.ru/article/55842/kakie-byivayut-figuryi-rechi.>

ФЕМІНІТИВИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Тунік О.А

Другий курс, група ЛА-371, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик Олена Володимирівна

В останні десятиліття у вчених-лінгвістів спостерігається підвищений інтерес до гендерних досліджень. До кінця ХХ в. у вітчизняному мовознавстві сформувався цілий напрямок соціолінгвістичних досліджень – гендерна лінгвістика, що вивчає мову і мовна поведінка із застосуванням інструментарію

гендерології [1:15]., всі види мовного і мовленнєвого варіювання, обумовленого підлогою носіїв мови [3:87].

Фемінізація лексичних змін також є актуальним питанням гендерної лінгвістики, так як описує мовну специфіку, яка відображає номінації, пов'язані з називанням жінки. Так, наприклад, при виборі форми звернення до молодої дівчини в багатьох англomовних країнах використовується нейтральна форма Ms замість Miss або Mrs. На думку вчених, нові лексеми, які замінюють традиційні номінації в англійській мові, а також синонімічні паралелі спрямовані на усунення мовного сексизму (*firefighter -nop. fireman; police officer - nop. policeman; chairperson, moderator, head -nop. chairman; member of Congress, representative - nop. congressman; people, humans - nop. mankind* [2:82].

Функціонування фемінітивів - слів жіночого роду, альтернативних або парних аналогічним поняттям чоловічого роду в англійській мові, аналізується з позиції існування ознак андроцентризму (ототожнення понять людина і чоловік; негативна оцінність іменників жіночого роду, що є похідними від чоловічих; вживання чоловічих форм в мові для позначення осіб різної статі; узгодження на синтаксичному рівні по формі граматичного роду відповідної частини мови, а не по реальній статі референта). Дані ознаки обумовлюють лінгвістичну проблему, пов'язану з фемінітивами.

В англійській мові фемінітиви утворюються за допомогою додавання суфіксів до іменника чоловічого роду, заміни суфікса, що означає приналежність до чоловічого роду (*actor - actress; poet- poetess; hero - heroine; astronaut - astronette; cosmonaut - cosmonette; progenitor - progenitrix; administrator - administratrix*) або заміни іменника чоловічого роду іменником жіночого роду (*Landlord - landlady, salesman - saleswoman*). Необхідно відзначити, що гендерно-марковані лексеми в мові часто несуть негативний відтінок, в силу закріпилася в суспільстві гендерної асиметрії на користь чоловіків. Однак в гендерної лінгвістиці останніх десятиліть спостерігається дослідження таких аспектів мови, які пов'язані з новими номінаціями жіночого роду, підтверджують лексичну фемінізацію в різних мовах.

Література

1. Каменская О.Л. Гендергетика – наука будущего // Гендер как интрига познания. Пилотный выпуск. М.: Изд-во Рудомино, 2002. С. 13-20. 195
2. Шемчук Ю.М. Феминизация лексических изменений современного немецкого языка // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. 2010. № 2. Серия «Филологические науки». С. 82-87.

3. Шемчук Ю.М., Андреева А.В. Феминизация лексических изменений как проблема гендерной лингвистики // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 2. С. 86-92.

НЕОЛОГІЗМИ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ

К. О. Угланова

студентка 2 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ткачик О.В.

Вступ. Як відомо, реклама є невід'ємною частиною сучасного життя. Рекламні тексти оточують нас всюди: на вулиці (рекламні щити, реклама на корпусах автомобілів, рекламні листівки), в транспорті (реклама в вагонах метро), на роботі і навіть вдома (телевізійні ролики, друкована реклама в газетах і журналах, реклама в Інтернеті). Її основна мета – проінформувати людей про характеристики та переваги будь-якого товару або послуги, створити на цей товар або послугу стійкий попит, викликати активну участь людей в будь-якій події або створити широку популярність будь-чого або кого-небудь.

Для досягнення цієї мети творці реклами користуються цілим рядом граматичних, лексичних, фонетичних і стилістичних засобів. В цій роботі ми б хотіли розглянути особливості використання в рекламних текстах такого виразного лексичного явища, як неологія. Особливості використання неологізмів в англійських рекламних текстах потребують постійного опрацювання. Згідно з Ю.О. Лінниковою, підвищений інтерес до проблеми неології обумовлений важливою роллю неологізмів як дзеркала мовного розвитку, яке відображає пристосування мови до постійно змінюваних умов її функціонування, що відбуваються під впливом зовнішніх факторів [1, с.141].

Проблемі дослідження неологізмів присвячено чимало студій. Зокрема, питання визначення, класифікації та систематизації неологізмів вивчали О.О. Селіванова, М.І. Мостовий, І.Б. Голуб, В.М. Ярцева, П. Ньюмарк та ін. Стилійні особливості лексичних одиниць аналізував Л.П. Єфімов, лексичні особливості рекламних текстів з'ясувала Н.К. Дурицька. Функціонування неологізмів та оказіоналізмів у рекламних текстах простежувала В.В. Зірка.

Наразі вивчення функціонально-прагматичного аспекту неологізмів у рекламному тексті є актуальним та перспективним напрямом досліджень.

Мета доповіді – визначити особливості функціонування неологізмів в англійських рекламних текстах.

Основна частина. Пітер Ньюмарк відзначає, що поява неологізмів зумовлена певною потребою, яка може бути як прагматичною, так і естетичною. Прагматична потреба має на увазі виникнення нових явищ і об'єктів в соціальній сфері та сфері технологій. Естетична потреба пов'язана із використанням креативних можливостей мови [3, с. 140].

У рекламних текстах з прагматичною потребою можна виокремити такі завдання:

1. Підкреслити новизну продукту, його унікальні характеристики: «*Attachez vos ceintures, la Volkswagen up! est la première voiture de sa catégorie à bénéficiaire du City Brake Assist*» (реклама Volkswagen в журналі AutoPlus, березень 2012). Можливо, запозичення англійського терміна було використано для того, щоб у читача склалося враження інноваційного характеру певного товару.

2. Дати назву нового товару або нової послуги: «*Dark Vador Burger – «Гамбургер Дарт Вейдер»*» (новий вид гамбургерів був випущений напередодні прем'єри одного з них (реклама в ресторанах швидкого харчування Quick).

До естетичних потреб, на нашу думку, можна віднести:

1. Прагнення звернути увагу читача на рекламне повідомлення і, як наслідок, об'єкт реклами: «*Ur txt can wait («Your text can wait»*)» (соціальна реклама про небезпеку використання мобільного телефону під час керування автомобілем).

2. Спроба зробити рекламний текст цікавим і дотепним. Наприклад: *Creanovative – creative + innovative* (реклама компанії Sonic Walk на рекламному щиті).

Однак не тільки неологізми можуть впливати на міру впливу рекламного тексту, а й реклама може впливати на подальшу долю неологізмів. Коли неологізм починає з'являтися в ЗМІ або використовуватися будь-яким офіційним органом, він може бути зареєстрований в словнику і, таким чином, стати звичайною лексичною одиницею [2, с. 73].

Реклама, мабуть, також може сприяти зміні статусу неологізму. Наприклад, серед аналізованих англійських рекламних текстів частіше за інших зустрічаються слова *oil-free* – «безмасляний» і *anti-aging*. Ймовірно, їх часте вживання вказує на потребу в цих словах, що майбутньому може посприяти їх включення в словники.

Висновки. Таким чином, не тільки неологія може впливати на успіх того чи іншого рекламного тексту, а й реклама може сприяти зміні статусу неологізмів.

Література

1. Линникова Ю. О. Неологизмы в рекламном дискурсе (на материале современного английского языка) / Ю. О. Линникова // Культура народов Причерноморья. – Симферополь, 2012. – № 226. – С. 141-143
2. Barber C. Linguistic change in present-day English. Edinburgh: Oliver and Boyd, 1964. – 154p.
3. Newmark P. A Textbook of Translation. London: Prentice, 1988 – 304 с.

ПЕРІОД РОМАНТИЗМУ У МУЗИЦІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ КРАЇН ЯК ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ ТЕЧІЙ У СВІТОВИХ ЛІТЕРАТУРАХ

А.Д. Фоменко

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Романтизм став реакцією на Просвітництво з його культом розуму. Його виникнення було обумовлено різними причинами. Основна з них – розчарування в підсумках Великої французької революції, яка не виправдала сподівань.

Для романтичного світогляду характерний різкий конфлікт між дійсністю і мрією.

Особливо стрімко цей період розвивався у Європі. А зародився він у німецькомовному містечку в Австрії, де працював Шуберт. Саме його творчість і стала поштовхом до розвитку цієї течії.

Основною проблемою романтичної музики висувається проблема особистості, причому в новому освітленні – в її конфлікті з навколишнім світом. Романтичний герой завжди самотній. Тема самотності – чи не найпопулярніша у всьому романтичному мистецтві. Дуже часто з нею пов'язана думка про творчу особистість: людина самотня, коли він є саме непересічною, обдарованою особистістю. Артист, поет, музикант – улюблені герої в творах романтиків («Любов поета» Шумана) [1].

Цікаво знати, що в епоху романтизму отримали розквіт новітні жанри: народно-побутова, фантастична і романтико-героїчна опери, балада, пісня, романс, танець, програмна симфонія, програмна концертна увертюра, симфонічна поема, концертні музично-драматичні твори, характеристичні фортепіанні п'єси, лірична фортепіанна мініатюра, камерні жанри [2].

Романтичний ідеал передбачає культ пристрастей, устремління до піднесеного, до свободи, а романтичний герой — це особистість із сильним

характером. Тому не дивно, що з-поміж видів мистецтва, якими захоплювалися романтики, музиці належала пріоритетна роль. Адже музика — голос серця, здатна передавати все розмаїття почуттів і вражень від навколишнього світу, зокрема від природи, з підвищеною емоційною виразністю, тобто саме те, що прагнули відтворити митці нового покоління. Найхарактернішою рисою романтичної музики порівняно з попередніми стилями стає програмність, а панівною сферою образності — лірика. У непрограмній музиці посилилася образна конкретність.

Для того щоб глибше розкрити індивідуальний світ людини, романтики шукали особливі засоби вираження. Це знайшло втілення у творах малих форм: прелюдіях, фантазіях, скерцо. Нового життя набула інструментальна мініатюра, здатна виражати почуття, які важко висловити. Виникли нові жанри: експромти, музичні моменти, ноктюрни, пісні без слів, інтермецо.

У добу романтизму на арену музичної культури виходить новий тип митця — блискучий виконавець. Такими титанами музичного виконавства були Ніколо Паганіні в мистецтві скрипкової гри, а в царині фортепіанного виконавства — угорський композитор і піаніст Ференц Ліст.

Композиторів-романтиків цікавили нові засоби музичної зображальності, що було пов'язано з програмністю інструментальних творів. Джерела зображальності були різноманітні: зазвичай автори зверталися до літературної програмності, пов'язаної зі словом, або до картинно-живописної, навіяної образотворчим мистецтвом, картинами природи. Програма могла обмежуватися назвою твору або мати розгорнутий сюжет. Щоб відобразити мінливість і контрастність життя, композитори створювали програмні цикли, де кожна частина, окрема мініатюра — це певний момент з калейдоскопа життєвих вражень [3].

Якщо і вивчати період романтизму, то тільки через музичне мистецтво, адже саме так можна відчутти бунтівний дух того часу, самотність як соціуму, так і кожного індивіда, а також почути усе прагнення людей до розкішного.

Література:

1. Романтизм в музице [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://musike.ru/index.php?id=48>

2. Музика епохи романтизму [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0%B7%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B5%D0%BF%D0%BE%D1%85%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83>

3. Музика епохи романтизму/Л.М. Масол. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://narodna-osvita.com.ua/6018-muzika-epohi-romantizmu.html>

РЕКЛАМНИЙ ТЕКСТ У ГЕОПРОСТОРИ ХЕРСОНА

А. О. Харитоненкова

*студентка 4 курсу, 411 група, факультет української філології
та журналістики,*

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Мартос С.А.

В останні десятиліття підвищився інтерес науковців до рекламного тексту – особливого виду тексту, в якому при мінімальному обсязі міститься велика кількість інформації, котра справляє вплив не лише на свідомість людей, а й на їх вербальну поведінку. Дослідження рекламного тексту перебуває сьогодні в активному розробленні. Різні аспекти функціонування рекламного тексту вивчають К. Бове, Л. Дядечко, В. Зірка, М. Кохтев, І. Соколова та ін. Вивчення рекламного тексту стає актуальною лінгвістичною проблемою, оскільки має не лише теоретичне, а й важливе практичне значення. Мету нашого дослідження вбачаємо в функційному аналізові рекламних текстів, які побутують у місті Херсоні.

Неоднорідний характер рекламних текстів детермінує їхні функційні типи. Ця закономірність діє й у системі динамічних рекламних текстів Херсона. Спираючись на дослідження О. Хрушкової, виділяємо кілька типів таких рекламних текстів [1, с. 145].

Рекламні тексти першого типу вміщують лише об'єктивну інформацію, вони виконують нейтрально-інформативну функцію, повідомляють про відповідний об'єкт, і цього достатньо, оскільки такий об'єкт – уже сам собі реклама. Наприклад: «Мережа магазинів спортивного одягу та взуття MEGASPORT. ТРЦ «ФАБРИКА» вул. Залаєгерсег, 18 –1-й поверх. ТЦ «ПАРУС» вул. Суворова, 4 – 2-й поверх.» (білборд, вул. Університетська; 22.04.18); «1000 БОНУСІВ за кожні 500 грн у чеку. Весна Літо 2018» (білборд, вул. Університетська; 22.04.18); «ПУМБ Прості кредити для грандіозних планів 0 800 300 502 *ritb.ua*» (білборд, вул. Університетська; 25.04.18).

У геопросторі Херсона наявний і другий тип реклами, що інформує про переваги того чи того товару, про його високу якість, унікальність: «AURUM Ювелірна компанія. Різноманіття ювелірної краси. ТРЦ Fabrika» – прагнення естетичної насолоди (білборд, вул. Університетська, 24.04.18); «DOMINANT Фітнес-мережа З нами ви у формі *#dominantfitness dominant.mg.ks.ua*» – наголошення на першості серед інших фітнес-мереж (білборд, вул. Університетська, 27.04.18).

Особливий вид реклами являє собою політична реклама, це «заходи та способи формування думки виборців шляхом подання загалом об'єктивної інформації, що переконує в перевагах певного кандидата чи політичної організації. Вона складається з об'єктивної й переконливої інформації про конкретну політичну особу чи організацію та емоційно впливового повідомлення» [2, с. 98]. Наводимо такі приклади: «*Нова сила в парламенті. Об'єднання САМОПОМІЧ. – В ЄДНОСТІ – СИЛА! – АНДРІЙ САДОВИЙ лідер партії мер Львова*» (білборд, вул. І. Кулика; 20.10.18); «*З Днем незалежності України! СОЛІДАРНІСТЬ блок Петра Порошенка*» (білборд, вул. Університетська; 17.08.18).

Отже, у функційному плані рекламні тексти Херсона являють собою структури кількох типів. Частина їх несе стилістично нейтральну інформацію, інші намагаються дати яскраву, образну характеристику, насичену переконливими фактами про переваги рекламованого об'єкта. Окремий сегмент займають рекламні тексти політичного спрямування.

Перспективою подальших досліджень вважаємо структурну організацію рекламних текстів у геопросторі Херсона та їх стилістичні особливості.

Література

3. Хрушкова О. А. Структура та функційне навантаження писемних носіїв інформації сучасного міста / О. А. Хрушкова // дис. к-та філол. наук : спец. 10.02.01. – Дніпро, 2016. – 238 с.

4. Шпортько О. Особливості політичної реклами як елемента комунікативного процесу / О. Шпортько // Політичний менеджмент : наук. Журнал. – К. : Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2007. – Вип. 6. – С. 96 – 105.

СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКИХ МОВАХ

С.М. Ціпан

студентка 2 курсу, група ЛАз - 71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ткачик О.В.

Сленг - це лексика розмовного типу, яку вважають нижчою від загальнозживаного стандарту; це слова, що у стандартній мові або не вживаються, або мають особливий лексико-семантичний зміст.

Сленг має широкий діапазон вживання. Багато людей, а особливо молодь, використовує сленг у своєму мовленні тому, що хоче бути сучасною, стильною.

Інші користуються сленгом як засобом спілкування, який має відтінок відвертості, неформальності, виражає товариську і легкість у спілкуванні.

Сленгові слова і вислови емоційно забарвлені і часто вживаються в переносному значенні. Сленг - це частина лексики, яка надто швидко змінюється. Якщо слово або вислів втрачає новизну, на зміну йому приходять нові сленгізми. Це альтернативна лексика. Він не може існувати в минулому, він постійно оновлюється. Його життя коротке і має сумнівну репутацію. Він або осідає в мові, або ж його забувають.

Під поняттям «молодіжний сленг» розуміють сукупність мовних засобів високої експресивної сили, які постійно трансформуються, і які використовуються у спілкуванні молоддю, що знаходиться у дружніх, фамільярних стосунках.

Молодіжний сленг вирізняється жвавістю, гнучкістю й несподіваною дотепністю. Наведемо деякі приклади сленгових виразів : *Shut up!* - Замовкни!; *Pal* - друг; *Tea* - спиртне; *Crazy cat* - псих; *Fade* - погані оцінки в школі; *Know-how* - знання; *Hot potato* - складна і неприємна проблема; *Get-together* - зустріч, збори; *It is cool!* - Класно!; *What's up?* - Що трапилось?; *It's sweet!* - Це добре!; *Peace out!* - До побачення!; *I am out!* - До побачення!; *Check ya later!* - До побачення!; *Blood* - відмінна відповідь учня; *Bicycle* - шпаргалка; *Bingo!* - Еврика!; *Hot* - чудовий, привабливий, модний; *Nutcase* - божевільна людина; *Bust* - невдаха; *Turkey* - бовдур, нікчема.

Багато слів, за допомогою яких спілкування відбувається невимушено - це сленг університетів: *Cut* - припинити знайомство; *Skull* - викладач в університеті; *Ex* - екзамен.

Серед молоді популярністю користується вживання власних назв як сленгу: *Mr. Black* - ніч, нічний час; *Peter Jay* - поліцейський; *Elvis* - чоловіча зачіска під Елвіса Преслі; *George Eddy* - клієнт, який не дає чайових; *Charley* - простак, лопух; *Mister Charlie* - біла людина.

Сьогодні часто можна почути сленгізми серед українських студентів, наприклад *парнокопитні* - «студенти зооінженерного факультету»; *знати біса* - «говорити нісенітницю». Цікавою особливістю молодіжного сленгу є заміна значення лексем української літературної мови, що викликає іронічний відтінок. Наприклад, «*базар*» в літературній мові - це торгівля, переважно на відкритому місці, а серед молоді це слово має значення *мовлення*. В молодіжному мовленні також присутня значна кількість вставних слів, що виражають емоції того, хто говорить: «*бляха-муха*», «*блін*», «*йо-ма-йо*». Зрозуміти семантику даних слів можна здебільшого при усному мовленні і виражаються вони за допомогою інтонації. Активно використовуються в

українській мові суфікси заниженої емоційної маркованості, такі як: *-ха - депресуха, класуха; -юк - сидюк; ло - файло, хавало, хлебало*. Трапляються також і пестливі суфікси: *«велик» - велосипед, «телик» - телевизор, «хом'ячок» - комп'ютерна мишка*.

В цілому можна стверджувати, що існування сленгізмів, які, по суті, є невід'ємною складовою будь-якої мови, доводить, що мова залишається динамічною системою, яка постійно живе і розвивається. Слід зазначити, що в переважній більшості випадків, коли мова йде про молодіжний сленг, люди звертаються саме до тих лексичних одиниць, які є стилістично зниженими, класифікуючи їх як такі, що *«засмічують мову»*. Але питання про те чи є це дійсно так, для кожного залишається відкритим.

Література:

1. Береговска Н.В. Молодіжний сленг: формування и функціонування // Запитання мовознавства. - М.: Наука, 1996. - №3. - С.32-41.

РОЛЬ МОВИ В КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ СВІТУ

Н.І. Цубера

студентка 2 курсу, група ЛА-73, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

У мовній картині світу існує взаємний зв'язок між свідомістю людини та мовою. Протягом останніх десяти років з'явилася проблема відображення у свідомості людини цілісної картини світу, зафіксованої мовою. Картина світу охоплює певний образ світу, вона є його конструюванням відповідно до логіки світорозуміння. Поняття картини світу (у тому числі й мовної) базується на вивченні уявлень людини про світ. Тож когнітивний підхід вивчення мови вважається зараз надзвичайно популярним і перспективним, у цьому і полягає актуальність дослідження. Одним з прикладів цього твердження можуть бути слова Т.Б.Алісової, яка стверджує, що мова складається з тіла і духу [1, с.15].

Мова є однією з найосновніших форм, у якій відображені наші бачення на світ. Саме завдяки їй людина може отримувати та узагальнювати свої знання, фіксувати їх і передавати. Людина є частиною певної системи знань, думок, уявлень та аналізу об'єктивної дійсності. Цю систему називають картиною світу і зазвичай розглядають з різних сторін [1].

Існують 2 види картин світу: мовна і концептуальна. Системою понять про сукупності реалій всього того, що нас оточує називають концептуальну систему світу. Більшість лінгвістів вважають, що концептуальна картина світу

тягне за собою більш широке поняття, ніж лінгвістичний світогляд. Як зазначає Е. Кубрякова: «Світовий образ — це те, як люди малюють світ у своїй уяві, явище складніше, ніж мовний світовий образ, тобто частина концептуального світу людини, яка прив'язана до мови і має свою рефракція через мовні форми» [4].

Концептуальні картини світу у різних людей приблизно однакові через наближене їх мислення на однаковому етапі їхнього розвитку. Національні мовні картини світу — це просто різне «забарвлення». Мовна картина світу відображає національну й може виражатися мовними одиницями різних рівнів. Оскільки мова слугує основним способом формування та існування знань людини про світ, то саме вона — найважливіший об'єкт дослідження когнітивістів [3, с.18].

Системою взаємопов'язаних мовних одиниць, яка відображає об'єктивний аналіз стану речей довкілля і внутрішнього світу людину називають мовну картину світу, яка утворюється у вигляді значень мовних знаків. Саме ці мовні знаки створюють сукупний семантичний простір мови. Внаслідок того, що картина світу є наслідком когнітивної діяльності людей і відображенням результатів діяльності свідомості, суб'єктами цієї картини світу є саме носії мови [2, с.43].

Різноманіття мов відображає різноманітність картин світу, оскільки кожна мова у світі має свій власний спосіб концептуалізації, тобто кожна мова має конкретну картину світу, а мовна ідентичність зобов'язана організувати зміст висловлювань відповідно до цієї картини.

Так, носії різних мов мають схожі концептуальні картини світу на відміну від тих, які спілкуються однією і тією ж мовою. А це означає, що у концептуальній картині світу взаємодіють загальнолюдські, особистісні та національні бачення. Відображення світу людиною є діяльним, а це означає, що ставлення до об'єктів може породжуватися і змінюватися завдяки ньому. Тому можна зробити висновок про те, що на конструювання мовної картини світу впливає система соціально типових позицій, відношень та оцінок. Таким чином мова категоризує світ [5].

Отже, картина світу є результатом усієї духовної активності людини, яка виникає завдяки контакту з навколишнім світом. Завдяки вмінню розуміти світ та відображати це розуміння у мові концептуальна картина світу передую мовній і формує її. Саме мова закріплює загальнолюдський і національний досвід. З одного боку, умови життя людей, матеріальний світ визначають свідомість та поведінку, знаходячи відображення у мові, й перш за все, у семантиці та граматичних формах, з іншого — людина сприймає світ

переважно через форми рідної мови, яка детермінує структури мислення та поведінку людини.

Література

1.Алисова Т.Б. Ономастологический подход при сопоставительном изучении лексико-семантических структур двух языков / Т.Б. Алисова // Серия «Филологическая». — 2005. — №3. — С. 46-50.

2.Апресян Ю.Д. Эмоциональная система. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Ю.Д. Апресян // Вопросы языкознания. — 1995. — № 1. — С. 37-65.

3.Гумбольдж В. Язык и философия культуры. / В. Гумбольдж — М. Прогресс, 1985. — 452 с.

4.Кубрякова Е. С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира. М.: Наука, 1988. С. 141-189.

5.Серебренников Б.А. К проблеме «язык и мышление» (всегда ли мышление вербально?) / Б.А. Серебренников // Сравнительное лингвистическое языкознание. — 1977. — № 1.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАРЦЕЛЬОВАНИХ РЕЧЕНЬ У РОМАНАХ В. ЛИСА «ГРАФИНЯ» ТА «КАМІНЬ ПОСЕРЕД САДУ»

К.С. Чекамова

*студентка 4 курсу, 451 групи, факультет української філології та
журналістики, Херсонський державний університет
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Карабута О.П.*

Актуальність теми дослідження зумовлена значним поширенням парцельованих речень в українській мові, що становлять своєрідне явище зі своїми стійкими функціонально-стилістичними параметрами.

Метою роботи є комплексний аналіз парцельованих речень, характерних для романів Володимира Лиса «Графиня» та «Камінь посеред саду».

Парцеляція – це таке членування речення, при якому зміст висловлювання розкривається не в одній, а в двох чи кількох інтонаційно-сміслових одиницях, розташованих одна за одною після розділової паузи [1, с. 181].

Володимир Лис часто використовує парцелят для зосередження уваги на змісті кожної частини з метою інформативної насиченості фрази у

комунікативній системі. Виконуючи інформативну функцію, парцельовані структури передають значення відтворення, розвитку, уточнення, пояснення.

Парцельовані речення наділяються великим змістовим та емоційним навантаженням. Тому парцеляція як стилістичний засіб виконує різноманітні функції:

– парцеляція може вживатися для конкретизації змісту базової частини: *Я раптом почув, як пахне глина. Не крейда, а саме глина* [4, с. 19];

– парцеляція використовується для характеристики емоційно-психічного стану суб'єкта: *Але чим далі я сидів у цій кімнаті, тим більше відчував, як у глибині мого єства, ще живого, з неатрофованими почуттями, наростає глухе роздратування. Проти цієї чіткої людино-художника, яка сиділа біля мене, віддавала чіткі команди, демонструючи безжально чітку роботу. Проти свого становища. Проти...Роздратування* [4, с. 59];

– парцеляція може виконувати описову функцію, відтворюючи умови, деталі подій, що описуються: *І тут я побачив, що на вулиці з'явилася машина. Легкова* [4, с. 14];

– парцеляція може вживатися для уточнення місця чи часу: *Ми зараз прогуляємося вздовж берега. До пансіонату* [3, с. 24];

– оцінна функція, яка може бути позитивною та негативною: *Дуже мені захотілося побачити море. Розбурхане. Свавільне. Живе* [3, с. 6].

Анатолій Загнітко з-поміж парцельованих структур виділяє [2, с. 61]:

1) парцельовані сурядні частини – повні за структурою: *Я тихенько сміюся, виставляю руку і намагаюся торкнутися до павутинки. Та біля самої білої ниточки я спиняю руку* [3, с. 25];

2) неповні парцельовані конструкції, що виражаються однорідними членами з уточнювальним, пояснювальним або іншим аспектом: *Кавунін трохи повагався. Зітхнув. Потер долоні* [4, с. 46];

3) власне парцельовані конструкції, що становлять граматично залежні компоненти попереднього речення, один або кілька його другорядних членів. Інтонаційно оформляються як окремі речення з метою комунікативного навантаження: *Ніхто не має знати, куди ми йдемо. Ніхто. Навіть ми самі* [3, с. 5]. Часто буває важко розрізнити різновиди парцельованих конструкцій, що мотивується перетином їх комунікативно-стилістичних завдань.

Отже, проаналізувавши парцеляцію як один із продуктивних засобів вираження думки на матеріалі романів Володимира Лиса «Графиня» та «Камінь посеред саду», ми виявили, що активно членуються конструкції з відокремленими другорядними членами речення, найчастіше обставиною. Як правило, такі парцеляти розташовані у дублюючій позиції відносно базової

структури і виконують функцію підсилення, увиразнення чи конкретизації вчинків чи дій персонажів, а також надають висловленню динамізму, активності.

В. Лис використовує парцельовані конструкції як стилістичний прийом експресивного синтаксису, що дозволяє автору підкреслити певну частину повідомлення, надати думці, яку вона виражає, стилістичної ефективності. Таким чином, парцеляція активно поширюється в прозових творах.

Література

1. Ганич Д. Словник лінгвістичних термінів / Д. Ганич, І. Олійник. – К.: Вища школа, 1985. – С. 181.
2. Загнітко А. Український синтаксис: теоретико-прикладний аспект / А. Загнітко. – Донецьк, 2009. – 137 с.
3. Лис В. Графіня. [Електронний ресурс] / В. Лис – Режим доступу: <http://online-knigi.com/kniga/233617/grafinya>.
4. Лис В. Камінь посеред саду. [Електронний ресурс] / В. Лис – Режим доступу: <https://javalibre.com.ua/java-book/book/2925170>.

DIE SPRACHE UND DIE REDE: WORIN LIEGT DER UNTERSCHIED?

Є. В. Черненко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Der Zweck der theoretischen Grammatik ist eine theoretische Beschreibung des Sprachsystems, die Definition und Analyse von grammatischen Kategorien und Methoden des Satzbaus. Die theoretische Grammatik analysiert zum einen das Sprachensystem als Ganzes, zum anderen widerspiegelt die Sprache im Sprachgebrauch [1].

Die Sprache als ein System von Ausdrucksmitteln und die Rede als Realisierung von Ausdrücken im Kommunikationsprozess sind miteinander verbunden. Einige Grammatiker halten die Trennung von der Sprache und der Rede für rechtswidrig, während andere eine Unterscheidung bevorzugen [1].

Die Entwicklung der modernen Linguistik, die mit den Namen des schweizer Sprachwissenschaftlers Saussure und Baudouin de Courtenay in Rußland verbunden ist, lässt zur Erkenntnis kommen, dass man zwischen Sprache(*langue*) und Rede(*parole*) zu unterscheiden hat. Das Problem der Wechselwirkung von der Sprache und Rede ist eines der kompliziertesten Probleme der Sprachwissenschaft [2, с. 7].

Das dialektische Wechselverhältnis zwischen Sprache und Rede besteht in folgendem:

Unter der Sprache (*langue*) versteht man das abstrakte System von Möglichkeiten und Mitteln, welche die potentiellen Kenntnisse eines die Sprache beherrschenden Individuums ausmachen. Diese potentiellen Kenntnisse — und zwar sind es die Kenntnisse des Wortschatzes und der Regeln zur Kopplung und Gruppierung von Wörtern — bilden die sprachliche Kompetenz oder die Sprachkraft (nach W.Humboldt) [2, c. 7].

Kurz skizziert, ist die Sprache ein Instrument der Kommunikation. Dies ist ein System von Zeichen, Sprechmitteln und Sprechregeln, das allen Mitgliedern einer gegebenen Gesellschaft gemeinsam ist. Dieses Phänomen ist für einen bestimmten Zeitraum konstant [3].

Die sprachliche Potenz realisiert sich in der Rede (*parole*). Die Sprache wird nur durch die Rede zum Mittel der menschlichen Kommunikation. Die Rede ist die gebrauchte Sprache. Die Sprache ist die Möglichkeit; wenn der Mensch spricht oder schreibt, das heißt die Sprache gebraucht, um seine Gedanken zu äußern, wird sie zur Rede, zur Wirklichkeit [2, c. 7].

Rede ist die Manifestation und das Funktionieren einer Sprache, der Kommunikationsprozess. Das ist für jeden Sprecher der Sprache einzeln. Dieses Phänomen hängt von der Sprechenden Person ab [3].

Sprache und Rede können mit einem Stift und Text verglichen werden. Die Sprache ist ein Stift und Rede ist der mit diesem Stift geschriebene Text.

Auf diese Weise wird die Dichotomie Sprache (*langue*) — Rede (*parole*) durch folgende Oppositionen definiert:

Sprache – Möglichkeit — Potenz — das Soziale

Rede — Wirklichkeit — Gebrauch — das Individuelle [2, c. 7].

Die Sprache ist die potentielle Kenntnis des Menschen, die Rede ist seine Tätigkeit und das Resultat dieser Tätigkeit. Die Rede wird in der Sprache lebendig. Aber Rede ohne Sprache gibt es nicht. Stellen Sie sich eine Sanduhr vor, wie einer in einen anderen fließt. Keine Sprache – keine Rede. Keine Rede – keine Sprache.

Literatur:

1. Теоретическая грамматика как наука. Структура языка. Язык и речь [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <https://studopedia.info/3-60950.html>.

2. Charitonowa I. J. Theoretische Grammatik der deutschen Sprache. Syntax / I. J. Charitonowa. – Київ: Вища шк., 1979. – 179 с.

3. Язык: Язык и речь [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: http://www.langust.ru/review/lang_h03.shtml#ixzz5gLFxf5t1.

ВИКОРИСТАННЯ СЛЕНГУ В АНІМАЦІЙНОМУ КІНО

М.В. Чупак

студентка 2 курсу, група ЛА-31, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Видатний лінгвіст Л.В. Щерба [1, с.96] зазначав, що літературна мова менше сама створює, ніж бере створене життям, а мовне життя б'ється й кипить головним чином у розмовному мовленні окремих людських угруповань. Безперечно, усне мовне спілкування продовжує залишатися найважливішою сферою функціонування мови. Всі функціональні різновиди застосування мови є похідними, від основної форми- розмовної. Сленг у сучасному кінематографі є найбагатшим джерелом цієї яскравої та живої частини англійської мови.

Актуальність проблеми полягає в тому, що в сучасному суспільстві анімаційні фільми є надзвичайно популярними, а використані в них сленги зайняли невід'ємне місце у повсякденному житті.

Сьогодні англійську мову неможливо уявити без сленгу, який являє собою зріз мовної культури. Англійський сленг своєрідний. Він народжується в надрах самої англійської мови, в різних сферах, як прагнення до стислості та виразності.

Сучасне кіно складає значну частину нашого життя. Воно нас розважає, навчає, захоплює та заспокоює. Та перш за все воно відображає наше власне життя, наш побут, нашу мову, нашу культуру. З анімаційним кіно ми стикаємося ще змалку і поступово починаємо знайомитися зі сленгом, який викарбовується у нашій пам'яті як невід'ємна складова нашого повсякденного спілкування.

Наведемо один із прикладів вживання сленгових слів в одному із найвідоміших мультиплікаційних фільмів сучасності "Шрек".

Princess Fiona (to Shrek as he runs away): Where are you going?

Shrek: I have to save my *ass*.

Принцеса Фіона (Шреку, коли він почав тікати): Куди ти?

Шрек: Я повинен допомогти віслюку.

"Ass" в розмовній мові може означати "a donkey" ("віслюк"), також – дурнувату неприємну людину. В даному випадку Шрек, кажучи "ass", має на увазі свого друга віслюка і те, що він повинен йому допомогти.

Значною мірою сучасний сленг зобов'язаний своїм розвитком та популяризацією сучасному кіномистецтву, що сьогодні розвивається

непомірними кроками, об'єднує людей усього світу незалежно від їхнього громадянства, віку, соціального рівня.

Англійська є мовою сучасного кіномистецтва, як традиційного, так і анімаційного через широке використання у Сполучених Штатах, тобто Голівуді та інших провідних кінокомпаніях. Мова сучасних кіно героїв яскравіє багатою палітрою сленгу, що орієнтована на молоде покоління, головним носієм якої воно є.

Література

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык. – М.: Флінта, Наука, 2005. – 342 с.

ІДІОСТИЛЬ АВТОРА ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ

В.Р. Чупровська

Студентка 2 курсу, група ЛАз – 71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Сьогодні надзвичайно актуальними є питання проблеми оригінальності та самобутності художніх текстів. Одним з найбільш дискусійних є власне питання авторського стилю чи ідіостилю, розмежування понять ідіостиль та ідіолект. Велика кількість науковців активно займаються дослідженням цієї теми, але все ж залишається багато спірних моментів. Отже, тези містять власне узагальнення висновків досліджень сучасних науковців з цієї проблеми, аналіз різних підходів до розгляду та тлумачення терміну ідіостиль.

У сучасній аналітичній літературі співіснують два терміни: “ідіостиль” та “ідіолект”, вживані часто синонімічно, що створює певні незручності у їх використанні. Деякі дослідники, як наприклад О.С. Ахманова, схильні ототожнювати ці терміни. Розведення цих термінів відбувалося в міру уточнення поняття ідіостилю. Ідіостиль може бути представлений як відображення “інтенцій” і “образу світу” поета”. При цьому ідіолект є сукупністю мовних форм “індивідуального мовлення.

Що стосується реальності ідіостилю, то вона відчувається читачами при знайомстві з художнім текстом як специфічність індивідуальних стилів і, наскільки відомо, вона взагалі не ставилася під сумнів [1].

О.М. Линтвар виділяє три напрями у вивченні ідіостилю. Перший характеризується орієнтацією на окремі елементи художньої системи письменника. Другий напрям фокусується на аналізі різних змістових і структурних форм організації мовного матеріалу та виявленні характеру їх

співвіднесеності на рівні стилістичного узусу або ідіостилію. Третій напрям формується під впливом когнітивної лінгвістики на основі моделювання «можливих світів» різних авторів [3].

Сучасні вчені, досліджуючи художній ідіостиль, зазначають, що його опис залежить від художньо-образного аналізу твору і від того, з якими позамовними явищами дійсності співвідносяться ці одиниці. Залежно від індивідуальної естетики слова позамовний світ набуває різних мовно-виразових форм в ідіостилі, підпорядковується естетичним законам творення і сприймання художнього тексту, через що утворюються образні словесні ряди (епітети, метафори, порівняння). Різні компоненти художнього тексту можуть сприяти функціональній активізації слів із звуковою або колірною семантикою. Звідси художній текст виявляється як система художньо-зображальних засобів – тропів, як певна стилістична структура [4].

Індивідуальність авторського стилю полягає в наявності специфічної сукупності авторських стилістичних прийомів, характеризується наявністю певного принципу відбору і комбінації різних мовних засобів та їх трансформацій у запропонованій автором концепції [2].

Література:

1. Волощук В. І. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ АВТОРСЬКИЙ СТИЛЬ, ІДІОЛЕКТ, ІДІОСТИЛЬ: ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ / Вікторія Іванівна Волощук. – С. 6.
2. Дідух Х. І. Ідіостиль як відображення авторської картини світу [Електронний ресурс] / Х. І. Дідух – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologia/2_111114.doc.htm.
3. Линтвар О. М. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ АВТОРСЬКИЙ СТИЛЬ (ІДІОСТИЛЬ), ІДІОЛЕКТ АВТОРА ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ / О. М. Линтвар.
4. Настенко С. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ “ІДІОСТИЛЮ АВТОРА” КРИЗЬ ПРИЗМУ СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ПАРАДИГМ / С. В. Настенко, Ю. В. Голіневич-Куліш. // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики.. – 2011. – №20. – С. 340.

СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНА ТИПОЛОГІЯ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У ТВОРАХ R. QUENEAU

А.В. Швабу

Студентка V курсу, 503 групи, кафедра романської філології, факультет
іноземних мов, ЧНУ ім. Ю. Федьковича

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Гладка В.А.

Сучасний етап розвитку мовознавчої думки характеризується антропологічною спрямованістю, що передбачає актуалізацію наукових розвідок, пов'язаних із питаннями взаємодії мови і мислення.

Віднедавна мову почали розглядати як засіб доступу до ментальних процесів, що відбуваються у голові людини й визначають її власне буття та діяльність у суспільстві. Як наслідок, лінгвісти (Е.І. Ханпіра, Н.І. Фельдман, О.Г. Ликов, В.В. Лопатін, М.О. Бакіна, О.А. Габінська, О.А. Земська, А. Брагіна, А.В. Березовенко, І.Г. Дегтяр, А.Г. Ликов та ін.) інтенсивно вивчали і вивчують нові номінативні одиниці лексичного рівня на межі ХХ – ХХІ століть, що зумовлено активністю процесу появи нових слів, що й визначає **актуальність** нашої розвідки.

Для реалізації комунікативних потреб та намірів мовці часто вдаються до творення нових лексичних утворень – okazіоналізмів, тобто індивідуальних мовленнєвих засобів, які придатні для вживання лише цьому відрізку мовлення, які творяться (а не відтворюються) і, відповідно, які зрозумілі лише в цьому контексті. За словами В. Лопатіна, “вони створені й живуть лише в певному контексті й поза цим контекстом не відтворюються” [2, с. 64]. При цьому важливий вплив на їхнє породження, як зазначають лінгвісти, мають екстралінгвальні чинники, зокрема соціокультурні явища та неспинний розвиток мовної спільноти [3, с.89].

До творців мовленнєвих okazіональних утворень (далі – ОУ) належить французький письменник Р. Кено, який любив “грати” зі словом, відчував його смислову багатозначність, дивно тонко відчував його стилістичне забарвлення. Він не просто створював okazіональні слова, він створював мову зі своїми законами [1, с.31]. У дослідженні виявлених у творах Р. Кено okazіоналізмів з точки зору їхніх морфосинтаксичних і структурних ознак, власне, й полягає **мета** нашої роботи.

Насамперед, аналіз досліджуваних одиниць (200 ОУ) за структурним критерієм показав, що їх можна поділити на 1) **однослівні ОУ**: 150 одиниць – 75 %, напр.: *gzactement* (exactement), *msieu* (monsieur), *jamois* (jamais), та

2) **багатослівні ОУ**, або словосполучення: 50 одиниць – 25 %, напр.: *autt chose* (autre chose), *ltyp stu* (le type se tut), *kou de piyed* (coup de pied).

За морфологічною природою однослівні ОУ можна поділити, в свою чергу, на:

- іменникові ОУ: 50 одиниць – 25 %, напр.: *les ziaux* (= les yeux / les eaux), *son escursion* (= son excursion), *un coboil* (=un cow-boy);

- дієслівні ОУ: 34 одиниць – 17 %, напр.: *esspliquer* (= expliquer), *haller* (=aller), *jveu* (= je veux);

- прислівникові ОУ: 17 одиниць – 8,5 %, напр.: *gzactement* (= exactement), *indepadamma* (=indépendamment), *dmeme* (= de même) ;

- прикметникові ОУ: 16 одиниць – 8 %, напр.: *utruculaiaire* (= utriculaire), *umidiffuJ* (=humudifuge), *emfatiq* (=emphatique);

- вигуківні ОУ: 13 одиниць – 6,5 %, напр.: *nonguiou!* (= mon Dieu!), *dacor!* (=d'accord!), *xavaxava!* (= ça va, ça va);

- займенникові ОУ: 12 одиниць – 6 %, напр.: *cui-la* (= celui-la), *elleu* (= elle), *MeuSSieu* (=monsieur);

- числівникові ОУ: 6 одиниць – 3 %, напр.: *hun* (= un), *katrième* (= quatrième), *troize* (= treize);

- прийменникові ОУ: 1 одиниця – 0,5 %, напр.: *dons* (= dans).

- сполучникові ОУ: 1 одиниця – 0,5 % напр.: *serouqoua* (= c'est pourquoi).

Подібно до них, оказіональні словосполучення також виявляють кілька типів, а саме:

- займенникові словосполучення: 14 одиниць – 7 %, напр.: *vott lingerie* (= votre lingerie), *sog lossar* (= son glossaire), *lablo quait* (= la bloquait);

- прикметникові словосполучення: 12 одиниць – 6 %, напр.: *pti pas* (= petit pas), *lesptits coins* (= les petits coins), *ott chose* (= autre chose);

- дієслівні словосполучення: 11 одиниць – 5,5 %, напр.: *ltyp stu* (= le type se tut), *il neskaha pa* (= il ne se cacha pas), *plonj dans la melo* (= plonge dans la melo)

- іменникові словосполучення: 8 одиниць – 4 % , напр.: *kou de piyed* (= un coup de pied), *mettre dl'or Dre* (= mettre de l'ordre), *unto reau de combat* (=un taureau de combat);

- прислівникові словосполучення: 5 одиниць – 2,5 %, напр.: *sa souffri* (= sans souffrir), *avec fuj* (= avec fouge), *pa du bu* (=pas de but).

Отже, дослідження індивідуально-авторських утворень в творах Р. Кено показало, що вони виявляють різну мовну природу: від односкладних до багатослівних утворень, залежно від інтенцій автора, який прагне влучно й лаконічно висловити свою думку. Водночас, використовуючи оказіональні

одиниці, Р. Кено підкреслював не лише своє відношення до того, про що він писав, а й відтворював своє світовідчуття, свій власний погляд на дійсність, в аналізі чого полягає **перспектива** нашого дослідження.

Література

1. Алексеев А. Я. Роль просторечной лексики в развитии функциональных стилей современного французского языка : дис. на соискание науч. степени докт. фил. наук: спец. 10.02.05 – романские языки / Алексеев Анатолий Яковлевич. – Москва, 1971. – 130 с.

2. Лопатин В. В. Рождение слова : Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – М.: Наука, 1973. – 150 с.

3. Маноли И. З. Потенциальная лексика современного французского языка : дис. на соискание науч. степени докт. фил. наук / Маноли Ион Замфирович. – Кишинев, 1987. – 145 с.

АНГЛОМОВНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ «ПОРІВНЯННЯ» У СИСТЕМІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

Д.О.Шевченко

Студентка 4 курсу, група ЛА-53, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н.М.

Світ фразеології сучасної англійської мови великий і різноманітний, і кожен аспект його дослідження, безумовно, заслуговує на належну увагу. Актуальність роботи полягає у необхідності виявлення структурно-семантичних особливостей англомовних фразеологізмів з компонентом «порівняння». Мета дослідження полягає у системному аналізі фразеологічних одиниць з компонентом «порівняння».

Фразеологізми з компонентом «порівняння» становлять особливу групу фразеологічних зворотів в англійській мові. Компаративні фразеологічні одиниці — це стійкі та відтворювані словосполучення, фразеологічна специфіка яких засновується на традиційному порівнянні. Структурно-семантична своєрідність таких фразеологізмів полягає у тому, що характеристика якості або дії відбувається через порівняльну групу або порівняльне підрядне речення, яке вводиться сполучниками *as, like, as if* [2, с.151].

Наприклад, *as much love as there is between the old cow and the haystack* — любити, як кішка мишу [1;с.41]; *bad custom is like a good cake, better broken than kept* — бійся поганої звички, як ворога[1; с. 59].

Характерною особливістю фразеологічних одиниць з компонентом «порівняння» є твердо фіксована сполучуваність стійкого порівняння лише з визначеними прикметниками або дієсловами. Це дало підстави деяким вченим вважати компаративні фразеологізми двочленними структурами.

Для компаративних фразеологічних одиниць характерне вживання ступенів порівняння. Так, у порівняльному ступені може бути вжито головний член ад'єктивного компаративного фразеологізму. У такому випадку порівняльний сполучник *like / as* можна замінити на порівняльний зворот *more than* або складну форму порівняльного ступеню [3, с.379].

Наприклад, *bad compromise is better than a good lawsuit* — *краще солом'яна згода, ніж золота звада* [1; с. 59]; *be more sinned against than sinning* — *бути безпідставно скривдженим, дістати більше нарікань, ніж заслужив* [1; с. 102]

Отже, порівняльні фразеологізми зазвичай є двокомпонентними структурами, перший компонент яких називає властивість чи якість, дію або стан суб'єкта (особи і предмета), а другий — це порівняльна група чи підрядне речення.

Література

1. Баранець К.Т. Англо-український фразеологічний словник / К.Т. Баранець // К: Т-во «Знання». 2014.— 1056 с.
2. Корунець І.В. Порівняльна типологія англійської та української мов. Навч.посібник. — Вінниця: Нова книга. 2003. — 458с.
3. Олексичина Л.Г. Типи зоонімних художніх порівнянь за структурно-граматичною формою та лексичним складом компаратора /Л.Г. Олексичина // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки. Філологічні науки. — Луцьк, 2007. — с.377-380.

ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

К.Б. Шеремета

студентка 5 курсу, група ЛА-81 мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Гендерні зміни в мові піднімають чимало дискусійних питань: їх вплив та внесок у лінгвістичні дослідження. Можливо, все це лише вигадана ввічливість, тактовність, що ніяк не вплине на мовну ситуацію та становище жінки в суспільстві.

Асиметричні образи статей, владно/субординовані структури також закодовані в граматиці, лексиці та фразеології. Хоча від більшості назв професій можна утворити форми обох родів: *викладач – викладачка, журналіст – журналістка, лікар – лікарка, директор – директорка* (така можливість потенційно закладена в українській мові: *президентка, прем'єрка, депутатка*), проте для офіційного позначення професії і посади людини прийнято вживати винятково іменники чоловічого роду. Але зверніть увагу, жіночі назви (фемінітиви) творяться за допомоги тих самих суфіксів, що й назви неживих предметів, порівняймо слова: *пілот – пілотка, електрик – електричка, академік – академка, матрос – матроска; господар – господарка (господарство)*. Виходить, що сама логіка мови надає жіночим назвам за професіями та родом занять меншовартісного звучання. Жіночі назви є, але вони певною мірою нівельовані структурою мови, як менш важливі. Цю функцію вже не назвеш відображенням дійсності.

Водночас встановлення цих владно/субординативних смислів може відбуватись за допомогою найрізноманітніших інструментів: гендерна метафора, гендерні стереотипи і сексистське висловлювання (у тому числі сексистські анекдоти та жарти). Механізми підпорядкування жінок реалізуються й андроцентричною структурою мови, і прийнятими в суспільстві мовними практиками.

Лінгвістки й активістки жіночих рухів, ураховуючи особливості своїх мов, розробили рекомендації щодо поступової зміни норм. Досвід цих реформ показав, що мову потрібно розробляти відповідно до вимог і потреб сьогодення, не варто полишати її саму на себе, можна і треба вибирати шляхи її розвитку. Загалом же впровадження гендерно паритетної мови може відбуватись кількома шляхами: або завдяки стратегії фемінізації (*в українській мові: господарка, академка, матроска, директорка; в англійській мові: she wolf, she cat*) або завдяки стратегії нейтралізації (*police officer, fire fighter, athlete; замість займенників he і his на позначення людини загалом уживають або паралельні форми she/he, they, або ж виключно жіночі форми she і her; бідолаха, невдаха, стиляга, трудяга*).

Отже, мова надзвичайно змінюється в наш час, вона є досить гнучкою структурою, тому це і дозволяє їй за допомогою певних стратегій та методів набувати нових форм. На зміну андроцентризму, повній та абсолютній чоловічій монополії приходить фемінізація мови, з використання певних стратегій «ожіночнення» мови, хоча, разом з тим, виникає і її нейтралізація, в певних мовах, які до цього тяжіють. Навіть попри деякі труднощі (мовний сексизм, подвійні стандарти, неспівмірні назви) фемінізація мови продовжує

своє існування та надзвичайно швидко еволюціонує, перероджується, що зачіпає не тільки граматику, тобто способи словотворення, синтаксичні одиниці та категорії, а взагалі усе мовне середовище.

Література

1. Маєрчик М. Гендер для медій / М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманова. – Київ: Критика, 2017. – С. 216-225.

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛІНАРНИХ ТЕКСТІВ

О. В. Шульга

Студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Івашкевич Л. С.

У цій роботі мова піде про мовні особливості кулінарних текстів на прикладі текстів кулінарії в мобільних додатках. Наша мета – схарактеризувати основні лінгвістичні риси кулінарного тексту. Невелика кількість дослідницьких праць на тему лінгвістичних особливостей кулінарних текстів визначає актуальність цієї теми. Кулінарним текстам присвячені наукові роботи таких мовознавців: Г. С. Москалюк «Становление типа текста «Кулинарный рецепт»» [3], П. П. Буркова «Кулинарный рецепт как особый тип текста» [1], Г. Б. Мелех «Лексико-граматичні особливості німецького кулінарного тексту» [2]. Особливостям перекладу німецького кулінарного тексту присвячена спільна робота викладачів кафедри німецької мови «КПІ ім. Ігоря Сікорського»: «Ein Beitrag zur kulturkontrastiven Behandlung der Kulinaristik und zur Übersetzung von Kulinariken» [6].

Сьогодні кулінарні рецепти можна зустріти всюди: не лише в книжках, а й у кулінарних передачах на телебаченні, в Інтернеті та в додатках на електронних гаджетах. Що стосується додатків, умовно їх можна поділити на додатки типу «форум» та типу «блог». Форум – це форма спілкування, де кожен може залишати відгук або створити власну статтю. Частіше за все на форумі кожна нова відповідь є частиною загального обговорення певної теми [5]. Блог – це веб- сторінка, що може вестись однією особою чи колективом, для блогу характерні короткий виклад та публічність. Значна частка текстів, які зустрічаються в блогах та на форумах, стосуються саме кулінарії. Кулінарія – це сукупність різноманітних способів впливу на харчові продукти та сировину з метою приготування кулінарної продукції [4], що є одним з найдавніших занять людства, а кулінарний рецепт – «складний комплекс, що відображає не лише

лінгвістичні особливості мови, але й особливості побуту, культурних, соціальних і кулінарних традицій нації [2]».

За видом тексту кулінарний рецепт можна віднести до інструкції, для кулінарного тексту також характерні стислий виклад, відсутність експресії. Проте коли мова йде про кулінарні додатки типу «блог», які зазвичай адаптовані під сучасного споживача, тексти можуть бути експресивно-забарвлені, оформлені як реклама певного продукту: «*Kein schleppen. Keine Schlange stehen. Lass dir die Zutaten für dieses Rezept nach Hause liefern*», «*Diese Suppe geht zurück auf ein südafrikanisches Rezept, das ich von einer Reise mitgebracht habe. Die Suppe ist so lecker und sättigend, dass sie eigentlich als Hauptmahlzeit herhält*»). За характером побудови кулінарний текст інфінітивний: «*Abgekühlte Spinatmischung in eine Schüssel **geben**. Fetakäse mit den Händen **zerbröseln** und zusammen mit Frischkäse, Eiern und Petersilienblättern zum Spinat **geben***». Часто зустрічаються інфінітивні конструкції з lassen: «*über Nacht **stehen lassen***»; «*30 Minuten **gehen lassen***»; «*unter Rühren **kochen lassen***».

У кулінарних текстах використовується як загальноповживана, так і вузькоспеціалізована лексика. Зазвичай це назви продуктів, спецій, страв та дієслів, які називають процеси приготування страв: «*Die Hälfte des **Jogurts** und **Kreuzkümmel, frischen und gemahlen Koriander, Paprika, Kurkuma, Salz, Pfeffer und Knoblauch in einen Standmixer geben und **pürieren*****». Широко застосовуються також аббревіатури та скорочення такі як: *EL, TL, ml, g, ca., zB, Min, m.-große, Msp., Stk.*, та інші. Ще одною характерною ознакою є варіативність назви продукту залежно від діалекту німецької мови, яким розмовляє автор рецепту. Так, наприклад, *der Rähm* – вершки, застосовується в швейцарському варіанті німецької мови та в південній Баварії, а в інших частинах Німеччини *die Sahne*. *Das Mehl* – мука, в австрійському варіанті німецької мови перетворюється на *Möh(l)*.

Отже, на основі сказаного вище можна зробити висновок, що німецькомовний кулінарний текст в німецькомовних додатках типу «блог» – це текст, для якого характерний стислий виклад, відсутність експресії (за винятком додатків), інфінітивні конструкції, використання вузькоспеціалізованої лексики, скорочень та низки аббревіатур. За видовими характеристиками кулінарний рецепт найближчий до інструкції. У майбутніх дослідженнях плануємо порівняти різні кулінарні німецькомовні додатки типу «блог» та типу «форум».

Література

1. Буркова Полина Павловна. Кулинарный рецепт как особый тип текста (На материале русского и немецкого языков): Дис. ... канд. филол. наук: Ставрополь, 2004 212 с. РГБ ОД, 61:05-10/640.
2. Мелех Г. Б. Лексико-граматичні особливості німецького кулінарного тексту / Г. Б. Мелех // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки. - 2012. - № 15. - С. 114-124. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvripu_2012_15_16
3. Москалюк Галина Сергеевна. Становление типа текста "Кулинарный рецепт": 10.02.04 Москалюк, Галина Сергеевна Становление типа текста "Кулинарный рецепт" (На материале немецкоязычных кулинарных собраний XIV - XVI веков): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 СПб., 2005 260 с. РГБ ОД, 61:06-10/292.
4. Тлумачний словник термінів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://dbn.co.ua/blog/kulinarija/2016-11-11-4614>
5. Що таке форум? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://wiki.fizmat.tnpu.edu.ua/index.php/%D0%A9%D0%BE_%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B5_%D1%84%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%BC
6. Erfahrungsbericht aus einem praktischen Übersetzungsworkshop zum Thema “Kulinarische Texte” / Bezzubova O., Bilytska V., Dzykovych O., Ivashkevych L., Lange A., Moisieieva N. // Intra- und interlinguale Zugänge zum kulinarischen Diskurs II. Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung. Sonderheft 25. — Verlag Empirische Pädagogik. — Landau, 2017. — S.175-189.

DAS NOMINALE PRÄDIKAT. DER NOMINALE RAHMEN UND DIE VERLETZUNG DES RAHMENBAUMS

О. В. Шульга

Студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З. В.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, über das nominale Prädikat, die nominelle Rahmenkonstruktion und ihre Verletzungen zu berichten. Philologen wie W. Admoni, L. J. Charitonova, O. I. Moskalskaja und andere haben bereits an diesem Thema gearbeitet. Die Relevanz des Themas drückt sich in der modernen Tendenz der deutschen Sprache aus — zu vereinfachen.

Das Prädikat ist der grammatische Kern der Äußerung. Es besteht mindestens aus der finiten Verbform (dem Finitum) allein. Das nominale Prädikat besteht aus den Konjugationsformen von *sein*, *werden*, seltener *bleiben*, *scheinen* und einem Nomen (Substantiv, Pronomen, Adjektiv, Numerale u. a.): «*Sie ist / war / wurde / bleibt / blieb meine beste Freundin; Der Chef war und bleibe ich. (=bin); Der Film scheint spannend. (=ist) [2] ».*

Die deutsche Sprache hat streng fixierte, konstante Positionen der Satzglieder, die einen Satz strukturell gestalten. Diese Positionen sind ein systemhaftes Merkmal der Sprache, sie sind durch keine semantischen Ursachen erklärbar [3]. Die wichtigste Erscheinungsform der strukturellen Funktion ist der verbal-prädikativen Satzrahmen (Satzklammer) [1].

Die Erscheinung des Satzrahmens widerspiegelt zwei entgegengesetzte Tendenzen des deutschen Satzbaus: die Tendenz zur Rahmenbildung und die zur Rahmenverletzung. Darin sehen wir den dialektischen Widerspruch des Satzbauprinzipals: einerseits straffe Spannung, die sich im Rahmenbau äußert, andererseits die Tendenz, diese strenge Konstruktion zu verletzen und den Satzbau aufzulockern.

Die Verletzung des Rahmenbaus oder die Ausklammerung geschieht aus zwei Gründen:

- a) aus einem grammatischen Grund
- b) aus einem stilistischen Grund

Die Ausklammerung aus grammatischen Grund wird vorgenommen, um einen schwerfälligen, komplizierten Satzbau zu vereinfachen, Schachtelsätze zu vermeiden und auf diese Weise das Verstehen des Satzes zu erleichtern.

Die Ausklammerung aus stilistischem Grund dient zur Hervorhebung, zur emphatischen Betonung eines Satzgliedes und trägt zur Realisierung der stilistischen Absicht des Sprechers bei.

Die Gruppe des Substantivs (die als Subjekt, Objekt oder Adverbialbestimmung fungiert) wird auch als Klammer gestaltet und trägt daher den Namen nominaler Rahmen oder nominale Klammer.

Die Rahmenpartner in einem nominalen Rahmen sind: der Artikel oder seine Stellvertreter und das Substantiv: «*Sie wurde aus ihren verworrenen Überlegungen durch eine bekannte, aber schon lange nicht mehr gehörte Stimme herausgerissen (F. Weiskopf) ».*

Außerhalb des nominalen Rahmens stehen Genitivattribute und Präpositionalattribute: «*Es waren die raschen, scharfen, ironischen Augen eines Mannes, dem man nichts vormachen kann (B. Reimann) » [3].*

Daraus kann man schließen, dass es eine nominale Rahmenstruktur gibt, die ihre eigenen Merkmale und Regelverletzungen hat. In den folgenden Beiträgen wollen wir neue Tendenzen zur Vereinfachung der deutschen Sprache analysieren.

Literatur

1. Адмони В. Г. Грамматика немецкого языка [Электронный ресурс] / Владимир Григорьевич Адмони – Режим доступа до ресурсу: <http://www.uchiyaziki.ru/gramatika-leksikologija-nemeckogo/6719-grammatika-nemetskogo-jazyka>

2. Немецкий язык: практическая грамматика [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://books.google.com.ua/books?id=oatSDwAAQBAJ&pg=PA18&lpg=PA18&dq=Nominale+Pr%C3%A4dikat&source=bl&ots=encw2YRCTK&sig=ACfU3U2ERZ6dgyJsaN53qGE3AqAWqVgWCg&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKewja6Y33ktzgAhUx6KYKHRQTB0UQ6AEwCXoECAIQAQ#v=onepage&q&f=false>

3. Charitonowa L. J. Theoretische Grammatik der deutschen Sprache [Электронный ресурс] / L. J. Charitonowa – Режим доступа до ресурсу: <https://www.twirpx.com/file/1026270/>.

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ НА ПРИКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

В.С. Шумейко

3 курс, група ЛА-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: доц., к. філол. н. Марченко В.В.

На сьогоднішній день існує багато робіт, котрі присвячені дослідженням теми термінологічної семантики, зокрема таких явищ як синонімія, антонімія, полісемія, омонімія термінів. Досліджували їх такі вчені як В.П. Даниленко, Т. Л. Канделакі, А. В. Суперанська, Б.Н. Головін та Р.Ю Кобрін. Однією з невирішених частин загальної проблеми є допустимість існування синонімії в терміносистемі. Окрім того, актуальною є проблема полісемії термінів, котра досі не має однозначного вирішення. Тому метою цієї роботи є виявлення та аналіз семантичних процесів, що відбуваються у термінологічній лексиці.

Оскільки термін є словом в особливій функції вираження спеціального поняття [2, с. 65], можна вважати, що і у термінології відбуваються ті ж семантичні процеси, що і у лексиці загальнолітературної мови. Так, Н.З Котелова [3, с. 122-123] вважає, що термінам притаманні такі загальнолексичні

явища, як полісемія, омонімія, паронімія, синонімія. Також вона відмічає, що термінів антонімів не менше, ніж нетермінів-антонімів.

Полісемія є одним із факторів, що ускладнює комунікацію. Існує значна кількість полісемічних термінів в гуманітарних науках, техніці. Наприклад, у юридичній термінології дієслово *to discharge* має такі значення: 1) виконувати зобов'язання; 2) звільнити когось; 3) оплатити борги і зобов'язання; 4) звільнити від деяких юридичних зобов'язань.

Серед джерел полісемії виділяють такі [1, с. 49-51]:

1. Полісемія відповідних загальноживаних слів: (*good* – 1) *хороший*; 2) *придатний згідно з відповідними законами і правилами*).

2. Полісемія на основі метонімії: *money laundering*.

3. Особливий випадок – авторська багатозначність, тобто позначення уже існуючим у науці терміном нових об'єктів і понять.

У термінології найбільш поширеною є міждисциплінарна термінологічна омонімія. Так, на думку О.О. Реформатського [5, с. 110], один і той самий термін може входити в різні термінології однієї мови, спричиняючи міжнаукову термінологічну омонімію. Наприклад, термін «*reaction*» існує і в юриспруденції, і в хімії, і в фізіології та політиці; або слово «*count*» окрім юридичної сфери використовується також і в програмуванні, і у спорті. Тим не менш, явища міжмовної омонімії не повинні братися до уваги під час роботи з термінологіями, що використовуються в конкретних сферах діяльності людини, оскільки вони не викликають труднощів в комунікації.

Під синонімією прийнято вважати збіг за основним значенням слів, морфем, конструкцій, фразеологічних одиниць. При цьому відмічається, що синоніми: 1) виражають одне поняття; 2) відрізняються відтінками значення або стилістичним забарвленням; 3) здатні до взаємодії в контексті [1, с. 53].

Прикладами синонімів в юридичній термінології англійської мови можуть виступати такі: *lawful* – *legitimate*, *official* – *authorized*, *acceptable* – *tolerable*, *bona fide* – *valid*, *accredited* – *rightful*, *well-grounded* – *rational*.

Деякі вчені (див. напр., [4, с. 22]) вирізняють абсолютні і тотожні синоніми. Під абсолютними синонімами маються на увазі синоніми, зміст котрих тотожний, у той час як відносні синоніми характеризуються частковим збігом значень. На думку Б.Н. Головіна і Р.Ю. Кобріна [1, с. 54-55], існування абсолютних синонімів, що збігаються за значенням і використанням, в загальнолітературній мові викликає сумніви. Проте термінології властива саме абсолютна синонімія. Це дає підставу називати таке явище термінологічною дублетністю, інакше кажучи, термінологічні дублети – це слова і

словосполучення, котрі об'єднуються особливою термінологічною співвіднесеністю і одним і тим самим науковим поняттям і об'єктом дійсності.

Підбиваючи підсумки аналізу семантичних особливостей термінологічної лексики, можна сказати, що термінологічна система за своєю організацією схожа на систему загальнолітературної мови. Проте, вона характеризується особливими семантичними відношеннями, що передбачає присутність синонімії, полісемії, антонімії і омонімії в терміносистемі. В термінологічній лексиці ці явища мають специфічний характер.

Література:

1. Головин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – Москва: Высшая Школа, 1987. – 105 с.
2. Даниленко В. П. Русская терминология: опыт лингвистического описания / В. П. Даниленко. – Москва: Наука, 1977. – 246 с.
3. Котелова Н. З. К вопросу о специфике термина // Лингвистические проблемы научно-технической терминологии / Н. З. Котелова. – Москва: Наука, 1970. – С. 122-126.
4. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методики / Д. С. Лотте. – Москва: АН СССР, 1961. – 159 с.
5. Реформатский А. А. Что такое термин и терминология // Вопросы терминологии: Материалы всесоюзного терминологического совещания / А. А. Реформатский. – Москва: АН СССР, 1961.

ПАРЦЕЛЬОВАНІ КОНСТРУКЦІЇ У ТВОРЧОСТІ МАРІЇ МАТІОС

А.Р. Щербина

*магістрантка I курсу, група ІІІМ, факультет української філології та журналістики Херсонського державного університету
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Карабута О.П.*

Актуальність теми обумовлена потребою вивчення засобів експресивного синтаксису (зокрема, парцеляції) у творчості Марії Матіос, які, трансформуючи синтаксичні одиниці, суттєво змінюють семантику художнього слова. Так, перед нами ставиться завдання дослідити деякі параметри парцельованих конструкцій, розглянути їх структурні та змістові особливості з власне синтаксичних і функціонально-стилістичних позицій на основі творів української письменниці Марії Матіос.

Як зауважує О. Іванчикова, явище парцеляції обумовлене, передусім, екстралінгвістичними факторами: прискорення сучасного ритму життя й необхідність у зв'язку з цим передавати інформацію більш виразним та

швидким способом [2, с.282]. Парцеляцію можна справедливо вважати засобом, що відповідає таким авторським потребам, як чіткість та економія синтаксичної конструкції.

Досліджуваний нами мовний матеріал та аналіз структури парцельованої частини простого речення засвідчує, що найуживанішим і типовим виявом є парцеляція однорідних членів речення, коли однорідні підмети, присудки, другорядні члени речення оформлюються у складі висловлення як окремі фрази й постають змістовими актуалізаторами цілого висловлення. Напр.: *«Закривається Доцька руками – аті гостролезі язики облизують її холодне від жаху тіло. Залізають у пазуху. Хапаються за волосся»* [3, с. 12]. *«Мені хочеться якихось особливих подій. Небезпечних. Романтичних. Загадкових»* [4, с. 12]. Героїня роману *«Щоденник страченої»* веде розповідь від першої особи, наголошує інтонаційно на певних моментах, тому говорить із довгими паузами.

За нашими спостереженнями, парцелювання складносурядних речень у мові творів Марії Матіос відбувається дещо рідше, ніж парцелювання складнопідрядних, що, очевидно, зумовлено відсутністю формальної залежності компонентів структури складносурядних речень, через що кожне відчленоване речення можна вважати самостійним. *«Кирило знайшовся. Але він не живий»* [3, с. 83]; *«Я вам охоче вірю, що батько переписав заповіт. Але ж ви не принесли новий документ»* [3, с. 99] – задля видозміни інтонування речення й необхідності наголошення авторка виносить у парцелят частину складносурядного речення, яка поєднується з першою протиставною сполучником *але*.

Найпоширенішим типом парцелята у творах Марії Матіос є порівняльні підрядні речення, що належать до речень нерозчленованої структури. Причому корелят *так* часто знаходиться у парцельованій підрядній частині разом із відповідним йому сполучником *як/ніби/немов*: *«Важко дихали й обидва брати, стоячи один напроти одного. Так, ніби було вже по оранці»* [3, с. 17]; *«А Чев'юків середульший син Андрій випадково, але ніс у ніс, перестрів його якраз коло самої жидівської корчми. Так, ніби давно виглядав вояка»* [3, с. 59].

Досить часто зустрічаються речення з недиференційованим сполучником *бо*, який не має жодних стилістичних обмежень: *«Я навіть панотцеві правду не смію сказати. Хіба лиш тобі, Доцько...Бо ти до мене добріша, як мама»* [3, с. 35]; *«З вікна виднілися горби, а найдавший горб, круглий, як місяць уповні, називався Кісний. Бо добра й груба з року в рік косовиця була там»* [3, с. 54].

Отже, у творчості Марії Матіос парцельовані конструкції виконують змістопідсилювальну і ритмомелодійну функції, будучи виразним засобом індивідуального стилю письменниці. Вбачаємо перспективи цього дослідження

у подальшому аналізі можливостей парцелятив та інших мовних одиниць, що увиразнюють художні тексти сучасних авторів.

Література

1. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови. Синтаксис. Донецьк: ДонНУ, 2001. – 662 с.
2. Иванчикова Е. А. Парцелляция, её коммуникативно-экспрессивные и синтаксические функции / Е. А. Иванчикова // Русский язык и советское общество. – М.: Наука, 1968. – С. 277–301.
3. Матіос М. Майже ніколи не навпаки: Сімейна сага в новелах / М. Матіос. – Львів: Літературна агенція «Піраміда». – 2007. – 176 с.
4. Матіос М. Щоденник страченої. – Львів: ЛА «Піраміда», 2011. – 200 с.

ОБРАЗНЕ ЗОБРАЖЕННЯ ПРИРОДНИХ ЯВИЩ У РОМАНІ ШИВАН (СІОБХЕН) ДАУД «THE LONDON EYE MYSTERY»

Д.О. Юрченко

студентка 4 курсу, група 2335-1а (401-а), факультет іноземної філології,

Запорізький національний університет

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Мамедова А.І.

Словесний пейзаж займає одне з найважливіших місць у структурі художнього твору. Л.С. Лихачов зазначає, що описи природи забезпечують цілісне сприйняття художньої дійсності і беруть участь в організації композиції твору. Багато дослідників, зокрема В.А. Кухаренко, Л.М. Крупчанов, Н.Д. Іванова та М.Н. Епштейн, приділяли увагу вивченню цього явища [2, с.3].

Існує велика кількість визначень поняття «пейзаж». Найбільш вдалим нам здається визначення Е.Л. Аксьонової, яка трактує його як зображення картин природи, що виконує в художньому творі різні функції залежно від стилю і методу письменника [1, с.16].

Об'єктом нашого дослідження виступає дитячий детективний роман Шиван (Сіобхен) Дауд «The London Eye Mystery», а **предметом** – стилістичні засоби, за допомогою яких створюються пейзажні описи. **Метою** нашої наукової розвідки є визначення найбільш вживаних стилістичних засобів, які використовує Шиван (Сіобхен) Дауд для зображення природи, та зазначення їх функцій у романі. **Наукова новизна** дослідження полягає у тому, що вперше стилістичні засоби при пейзажному описі досліджено на прикладі сучасного англomовного дитячого роману.

Фактичним матеріалом нам слугували тексти 30 пейзажних описів. У більшості випадків це – дисперсійно-штрихові пейзажі, що знаходять своє місце у роздумах головного героя Теда, який переповідає усю історію.

Найбільш вживаними стилістичними засобами, з нашої точки зору, виступають: епітет (40,9%): «*I imagined a whirlwind, **dark and swift**, and in the middle of it a **gentle oval-shaped stillness...***» [3, p.98-99], «*The gale blew itself out and a **new push of air, cool and calm**, stole in. The moon appeared from behind a bank of cloud. That's when I saw it. London, from the twenty-fourth floor, lit up like frost on glass. The dome of St Paul's was a **luminous curve** straight ahead. To the left was the **white Eye**. It was **motionless**, a **giant bicycle wheel** in the sky that did not turn*» [3, p.309]; метафора (22,7%): «***Humidity** had increased overnight*» [3, p.117] – позначає наростання розпачу, «*I looked out of the window to do a weather check. The sun shone. The **anticyclonic pattern** of the recent days continued*» [3, p.42] – вираз, що метафорично відповідає напруженим стосункам у родині; алітерація (13,7%): «*Hail is a shower of irregular lumps of ice and always comes from cumulonimbus clouds, so I knew I was right under the cloud I'd seen forming earlier*» [3, p.211], «*Judging by the sound, these stones might be ten to fifteen millimeters wide*» [3, p.211]. Менш частотними виявилися такі стилістичні прийоми, як: асиндетон (9,2%): «*And the things the storm moves – leaves, roof tiles, rubbish*» [3, p.250], персоніфікація (4,5%): «*A **hurricane** is coming*» [3, p.11], порівняння (4,5%): «*...shaped like a bicycle wheel seen from an angle: the London Eye*» [3, p.99], «*Minutes later, in the living room, the atmosphere was hot and close. Everyone was polite. Everybody was calm. But you could have cut the atmosphere with a knife. That's what people say when invisible feelings vibrate in the air, **like ions do just before an electric storm***» [3, p.81] та градація (4,5%): «*First rain dripped, then splattered*» [3, p.237].

У ході нашого дослідження ми визначили, що пейзаж у романі ««The London Eye Mystery» виконує семіотичну та психологічну функції. Він також грає значну роль у відображенні місцевого колориту, створює атмосферу та посилює вплив на читача, а також є маркером кульмінації тексту. Такий широкий спектр стилістичних прийомів пояснюється, на наш погляд, тим, що роман орієнтовано на дитячу аудиторію, отже він має бути максимально виразним та зрозумілим.

Треба також відзначити, що у процесі нашої розвідки ми звертались лише до одного твору Шиван (Сіобхен) Дауд. Звертаючи увагу на те, що її творчість не є достатньо відомою, перспективним нам здається подальше вивчення її ідеостилію на прикладі інших творів.

Література

1. Веккесер А.А. Стилистические особенности изображения пейзажа в романах сестер Бронте / А.А. Веккесер. – Красноярск: КГПУ им. В.П. Астафьева, 2015. – 67 с.
2. Витрук О.А. Пейзаж как текстовое явление (на материале произведений англоязычных писателей XX - начала XXI вв.): автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» [Электронный ресурс] / О.А. Витрук. – Ростов-на-Дону – 2011. – 25 с. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/peyzazh-kak-tekstovoe-yavlenie#ixzz5cllVQpjz>
3. Dowd S. The London Eye Mystery / Siobhan Dowd // Croydon: CPI Bookmarque, 2007. – 323 p.

ОМОНІМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

І.І. Яськів

Студентка 2 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Омоніми - це слова, однакові або подібні за звучанням, але різні за лексичним значенням.

У сучасному мовознавстві не існує єдиної класифікації омонімів. Згідно з класичною класифікацією омоніми розподіляються на повні (у котрих співпадає вся система форм) та часткові (у котрих збігаються за звучанням не всі форми); прості (непохідні слова, що мають однакове звучання) та похідні (що виникли в процесі словотвору); омофони (слова, що звучать однаково, проте по-різному пишуться), омографи (слова, що збігаються за написанням, але не за звучанням) та оморформи (що співпадають фонетично лише в окремих формах).

В. Сквіт [1] класифікував омоніми на основі їхньої звукової та графічної оболонки, в результаті чого виділив наступні групи: 1) абсолютні омоніми – із спільною звуковою та графічною оболонкою; 2) омографи; 3) омофони.

О.І. Смирницький [3] відокремив дві групи омонімів: повні – що належать до однієї частини мови і мають однакові парадигми і часткові, які розподілив на такі підгрупи: - прості лексико-граматичні (одна частина мови, парадигми якої мають одну форму): to found – found; - складні лексико-граматичні (різні частини мови, що мають однакову форму в своїх парадигмах): made - maid,

bean - been; - лексичні (слова однієї частини мови, що є однаковими лише в початковій формі): to can – can.

Учений Д. Лайонз [2] розробив власну класифікацію омонімів. Він виділяє абсолютні омоніми, які не повинні бути пов'язані за своїм значенням, усі їх форми повинні бути ідентичними, які, в свою чергу, повинні бути граматично еквівалентними, та часткові омоніми, у яких є ідентичність однієї форми та виконується одна або дві умови, зазначені для повних омонімів.

Класифікація англійських омонімів:

Абсолютні омоніми (true homonyms) — слова в мові, які однакові за звучанням і написанням.

Sound [saund] – здоровий can [kæn] – консервна банка

Sound [saund] – звук can [kæn] – могили

Омофони (homophones) — слова, що мають однакове звучання, але різне написання. По-іншому називаються фонетичними омонімами.

Meat [mi:t] – м'ясо

waist [weist] – талія

Meet [mi:t] – зустріти

waist [weist] – витратити

Омографи (homographs) — слова, які мають однакове написання, але вимовляються по-різному. Ще називаються графічними омонімами.

content [kɒntent] – зміст

wind [wind] – вітер

content [kəntent] – задоволений

wind [wɪnd] – згинатися

Пароними — це слова мають схожу вимову, але не повністю ідентичне.

Desert [ˈdezət] – пустеля

Dessert [dɪˈzɜ:t] – десерт

Згідно з частинами мови, до яких належать омоніми, їх також можна розділити на кілька типів: граматичні, лексичні та лексико-граматичні.

Лексичні омоніми — мають однакові граматичні характеристики і різні лексичні, тобто вони належать до однієї частини мови, але не зводяться до загального смислового значення.

Граматичні омоніми характеризуються деякою спільністю сенсу, але належать до різних частин мови.

Лексико-граматичні омоніми — мають різні граматичні та лексичні характеристики, але з формального боку виявляється деяка спільність.

Література:

1. Дубенец Э.М. Современный английский язык. Лексикология: Пособие для студентов гуманитарных вузов / Э.М. Дубенец. – М./СПб.: ГЛОССА/КАРО, 2004. – С.126-131.

2. Лайонз Дж. Введение в теоретическую лингвистику / Дж. Лайонз. – М.: Прогресс, 1978. – 544 с.

3. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка / А. И. Смирницкий. – М.: ИЛ, 1956. – 296 с.

ГРАМАТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ СЛОВОФОРМ У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

О.А. Яременко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Одним з найважливіших термінів у морфології є словоформа. Словоформа означає будь-яку граматичну модифікацію того самого слова, яке залишає своє лексичне значення незмінним [2, с. 10].

Навряд чи існує словоформа, яка б мала простий граматичний сенс, який не можна розвивати. Граматичне значення кожної словоформи складається з окремих або елементарних значень, кількість яких відповідає кількості грамем, що перетинаються у відповідній формі слова.

Проте, якщо подивитися на окремі елементарні значення пильніше і зупинитися на єдиній граемі, наприклад, на теперішньому часі, то можна помітити, що ця форма зрозуміла лише в парадигмі, де вона перетинається з формами минулого і майбутнього часів. Наприклад:

Gegenwart – (er) *kommt*

Vergangenheit – (er) *kam; ist gekommen; war gekommen*

Zukunft – (er) *wird kommen; wird gekommen sein*

Але якщо спостерігати використання теперішнього часу в зв'язному мовленні, то виявляється, що теперішній час, який на перший погляд так легко зрозуміти, зовсім не такий вже і простий:

1) Дуже рідко подія і мовний момент збігаються одночасно, так щоб вони фактично відбувалися одночасно, наприклад: *Es donnert; Der Zug fährt (gerade) ein;*

2) Набагато частіше, подія поширюється на більш тривалий період часу, так що мовний момент співпадає з ним лише в одній точці, а теперішня форма містить в собі невизначений фрагмент минулого і майбутнього, наприклад: *Vater schläft.*

Іноді форма теперішнього часу прямо пов'язує сьогоднішнього з невизначеною частиною минулого, наприклад: *Wie lange wartest du schon?*

Форма теперішнього часу може бути також пов'язана безпосередньо з минулим, наприклад: *Ich höre, du willst verreisen;*

3) Форма теперішнього часу виражає щось звичне, періодично повторюване або пропонує можливість: *Sie kommt immer um diese Zeit; Im Sommer fahren wir oft ins Grüne; Solche Wunden heilen schnell.*

Інші градеми також є багатозначними у їхньому використанні в мові. Таким чином, наприклад, минулий час може бути пов'язаний не тільки з минулим, але і з майбутнім, наприклад, порівняння: *Hast du dich ausgeweint! — Hast du dich bald ausgeweint!.*

Майбутнє також може мати не тільки значення майбутнього часу: *Das Flugzeug wird in zwanzig Minuten in Dresden ankommen*, але й модальне *Er wird krank sein*, і наказове значення *Sie werden pünktlich sein!* [1, с. 70 - 78].

Отже, можна зробити висновок, що словоформа є гнучким диференційованим словом, яке можна описати граматичними категоріями. Також можна зауважити, що всі словоформи лексеми разом утворюють парадигму слова.

Література:

1. Moskalskaja O.I. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache: учебник для студентов высших учебных заведений / O.I.Moskalskaja. – М.: Изд-во: центр «Академия», 2004. – 352 с.

2. Schendels E.I. Deutsche Grammatik / E.I.Schendels. – М.: Изд-во: «Высшая школа», 1982. – 400 с.

СЕКЦІЯ № 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

В.Ю. Бережняк

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Швидкий розвиток усіх галузей медицини на сьогодні створює потребує точного перекладу з використанням спеціалізованих термінів, без яких неможлива передача наукової інформації.

Медична лексика – це поняття, які позначають стани та процеси, що протікають у людському організмі, хвороби та їхні прояви, методи діагностування, профілактики та лікування захворювань, медичне обладнання, лікарські засоби та ін. [3].

Переклад медичних і фармацевтичних документів є вузько-спеціалізованим, тому для адекватного та еквівалентного перекладу, майстерного володіння іноземною мовою недостатньо. Найважливішим є – розуміння матеріалу. Термінологія медичних і наукових текстів досить чітка, тобто її не можна порушувати. Також не можна буквально відтворювати цей самий стиль, що і у вихідній мові.

Через граматичні, синтаксичні, морфологічні особливості розбіжності мов дуже часто при перекладу використовують різні трансформації. Це такі перетворення у процесі перекладу, під час яких певні елементи тексту можуть замінюватися, додаватися, переставлятися та вилучатися. Виділяють такі перетворення: генералізація, конкретизація, прийом лексичних додавань, перестановка членів речення, членування речення та заміну частин мови. Також трансформації можуть поєднуватися. При перекладі на українську мову найчастіше застосовується додавання, а найрідше – вилучення [3].

Також дуже важливим для перекладу медичної літератури слід бути обізнаним та розуміти у галузевій специфіці та лексиці мови оригіналу та перекладу. Це потрібно для того, щоб якомога чіткіше вживати ті чи інші слова та терміни у текстах. Термінознавство є міжпредметною галуззю та застосовується не тільки в мовознавстві, а і в певних сферах, таких як медицина. Через велику кількість термінології і складну побудову речень, дуже важко знайти аналоги на вихідній мові, що відрізняє фармацевтичний переклад

від медичного. Також характерним для перекладу медичної літератури є вживання термінів, котрі визнані більшістю спеціалістів, є зрозумілими для великого кола людей та найкраще позначають значення предмета чи явища [2].

Саме тому переклад німецькомовних медичних термінів вимагає від перекладача обізнаності у певній галузі та чіткого дотримання норм граматики, лексики, стилістики української мови.

Отже, при перекладі медичної літератури слід взяти до уваги розбіжності у синтаксичних, граматичних та морфологічних системах мов. При перекладі термінів медичної галузі німецької та української мов широко використовуються лексичні та граматичні трансформації, котрі допомагають перекладачу досягти еквівалентності та адекватності в перекладі.

Література:

1. Комиссаров В.Н. «Современное переводоведение». М., 2007.
2. Особливості перекладу фармацевтичних матеріалів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://azurit.kiev.ua/uk/2017/05/11/osoblivosti-perekladu-farmatsevtichnih-materialiv/>
3. Особливості перекладу медичних термінів. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://intkonf.org/kucherenko-iv-adamenko-mm-osoblivosti-perekladu-medichnih-terminiv/>
4. Особливості перекладу англійської медичної термінології. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://confcontact.com/2013_04_17/32_Shevchyk.htm

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ КАЗОК

К.М. Бондарчук

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Всі ми звикли бачити казки у сучасній формі: легкі та прості, невимушені та з долею національного колориту. Та мало хто знає, що більшість казок, що ми читаємо у книгах – не що інше, як клопітка робота перекладача.

Казка, як і будь-який літературний жанр, має свій ряд специфічних мовних особливостей, котрі варто враховувати при перекладі. Часто складність перекладу таких текстів зумовлена відмінностями національного забарвлення. Кожна країна має власну історію, традиції, звичаї, що так чи інакше впливають і на мову. Так виникають фразеологізми, приказки та метафори, зрозумілі,

здебільшого, лише одному народу. А як відомо, саме такі мовні одиниці найчастіше зустрічаються у казках.

Перш за все виникають проблеми з перекладом українських імен та назв, що мають власний специфічний відтінок: коза-дереза, зайчик-побігайчик, лисичка-сестричка, рак-неборак та ін. Так як точного перекладу цих слів не існує, перекладач вдається до еквівалентів, що, хоч і не повністю, але передають зміст сказаного. Зазвичай у таких випадках застосовується зменшувальний суфікс у сполученні з прикметником: ведмедик-братик – lieber Zöttelbar, лисичка-сестричка - lieber Füchslein, зайчик-побігайчик – Häschen Lauffeldlein. Іноді ж варіант перекладу впливає зі змісту: коза-дереза – Lügeziege, яйце-райце – Wunderei [1, с.3].

І навіть звичайні українськи *дід та баба* унеможливають адекватний переклад. Для прикладу розгляньмо уривок з української казки «Кривенька качечка»: Жили собі *дід та баба*, та не було у них дітей. У даному контексті дід та баба слід розуміти просто як літні чоловік та жінка, адже якщо не мають дітей, то, відповідно, не мають і внуків.

Не менш складним є і переклад німецьких казок українською мовою. Особливої уваги заслуговує саме робота з фразеологізмами. Так, дотримуватися оригіналу важливо. Та чи зрозуміє український читач таке речення, як «—..die machte ein Gesicht wie drei Tage Regenwetter» (...і зробив він таке лице, ніби три дні штормило?) Звісно ж, ні, адже даний німецький фразеологізм не є типовим для української літератури. І саме через цей факт перекладач вдається до еквіваленту, що передає весь настрій контексту: «—.. і такий сумний, наче три дні не їв нічого.» Так, отриманий переклад не є оригінальним. Але це слугує навіть на користь загальній картині. Досить часто перекладач вдається також до прийому розширення, тобто самостійно розвиває думку. Наприклад: Liebe Kinder, ich gehe in den Wald, seid auf euer Hut vor dem Wolf (Der Wolf und.., s. 3). — Діточки мої любі, я йду в ліс, а ви тут добре замкніться, вовка в хату не пускайте, бо як улізе, то всіх вас із кісточками поїсть (Вовк та семеро козенят, с. 7). Підкреслених слів немає в оригіналі. Завдяки їм повністю розкривається значення вислову «Seid auf euer Hut vor dem Wolf» (остерігайтеся вовка), в якому втілено пересторогу, повчання, залякування, а також виховний момент, що цілком відповідає українській традиції [2, с.2].

Наведені приклади є лише малою частиною особливостей перекладу казок. Його сміливо можна назвати творчим, так як перекладач доволі часто вдається до різноманітних прийомів, що, часом, віддаляють текст від оригіналу, але забезпечують адекватність перекладу.

Література:

1. Дегтярьова Л. І. Етноспецифіка та лінгвістичні особливості перекладу казок [Електронний ресурс] / Лариса Іванівна Дегтярьова. – 2013. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/30842/1/Severyn_kazka.pdf.

2. Венгренивська М. А. Про мову перекладів казки (на матеріалі німецьких та українських народних казок) [Електронний ресурс] / М. А. Венгренивська, А. О. Гнатюк – Режим доступу до ресурсу: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine46-47-37.pdf>.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

М.С. Боренко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Завдяки розвитку техніки та розповсюдженню науково-технічної літератури, переклад наукових текстів набув великого значення. Процес перекладу — це не тільки заміна одиниці однієї мови на одиницю іншої, а й подолання труднощів на шляху до правильного перекладу наукового тексту.

Перш за все, переклад наукового тексту має бути точним та лаконічним. Перекладаються не окремі слова, а зміст тексту в цілому. Завдяки контексту можна точно з'ясувати зміст оригіналу та передати його при перекладі. Основною вимогою до перекладу наукового тексту є адекватна передача змісту оригіналу.

Під час перекладу необхідно дотримуватись правил послідовності, аби не порушувати стилістичні норми української мови. Наприклад, в німецькому реченні присудок може стояти в кінці або перед підметом і при перекладі його необхідно переносити.

Особливістю перекладу наукового тексту є наявність термінів, які відрізняються в залежності від галузі науки. Наприклад: «das Lager» — 1) вальниця; 2) перелоги; «die Welle» — 1) вісь; 2) хвиля.

В німецькій мові існує досить багато термінів, яких не можна перекласти одним словом українською. Наприклад: «Stahl» — «сталеві листи», «Holz» — «дерев'яні бруси», «Kopfwelle» — «балістична хвиля», «Querschnitt» — «поперечний переріз».

Також часто може трапитись термін, що не зафіксували раніше в наукових словниках, і перекладачеві потрібно самому дібрати еквівалент, або описати цей термін українською мовою (das Mitbestimmungsrecht – право громадянина на участь в управлінні підприємством).

Речення в науковому тексті німецькою мовою зазвичай дуже довгі та складні за структурою. При перекладі такі речення виявляються заплутаними та складними для розуміння. Для того, щоб читач повністю зрозумів зміст тексту, перекладачеві необхідно розбивати довгі речення на декілька коротких та зрозумілих.

Отже, переклад наукових текстів досить сильно відрізняється від перекладу інших текстів. Більше уваги приділяється стислості та чіткості перекладу. Доволі часто в наукових текстах зустрічаються терміни, переклад яких залежить від галузі науки та техніки, з якої пішло слово, а також терміни, що складаються з двох або більше складених слів, та терміни, значення яких ще не зафіксовано в словниках.

Література:

1. Амеліна С. М. Навчально-методичний комплекс дисципліни науково-технічний переклад / С. М. Амеліна, Н. С. Ольховська, 2015. – 30с.
2. Рибалко І.В., Ткач Л.М. Особливості перекладу наукових текстів: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2013. – 52 с.

HAMLET IS IN THE CAVEMAN LANGUAGE WITHOUT HUMAN INTERVENTION. IS IT POSSIBLE?

V.O. Burdeinyi

*first-year student, group IT-84, Faculty of Informatics and Computer Science,
National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
Scientific supervisor: lecturer, Serheieva O.O.*

At the beginning of humanity history their main purpose of life was to stay alive for as long as possible. They needed to protect themselves from their likes, from predatory animals and the conditions of nature. People started to form families and groups to solve such problem together and become stronger. They developed specific signs and characters to communicate each other. It became a prototype of what we call the language. There were a lot of different types of it. Those ways of information exchange were little like modern one. They were pictures on the wall of theirs caves that described some action and animal-like sounds for description of the latest scuffles. For cavemen there were enough of these primitive signs. With the passage of time settlers changed the caves to the huts, mastered agriculture, stockbreeding and

gunsmith. Developing themselves, their languages were developing too. Later they realized that it is possible not only to fight with neighboring tribes, but also trade with them. But here was a question: “how to communicate with them if they don’t understand each other?” After this one appears new concept what we know now as a translation.

Nowadays, language is large and complex system of sounds, characters and signs using which everything can be described. It is a head way of communication for humanity. Language became the main property of the culture of every nation. Here are 2500 to 7000 languages around world [3]. Words have a great power in themselves, which influences people. It can be both inspiration and disappointment. Everyone decides how to react them personally.

In the previous century and before it word “translator” was inseparable connected with a man. Humanity thought that translation is difficult intellectual task. Person had to know foreign language well and be able to clearly convey an opinion in native one to translate texts in proper way. Linguists of that time thought this process is impossible to perform by machines. However, Mathematics had another opinion.

From the second half of the previous century technologies have begun their rapid development. New powerful machines were built and target algorithms were designed. The engineers wanted to teach the computer to think like a man (this moment is already close to the present time). This technology is called artificial intelligence. Such algorithms make decisions based on extensive previous experience. This means that for an adequate response it is necessary that the algorithm has already done such or similar calculations. Modern online translators use this technique to perform correct interpretation. This requires large dictionaries and a significant amount of translated texts [2]. Some of them have sufficiently trained algorithms with large databases. This allows us to translate large data volumes. Such translators can easily interpret texts in way English-Spanish, English-French, English-Russian (because of their popularity and often usability). Using them it is possible to translate poems and novels, without losing the original content, laid by the author, without the participation of a person [1].

Summing up, using automatic translators is a common practice in modern times. They perform their work quickly and correctly. The translation process now requires considerably less human effort. Although translations are basically going well, but still it is possible to find nonsense and experienced linguists need to correct these phrases. In the future, this process will be fully automated. And what about “Hamlet”, is it in caveman language? I think it is possible. For such a performance, special dictionaries are required, in which rock paintings will be compared to English phrases.

References:

1. Edition, K. (2018). A.I.Translation: Translation of artificial intelligence eliminates the language barrier (A.I.Success Rule Book 1) (1st ed.). USA: Makikomi Works LLC.
2. Sergei Nirenburg/Jaime Carbonell/Masaru Tomita (1994). Machine Translation: A Knowledge-Based Approach. San Francisco, CA, USA: Morgan Kaufmann Publishers Inc.
3. Turin, M. (22 April 2005). : Empires of the Word: A Language History of the World. Retrieved from http://www.digitalhimalaya.com/projectteam/turin/downloads/review_ostler.pdf

ФУНКЦІОНУВАННЯ ІДИОМ У НІМЕЦЬКИХ ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ ТА ЇХНІЙ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

О.В. Василенко

студентка 4 курсу, група ЛН-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З.В.

Заголовок є першим елементом публіцистичного тексту, а його основна функція – зацікавити читача, привернути його особливу увагу до найбільш важливих моментів статті, не розкриваючи її суті та ідеї повністю спонукати до читання. Саме через бажання зробити заголовок яскравішим та більш привабливим, журналісти вдаються до використання в них ідіом [4]. Проблема перекладу ідіом завжди була актуальною, оскільки фразеологічна система будь-якої мови має національно-культурну специфіку. Той чи інший об'єкт у певній культурі існує у специфічному оточенні властивому лише даній культурі, має культурно обумовлені асоціативні зв'язки. Саме тому, переклад фразеологізмів викликає значні труднощі [2].

З перекладацької точки зору, німецькі фразеологічні одиниці можна поділити на фразеологічні одиниці, що мають: повну еквівалентність, часткову еквівалентність, та безеквівалентність в українській мові.

Оптимальним перекладацьким рішенням, безумовно, є пошук ідентичної фразеологічної одиниці, тобто його повний фразеологічний еквівалент. Проте слід визнати, що число подібних відповідностей в німецькій та українській мовах вкрай обмежена. До цієї групи, здебільшого, відносяться фразеологізми інтернаціонального характеру, засновані на міфологічних переказах, біблійних

легендах та історичних фактах. Прийом калькування або дослівний переклад фразеологізмів використовується при безеквівалентності або наявності часткового еквівалента в українській мові. Дослівний переклад особливо важливий, коли образ, який міститься у фразеологізмі, необхідний для розуміння тексту, а заміна його іншим образом не дає достатнього ефекту. Ще одним способом перекладу є описовий. Описовий переклад здійснюється шляхом передачі змісту німецького звороту вільним словосполученням. Цей спосіб застосовується коли в українській мові відсутні еквіваленти [3]. Пошук фразеологічного аналогу є також ефективним прийомом перекладу фразеологізмів. Перекладач повинен знайти відповідний стійкий зворот, який за значенням адекватний іншомовному фразеологізму, але повністю або частково відрізняється від нього за образною основою [1].

Отже, більшість дослідників виділяють такі основні способи перекладу фразеологізмів: метод фразеологічного еквівалента, метод фразеологічного аналогу, дослівний переклад фразеологізмів (калькування), описовий переклад фразеологізмів. Переклад ідіоматичних одиниць є своєрідним викликом для перекладача, оскільки вимагає не тільки пошуку вдалого відповідника, але й відтворення авторської гри слів. На жаль, поки що не існує єдиної думки щодо способів їх перекладу. Таким чином, виникає потреба детального дослідження ідіом у німецьких заголовках текстів публіцистичного дискурсу та їхнього перекладу українською мовою.

Література

1. Лепухова Н. І. Переклад фразеологізмів німецької літературної романтичної казки українською мовою/ Н. І. Лепухова. // НАУКОВІ ЗАПИСКИ НДУ ім. М. ГОГОЛЯ. – С. 168.
2. Марковська А. В. Німецькі фразеологізми з національно-культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі/ А. В. Марковська. // Миколаївський національний аграрний університет. – 2013. – С. 226.
3. Сальченко А. А. Засоби передачі еквівалентності ідіом англійської та німецької мов в перекладі на українську мову [Електронний ресурс] / Аліна Андріївна Сальченко – Режим доступу до ресурсу: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle>.
4. Шацька Г. М. Семантичні трансформації ідіом у заголовках німецької преси та реклами/ Г. М. Шацька // Язык и межкультурная коммуникация. – 2012.

ДОСЯГНЕННЯ ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

А.Р. Верченко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Коли йдеться про переклад маркетингових текстів, часто ще вживають термін «transcreation», адже це не просто переклад, це створення майже повністю нового тексту. При перекладі реклама має зберегти намір, стиль та настрої оригіналу. При цьому словесна форма часто не може бути збережена, адже кожний народ має свої власні культурно-історичні асоціації, специфічні реалії, які відсутні в інших народах. До того ж відмінності в системах вихідної та перекладацької мови обмежують збереження оригінальної форми та змісту, наприклад, англійська мова лаконічніша за більшість інших мов [2].

Одна з помилок, яку допускають при перекладі реклами, це втрата функції та посилення тексту. Головна функція рекламного тексту – апелятивна, тобто заклик до дії – придбати товар. «*Big Data can help define best practices for managing the holistic needs of specific populations*». Дане речення містить ідіоматичний вираз «*can help*», що дослівно можна перекласти як «*можуть допомогти*» [1]. Проте такий переклад не буде адекватним: в українській мові «*можуть допомогти*» не є сталим виразом, «*можуть*» лише додає відтінку сумніву, який зовсім непотрібний в рекламі.

Не властиве українській мові також словосполучення «*in one place*» («*All Google apps in one place*»). Натомість, для передачі змісту слід дивитися на контекст. У даному конкретному випадку еквівалентний переклад «*усі додатки Гугл на одному екрані*».

Рекламний текст вирізняється образністю, він має викликати в споживача приємні відчуття, асоціації, звертатися до його цінностей «*Capturing the moment*» – рекламний слоган фотокамери, який можна було б перекласти як «*збереження моменту*». Проте в рекламному тексті на передньому плані – передати емоції: щастя, радість, сімейний затишок. Слово «збереження» має дещо технічну конотацію, тож, в даному випадку доречно змінити форму, аби підсилити зміст. Наприклад, «*збережи найкращі миті*».

Отже, при перекладі маркетингового тексту, потрібно визначити його суть та передати її, адаптуючи до культури споживача, спробувати зробити

текст яскравішим або більш читабельним. Особливу увагу потрібно звернути на словосполучення та терміни, перевірити, чи властиві вони для мови перекладу.

Література:

1. Завадський І. Особливості перекладу маркетингових текстів. UTICamp– 2016 [Електронний ресурс] / Ігор Завадський. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=nJWxiFoGtZI&t=494s>.

2. Целеп А. О. Проблеми перекладу німецьких рекламних слоганів промислових товарів [Електронний ресурс] / Аліна Олегівна Целеп. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.tnu.in.ua/study/refs/d73/file129602.html>.

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У СФЕРІ МЕДИЦИНИ

Б. С. Вітікова

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Івашкевич Л.С.

Однією із складових інтернет-дискурсу є мобільні додатки. Це комп'ютерні програми, які створені спеціально для використання у мобільному телефоні, смартфоні чи комунікаторі та призначені для виконання того чи іншого завдання. Мобільні додатки можна поділити на розважальні, комунікаційні, навігаційні, довідкові та прикладні [1]. За останні декілька років мобільні додатки стали дуже популярними, за допомогою них люди вивчають іноземні мови, спілкуються, знаходять місцерозташування, а також можуть слідкувати за власним здоров'ям.

Далеко не всі власники смартфонів володіють іноземними мовами, тому розробники звертають значну увагу на локалізацію додатків, щоб якомога більше розширити аудиторію їх користувачів.

Нами було опрацьовано такі медичні мобільні додатки: Herzfrequenz Monitor WAR Pulse, Diätplan, Vital і Dminder. Вони слугують для того, щоб їхні користувачі ретельніше слідували за здоров'ям, наприклад моніторили статистику пульсу щодня, правильно харчувалися, а також знали вміст вітаміну Д в їхньому організмі. Результат їхнього лінгвістичного аналізу показав, що для мобільних додатків у сфері медицини характерні такі лінгвістичні особливості: 1) медичні терміни (Pulsfrequenz – частота пульсу тут і в наступному пункті дайте ще по два приклади); 2) вживання слів латинського походження (Muskeln – м'язи); 3) скорочення (FS – Fettsucht – ожиріння, NP – Nukleoprotein –

нуклеопротеїн) 4) символи (знаки) — наприклад, хімічні, та інші (CO₂, H₂O, H₂SO₄ [2].

Серед труднощів перекладу мобільних додатків у сфері медицини можна назвати: 1) правильний переклад термінології; 2) відсутність контексту, адже додатки часто містять мінімум лексичних одиниць, які лише супроводжують ту чи іншу їх практичну функцію; 3) у додатках діагностичні повідомлення, назви вікон і вміст рядків стану часто складаються динамічно із заздалегідь заданих словосполученнях і фрагментів речення. Тому на початковому етапі перекладач не може встановити, у якому контексті буде використовуватися певне слово або фраза. Наприклад, присудок може залежати не лише від числа, але й від роду підмета, подібні труднощі виникають й з числівниками.

Зазначені лінгвістичні особливості мови медичних додатків потрібно враховувати при перекладі, щоб він був досконалим.

Література:

1. Мобильные приложения [Электронный ресурс] // Tadviser: веб-сайт. – Електрон. дан. и прогр. – 2013. – 24.09. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>. – Загл. с экрана.

2. Особливості німецької медичної термінології [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу: https://otherreferats.allbest.ru/languages/00101375_0.html

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІНСТРУКЦІЙ ДО ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Б.С. Вітікова

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Кожного дня відбуваються постійні новації, винаходи в медицині певних препаратів, що безпосередньо впливає на посилення інтересу до перекладу медичних інструкцій. Термінологія даної тематики є достатньо чіткою, адже від неї в деяких випадках може залежати людське життя. Важливим фактором для фармацевтичного перекладу повинна бути наявність знань з латині.

Щодо медичного перекладу, то його за класифікацією кандидата філологічних наук В. М. Васиної, можна розподілити на усний та письмовий. Якраз до останнього й належить переклад інструкцій до лікарських засобів.

Що ж таке інструкція до лікарських засобів? Це певний тип тексту, який дає пацієнту вказівки, порядок дій при прийомі певного препарату, а також

застереження про негативні наслідки. Звичайно, як і у кожному типі перекладу є свої особливості та проблеми. Багато дослідників та лінгвістів висловлюють свою точку зору щодо цієї теми.

Один із відомих лінгвістів М. Руло виділяє шість основних проблем перекладу медичного тексту: особливості сталих виразів, включаючи метонімічне вживання термінів і переважне вживання певних частин мови; багатозначність термінології; проблеми перекладу епонімів; розбіжність афіксів у словах загального походження; недостатньо висока якість спеціалізованих багатомовних словників [3, с. 125].

Особливі труднощі для перекладу викликають випадки, коли один и той же термін має різне значення. Вирішальним при перекладі багатозначного терміна є контекст. Найбільшу складність для перекладу являють собою терміни – неологізми. Зазвичай вони не відображені в словниках [1].

Із-поміж способів перекладу медичних інструкцій виділяють такі:

- калькування;
- конкретизація;
- транскодування;
- описовий переклад;
- переклад еквівалентом;
- переклад варіантним відповідником.

У граматиці, морфологічній та синтаксичних будовах 2 мов є певні розбіжності, тому перекладачам доводиться вводити своєрідні трансформації. Ці перетворення поділяються на 4 типи:

- 1) перестановка (зміна розташування місць лексичних елементів);
- 2) заміна (заміна іменника на прикметник, а прикметника на дієслово);
- 3) додавання (введення у переклад лексичних елементів, які відсутні в оригіналі);
- 4) вилучення (усунення повторюваних у перекладі лексичних елементів).

Лексичні особливості полягають у насиченості термінологією, майже 52% усього тексту інструкцій становлять терміни, вузькоспеціалізовані терміни, загально медичні, загальнонаукові та термінологізовані загальноновживані слова [2, с.142-144].

Серед особливостей фармацевтичного перекладу можна виділити такі: підзаголовки сформульовані у вигляді питальних речень; наявність аббревіатур; вживання наказового способу та пасиву, який замінюється активом.

Отже, для перекладача у фармацевтичній галузі необхідна наявність не тільки лінгвістичних, але й медичних знань, через насиченість аббревіатурами, термінами та складними граматичними конструкціями.

Література:

1. Діланян І. Особливості перекладу медичних інструкцій [Електронний ресурс] / Ірина Діланян. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://conferences.neasmo.org.ua/en/art/1880>.

2. Фрейдман Д. Г. Учебное пособие по переводу немецкой медицинской литературы / Д. Г. Фрейдман. – Казань, 1987 г. – С. 135-137, 142-144.

3. Skript für das Praktikum der Medizinischen Terminologie, hrsg. vom Institut für Geschichte der Medizin im Charite Centrum für Human- und Gesundheitswissenschaften der Charite – Universitätsmedizin Berlin. Redaktion: Th. Beddies, E. Brinkschulte, M. Brumme, V. Hess, I. Marz, Th. Muller unter Mitarbeit von A. Scholl, 2008. – S. 276.

МЕДИЧНА ТЕРМІНОЛОГІЯ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ІНСТРУКЦІЙ ТА ЇЇ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Л. С. Власюк

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Кулезньова С. С.

Стрімкий прогрес у сфері медицини став головною причиною появи на ринку широкого асортименту лікарських засобів та препаратів. Втім фармацевтична промисловість завжди знаходиться на стадії розвитку, а це означає, що розробка та випуск на ринок нових медичних препаратів відбувається постійно. Це, в свою чергу, зумовлює зміни в медичній термінології. Але ліки – доволі специфічний продукт і його неправильне використання може становити пряму загрозу життю людини або, навіть, призвести до летальних наслідків. Щоб цього не сталося, виникла необхідність розробки стандартів супровідної документації до ліків – інструкцій з використання лікарських засобів. Саме це і є головною причиною того, чому інструкціям належить таке важливе місце в перекладі.

Вивченням інструкцій, зокрема використанням в них медичної термінології та способах її перекладу займалося багато вчених та дослідників: І. Чумакова, Г. Петрова, Л. Погорельська, С. Канащук, Л. Рехтін, М. Писаренко, І. Моква-Тарновська, А. Боцман, Н. Лещенко, Р. Стецюк та інші.

За визначенням І. Чумакової [4, с. 20] інструкція є «самостійним типом тексту з особливом способом викладу змісту, за допомогою якого надається точне розпорядження з виконання певних дій, що приводять до конкретного результату». Л. Погорельська [3, с. 419] посилається на текст-інструкцію як на

тип мовного викладу в науковому стилі мови та зазначає, що текст-інструкція «має в своїй основі значення зобов'язання відповідних дій ситуації, яке виражене імперативними конструкціями». Тобто, в медичному контексті інструкція – це документ, який містить інформацію про основні характеристики препарату, його правильне застосування, а, також, ймовірні побічні ефекти та їх усунення.

Відповідно до А. Боцмана [1, с. 12] інструкціям притаманні наступні лексико-граматичні особливості: широке використання форм наказового способу та заперечних форм імперативу, використання модальних дієслів та термінів, переважання простих та складносурядних речень. Серед всіх цих особливостей однієї з найголовніших є використання термінів, які утворюють медичну термінологічну систему. Як визначає Н. Лещенко [2, с. 235] медична термінологічна система є «складною системою термінів, які пов'язані один з одним та перебувають у різнорівневих зв'язках, парадигматичних, синтагматичних та ієрархічних відношеннях».

Медичні терміни в свою чергу поділяються на наступні групи: хвороби, симптоми захворювання та побічні ефекти, активні препарати та діючі речовини, бактерії та віруси, інфекційні хвороби. Найобширнішу та найважливішу частину медичної термінології становлять терміни, які використовуються саме на позначення хвороб.

Найголовнішу проблему перекладу текстів інструкцій становить пошук та підбір адекватного відповідника для передачі медичного терміну. Найчастіше еквівалентність та адекватність перекладу інструкції досягається шляхом використання при перекладі наступних перекладацьких трансформацій: калькування, транслітерація, транскрибування, описовий переклад, конкретизація, антонімічний переклад, синтаксичні та граматичні перетворення, граматичні заміни. Не так часто, використовують трансформації додавання та вилучення, оскільки інструкції несуть в собі важливу інформацію, видозміна або вилучення якої може мати прямий негативний вплив на користувача. Наприклад, «haemolytic anaemia» - «гемолітична анемія», «runny eyes» - «свербіж очей» [4], «Herxheimer reaction» - «реакція Яриша-Герксгеймера», «thrush» - «стоматит», «dapson» - «дапсон» [5].

Отже, інструкції з використання лікарських засобів займають провідне місце у перекладі, адже вони є тими документами, які доносять до споживача інформацію про належне застосування лікарського препарату, його можливі побічні ефекти, способи усунення цих ефектів, а, також, дають інформацію про склад медичного препарату та симптоми, при яких його вживання є доцільним. Важливою проблемою при перекладі інструкцій є переклад термінологічних

одиниць, які є найважливішою частиною тексту інструкції. Навіть сьогодні сфера перекладу інструкцій не є повністю дослідженою, що зумовлено постійною появою нових лікарських засобів та препаратів.

Література:

1. Боцман А. В. Структурно-семантичні та прагматичні особливості фармацевтичних текстів (на мат. англійських інструкцій до вживання лікарських препаратів) автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Андрій Васильович Боцман, Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2006. – 20 с.

2. Лещенко Н. О. Комунікативно-прагматична організація інтернет-інструкцій із уживання медичних засобів (комунікативні стратегії і тактики) / Наталія Олександрівна Лещенко. – Львів: Вісник Львівського у-ту. Серія філологічна, 2011 – С. 230–241.

3. Погорельская Л.И. Вопросы изучения некоторых особенностей текста по специальности на занятии по русскому языку//Международное сотрудничество в образовании и науке: Материалы Международной конференции. Санкт-Петербург, 21-25 июня 2006 года. – Спб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2006. – 450 с.

4. Чумакова І. Е. Жанр медичної інструкції в оригіналі та перекладі / І. Е. Чумакова. // Наукові записки інституту журналістики. – 2015. – №59. – С. 134.

5. Інструкція для медичного застосування препарату [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://likicontrol.com.ua/%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F/?\[21955](http://likicontrol.com.ua/%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F/?[21955)

6. Medicine instruction [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rennie.co.uk/product-range/rennie-peppermint/>.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУБТИТРІВ

А.Ю. Волкова

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

На сьогодні перегляд фільмів з використанням субтитрів є дуже популярним. Багато людей дивляться фільми з субтитрами для того, щоб вивчати іноземну мову, знайомляться з іншою культурою. Але переклад субтитрів не є дуже легким, тому що при їх перекладі може з'явитися певний ряд проблем.

Субтитрування доволі поширений вид аудіовізуального перекладу у світі. В Україні цей вид перекладу також часто використовується для міжмовного перекладу, особливо з російської. Щодо субтитрування з англійської воно теж має місце разом з закадровим перекладом на телебаченні або при перекладі DVD-продукції. Субтитрування є поданням перекладу діалогів оригіналу мовою цільової аудиторії у вигляді синхронних субтитрів, зазвичай, знизу кадру. Це засіб, який найменше видозмінює оригінальний текст і дає змогу цільовій аудиторії відчути тонкощі іноземної культури.

Що відрізняє аудіовізуальний переклад загалом та субтитрування зокрема від інших видів перекладу – це наявність, як технічних (формальних, кількісних), так і контекстуальних (текстових, якісних) обмежень.

До формальних обмежень субтитрування належать параметри простору й часу. Параметри простору визначають положення субтитрів на екрані, кількість рядків субтитру, розташування тексту, кількість символів у рядку, шрифт і стилі тексту, колір шрифту й фон. Параметр часу (або тривалість) регулює тривалість тексту одного субтитру, вступний час перед показом субтитрів, час затримки субтитру, проміжок часу між двома “сусідніми” субтитрами, захват/обрізання сцени та ін.

До обов’язкових належать елементи, які мають емпіричне значення для розуміння сюжету. Без таких елементів глядач не зможе стежити за перебігом подій. До необов’язкових елементів при перекладі з англійської можна віднести: повтори; імена в апелятивних конструкціях; міжнародно відомі слова такі, як “OK”; вигуки (“oh”, “wow” та ін.); неправильний початок висловлювання (промовець починає речення й не закінчивши, перебудовує висловлювання, вживаючи інші слова або граматичні конструкції); граматично неправильні конструкції; мовні звороти, які підкріплюються жестами й позначають привітання, здивування, підтвердження, заперечення; конструкції, позбавленні семантичного навантаження й вживані лише для встановлення потрібної швидкості потоку мовлення [2].

Також важливим аспектом під час створення субтитрів є відео-зображення на екрані. Під час перекладу необхідно дивитися на екран, оскільки актори часто вживають мову жестів замість слів. Текст перекладу відрізнятиметься від оригіналу саме через наявність великої кількості невербальних складників. Наприклад, під час болгарського фільму зустрічається кивок головою, що у Болгарії означає незгоду, тоді як у більшості інших країн світу він сприймається як згода [1].

Отже, при створенні субтитрів потрібно дотримуватись певних правил. Це не просто переклад діалогів чи монологів, а й адаптація тексту під певну аудиторію.

Література:

1. Єлісеєва С. В. Особливості субтитрування як напряму перекладацької діяльності. [Електронний ресурс] / С.В. Єлісеєва. – 2018. – Режим доступу: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v32/part_2/44.pdf.

2. Радецька С. В. Субтитрування як вид аудіовізуального перекладу: переваги та недоліки [Електронний ресурс] / С. В. Радецька, Т. Т. Каліщак // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки. – 2016. – Кн. 2. – С. 81-84. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn_2016_2_17

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ЗАЙМЕННИКІВ ТА ПРИСЛІВНИКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Волкова А.Ю.

3 курс, ЛН-61, факультет лінгвістики КПП ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З. В

У роботі кожного перекладача бувають моменти, коли при перекладі певної частини мови виникають проблеми. Ми розглянемо у чому полягає проблема при перекладі займенників і прислівників.

Займенники не називають предмет безпосередньо, а вказують на нього. Німецькі займенники поділяються за сферою вживання на особові, присвійні, заперечні, невизначені (*einige, viele, wenige*), вказівні, неозначено-особові (*irgendein, man*), питальні. Більшість займенників відтворюється тими значеннями, які наводяться у словниках.

Як відомо *welcher* та *was für ein (-e)* відповідають українському займеннику «який», «котрий», суттєво відрізняючись у німецькій мові за сферою вживання. Вживання займенника *welcher (-es, e)* передбачає вибір одного предмета із кількох та вимагає його точної назви, а *was für ein (eine)* очікує якісну характеристику предмета: *Was für ein Buch ist es? Es ist ein ziemlich interessantes Buch*. В українському перекладі допустимо вжити «Що це за книга? Як вона тобі подобається?» У розмовній мові цей займенник вживається в особливо експресивному значенні: *Ich habe einen Freund, und was für einen!* – У мене є друг та ще й який! З'являючись у неозначено-особових реченнях, займенник *man* позначає невизначену кількість не завжди відомих осіб. При перекладі доводиться вибирати конкретний варіант, зважаючи на

контекст: пасивний стан (за формою) *Zur Zeit diktiert man die Wege der Zusammenarbeit*, інфінітивні конструкції *Wie liest man diesen Satz?*, безособові речення з прислівниками: *Hier sieht man nichts*, безособові речення «*треба, слід, можна*»: *Wo kauft man hier die Zeitschriften?*, особові речення з віддієслівними іменниками: *Man verhandelt erfolgreich* – *Перемовини йдуть успішно*, особові речення із займенниками «*всі, хтось, дехто*»: *Hier arbeitet man fleißig, aber man denkt auch anders*, неозначено-особові речення з дієсловом у 2-й особі однини та займенником «*ти*» *Manchmal sieht man fern* [1, 48].

Прислівники утворюють особливу групу під назвою прислівникові займенники (Pronominaladverbien). В українській мові не існує відповідників цим прислівникам, адже такого граматичного явища як керування дієслів українська мова не знає.

Вибір займенникового прислівника і його переклад українською мовою тісно пов'язані з керуванням дієслів і з значенням самих прийменників. Оскільки прийменники багатозначні, то і займенникові прислівники мають часто кілька значень.

Wofür kämpfen wir in der Landwirtschaft? – *За що ми боремось в сільському господарстві?*

Wir kämpfen dafür, dass die Ernteerträge hoch sind. – *Ми боремось за те, щоб урожаї були високими.*

Взагалі, займенникові прислівники вживаються в тих випадках, коли йдеться про неживі істоти або абстрактні поняття [2].

Отже, при перекладі займенників та прислівників треба звертати увагу на сферу вживання, контекст, а також зважати на керування дієслів і враховувати багатозначність слів.

Література

1. Белих О. М. Практика перекладу з німецької мови : методичні рекомендації / О.М. Белих. – Луцьк : П.П. Іванюк, 2014. – 95 с.

2. Pronominaladverbien (Займенникові прислівники) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wunderdeutsch.com/pronominaladverbien-zaimennykovi-pryslivnyky/>

ПЕРЕКЛАД АРАБСЬКИХ ВІЙСЬКОВИХ ТЕРМІНІВ ТА РЕАЛІЙ

В. Є. Волкова

курсант 4 курсу, група Д-152, ННІ КРД

Національна академія Служби безпеки України

Науковий керівник: ст. викл. Задко Т. П.

Сьогодні переклад є реальним засобом подолання існуючих мовних бар'єрів. Ще з давніх часів він відігравав важливу роль, особливо у встановленні та налагодженні міжнародних та міжкультурних відносин. Перекладачі виступали посередниками між народами, виконуючи комунікативну, творчу та продуктивну функцію, у той самий час допомагаючи країнам створювати та розвивати дружні стосунки та дипломатичні відносини.

У 21 столітті мовно-культурні бар'єри залишаються стійкою перепорою на шляху взаємопорозуміння народів та націй. І тому питання перекладу не втратило своєї актуальності, зокрема у сфері військово-дипломатичних відносин, де від точності й повноти перекладу залежить збереження миру та безпеки на загальнопланетарному рівні.

А. В. Мамрак надає наступне визначення перекладу: «викликаний суспільною необхідністю процес і результат передачі інформації (змісту), вираженої в письмовому або усному тексті однією мовою, за допомогою еквівалентного (адекватного) тексту іншою мовою» [1].

З точки зору перекладу особливий інтерес викликають реалії – слова, що називають елементи побуту і культури, історичної епохи і соціального строю, державного устрою і фольклору, тобто специфічні особливості мовної картини даного народу, етносу, що є чужими іншим націям і країнам [2, с.47]. Під час перекладу реалій перекладач використовує свій наявний лексичний запас, іноді він вимушений створювати власний варіант-відповідник терміна, для цього він зобов'язаний володіти глибокими знаннями традицій, історії та сучасного стану, культури країни, на мову якої здійснюється переклад.

Основними методами перекладу арабських термінів є:

- використання термінів, що позначають близькі за значенням військові поняття;
- вживання термінів, які використовуються для визначення реалій, за межами арабомовного континуума;
- описовий переклад, коли слово або словосполучення замінюється в мові перекладу словосполученням (або більшим за кількістю компонентів словосполученням), яке адекватно передає зміст цього слова або словосполучення (терміну);

- калькування – переклад частин іншомовного слова (складного, похідного або словосполучення) з подальшим складанням елементів в одне ціле [3];
- транскрипція – це точна передача на письмі вимови звуків з тими змінами, яких звук зазнає у процесі мовлення [4, с.4].

Труднощі під час перекладу складають терміни, які в словниковій статті мають не одне значення, як наприклад, *عريف*, *عميد*, *فريق*. У випадку перекладу даних термінів, перекладачу недостатньо звернутися до двомовного словника, чи навіть словника військових термінів, він змушений вдаватися до додаткового пошуку інформації щодо ієрархії військових звань у конкретних арабських країнах.

Отже, в результаті дослідження можна зробити висновок, що для здійснення більш точного та влучного перекладу військових термінів, необхідно дотримуватися наступного алгоритму:

- намагатися підібрати еквівалент перекладу серед наявних українських звань, з урахуванням специфіки ієрархії військових звань конкретної арабської країни;
- у разі неможливості підібрати відповідник (через відсутність або недостатню кількість інформації про зазначену специфіку країни, відсутність еквіваленту як такого тощо), використовувати метод генералізації, описовий переклад, калькування, транскрипцію.

Таким чином, керуючись цим алгоритмом, перекладач може досягнути мети перекладу – максимального збереження форми та змісту тексту оригіналу.

Література

1. А. В. Мамрак Вступ до теорії перекладу: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009 – [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.ebooktime.net
2. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – Москва, 1980. – 416 с.
3. Калькування – [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.studopedia.com.ua
4. Милозвучність української мови / Педагогіка та освіта – [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.educationua.net
5. Баранов Х. К. Арабско-русский словарь: Ок. 42000 слов / Харламий Карпович Баранов. – Москва: Валерий Костин, 2005. – 944 с.
6. Newman D. Arabic–English Thematic Lexicon / Daniel Newman. – UK: Taylor & Francis e-Library, 2007. – 205 с.

7. Данилов И. С. Арабско-русский и русско-арабский военный словарь / И. С. Данилов, В. И. Рыжков, М. Г. Анисимов. – Москва: Воениздат, 1965. – 704 с.
8. Reverso Dictionnaire – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dictionnaire.reverso.net>

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ІСПАНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

О. С. Воловенко

Студентка 2 курсу, група 201, факультет лінгвістики та соціальних комунікацій, Національний Авіаційний Університет

Науковий керівник: ст. викл. Попадюк С.С

Мовознавство займається вивченням та дослідженням складних питань, одним із яких є труднощі перекладу властивих певній мові сталих словосполучень – фразеологізмів. Як зазначав Т. Грасіан, фразеологізми тісно пов'язані зі специфікою іспанської мови, а таку специфіку автор характеризує як основну або додаткову ознаку при визначенні фразеологічної одиниці [3, с. 65-67].

Актуальність обраної теми зумовлена тенденцією до вивчення іспанської мови та широким розповсюдженням її у світі, а отже для більш коректного використання мови необхідно розуміти специфіку та значення перекладу сталих виразів. Адже фразеологія мови – народна мудрість й складова духовної культури народу, вони є мовними одиницями, що віддзеркалюють національний характер, історію, традиції, побут народу, оскільки вони використовуються усіма верствами населення [2, с. 5].

На сьогоднішній день науковці дійшли певних висновків задля уникнення проблем у процесі перекладу. Є необхідність у відображенні образності фразеологічних оборотів, після цього – підбір синонімічного виразу в українській мові, не допускаючи уникнення особливості тексту оригіналу і мету, намір авторських слів. Значна кількість труднощів у перекладі полягає у неможливості розпізнати перекладачем саме фразеологізму, який може сприйняти його як буквально словосполучення. Ускладнення розпізнавання обумовлено тим, що компоненти фразеологізмів, як правило, мало чим відрізняються від звичайних лексичних одиниць. Також, проблеми перекладу іспанських фразеологізмів пов'язані з тим, що іспанська мова є національною мовою у багатьох країнах, яким властиві дещо різні традиції та самобутня культура [8, с. 184-189].

Навіть після багаточисельних досліджень, порівнянь фразеологічних одиниць, пошуку гідних еквівалентів перекладу, запровадження способів перекладу еквівалентних та без еквівалентних одиниць, на сьогоднішній день залишаються невирішеними вивчення їх семантичних характеристик та використання у мові.

Мета дослідження полягає у виявленні й аналізі найуживаніших фразеологічних одиниць, їх структури та переклад українською мовою. Можливість показати неоднозначність та складність перекладу сталих виразів однієї із найуживаніших мов у світі.

Створюючи переклад художньої літератури, перекладачі часто зіштовхуються із проблемою перекладу саме сталих конструкцій. Проблема, загалом, пов'язана із відмінностями культури, мови оригіналу і перекладу, а також із специфікою структури фразеологізмів. Необхідно враховувати фактори експресивності іспанської мови, конотації, в умовах того соціального середовища, де була утворена ідіома. Також треба зважати на значну відмінність культури україномовних та іспанського середовища, в чому ми зможемо переконатися, розглядаючи приклади фразеологічних одиниць. Однак, існують такі випадки, коли ідіома має еквівалент у мові перекладу, майже рівний сенс, але контекст або мета використання різняться. До того ж, використання ідіом в письмовій мові оригіналу може відрізнятися від мови перекладу [12, с. 297-303].

На сьогоднішній день була проведена велика кількість досліджень з приводу «неможливості перекладу», у тому числі й Корпас Пастор, Л. К. Байрамова, Кармен Наваро, Хосе Мільон, багато наукових праць були присвячені порівняльному аналізу фразеологізмів.

Сутність перекладу і підбір еквіваленту в мові перекладу полягає у перетворенні фразеологічних сполучень й ідіом, використовуючи аналоги в українській мові. Але нерідко в мові перекладу відсутній відповідний еквівалент. В такому випадку переклад здійснюється за допомогою лексичних засобів. При перекладі не треба забувати про те, що ідеального результату важко досягнути.

Існує багато засобів та методів перекладу фразеологічних одиниць. Згідно із Корпас Пастором, який виділив 4 фази, через які проходить будь-який фразеологізм при перекладі: 1) виявлення фразеологічної одиниці, 2) її інтерпретація за контекстом, 3) пошук лексичного відповідника, 4) визначення відповідника у текстуальній манері. Таким чином, на думку дослідника, можна зменшити ризик неадекватного перекладу фразеологічних одиниць. Стосовно

способів перекладу, дослідник наголошує на тому, що для найбільшої точності необхідно використовувати різноманітні техніки перекладу [10, с. 108-113].

Згідно з Д. Добровольським, можна виділити три види фразеологічних одиниць: 1) структурний тип, 2) тематичні групи, 3) еквіваленти. При перекладі тематичних груп, перекладач повинен переконатися в тому, що слово оригіналу має той самий сенс, що і в мові перекладу [2, с. 13]. Наприклад, *дивитися, як баран на нові ворота* іспанською мовою буде *cantar para el carnero* «співати для баранчика – дослівно; програти, померти). Переклад «баран» та «сарнего» для іспанської та української – однаковий, але значення фразеологізмів із використанням цих іменників дуже відрізняється. Третій вид фразеологічних одиниць-еквіваленти, має ще три підвиди: повні, часткові еквіваленти та безеквівалентні фразеологізми. Іноді буває дуже складно відшукати повні еквіваленти, які відповідали б один одному як лексично, так і функціонально. Повна еквівалентність з'являється тоді, коли фразеологізм мови оригіналу відповідає фразеологізму перекладу, тобто має той самий денотативний і конотативний сенс, будується на тій самій метафорі, має таку ж частотність використання у мові й передбачає відображення культурного аспекту [11, с. 303-305].

Європеїзми відносяться до абсолютних еквівалентів, наприклад, «*Всі дороги ведуть до Риму*» – *Todos los caminos conducen a Roma*, кальковані фрази «*почервоніти, як рак*» іспанською мовою звучить як *estar como un acocil*, деномінативні фразеологічні одиниці як *підвісний міст* – ісп. *punte colgante*, а також частина термінологічної фразеології.

Часткові еквіваленти – ті одиниці, які мають тільки лексичні, лексико-граматичні чи тільки граматичні розбіжності (за А. В. Куніним). Наприклад, вони базуються на різних метафоричних образах в іспанській та українській мовах: *як риба у воді*, іспанською – *como perdiz en el trigo* (дослівно – як куріпка в пшениці), *como gallina en su corral* (дослівно – як курка в курятнику) [3, с. 67].

У тому випадку, коли фразеологізм пояснює конкретне соціально-культурне явище, яке не має нічого спільного із культурою мови перекладу, тоді мова йде про безеквівалентність. Наприклад, *сильний, як орел* – *fuerte como un toro* (дослівно – сильний, як бик) [7, с. 1097]. Із прикладу можна побачити, що українці ще споконвіку вважали орла найсильнішим й найбільшим птахом, який завдавав сильного удару, таким чином сильну і мужню людину порівнюють із орлом, а іспанська культура завжди асоціювалась із боями биків.

Таким чином, фразеологічна еквівалентність обумовлює відношення фразеологічних одиниць до повних або часткових еквівалентів, фразеологічних аналогів або взагалі безеквівалентних виразів. Будь-який який фразеологізм із

цих груп вимагає відповідного способу перекладу для досягнення найкращого перекладу. Ми можемо використовувати різні способи в процесі перекладу: адаптацію, транспозицію, калькований переклад, опис, опущення та інші. Головна завдання – відтворити найбільш відповідний за сенсом, структурній організації та стилістиці перекладений текст [4, с. 125-127].

Метод адаптації активно використовується при перекладі з іспанської на українську мову, багато науковців називають цей спосіб «перекладом за допомогою аналога». Аналогом можна називати ті два фразеологізми, у яких співпадає значення і стилістичний напрямок, але вони можуть відрізнитися при використанні лексики. У деяких випадках, адаптацію використовують при явних культурних відмінностях. Іспанський фразеологізм *mas claro que el agua* – укр. *ясно як божий день*, вони виражають однакове значення, але слово *agua* – *божій день*, не є рівноцінними. Але оскільки в іспанській культурі *agua* – вода, означає чистоту та ясність, то в нашій культурі вода отримує релігійне значення.

Транспозиція вимагає певних граматичних змін у форма слова, частині мови або члені речення, також синтаксичних перетворень, наприклад, змін у порядку слів. Також при перекладі транспозиція відображається на рівні використання множини або однини [11, с. 306-308]. Наприклад, *en mis propios narices* – тут *narices* використовується у множині, в той час як при перекладі українською ми скажемо *прямо перед моїм носом*, використовуючи однину. В іншому випадку – *ver por sus propios ojos* ми перекладаємо *ojos* – очі, також у множині, тобто *бачити на власні очі*. Але ці фразеологізми знаходяться у відношенні часткової еквівалентності, адже в іспанській мові, структурно-граматична організація вимагає використання прийменника «*por*».

Використовуючи метод калькування, перекладач більш ймовірно збереже компонентний склад фразеологізму, структурно-граматичну організацію, а також передати адекватне значення. Калькування, на даний момент, є одним із основних засобів перекладу з іспанської мови. Наприклад, *Llenarle la cabeza de pa'jaros* (дослівно – наповнити голову птахами), що українською можна перекласти як *морочити голову* [8, 207-211].

Дослівний переклад використовується коли конкретне явище відсутнє у культурі мови перекладу, тож відповідно, не буде зрозуміла носіям цієї мови. Якщо перекласти з української «*Hi пуху, ni пера!*» іспанською ми отримаємо «*Que tengas suertesita*» або «*Le deseo suerte*», що дослівно перекладається як «*Бажаю Вам успіху!*». Або іспанський вираз «*Tener la sartén por el mango*» ми можемо перекласти як «*бути господарем ситуації*», українці часто кажуть «*тримаю ситуацію під контролем*» [6, с. 693-694].

Отже, проаналізувавши найчастіше уживані фразеологізми, як в іспанській мові, так і в українській, можна сказати, що навіть якщо перекладач знає або знаходить відповідність перекладу певного фразеологізму у відповідному словнику, на практиці ми переконуємося, що контекст може значно впливати на значення «сталого» виразу. Тому завжди треба співвідносити прямий переклад зі словника із контекстом, а тільки потім перекладати, використовуючи найбільш вдалий метод перекладу.

Переклавши фразеологізми двох мов, ми можемо побачити, що при їх порівнянні виявляються особливості цих мов, наприклад, значна експресивність, що притаманна іспанській культурі, постійне оновлення фразеології в обидвох мовах. При перекладі виникають труднощі через те, що перекладач не відчуває або не бачить лінгвістичних розходжень, різницю між культурою мови оригіналу та перекладу. Перекладачу слід пам'ятати про розбіжності наших культур, адже іспанці дуже емоційні, експресивні, український народ не відрізняється особливою стриманістю, але ми по-різному описуємо оточуючий світ і бачимо його також інакше, а отже люди сприймають і описують світ через образи.

Література

1. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.15 — Загальне мовознавство / Ярослав Андрійович Баран; Прикарпатський ун-т ім. В. Стефаника. — Івано-Франківськ, 1998. — 391 с.
2. Вернер А. В. Семантическая и функционально-коммуникативная характеристика фразеологических единиц с культурным компонентом значения: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філог. наук: спец. 10.02.19—Загальне мовознавство/ А.В. Вернер - Москва, 1998. — 20 с.
3. Газизова Л.Г.// Проблема переводческой эквивалентности на материале фразеологизмов испанского, английского и русского языков //Сопоставительная филология и полилинг- визм: сб. науч. трудов. Казань: КФУ, 2010. с. 65-67.
4. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение: учеб. пособие/ В. Н. Комиссаров. —М.: ЭТС, 2002. — 424 с.
5. Маслова В. А. Homo lingualis в культуре / Валентина Авраамовна Маслова. — М. : Гнозис, 2007.
6. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія — Полтава.: Довкілля-К, 2006 — 716 с.
7. Словник фразеологізмів української мови/ під. ред. В.О. Винник — К.: Наукова думка, 2003 — 1097 с.

8. Ужченко Т. Г. Значення фразеологізму. Походження та будова фразеологізмів // Т. Г. Ужченко. Дидактичний матеріал з української мови. Лексика і фразеологія. – К.: Либідь, 1995. – С. 184–218.
9. Caballero R. Diccionario de modismos de la lengua castellana / Ramón Caballero. — Buenos Aires : El Ateneo, 1947. – 1181 p
10. Corpas Pastor G. Las lenguas de Europa : estudios de fraseología, fraseografía y traducción. / Gloria Corpas Pastor– Granada : Comares, 2000. – P. 107–138, 303–320.
11. Ortega y Gasset José Miseria y esplendor de la traducción// Textos clásicos de teoría de la traducción – Madrid: Cátedra, 1994 – pp. 299 – 308
12. Tristán Pérez A. M. Estudios de fraseología y fraseografía del español actual / Antonia Maris Tristán Pérez.– Madrid : Iberoamericana, 1998. – P. 297–305.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧІ ЛАКУНАРНИХ ОДИНИЦЬ ІНШОЮ МОВОЮ ТА СПОСОБИ ЇХ ЕЛІМІНАЦІЇ

А.Ю. Воробйова

студентка 1 курсу, група ЛА-81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Демиденко О.П.

На сьогоднішній день в науковій літературі існує велика кількість підходів до вивчення безеквівалентної лексики, при цьому лексична лакунарність є однією з головних проблем перекладу. Однак в теорії перекладу тема лакун не отримала достатньо широкого розвитку [1, с. 115]. **Актуальність** даної праці полягає в тому, що поняття лакуни є добре відомими в лінгвокультурології, однак представляють величезну проблему в перекладознавстві, в якому поняття лакуни ще не досліджено в достатній мірі.

У своїй спільній праці «Культура і текст. Введення в лакунологію» Ю. А. Сорокін та І. Ю. Марковіна спробували узагальнити способи елімінування лакун і виділили 2 основних прийоми. Перший спосіб – **заповнення лакун**. Вони відзначають, що заповнення лакун може відбуватися в процесі взаємодії і співіснування мов: лакуни заповнюються шляхом запозичення тієї чи іншої одиниці [2, с. 89]. Заповнення лакун – це процес розкриття сенсу деякого поняття/слова, що належить незнайомій для реципієнта культурі, наприклад: *His favourite candy is **honeyscomb***. – Його улюблені солодоці – це **ханікомб**, пориста цукерка, зроблена з меду.

Інколи власне сенс лакунарної одиниці не потрібно розкривати, адже лакунарне поняття знайоме представникам мови перекладу. В такому випадку лакуну можна передати транскрибуванням чи калькуванням. Збереження в тексті національно-специфічного елемента і подальший переказ допомагають створити певний колорит національної культури та забезпечити більш глибоке розуміння сенсу тексту.

Наступним і особливо дієвим способом Ю. А. Сорокін вважає спосіб **компенсації** лакун в тексті, суть якого полягає в наступному: для зняття національно-специфічних бар'єрів в ситуації контакту двох культур, тобто для полегшення розуміння того чи іншого фрагмента чужої культури, в текст в тій чи іншій формі вводиться специфічний елемент культури реципієнта. Ю.А. Сорокін та І. Ю. Марковина пишуть, що суть процесу компенсації лакун полягає у вказівці на поняття, знайоме читачеві, що допомагає зрозуміти чуже поняття або ситуацію. Це може бути посилання на добре знайомий реципієнту концепт чи денотат або заміна лакунарної одиниці більш знайомим відповідником в мові перекладу, що допомагає точніше зрозуміти характер феномена чужої культури і викликають потрібне до нього відношення [2, с. 96]. Якщо компенсація здійснюється досить регулярно, відповідний вираз може згодом стати стійкою номінацією концепту – наприклад, *лосьйон після гоління* (англ. *aftershave*), *нещасний випадок* (англ. *accident*). Компенсація лакун тягне за собою деяку втрату національної специфіки вихідної культури і вводить в текст нові елементи, що належать культурі реципієнта.

Отже, для успішної міжкультурної комунікації важливим є не тільки знання мови, а й розуміння певного кола звичних для носіїв мови понять і суджень, які створюють звичні асоціації. Для того, щоб передати лакунарні одиниці однієї мови засобами іншої мови при перекладі застосовують різні прийоми елімінації лакун. Серед найрозповсюдженіших та найпродуктивніших є прийом заповнення та компенсації лакун.

Література:

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – Москва: Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
2. Марковина И. Ю. Культура и текст. Введение в лакунологию: учеб. Пособие. / И. Ю. Марковина, Ю. А. Сорокин. – Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2008. – 144 с.

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ

А.А.Гаврачинська

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Ващило О.В.

Проблема перекладу англomовних юридичних документів була і залишається актуальною. Розвиток науки і освіти, активні державотворчі та законодавчі процеси, технічні досягнення, стали поштовхом для розвитку та збагачення юридичної термінології. Проблеми перекладу англomовних юридичних документів стали предметом досліджень таких видатних вчених як: С.П. Биби́к, яка досліджувала специфіку ділових паперів та документознавство, Є.О. Мічурі́на, яка вивчала проблему перекладу ділових документів, І.Р. Гальперин, який розглядав складнощі перекладу юридичних текстів, О.С. Ахманової та Б.Н. Головіна, які досліджували юридичні терміни. Мета роботи полягає у висвітленні особливостей та складнощів перекладу юридичних документів англійської мови.

Поняття «юридичний документ» формувалося і змінювалося протягом тривалого історичного періоду. Визначенням цього поняття займалися такі відомі українські та російські дослідники як: В.М. Автократов, В.Д. Банасюкевич, К.Б. Виноградов, О.М. Зусьман, О.В. Єлпатьєвський, М.П. Ллюшенко, тощо. Поняття «юридичний документ» входить до кола найскладніших питань у галузі лінгвістики, адже термінологічні юридичні одиниці належать до лексики, яка постійно розвивається та змінює своє значення. С.П. Биби́к дає визначення «юридичного документа» як письмового акта, який встановлює, розвиває або припиняє певні правовідносини або фіксує юридично значимі факти, дії чи події. Сила документа в його змісті, засобом доведення якого до адресата виступає мова[2, с.27]. Такі характерні особливості юридичних текстів, як термінологічність, неособистісність, нейтральність, є найхарактернішими для юридичних текстів. Юридична лексика, яка використовується в документах здебільшого нейтральна. Проте нерідко в юридичних документах зустрічаються архаїзми, історизми та фразеологізми, які слугують функціональним забарвленням та становлять основну складність в процесі перекладу. Юридичні документи насичені спеціально юридичними термінами, що відображають поняття та явища професійної галузі та викликають неабиякі складнощі при перекладі. О.С. Ахманова визначає юридичний термін як слово чи словосполучення, яке позначає поняття, що

відображає специфіку державно-правових явищ[1, с.45-49]. Основу спеціально юридичної лексики та термінології в цілому складають юридичні поняття та реалії. За визначенням С.С. Влахова реалії являють собою слова і словосполучення, що називають об'єкти та явища життя, характерні для певного народу. Вони, як правило, не мають точних відповідників в інших мовах та не піддаються перекладу на загальних підставах[3, с.18-23]. В.М. Комісаров стверджує, що одним із ефективних перекладацьких рішень під час перекладу юридичних текстів є використання трансформацій[4, с.43-47]. Трансформації є невід'ємною частиною перекладацької діяльності. Тому основне завдання перекладача полягає в тому, щоб вміло вжити необхідні перекладацькі трансформації для того, щоб текст перекладу якнайточніше передавав всю інформацію, що міститься в тексті оригіналу.

Отже, юридичний переклад є одним з видів спеціального перекладу, який спричиняє багато труднощів у перекладача. Під час перекладу юридичних текстів перекладач нерідко зустрічається з багатозначністю лексичних одиниць, ідіоматичними та фразеологічними виразами, реаліями, архаїзмами, спеціально-юридичною лексикою, що спричиняють труднощі у перекладі. Юридична терміносистема є ще й досі недостатньо висвітленою проблемою лінгвістичних досліджень, яка становить інтерес для подальших наукових досліджень.

Література

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М : УРСС : Едиториал УРСС, 2004. – 571 с
2. Бибик С. П. Ділові документи та правові папери / С. П. Бибик, Г. М. Сюта. – Харків: Прапор, 2012. – 493 с.
3. Влахов С.С. Непереводимое в переводе. / С. Влахов, С. Флорин // Международные отношения. – М., 1980. – С. 18 – 93.
4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М.: ЭТС, 2002. – 424с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ

А.С. Горецька

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

У сучасному світі важливим способом комунікації є реклама. Рекламний текст впливає на формування стилю життя сучасного громадянина та є важливим чинником розвитку економіки країни. Рекламний текст слугує

головною частиною рекламного повідомлення, що розкриває його зміст. Рекламний слоган будь-якою мовою перш за все характеризується стислим, лаконічним та інформативним викладом інформації. Важлива вимога кожної реклами : мінімум слів, максимум інформативності. Багато товарів, що зараз представлені на полицях українських магазинів та телебаченні , прийшли саме з Німеччини, супроводжуючись рекламою, створеною німецькими авторами. Неправильний переклад рекламного тексту або слогану може створити хибне враження про товар чи безпосередньо фірму. Саме через те, що все більша кількість німецьких компаній просувають свої товари на український ринок, виникає необхідність якісного перекладу реклами даної продукції. Отже, головною функцією реклами є її комунікативне спрямування на досягнення поставлених виробником цілей. При передачі тексту українською мовою потрібно пам'ятати головне: перекладене рекламне повідомлення має так само вливати на іншомовного адресата, як і оригінал. Адекватним перекладом можна вважати лише той переклад, який точно передає не лише суть, але й експресивно-стилістичні особливості оригіналу. Щодо перекладу німецькомовної реклами українською мовою, то тут можна виділити такі основні групи проблем:

- морфологічні, а саме передача категорії роду чи числа іменників, заміна частин мови при перекладі, особливості передачі значення артикля, перекладу складних слів;

- лексичні – переклад безеквівалентної лексики, зокрема назв компаній та їх продукції;

- стилістичні, тобто передача образності та імпресивності, переклад різноманітних стилістичних прийомів, переклад рекламних заголовків та слоганів [1].

Доволі часто не потрібно дослівно перекладати текст рекламного оголошення, достатньо влучно підібрати семантичний еквівалент. Для уникнення можливих проблем при перекладі перекладач використовує такі перекладацькі прийоми: диференціація, конкретизація та генералізація значень, смисловий розвиток, антонімічний переклад, цілісне перетворення, компенсація, додавання, вилучення, заміна порядку слів чи окремих членів речення, зміна структури речення в цілому тощо [1]. При перекладі рекламних текстів іншими мовами потрібно враховувати етичні, психологічні й особистісні характеристики аудиторії і споживача, специфіку і культуру країни, для якої даний текст призначений, а також гендерну приналежність цільової аудиторії [1]. Важливим є також збереження ритміки та позитивного забарвлення рекламного слогану:

Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso – Харібо приносить радість всім: і дорослим, і малим.

Не варто забувати про переклади власних назв, фірм, установ, які відносяться до безеквівалентної лексики та транслітеруються на мову перекладу:

Volksbank – Фольксбанк

Volkswagen – Фольксватен

Mercedes – Benz – Mercedes – Бенц

Отже, для перекладу німецькомовної реклами не достатньо бездоганно володіти мовою, потрібно розумітися на культурних традиціях та мовних особливостях країни, з мови якої здійснюється переклад, а також вдало підібрати лексичне обрамлення, не втративши при перекладі своєрідної насиченості оригінального рекламного тексту. Переклад повинен також враховувати міжкультурні та міжнаціональні особливості реклами для вдалого сприйняття її реципієнтом.

Література:

1. Галема О. Р. ТРУДНОЩІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ [Електронний ресурс] / О. Р. Галема, М. О. Солтис. – 2012. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2012_10_24/5_galema.htm.

2. Кучеренко І. В. ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ТА СИНТАКСИЧНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ І ПАРФУМЕРІЇ [Електронний ресурс] / І. В. Кучеренко, А. О. Цибуля – Режим доступу: <http://intkonf.org/kucherenko-iv-tsibulya-ao-leksiko-stilistichni-ta-sintaksichno-stilistichni-osoblivosti-perekladu-reklamnih-tekstiv-kosmetichnih-zasobiv-i-parfumeriyi/>.

ЛЕКСИЧНА ВІДПОВІДНІСТЬ КАТЕГОРІЙ ЗБРОЙНИХ СИЛ НІМЕЧЧИНИ ТА УКРАЇНИ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

О.Е. Громов

студент 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Бундесвер був створений через десять років після закінчення Другої світової війни, 7 червня 1955 року. У той день було відкрито Міністерство оборони Німеччини [1]. Протягом перших 40 років після свого створення Бундесвер, відповідно до Конституції ФРН, не брав участі в бойових операціях. Лише 12 липня 1994 року Конституційний суд Німеччини ухвалив рішення про

скасування поправки 1982 року до 24-го розділу. Основного закону рішенням Конституційного суду були зняті будь-які «конституційні заперечення» проти участі Німеччини в санкціонованих ООН операціях щодо встановлення та підтримання миру. Німецькі військовослужбовці стали залучатися до участі в миротворчих операціях за кордоном [2].

Мета дослідження – охарактеризувати появу і розвиток збройних сил Німеччини, що дасть точне розуміння про сучасну армію, значення армії в житті середньостатистичного громадянина Німеччини, а так само порівняння назви певних елементів збройних сил України і Німеччини для більш чіткого розуміння розвитку армій двох країн.

Особи, які призиваються вперше, називаються *Einstehrer* (рекрути). Заклик для проходження основної воєнної служби (*Grundwehrdienst*) проводиться в тому календарному році, в якому рекруту виповнюється 19 років. В окремих обумовлених законом випадках заклик може бути здійснений до досягнення ними 28 і навіть 32 років. Термін обов'язкової служби – 6 місяців, після закінчення якого можна продовжити службу на 1-14 місяців в добровільному порядку. Слід зауважити, що лише третина призовників, що пройшла обов'язкову службу, залишається на надстрокову [3].

Служба на основі добровільного зобов'язання буває двох видів: безстрокова (*Berufssoldaten*) і на певний час (*Soldaten auf Zeit*). *Berufssoldaten* складають професійний кістяк армії. Граничний вік служби для *Berufssoldaten* - 65 років.

З 2001 року зняті всі обмеження на службу для жінок. До того часу жінки мали право служити тільки в медичних та музичних частинах. Станом на 2006 рік в Бундесвері несуть службу приблизно 12 тисяч жінок.

Чисельність сухопутних військ збройних сил Німеччини становить 60.000 чоловік, до порівняння, чисельність сухопутних військ України становить 169.000. Однак, Бундесвер хоч і програє армії України в кількості, але виграє в якості по всіх параметрах. Так само, на один сучасний український танк, припадає близько 30 сучасних німецьких танків [4].

Література:

1. Офіційний сайт Бундесверу [Електронний ресурс] / -2017.- Режим доступу: <https://www.bundeswehr.de/portal/a/bwde/start/streitkraefte/grundlagen/geschichte>
2. Офіційний сайт Бундесверу [Електронний ресурс] / -2017.- Режим доступу: <https://www.bundeswehr.de/portal/a/bwde/start/streitkraefte/grundlagen/geschichte/umbruch>

3. Офіційний сайт Бундесверу [Електронний ресурс] / -2017.- Режим доступу: <https://www.bundeswehr.de/portal/a/bwde/start/streitkraefte/grundlagen/geschichte/tradition>

4. Офіційний сайт Бундесверу [Електронний ресурс] / -2017.- Режим доступу: <https://www.bundeswehr.de/portal/a/bwde/start/karriere>

АНІМАЛІСТИЧНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНГЛІЙСЬКОЮ ТА УКРАЇНСЬКОЮ МОВАМИ

А.Т. Грищук

Студентка 4-го курсу, групи ЛА-53, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н.М.

Завдяки фразеології, яка створювалася протягом багатьох століть, можна побачити віддзеркалення багатівікового досвіду народу, його культуру та традиції в лаконічній формі. Фразеологізми, як словосполучення утворилися з вільних поєднань слів, які незабаром втратили своє первісне значення і набули нового як єдине ціле [2]. Фразеологія, яка вміщує в собі назви фауни, становить у фразеологічному складі будь-якої мови чимале місце. Слова, які позначають фауну, належать до найдавніших шарів лексики. Оскільки мова розвивається, змінюється її семантична структура. Отже, у таких слів з'являються можливості до створення нових фраз.

Фразеологізми не перекладаються дослівно, треба розуміти поняття, які стоять за ними. Здебільшого необхідно шукати близькі за значенням аналоги в мові перекладу, хоча не завжди цей аналог можна знайти.

Нами було досліджено групу англомовних фразеологізмів, що включають поняття такої тварини, як *kit*, який, безсумнівно є дуже популярним в Англії. Згідно статистики, кожний третій англієць має kota. Отже, саме він став невід'ємною частиною багатьох вірувань, прикмет та відповідних фразеологізмів.

Наприклад, *grin like a Cheshire cat* — (досл. *скалити зуби як Чеширський кіт*) — *дуже сильно і щиро посміхатися*. Чеширський кіт — відомий нам персонаж з казки Льюїса Керрола «Пригоди Аліси у країні чудес». Він добре всім запам'ятався, завдяки своїй посмішці. Хоча він і відомий в Україні також, та це англійська реалія, а, отже, даний образ в українській мові є незвичним. Тому, для даної ідіоми не існує ні аналогів, ні еквівалентів.

Приклад іншого фразеологізму *to be dog-tired* — (досл. *бути втомленим як собака*) — *бути дуже втомленим, виснаженим*, показує, що можливий

дослівний переклад, при якому не відрізняється значення, оскільки, обидві мови мають однаковий фразеологізм. Використання інших типів перекладу недоречний[1].

Отже, для перекладу анімалістичних фразеологізмів, слід знати культуру, прикмети та традиції не тільки іншої мови, а також і рідної. Дослівний переклад може допомогти лише в деяких ситуаціях, а в інших треба розуміти, що малося на увазі і передавати сенс аналогічними фразеологізмами у мові, на яку робиться переклад. Подальші дослідження допоможуть точніше визначати влучні переклади анімалістичних фразеологізмів, і вони сприятимуть кращому вивченню мов.

Література

1. Основные способы перевода образной фразеологии. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://study-english.info/article081.php>
2. Ужченко В. Д. Семантика українських зоофразеологізмів в етнокультурному висвітленні: автореф. дис. На здобуття наук ступеня канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова» / Д. В. Ужченко. – Х., 2000. – 18 с.

ФАЛЬШИВИ ДРУЗИ ПЕРЕКЛАДАЧА

О.В. Далакова

студентка 2 курсу, група ЛА-73, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Василенко Л.О.

За останні роки серед мовознавців зріс інтерес до специфічної категорії слів, які в лексикології називають «фальшивими або хибними друзями перекладача» (калька з французького *faux amis du traducteur*) – так звані міжмовні відносні синоніми подібного виду, а також міжмовні омоніми й пароніми. Ще в кінці XIX століття увагу лінгвістів вперше привернуло це явище, але тоді воно не набуло термінологічного визначення через недостатньо глибоке вивчення. Ці слова можуть не лише стати на заваді у тих, хто тільки починає вивчення мов, а й значно спотворити перекладацьку роботу навіть досвідчених фахівців. Т.Р. Кияк [1, с.18] зазначає, що особливу небезпеку вони створюють під час технічного перекладу, коли своєю структурою помилково наштовхують перекладача на невірні асоціації з термінами рідної мови.

Отже, кількість таких слів постійно збільшується через розширення сфер їхнього застосування та мовної інтеграції. Умовно їх можна поділити на три основні групи, відштовхуючись від причин їхнього виникнення. По-перше, цей процес відбувається через зсув семантики в процесі розвитку споріднених мов

(англ. gift означає «дар», а нім. Gift – «отрута»). По-друге, через зміну семантики запозичення (англ. dock означає «пристань», а укр. док – «споруда для ремонту і побудови кораблів»). По-третє, через паралельне запозичення зазвичай у близькоспоріднених мовах (англ. mist означає «туман», а нім. Mist – «гній»). Більшість з цих слів належать до однієї ж тієї частини мови, а особливо багато їх серед прислівників, прикметників та дієслів. Історично «фальшиві друзі перекладача» є результатом взаємовпливу мов, особливо близькоспоріднених, одна на одну. Але рідко можуть зустрічатися й виникати випадки паронімії та омонімії в результаті випадкових збігів у різних мовах. Це доводить нам важливість використання словників під час перекладацької діяльності, а також мотивує більш глибоко й детально ставитися до вивчення мови оригіналу перекладу.

Таким чином, «фальшиві друзі перекладача» зустрічаються повсякчас, ускладнюючи роботу не тільки перекладачів, а також фахівців у галузі мовознавства й викладачів. Необхідно бути дуже уважним і спостережливим для того, щоб не потрапити у пастку цього явища. При вивченні та використанні іноземної мови ми часто схильні переносити наші мовні звички на іншу мовну систему. Так виникають грубі й курйозні помилки при перекладі текстів. Крім того, словники не завжди можуть допомогти розрізнити деякі нюанси та відмінностей значень. Для адекватного розуміння перекладних текстів необхідно володіти, щонайменше, двома різновидами фонових знань: побутовими та культурологічними. Ці реалії вимагають від адресата тексту певної культурологічної компетенції – знань в області релігії, літератури, міфології, історії.

Література

1. Кияк, Т.Р. «Фальшиві друзі перекладача» як проблема міжкультурної комунікації / Т.Р. Кияк // Наукові записки. – Випуск 89 (1). – Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – С. 17-20.

FUNCTIONING OF ORIENTIONAL METAPHORS IN ENGLISH AND UKRAINIAN PAREMIAS AND PHRASEOLOGISMS AND THEIR TRANSLATION

D. Danylova

4 year student, group LE-52, the faculty of linguistics

Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Research adviser: senior lecturer Beskletna O.O.

Metaphor is one of the varieties of the lexical-semantic way of word formation, that is, the transfer of a meaning from one subject to another based on similarity or contrast. The main classification was proposed by the American philologist J. Lacoff, in particular, he distinguishes a kind of orientational metaphor. In the Ukrainian language, the functioning of orientational metaphors has not yet been studied at the proper level, so there are issues that require more detailed study. In this paper, examples of the most common cases of orientational metaphor use will be given, and it will be stated what functions they perform.

Oriental metaphors have got their name, because the cases of their usage are related to the spatial orientation, with the oppositions of the "top to bottom", "inside - outward", "front - toe", "deep - shallow", "central - peripheral". Oriental metaphors give the spatial orientation to concepts. Thus, happiness, luck is associated with a rising up, and sorrow, failure - lowering to the bottom. For example: to be on the cloud nine (бути на сьомому небі від щастя), to hit the rock bottom (впасти нижче плінтуса). Health and life - up, disease and death – down: to *drop* dead (впасти замертво), to *rise* from the dead (повстати з мертвих). Have power or influence is up, and subordination to power is down: to have control *over* somebody (мати контроль над кимось), to be a *low* person (бути людиною *низького* становища). Virtue is up, the flaw is down: to be *up*-minded (мати *високі* помисли), a *low-down* thing (*низький* вчинок). You can also distinguish orientational metaphors through the horizontal motion, where the right side is good, and the left is evil. Such an association refers to the fact that the devil sits on the left shoulder, and the angel is on the right. This is especially noticeable in English, where the word «right» means not only the right move, but also something correct, true.

To sum up, the lower points of the space correspond to the negative emotions or trades of the characters, the higher - the positive. Moving from the bottom up can mean improvement of character, the development of the hero from the positive side, from the top down - the deterioration.

References:

1. Gusein-Zade IA The metaphor of motion vertically in the figurative characteristic of feelings and emotions // *Culturology, theory and history of culture*. 2012. № 1 (5). Pp. 5-10.
2. Lakoff D. *Metaphors We Live By* / D. Lakoff, M. Johnson // *Theory of metaphors*. M., 1990. pp. 387-416.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

А. С. Дебела

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Гаман І. А.

У наш час інформація має надзвичайно великий вплив на людину та її життя. Обмін інформацією – процес, що відбувається безперервно. Джерелом інформації можуть бути як сама людина, так і засоби масової інформації, які містять усне або письмове повідомлення.

Значна частина інформаційних текстів орієнтована на реципієнтів, які не є фахівцями у конкретній галузі знань. З цієї причини у більшості випадків при написанні таких текстів використовують науково-популярний стиль.

Інформація у текстах викладена у зрозумілій та доступній формі, оскільки основним завданням таких текстів є не тільки донесення інформації, а й поширення її серед реципієнтів-нефахівців. Тому перед перекладачем постає завдання не тільки трансформувати текст з однією мови іншою, але й донести інформацію до адресата-нефахівця.

Науково популярному стилю властиві основні ознаки наукового стилю, зокрема, логічність, структурованість, наявність термінології, але також він відрізняється образністю, художністю та емоційністю.

У науково-популярних текстах наводять приклади, але уникають спеціальних умовних позначень, формул тощо. Також у текстах чи мовленні у науково-популярному стилі використовують не вузькоспеціальні терміни, а загальноживану лексику [1]. Якщо у тексті вживаються поняття, що відносяться до професійної чи спеціальної лексики, то надаються пояснення у самому тексті чи у примітках. Тому при трансформації тексту необхідно враховувати його тематику та специфіку і правильно підбирати еквіваленти. При перекладі науково-популярної літератури у перекладача можуть виникнути складнощі через відсутність еквівалентів. Під час перекладу науково-

популярної літератури важливо зберігати стильові ознаки, оскільки це забезпечує легке сприйняття інформації читачем.

Результати структурно-стилістичного аналізу статті «*Fest im Griff*» («*Під контролем*»), опублікованої у журналі «*Der Spiegel*» від 6.10.2018 та присвяченої темі впливу смартфонів на молодь, яка повідомляється читачу на початку тексту: «*Das Smartphone ist vielen Jugendlichen zu einer Art zweitem Gehirn geworden*» («*Смартфон став для підлітків чимось на кшталт другого мозку*») показують, що очікувано для тексту науково-популярного стилю спеціальна лексика та термінологія майже відсутня («*Medienpsychologie*» – «*медіапсихологія*», «*Digitalisierung*» – «*оцифрування*», «*Lernsoftware*» – «*освітнє програмне забезпечення*»), використовується загальноживана лексика («*junge Generation*» – «*молоде покоління*», «*mit dem Smartphone*» – «*зі смартфонами*»).

Мовні засоби передачі фахових знань також відіграють важливу роль. Наприклад, використання порівнянь допомагає пояснити, а також унаочнити положення чи поняття, що полегшує сприйняття тексту.

Таку функцію виконують також статистичні дані. Завдяки прикладам у вигляді статистики читач має змогу побачити та порівняти дані дослідження.

Наприклад: «*55 Minuten täglich verbringen wir mit Social Media: 35 auf WhatsApp, 15 auf Facebook und 5 auf Instagram*» («*55 хвилин щоденно ми проводимо у соціальних мережах: 35 – у WhatsApp, 15 – у Facebook, 5 – у Instagram*»).

Переклад подібного тексту не становить для перекладача особливих труднощів завдяки зрозумілій для реципієнта тексту перекладу тематиці та відсутності термінології і складних речень. Основним завданням під час перетворення тексту з однієї мови на іншу є передача мети оригінального тексту методом збереження стильових ознак та відтворення мовних засобів.

Література:

1. Науковий стиль української мови у професійному спілкуванні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studopedia.org/10-127523.html>
2. Backes L. Fest im Griff / Laura Backes, Gregor Becker, Tobias Becker, Katharina Meyer zu Eppendorf, Ann-Kathrin Nezik, Miriam Olbrisch, Christopher Piltz // Der Spiegel. – 2018. – №41. – S. 47-52.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОЇ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ

А.С. Дебела

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Художній переклад вважається одним з найскладніших видів перекладу, оскільки перекладач має не тільки трансформувати текст з однієї мови на іншу, а й передати загальний зміст та ідею оригінального тексту.

Складність перекладу художньої літератури полягає у тому, що передбачається обмін двома культурами. А це включає обмін емоціями, образами та ідеями [1].

Отже, перед перекладачем постає завдання не тільки перетворення тексту, але й перетворення з урахуванням культурних особливостей та полегшення сприймання тексту читачем.

Говорячи про переклад німецькомовних художніх текстів, слід враховувати особливості цієї мови, які можуть спричинити деякі складнощі під час трансформації.

Наприклад, перекладачу слід враховувати наявність діалектів та звертати увагу на розбіжності не тільки мовні, але й культурні.

Також, при виконанні перекладу з німецької мови, перекладач стикається з складнощами на лексичному рівні. Наприклад, з відсутністю відповідника у мові, якою перекладають.

Часто складнощі виникають також і на фонетичному рівні. Такі, як переклад імен та власних назв. В таких випадках використовується транскрипція або транслітерація. А якщо це ім'я, наприклад, історичної персоналії або літературного героя, то відбувається фонетична заміна за традицією, тобто ім'я фонетично трансліюємо так само, як і мовою оригіналу.

Говорячи про граматичний рівень перекладу, то слід звернути увагу на особливість побудови речень у німецькій мові. Наприклад, якщо в реченні присутні модальні дієслова, то головне дієслово виноситься в кінець речення. Але під час перекладу слід дотримуватися структури побудови речення українською мовою.

Звичайно, не слід забувати й про фразеологічні звороти та ідіоми. Деякі з них мають відповідники або еквіваленти, що близькі за значенням, а деякі — ні. Тому, в таких випадках, інколи вони перекладаються дослівно. Перекладач має вирішувати, який спосіб перекладу обрати.

Невідповідність родів, станів, відмінків та числа також можуть викликати складнощі перекладу.

Отже, під час перекладу німецької художньої літератури перед перекладачем постає завдання не тільки трансформувати текст, але й передати зміст, враховуючи культурні особливості та задум автора.

Література:

1. Специфіка перекладу художньої літератури [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.com.ua/1_23926_spetsifika-perekladu-hudozhnoi-literaturi.html

СПЕЦИФІКА АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ ЕПОНІМІЧНИХ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ, ЩО НОМІНУЮТЬ ХВОРОБИ

О.Ю. Демянюк

студентка 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Іщенко О.В.

Актуальність даного дослідження полягає в необхідності пошуку способів якомога точніше передавати номінацію хвороб, що містять власні назви (терміни-епоніми). Відповідно до сучасних мовних тенденцій виникає потреба у заміні термінів-епонімів більш описовими термінами або ж віднайденні «ідеальних» термінів-відповідників. Медична термінологія є основою спілкування вчених-лікарів, тому вивчення епонімічних понять, виявлення особливих характеристик терміна, дослідження його вживання, при врахуванні особливостей специфічних мовних ознак, сприятиме міжмовному узгодженню і міжнародному порозумінню, що значно полегшуватиме обмін знаннями у сфері медицини, яка розвивається дуже швидкими темпами і постійно потребує номінації нещодавно відкритих хвороб. У лінгвістиці епонімічні терміни досліджували М.Л. Осадчук, О.В. Суперанська та ін.

Серед способів перекладу епонімічних медичних термінів, що позначають назви хвороб, є дослівний переклад з мови оригіналу – *Ollier's disease* (хвороба Оллье), *Japanese encephalitis* (японський енцефаліт); переклад з мови оригіналу не епонімічним відповідником у мові перекладу – *Kok disease* (гіперекплексія), *German measles* (краснуха); переклад епонімічного терміну мови оригіналу іншим епонімом-відповідником – *Bamle disease* (синдром Сюльвеста); відсутність українського відповідника, що містив би термін-епонім, хоча його наявність в мові оригіналу – *Mooren ' s ulcer* (роз'їдаюча виразка рогівки). Проблема перекладу прізвищ полягає у варіативності

репрезентацій одного й того ж іншомовного прізвища: *Kallman syndrome* – *Синдром Калмана (Кальмана)*. До інших складностей при перекладі відносяться: представлення у словнику двох зразків перекладу прізвища, граматичні неточності, зміна оригінального порядку називання прізвищ у складі епонімічного компоненту терміна.

Отже, існує багато термінів-епонімів, які транскодуються українською мовою з мови-оригіналу недостатньо однозначно, мають варіації (перекладені за допомогою транслітерації чи транскрипції), деякі зовсім не внесені до реєстру. Важливою метою дослідження є віднайдення найдосконаліших способів перекладу епонімічних медичних термінів, які номінують хвороби та надання вичерпної культурологічної та екстралінгвістичної інформації, яка відповідала б усім встановленим вимогам наукової термінології.

Література

1. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. – Вінниця: Нова книга, 2002.
2. New English - Ukrainian Medical Dictionary . – К .: Ariy , 2007.

КАТЕГОРІЯ ВИЗНАЧЕНОСТІ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ. МОЖЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ АРТИКЛЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Н. О. Дубіна

*Студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Науковий керівник: ст. викл.Чепурна З. В.*

Граматична категорія детермінації є властивою для більшості мов. Категорія невизначеності характерна для іменників, що належать до певної групи предметів, визначеності – для предметів, що виокремлюються з групи подібних. Категорії визначеності та невизначеності у граматиці німецької мови виражені експліцитно на протигагу граматиці української мови. В українській це явище виражається імпліцитно. Саме тому немає сенсу досліджувати категорії визначеності та невизначеності в українській ізольовано – лише у порівнянні з іншою мовою.

Потреба адекватної передачі змісту при перекладі з неспоріднених генеалогічно мов (німецька та українська) зумовлює **актуальність дослідження**. Оскільки в українській мові не існує універсальних морфологічних категорій для передачі означених та неозначених артиклів

німецької [1, с.300], є потреба дослідити можливі варіанти для забезпечення чіткості при перекладі.

Мета роботи – порівняти засоби для позначення категорій визначеності та невизначеності, що використовуються в німецькій мові та при перекладі українською. Проблему артикля як засобу вираження категорій визначеності / невизначеності в німецькій мові досліджували Б. Кашкін, Д. Штелінг, І. Крамський та ін.

Суперечності у наукових колах викликає дефініція поняття «артикль» і чи належить так званий «нульовий» артикль до засобів детермінації. Питання потребує глибшого вивчення та детального аналізу.

Розглянемо кожен із артиклів:

1) означений артикль – der (чол. р.), die (жін. р.), das (сер. р.), die (множ.) – вказує на те, що слово позначає конкретний предмет (відомий із контексту або єдиний у своєму роді);

2) неозначений артикль – ein (чол. р.) , eine (жін. р.), ein (сер. р.) – вказує на те, що слово позначає певний предмет чи явище не конкретизуючи;

3) нульовий артикль вживається при назві осіб, міст, континентів [2, с.445].

Можна виділити кілька шляхів вираження визначеності / невизначеності в українській мові [3, с.195]:

1) за допомогою займенників;

2) за допомогою прикметників.

При перекладі означених артиклів за допомогою вказівних займенників української мови (*той, цей, такий*) спостерігається подібність між неспорідненими (німецькою та українською) мовами.

Ich habe diese Kasette. – У мене є ця касета.

Для вираження неозначеності послуговуються неозначеними займенниками: *будь-який, деякий, хтось, дещо*. Вони вказують на існуючі поняття, значення яких не розкривається, не конкретизується. Їм відповідають неозначені артикли та нульовий артикль у німецькій мові.

Висновки. У роботі було розглянуто категорії визначеності та невизначеності. У німецькій мові вони реалізуються експліцитно, в українській – імпліцитно. Важливо враховувати цю особливість при перекладі, щоб точно відтворити лексичний відтінок значення понять у вихідному тексті.

Література

1. Служинська Л. Б. Артикль як традиційний засіб вираження детермінації в німецькій та англійській мовах / Л. Б. Служинська, І. М. Гумовська // Наукові записки Національного університету "Острозька

академія". Серія : Філологічна. – 2015. – Вип. 58. – С. 300-302. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_58_114.

2. Служинська Л. Б. Засоби вираження категорії означеності / неозначеності в німецькій мові за допомогою артикля [Електронний ресурс] / Л. Служинська // *Studia linguistica*. – 2014. – Вип. 8. – С. 443-446. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stling_2014_8_72

3. Служинська Л. Б. Порівняльна типологія вираження означеності / неозначеності в німецькій та українській мовах [Електронний ресурс] / Л. Б. Служинська // *Нова філологія*. – 2014. – № 63. – С. 193-197. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2014_63_40

СПЕЦИФІКА ФОНЕТИЧНОЇ АДАПТАЦІЇ АНТРОПОНІМІВ

Н. О. Дубіна

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Норми чинного правопису регулюють відтворення власних назв іншомовного походження літерами української абетки. Для цього використовуються транскрипція, транслітерація, комбінація транскрипції та транслітерації, а також фонографічна заміна за традицією. Кожен зі способів є продуктивним. Однак мова не існує ізольовано, норми піддаються критиці і стають радше рекомендаціями, аніж постулатами.

Імена та прізвища з англійської, німецької чи французької мов найчастіше транскрибують. Таке явище характерне не лише для української мови, а є світовою тенденцією. Мета транскрипції – передати власну назву максимально наближено до її звучання в оригіналі.

За радянського періоду переклад українською зазнавав пильного контролю влади. Нерідко відтворюючи антропоніми орієнтувалися на варіант російський, а не першоджерело. Звідси *Хемінгуей*, який перетворився на *Гемінгвея* аж у 2017 році завдяки «Видавництву Старого Лева». Аналогічна ситуація з адаптацією прізвища австрійського письменника Стефана *Цвайга* (нім. *Stefan Zweig*). У перекладах 1928–1929 років він *Цвайг*, але вже у 1968 *Цвейг*. У 2000 знову *Цвайг*, але надалі лише *Цвейг*.

І американський автор німецького походження *Charles Bukowski* відомий в Україні під прізвищем *Буковскі*, хоч підстав для того немає, бо прізвище польське, а їх відтворюють з закінченням –ий. Переклади творів Буковскі українською почалися у 2009 році. Вплинути на них радянська влада фізично не

могла. Отже, це або недбалість, або зумисний покруч за мотивами російських перекладачів. Подібна доля спіткала сучасного французького письменника *Frédéric Beigbeder*, який в українських перекладах *Бегбедер*. За нормами правопису мав би бути *Бегбеде*, наближено до вимови французькою. Але на ділі наближено до транлітерації російською.

Отже, простежуються тенденції до застосування транскрипції для відтворення антропонімів. Винятками є прізвища, спотворені історією або позичені в російських перекладів.

За правилами перекладу з близькоспоріднених мов, імена по батькові росіян та білорусів передаються українськими відповідниками. Однак і тут виникають дискусії у колах філологів. Частина мовознавців підтримують чинні правила і обґрунтовують думку тим, що росіяни ніколи не передаватимуть ім'я Довженка як Олександр, а напишуть Александр. «І правильно зроблять. Тому ми їхнього Пушкіна повинні писати Олександр. Треба відтворювати за законами мови, і ми це робимо взаємно. Так само й з білорусами», – стверджує професор Олександр Пономарів [1].

Доц.ка кафедри української мови НУ«ЛП» Ірина Фаріон вважає, що це питання лежить винятково у політичній площині: «Польські, сербські, чеські імена ми не адаптуємо до українського правопису, тому що політично ми від них дистанційовані. Проблема виникає через те, що ми перебуваємо на стадії колоніального синдрому. Якщо дивитися на це не політично, а лінгвістично, то ми би мали написати Владімір, Єкатеріна, Александр» [1]. Цю точку зору поділяє і професор Колумбійського університету, мовознавець Юрій Шевчук: «Називання росіян українськими іменами – це трактування чужого як свого. Таку мовну практику мотивує глибоко засвоєна українцями імперська фікція про те, що українці й росіяни – це таки «один народ» [2].

Недотримання норм правопису не тягне за собою правової відповідальності, тому перекладачі, журналісти та решта продовжують послуговуватися тими відповідниками російським та білоруським антропонімам, якими вважають за потрібне. Дискусії тривають і маємо надію, істина в них таки народиться.

Фонографічна заміна за традицією – це коли *James* перетворюється на Якова, якщо він король, і залишається Джеймсом, якщо простолюдин. Якщо спецагент, все одно Джеймс. За аналогією король Франції *Людвиг*, але письменник *Луї* Буссенар, хоч французькою обидва *Louis*.

Отже, слід урегулювати питання адаптації антропонімів. Це стосується як близькоспоріднених, так і неспоріднених мов.

Література:

1. Марусик Т. П. Правопис російських (слов'янських) імен і прізвищ українською мовою [Електронний ресурс] / Тарас Павлович Марусик // Радіо Свобода. – 2012. – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/24578064.html?fbclid=IwAR3EoLcWVOqZLq-q_VncYiRnwBOlGoDJvyr5aiiM-YpnrxCf4ACxJaLi6Pg.
2. Шевчук Ю. І. Чому українці вважають росіян своїми [Електронний ресурс] / Юрій Іванович Шевчук // Збруч. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://zbruc.eu/node/81195?fbclid=IwAR3GYCPBsawN18dMnEpORJEFg0exuRQ_N1I6U5OjWZ1xDEIqzqrvoUDmhq8

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ГІПЕРТЕКСТІВ

Р.Г. Залужний

студент 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Поняття гіпертексту було запроваджено ще 1965-го року після публікації статті Теодора Нельсона, в якій він визначив його основні структурні елементи та принципи побудови [1]. Загальновідомим воно стало завдяки розвитку мережі Інтернет та поступовому збільшенню частки людей, які використовують її на регулярній основі – в Україні це понад 66% [2]. Гіпертекст являє собою форму організації тексту, в якій одиниці тексту представлені як система переходів та зв'язків, завдяки яким можна читати матеріал в будь-якому порядку.

Становлення національної свідомості в останні роки, розвиток співпраці з Європейським союзом та активність України у даному політичному напрямку сприяє інтеграції закордонних компаній на вітчизняному ринку, що включає створення україномовних варіантів їх веб-сайтів. Зокрема це стосується відомих німецьких підприємств: Stihl, Bosch, Siemens, DHL та ін.

Важливу роль відіграє адаптація тексту для кінцевого користувача, що відображається у перекладах стартових сторінок. Наприклад, німецькомовна сторінка компанії Stihl пропонує «*Produkt online kaufen oder reservieren*» – придбати товари онлайн, в той час як українська містить банер з закликом остерігатися таких магазинів, оскільки компанія не має офіційного інтернет-магазину в Україні. На україномовній версії сайту Goethe-Institut в одному з меню на першому місці розміщено інформацію та посилання на курси німецької мови, а на німецькомовній – на останньому, так як на першому

знаходиться інформація щодо викладання. Також велика кількість сайтів має гіперпосилання на російськомовну версію, оскільки майже 25% населення досі розмовляє російською [3].

Уваги заслуговує порівняння різних варіантів вирішення проблеми перекладу поняття «*GmbH*» у різних випадках. Наприклад, DHL залишає цю аббревіатуру латиницею, як в оригіналі, Stihl перекладає як «*ТОВ*», Bosch використовує транслітерацію англійського еквіваленту – Лтд. Також на веб-сайтах застосовуються різні підходи до перекладу власних назв технологій чи підрозділів підприємств. Наявні транслітерування, транскрибування, дослівні переклади, а у деяких випадках слова залишаються без змін.

Особливості побудови електронного гіпертексту висувають додаткову низку вимог до його перекладу: збереження структури тексту (наявність меню, збереження послідовності рубрик, наявність аналогічних оригіналу ілюстрацій, тощо); збереження всіх блоків гіпертексту; коректний переклад гіперпосилань та зміна меж гіперпосилань у рамках відповідних слів, словосполучень чи речень; врахування специфіки тексту, збереження стилю, вживання ключових для фрагментів понять [4].

Тому при перекладі гіпертексту варто зважати не лише на стандартні вимоги щодо якості, еквівалентності та адекватності, але й на властиві цьому типу особливості – посилання, блоки інформації, зв'язки між сторінками для формування у кінцевого читача цілісного уявлення про прочитане.

Література:

1. Nelson T. H. Complex information processing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate [Електронний ресурс] / Theodor Holm Nelson // ACM '65 Proceedings of the 1965 20th national conference. – 1965. – Режим доступу до ресурсу:

<http://csis.pace.edu/~marchese/CS835/Lec3/nelson.pdf>.

2. Машенко Г. Представляємо результати дослідження поведінки українського інтернет-користувача Google Connected Consumer Study 2017 [Електронний ресурс] / Галина Машенко. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine.googleblog.com/2017/10/google-connected-consumer-study-2017.html>.

3. Financial Times: кількість російськомовних в Україні суттєво зменшилася [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28432416.html>.

4. Лінгвопрагматичні особливості перекладу електронного гіпертексту (на матеріалі «вікіпедії») : дис. канд. філ. наук : 10.02.16 / . – Одеса, 2017. – 212 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ АБРЕВІАТУР ТА СКОРОЧЕНЬ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

А. В. Зацепіна

студентка 2 курсу, група 244/1, Інститут філології

ЧНУ імені Петра Могили

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Лютянська Н. І.

Розвиток науки і техніки супроводжує тенденція до зростання кількості аббревіатур та частішого їх використання в науково-технічній літературі, особливо в сфері інформаційних технологій.

Актуальність даної теми зумовлена низкою причин: мережеве спілкування у цифровому форматі потребує всебічного наукового вивчення, воно недостатньо висвітлене у лінгвістичній літературі і охоплює всі верстви населення.

Хоча, видання різних технічних словників полегшило сприйняття нової лексики та галузевих текстів, проте залишається ще багато лінгвістичних аспектів які потрібно дослідити. Виникає потреба у створенні адекватної моделі редагування перекладу аббревіатур та скорочень українською мовою.

Розглянемо найбільш поширені типи аббревіатур, спираючись на результати досліджень науковців, які вивчають це питання:

- ініціальні аббревіатури або буквені скорочення (алфаветизми) [2, с. 33], наприклад: *HTTP – Hyper Text Transfer Protocol*; *OS – operational system*; *DB/db – data base*. П. Андерсен характеризує даний тип аббревіатур як буквеноскладові скорочення [3, с. 27], зокрема: *ADMD – ADministration Management Domain*; *ESCON – Enterprise System CONnection*;

- акроніми, омонімічні словам загальнолітературної мови [3, с. 48], наприклад: *CAT – Computer-Aided Translation*; *CASE – Computer-Aided Software Engineering*; *ROSE – Remote Operations Service Element* [4, с. 22].

- контамінати (*netiquette – net “мережа” + etiquette “етикет”*, *scalability – scale “масштаб” + ability “здатність”*, *botnet – robot “робот” + net “мережа”*) [3, с. 28–32].

Натомість І. С. Белікова пропонує класифікувати аббревіатури на нетрадиційні (нестандартні), фразові та комбіновані [1, с. 24].

Головним помічником під час перекладу багатозначних та незрозумілих скорочень є контекст, правильне розуміння якого забезпечить адекватний переклад таких лексичних одиниць.

Основні способи перекладу англомовних абревіатур та скорочень: транслітерація, транскрипція, калькування та експлікація.

Транслітерація і транскрипція: *DOS (Disk Operating System)* – ДООС (дискова операційна система); *FreeBSD* – ФріБСД (операційна система); *IP Adress (Intrernet Protocol Adress)* – ай-ні адреса (адреса комп'ютера в мережі).

Якщо транслітерація та транскрипція використовується загалом під час перекладу окремих слів-термінів, то переклад термінологічних словосполучень здійснюється більше засобами калькування та експлікації.

Калькування використовувалось у процесі перекладу таких термінологічних словосполучень, наприклад, як: *PC (Personal Computer)* – персональний комп'ютер; *e-mail* – електронна пошта; *SIP (Single In-line Package)* – корпус з однорядним розташуванням виведень.

Труднощі перекладу багатокомпонентних словосполучень часто усуваються за допомогою калькування зі зміною послідовності компонентів словосполучення: *BIOS (Basic Input/Output System)* – базова система вводу-виводу; *DMA (Direct Memory Access)* – прямий доступ до пам'яті.

За допомогою експлікації (описового перекладу) перекладаються багатокомпонентні термінологічні словосполучення, як, наприклад: *VR (virtual reality)* – світ, штучно створений за допомогою комп'ютерної техніки; *DEL (delete)* – клавіша, що призначається для ліквідації знака; *CDE (Common Desktop Environment)* – загальне обчислювальне середовище для настільних систем.

Перевагою калькування перед експлікацією є те, що експлікація багатослівна, а у випадку калькування реалізується принцип економії мовних засобів.

Отже, вибір способу передачі англомовних абревіатур та скорочень українською мовою залежить від характеру тексту, структури скорочення, сталих традицій передачі певних груп скорочень тощо. Основними способами перекладу скорочених лексичних одиниць є транслітерація, транскрипція, калькування та експлікація. Переклад термінологічних словосполучень здійснюється більше засобами калькування та експлікації.

Література

1. Беликова И. С. Особенности образования терминов-неологизмов в подъязыке компьютерной техники : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / И. С. Беликова. – Омск, 2004. – 164 с.

2. Володькова С. И. Проблемы сокращений терминологических единиц в подъязыке информатики английского языка : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / С. И. Володькова. – Омск, 2011. – 182 с.

3. Felber H. Terminology Manual / H. Felber. – Paris : UNESCO, Infoerterm, 1984. – Vol. XXI. – 426 p.

4. IBM Dictionary of Computing. – New York : McGraw-Hill, Inc, 1993. – 670 p.

ПЕРЕКЛАД МЕТАФОР ЯК ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНОГО ЗАСОБУ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ

(на матеріалі роману Ш. Бронте «Джейн Ейр»)

О.А. Зіненко

*студентка 4 курсу, група ФЛ-401,
факультет лінгвістики та соціальних комунікацій,
Національний авіаційний університет
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Крилова Т.В.*

Досить поширеним засобом вираження емоцій вважаються метафори. Вони дозволяють трактувати емоції крізь поняття конкретної сфери (речей, орієнтирів, предметів) та виконують естетичні, культурні, філософські і психологічні функції. Метафора складає складний механізм з різними характеристиками та особливостями, які зумовлюють її широке використання у художніх текстах з різною метою, зокрема для вираження певних почуттів, переживань, емоцій у тексті [1, с. 1].

Було виявлено, що найбільшим рівнем трансформативності у процесі перекладу відрізняються контекстуальні емотиви та деякі конотативи, в тому числі метафори, окремі види фразеологізмів, неологізмів тощо. Тому правильний переклад метафор, що зустрічаються у художньому тексті, є дуже важливим, оскільки з їх допомогою досягається смисловий задум автора, який вкладає у звичайні слова глибокий зміст, що спонукає працювати уявлення читача. Такі образні засоби сприяють кращому розумінню внутрішнього стану героя, його переживань, емоцій.

В. Н. Комісаров виділяє три головних способи передачі метафоричної конструкції: збереження, заміна та опущення метафори. При цьому вагомим фактором, який необхідно брати до уваги перекладачу, є контекст, що також впливає на розуміння та інтерпретацію метафори [4, с. 151]. Аналіз текстів оригіналу та перекладів роману Ш. Бронте «Джейн Ейр» дозволяє виявити ці способи та простежити специфіку їхнього використання під час перекладу.

Збереження метафори забезпечує повну адекватність перекладу, це означає що перекладачу вдалося досягти найвищого рівня еквівалентності. Нижче наведений приклад демонструє випадок, коли перекладачу вдалося

зберегти метафору *the Rubicon was passed*, під якою розуміється, що рішення прийнято остаточно. Внутрішній емоційний стан героїні, що свідчить про безповоротність ситуації, обидва перекладачі передали з допомогою українських відповідників *Рубікон перейдено* та *перетнуто*: *I began to steady the palsy of my nerves, and to feel that **the Rubicon was passed*** [5, с. 75]. – *Я відчула, що мені вдалося стримати нервовий дріж, і я зрозуміла: **Рубікон перейдено*** [3, с. 78]. – *Я почала опановувати себе: я відчула, що **рубікон перетнуто*** [2, с. 75].

У дослідженому тексті було виявлено випадки заміни метафори, однак даний спосіб використовувався на пряму з різними перекладацькими трансформаціями, зважаючи на контекст оригіналу. Враховуючи той факт, що англомовні лексеми відзначаються меншим емоційним забарвленням, під час перекладу метафор необхідно спиратися на мікроконтекст і передавати те чи інше висловлювання конкретизуючи значення. Маленьку головну героїню називають, використовуючи метафору *an underhand little thing*, що вказує на закритість її душевного стану. Перекладачі вдаються до таких відповідників як *мале та тихе* та *мале, але таке потайливе*, уточнюючи значення іменника *thing*. При цьому перекладач О. Ломакіна підсилила емоційне навантаження перекладної структури, використавши частку *make*: *She's **an underhand little thing**: I never saw a girl of her age with so much cover* [5, с. 12]. – *Таке вже **мале та тихе!** Я ще не бачила, щоб дівчинка її віку була така потайна* [7, с. 26]. – *Таке **мале, а таке потайливе!** Ніколи не бачила, щоб дитя в такому віці було таким відлюдьком* [2, с. 14].

Спосіб опущення метафори застосовується у тих випадках, якщо образний компонент, на основі якого він створений у оригіналі, відсутній у цільовій мові. Варто зазначити, що даний метод використовується досить рідко, оскільки перекладач намагається максимально зберегти метафоричне висловлювання. Проте існують випадки, коли потрібного аналогу не існує. Розглянемо приклад: *Nothing to cut a feeling or sting a passion* [5, с. 351]? – *Нічого такого, що б мене **образило** або **розгнівало*** [3, с. 305]? – *Нічого б, що **зачепило мене за живе** чи **змусило спалахнути гнівом*** [2, с. 335]? Переклад даного речення відрізняється високим рівнем експресивності, оскільки перекладач П. Соколовський інтерпретує метафори *to cut a feeling, sting a passion* за допомогою відповідників з меншим емотивним навантаженням, передаючи зміст нейтрально і конкретизуючи зміст поняття. Перекладач О. Ломакіна при перекладі підсилює експресивність висловлювання: *зачепити за живе, спалахнути гнівом*, вдаючись до прийому смислового розвитку.

Отже, було розглянуто приклади метафор із обраного твору і їх переклади, які є найбільш яскравими і цікавими з точки зору лінгвістичного

аналізу та оформлення. У досліджуваних текстах перекладу було виявлено, що перекладачі прагнули зберегти метафоричні висловлювання, вдавалися до їх заміни або ж опущення, використовуючи різні прийоми перекладу: частіше перекладачі вдавалися до прийому компенсації (30%) та смислового розвитку (25%), рідше антонімічного перекладу (18%), конкретизації (15%), дослівного перекладу (12%). Заміни англійських метафоричних виразів пояснюються, крім необхідності в експлікації емпатемі, також і нормами використання експресивних метафор в українській мові.

Література

1. Атаян Д. Н. Метафора как один из распространенных стилистических приемов в романе Ш. Бронте «Джен Эйр» и способы ее перевода на русский язык / Д. Н. Атаян // Научная палитра. – Краснодар, 2014. – №2 (4). – Режим доступа: <http://culture.esrae.ru/30-54>

2. Бронте Ш. Джейн Эйр / Шарлотта Бронте ; пер. з англ. Олени Ломакіної. – К. : Знання, 2018. – 511 с. – (Класна література).

3. Бронте Ш. Джейн Эйр / Ш. Бронте; пер. з англ. П. Соколовський ; передмова: Т. Денисова. – К. : Дніпро, 1971. – 461 с. – (Вершини світового письменства).

4. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.

5. Bronte Ch. Jane Eyre / Ch. Bronte. – London : Penguin Books, 1994. – 447 p.

ЕКРАНІЗАЦІЯ ЛІТЕРАТУРНОГО ТВОРУ ЯК ІНТЕРСЕМІОТИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД

А. В. Ільченко

*студентка I курсу магістратури, група ЯАП-63, факультет іноземних мов,
ХНУ ім. В. Н. Каразіна*

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Лук'янова Т. Г.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що воно вносить вклад у розвиток теорії перекладу кінотекстів, розширює загальні відомості про інтерсеміотичний переклад.

Екранізація літературного твору дає можливість ознайомитися з певним твором за лічені години й робить сприйняття цього твору більш захоплюючим і яскравим за допомогою мультимедійних засобів. Екранізація – це «інтерпретація засобами кіно творів іншого виду мистецтва, найчастіше, літературних творів» [2]. Це також передача змісту та ідейно-художньої

своєрідності першотвору засобами іншої семіотичної системи, у нашому дослідженні кінематографічними засобами, де взаємодіють вербальний та невербальний компоненти [1, с. 285]. Існують такі види екранізації:

1) пряма екранізація або буквальне перекладення (зберігаються імена, назви і місця подій, сюжет твору передається максимально повно і точно);

2) екранізація за мотивами художнього твору (зберігається основна сюжетна лінія, але багато чого опускається і вноситься щось нове);

3) кіноадаптація (створення на основі оригіналу самостійного нового твору, який перекликається з першоджерелом) [3, с. 129].

У нашому дослідженні розуміємо екранізацію як інтерсеміотичний переклад. Маємо на *меті* застосувати апарат теорії перекладу до трансформацій тексту і виявити можливості адекватної передачі змісту, ідеї та стилю автору у рамках інтерсеміотичного та інтралінгвістичного перекладу тексту в кінотекст з урахуванням аудіовізуальних можливостей відображення інформаційного і емоційного простору роману. *Матеріалом* для нашого дослідження виступає літературний твір Френсіса Скотта Фіцджеральда «Великий Гетсбі» та однойменна екранізація цього твору.

Інтерсеміотичний переклад – «інтерпретація вербальних знаків за допомогою невербальних» [4, с. 233]. При інтерсеміотичному перекладі зміни відбуваються практично в кожному елементі: контексті, повідомленні, коді, контакті і адресаті. Неминучою є також реорганізація комунікативних функцій, але на радикальному рівні. Прикладом такого типу виступає переклад роману в фільм.

Інтралінгвістичний переклад – «інтерпретація вербальних знаків за допомогою інших знаків тієї самої мови» [4, с. 233]. У інтралінгвістичному перекладі обов'язковим є трансформація повідомлення, хоча інші одиниці залишаються без змін. На рівні функцій, відбувається зміна референційної і поетичної функцій, однак інші функції також можуть бути дещо змінені [4, с. 233].

Було з'ясовано, що для адаптації тексту були використані такі прийоми:

- (1) *компенсація*: довгу розмову в домі Б'юкененів за вечерею було показано за допомогою візуального ряду – швидка зміна кадрів з виділенням одного слова чи фрази, які стосувалися певних тем їх розмови;
- (2) *додавання*: сцени діалогу оповідача і одного з головних героїв – Ніка Карравея і лікаря;
- (3) *опущення*: розмови Ніка з батьком Гетсбі після його смерті;

(4) *перестановка*: гостей на вечірках Гетсбі було представлено глядачам при першому візиті Ніка до Гетсбі, а в книзі читачам їх було представлено тільки на третій візит;

(5) *візуальні*: детальний опис дороги між Вест-Еггом і Нью-Йорком і сині очі Т. Дж. Еклебєрга (які є образом-символом цього роману) було показано, використовуючи візуальні ефекти;

(6) *звукові*: використання сучасної популярної музики для більшої динаміки та зацікавленості молоді;

(7) *світлові ефекти*: перший візит Ніка до Б'юкененів – засвічене обличчя Ніка від саява кімнати, де відпочивали Дейзі з Джордан.

Таким чином, доходимо висновку, що застосування до художнього твору трансформацій у процесі його екранізації, призводять до зміни лексичної складової, скорочення тексту, особливо, що стосується опису місцевості, однак аудіовізуальний ряд компенсує скорочення інформації, яку було представлено вербально у літературному творі у процесі інтерсемиотичного перекладу.

Література

1. Игнатов К. Ю. Экранизация литературного произведения как интерсемиотический перевод: принципы стилистического анализа. / К. Ю. Игнатов // Языки в современном мире. В 2 частях: материалы V международной конференции: [сборник]. Ч. 1. Москва : КДУ, 2006. – Ч. 2. – С. 285-297.

2. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – Москва : Эксмо, 2006. – 669 с.

3. Лиходкина И. А. Отражение литературных образов в кинематографе или особенности интерсемиотического перевода / И. А. Лиходкина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2017. № 3. Ч. 3. С. 128-130.

4. Jakobson, R. On Linguistic Aspects of Translation / R. Jakobson // On Translation. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1959. – P. 233-239.

GOOGLE INTERPRETER MODE ЯК СУЧАСНА ТЕНДЕНЦІЯ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

А.І. Кобець

студентка 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Іщенко О.В.

Джанні Лаццарі [2, с.49] зазначає, що машинний, а тим паче синхронний переклад є важливою віхою у розвитку перекладознавства як науки. Наукове співтовариство послідовно вирішувало прості, а потім більш складні проблеми, і технологія синхронного перекладу спочатку працювала з невеликими словниками, системами, що залежали від мовця (у спокійних умовах і з введенням окремих слів). Ціль нашого дослідження — оцінити сферу синхронного перекладу на прикладі нового додатку до асистента Google.

Технологія синхронного перекладу розвинулася до рівня розпізнавання зв'язного мовлення. Долучилися й вчені з Google: Мануель Бронштейн [1, с.1], автор блогу на платформі Blog Google та віце-президент з розвитку Google Assistant, стверджує, що синхронному машинному перекладу у Google таки бути. У серпні компанія анонсувала нову характеристику для Assistant — здатність розуміти звернення і відповідати двома мовами. Це унікальна риса, створена для «натуралізації» спілкування між користувачем і програмою. Віртуальний помічник Google здатний обробляти те, що зазвичай може бути незручним або обтяжливим: бронювання, телефонна розмова або ділова зустріч.

У лютому 2019 Google Interpreter Mode розширився — режим для асистента з функціоналом, що охоплює 26 мов, займає кілька секунд для опрацювання і видачі інформації. Функція активується після спеціальної команди (наприклад, «Hey, Google, help me speak Chinese!»), після чого на дисплей виводиться вхідний текст, а потім — перекладений (з його озвученням). Якщо користувач відповість своєю мовою, асистент перекладе і відтворить мовою співрозмовника.

Додаток не потребує вибору мови, бо асистент здатен розпізнати її самостійно, якщо остання включена до списку. Присутні певні недоліки: неточний переклад або пропуск незрозумілих слів, не миттєвий результат і неможливість опрацювання одночасно двох реплік (різними мовами). Якщо співрозмовник почав говорити, краще зачекати, доки він закінчить думку, аби отримати точний переклад.

Отже режим перекладача — лише початок нової епохи в історії синхронного — real-time — перекладу. Google презентував розробку у серпні, але Interpreter Mode вже перетерпів багато удосконалень та метаморфоз і нині доступний українською. Розробники працюють над покращенням здатності розпізнавати слова незалежно від темпу мовлення і акценту, але усе ще попереду, адже проектowi немає і року. Технології синхронного перекладу постійно набувають нових рис, отже тема їх дослідження завжди залишається в центрі уваги сучасних фахівців-перекладачів.

Література

1. Meet the bilingual Google Assistant with new smart home devices. Published by Google Blog, Michael Bronstein. August 2018. — [Electronic resource]. — URL: <https://www.blog.google/products/assistant/meet-bilingual-google-assistant-new-smart-home-devices/>
2. Лаццарі, Д. Human Language Technology For Europe / Д. Лаццарі. — Ахен: Information Society and Media, 2006. — 49 с.

ГЕЙТКІПІНГ ЯК ІНТЕРВЕНЦІЯ В ПЕРЕКЛАД НОВИН

Ю.М. Ковтун

студентка 2 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Іщенко О. В.

Із розвитком медіа такі терміни як праймінг, теорія розриву знань та власне теорія гейткіперів (або «брамників») набули особливої актуальності. Вперше даний термін був запропонований Куртом Левіном в його психологічному дослідженні впродовж Другої світової війни. Із 1950-их вивченням моделі брамника на рівні з іншими соціально-психологічними моделями займається комунікативна лінгвістика. Як приклад ґрунтовного комплексного аналізу метафори гейткіпінгу можна навести роботу фінського менеджера Генерального директорату Європейської Комісії з перекладу (DGT) Еркки Вуорінена опубліковану в збірнику статей «Переклад як міжкультурна комунікація: Вибрані статті з конгресу European Society for Translation Studies» [2]. В загальному, гейткіпінг можна окреслити як процес контролювання проходження потоку інформації крізь комунікативні канали. Власне контроль здійснюється через *брамників*, які володіють інформацією та *ворота*, тобто інформаційні канали. Дані тези висвічують вплив використання моделі гейткіпінгу при перекладі новин як втручання в достовірну їх передачу.

Теорія брамника стверджує, що під час перекладу тексту над ним проводяться певні маніпуляції. Найбільш яскравим прикладом цього є переклад міжнародних новин. Інтернаціональні події потребують поширення по всьому світу, однак поки потік інформації пройде шлях від початкового джерела до кінцевого адресата, гейти або гейткіпери можуть втрутитися та внести вигідні їм зміни. Саме тому гейткіпінг – це інтервенція посередників в інформаційний канал з метою створення власної вибірки або перефразування повідомлення. Даний процес не завжди відбувається свідомо, адже брамником може стати будь-який адресант, який фільтрує інформацію перед подальшим поширенням (викладач при проведенні лекції чи представник компанії на презентації). Проте, що стосується галузі комунікативної лінгвістики, перекладачі при передачі новин можуть навмисне служити інтересам видавництва, на яке працюють, або діяти на користь конкретних осіб.

Саме через двояку природу феномену гейткіпінгу, дослідники вагаються, чи можна вважати дану теорію цілісною та до кінця сформованою. Це пояснюється також і браком міждисциплінарних зв'язків та підходів до вивчення теорії брамника. Очевидно, що в даному напрямку існує багато невирішених проблем та широкий простір для досліджень [1].

Література

1. Barzilai-Nahon. Gatekeeping: A critical review. // Annual Review of Information Science and Technology. – 2009. – 43. – p. 433-478.
2. Erkkka Vuorinen. News translation as a gatekeeping / Mary Snell-Hornby. Zuzana Jettmarová. Klaus Kaindl // Translation as Intercultural Communication: Selected papers from the EST Congress. – Prague, 1995. – p. 161-170.

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ В СФЕРІ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ НІМЕЧЧИНИ

М.М. Козар

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Стан природи має для німців велике значення. Адже як відомо, ще в 60-70-х роках минулого століття Німеччина вважалася однією з найзабрудненіших країн світу.

«Рейн називали "стічною канавою Європи", а кислотні дощі зробили хворими близько 40% лісів країни» [4].

В 90-х роках під впливом партії «зелених» почалась пропаганда і запровадження альтернативних методів очистки і використання природних ресурсів [3]. Наприклад: активне впровадження сонячних батарей, перехід на біопродукти (що є доступними для середньостатистичного жителя ФРН), сортування і переробка сміття, висока ціна на бензин і податки на авто. Цікавими з точки зору словотвору є композити в різних сферах охорони довкілля. Розглянемо детальніше кожен галузь окремо та приклади:

Вода

Головне правило – раціонально використовувати воду.

Миття посуду у німців значно відрізняється від нашого. Спочатку наповнюють раковину водою і додають миючий засіб, після чого миють увесь посуд.

Ще можна абсолютно спокійно пити водопровідну воду тому ,що вона ретельно очищається і за цим слідкують спеціальні служби.

Тут варто назвати такі складні лексичні одиниці: *Wasserreinigung, Wasserversorgung, Trinkwasser, Abwasser, Wassertank.*

Побутові відходи

Процедура сортування сміття є обов'язковою. Окрім контейнерів для скла(які сортуються за кольором), паперу існують контейнери для жиру та Restmüll (сміття, яке не відноситься ні до однієї категорії) [1].

Ще ціни на напої в супермаркетах часто вказані лише за сам продукт. Хоча якщо подивитись уважніше то можна помітити вартість з тарою. Такі скляні або пластикові пляшки ви легко можете здати в будь-якому супермаркеті і повернути кошти.

Приклади композитів: *Abfallsammeleinrichtung, Müllsortierung, Mülldeponie.*

Транспорт

Багато німців в межах свого міста використовують велосипеди, адже громадський транспорт досить дорогий та й податки на авто високі.

Однак якщо ви хочете дістатись до більш віддаленого пункту, то скористайтесь краще потягом(це найдешевший громадський транспорт в Німеччині) або сайтом *Mitfahrgelegenheit.de* це аналог нашого *BlaBlaCar*.

Словотвірні приклади: *Schiennenverkehr, Abgasen, umweltfreundlich.*

Екологічні зони

На території Німеччини існують спеціальні зони, в'їзд до яких забороняється авто ,які мають вищий рівень забруднення ніж встановлено даною зоною.

Для того щоб потрапити і вільно пересуватись в таких зонах, водій повинен придбати спеціальну наліпку (Plakette), після того як було підтверджено, що його авто має низький рівень забруднення. Приклади: Umweltzone, Umweltbundesamt.

Основні організації з охорони природи в ФРН

До них відносять:

BUND – виступають проти використання атомної енергії, пропагують зменшення споживання м'яса та належне дотримання умов утримування свійських тварин [2].

NABU – займається охороною водойм, лісів, окремих видів тварин.

Deutsche Umwelthilfe – захищає клімат, контролює якість біопродукції.

Robin Wood – організація, що бореться за збереження лісів не лише на території країни, а й за її межами (тропічні ліси).

Література:

1. Экология в Германии – с точки зрения быта [Електронний ресурс] – 2017.- Режим доступу : <http://startdeutsch.ru/interesno/o-germanii-i-nemtsakh/969-ekologiya-v-germanii>
2. BUND [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу : <https://www.bund.net/>
3. Umweltzone [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://de.wikipedia.org/wiki/Umweltzone>
4. Екологія Німеччини [Електронний ресурс] / П. Пастушенко. – 2011. – Режим доступу : <http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/ekologiya-nimechchini>

ПРЕДИКАТИ ВИРАЖЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ НЕОБХІДНОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

М. В. Козліцька

Студентка 4 курсу, група ЛА-53, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. вик. Кулезьова С.С.

Однією з найбільш захоплюючих властивостей, які відрізняють людські мови від інших систем зв'язку, є їхня необмежена здатність абстрагуватися від реальної ситуації і, зазвичай, це називають переміщенням. Переміщення вздовж тимчасового виміру дає можливість адресантам говорити про обставини та події, що відбуваються в різний час, і пов'язувати минулі події з теперішніми. Переміщення в модальному вимірі дозволяє промовцю говорити про обставини та випадки, які взагалі не повинні бути частиною фактичного ходу подій. Для

цього використовують функціональні слова такі як англійські модальні допоміжні засоби, а також складні конструкції.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що сьогодні проблема модальності є однією з важливих проблем в лінгвістичному просторі через її складність та багатоаспектність. Засоби реалізації модальності все більше привертають увагу вчених та стають проблемою вивчення на різних лінгвістичних рівнях.

За визначенням І. Р. Вихованця, «модальність (від сер.-лат. *modus* – спосіб, міра) – функціонально-семантична категорія, яка виражає відношення змісту висловлення до дійсності або суб'єктивну оцінку висловлюваного» [1, с. 385].

В українській та англійській мові існує група дієслів, що використовуються для вираження значення повинності та необхідності. В українській мові ядром цієї групи є шість предикатів: *повинен, зобов'язаний, слід, треба, потрібно, необхідно*, але до цієї групи також належать дієслова *мусити, мати, доводитись, належати тощо* [2, с. 390].

Розглянемо шість основних предикатів. У деяких реченнях вони можуть виступати синонімами, однак виділяють контексти в яких досліджувані дієслова не є взаємозамінними.

Прикладами несинонімічного вживання цих предикатів можуть бути такі речення:

Вам слід прочитати цю книгу.

Вам треба прочитати цю книгу.

Ви повинні прочитати цю книгу.

В реченні з дієсловом «*слід*» виражається доцільність сказаного, в реченні з «*треба*» – маємо на увазі потребу, в реченні з «*повинні*» – зобов'язаність. Зрозуміло, що при заміні одного предиката на інший в наданих мікроконтекстах буде порушено стилістичні норми.

В англійській мові основними предикатами повинності є – *must, should, need, ought (to), have (to), be (to)*. Ці предикати можуть виражати різний ступінь повинності і відповідним чином перекладатися на українську мову в залежності від типу речення та його семантики [2, с.390].

Отже, для досягнення еквівалентності в перекладі з англійської на українську мову модальних дієслів, що виражають повинність/необхідність, потрібно обов'язково враховувати семантичні особливості речень.

Тому вважаємо, що майбутні напрямки розвідки цієї проблеми повинні бути зосереджені на шляхах передачі семантики повинності/необхідності під час перекладу художніх текстів англійською мовою на українську, адже

семантичні аспекти досліджуваної модальної категорії найчастіше виявляються в таких типах текстів.

Література

1. Українська мова : Енциклопедія / Редкол. : Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2007. – 854 с.

2. Шемуда М. Г. Еквівалентність при перекладі модальності повинності з англійської на українську мову / М. Г. Шемуда // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. - 2013. - Вип. 36. - С. 389-392. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2013_36_121

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД

П.С. Колбешкін

студент 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

В наш час – час стрімкого всебічного розвитку інформаційних та мультимедійних технологій – потреба у аудіовізуальному перекладі є досить високою. Коли існує аудіовізуальний контент, особливо коли його так багато як зараз, існує й необхідність в його перекладі та адаптації. Треба розрізняти поняття аудіовізуального перекладу (далі – АВП) та кіноперекладу. Під терміном “кінопереклад” зазвичай розглядають переклад художніх ігрових фільмів та анімаційних фільмів, а також серіали. АВП охоплює переклад художніх ігрових та документальних фільмів, анімаційних фільмів, що йдуть у прокаті та транслюються в телерадіомовних мережах чи в інтернеті, а також серіалів, телевізійних новин (зокрема сурдопереклад та рухомий рядок), театральних постанов, радіоспектаклів, акторської декламації, рекламних роликів, комп’ютерних ігор та широкого різноманіття інтернет матеріалів [1].

Існує дві стратегії АВП: переозвучування та субтитрування. До переозвучування належать: закадровий переклад, коментар, аудіодескрипція, вільний коментар, синхронний переклад та дубляж (*lip-sync*). Зараз найактуальнішим є і буде лишатися дубляж. При дублюванні аудіовізуального твору здійснюється повна заміна іноземного мовлення рідною мовою. На початковому етапі дублювання здійснюють переклад звукової доріжки, потім підбирають акторів для озвучування. При виборі акторів враховують оригінальний голос, темперамент героя та вік. Переклад *lip-sync*

синхронізується з мімікою акторів та артикуляцією, тому виконуючи переклад, перекладач повинен синтезувати текст заново [2]. У контексті перекладу відеоматеріалів, дубляж є найзатратнішим видом перекладу, а закадровий переклад (*voice-over*) – найдешевшим. Саме тому багато кінофільмів, що були випущені в дев'яності роки та на початку двотисячних, були перекладені таким методом. Не існувало так багато студій дубляжу як зараз, а метод закадрового накладання є не таким трудоємким. Зараз *voice-over* все ще актуальний для інтерв'ю, документальних передач та інших передач, що не потребують синхронізації руху губ. Також метод є актуальним при перекладі кіно для невеликих ринків Європи та Азії.

Субтитри – текст, орієнтований на візуальне сприйняття. Основна задача перекладача – зробити текст перекладу зручним для читання (у випадку міжмовного субтитрування) та вмістити текст в ігрові епізоди. Тобто співвіднести швидкість читання та тривалість епізоду.

Субтитри бувають:

Міжмовними: вид субтитрів, при якому усне мовлення змінюється на письмовий текст іншої мови.

Внутрішньомовними: вид субтитрів, в якому змінюють усне мовлення на письмовий текст, але в межах однієї мови. Цей тип субтитрування призначений переважно для міноритарних аудиторій – для людей, що бажають покращити знання іноземної мови, для носіїв діалектів, які відрізняються від стандартної мови, та для слабчочуючих або глухих людей.

Варто відзначити, що АВП є одним з найскладніших видів перекладу. При виконанні АВП перекладач має звертати увагу на багато факторів та враховувати обмеження при перекладі, полісемантичний характер аудіовізуальних творів. Потрібно здійснювати аналіз на різних рівнях, щоб виконати переклад, який сприймався б адресатом перекладу як природний, тобто відповідав культурі адресата та викликав відповідну реакцію.

Література:

1. Богданов Є.В. К вопросу о специфике аудиовизуального перевода в России и Финляндии [Електронний ресурс] / Є.В.Богданов. — 2013. — Режим доступу: http://old.petrso.ru/Faculties/Balfin/EVBogdanov_2011.html

2. Матасов Р.А. Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты [Електронний ресурс] / Р.А. Матасов. — 2009. — Режим доступу: <http://cheloveknauka.com/perevod-kino-video-materialov-lingvokulturologicheskie-i-didakticheskie-aspekty>

ВИКОРИСТАННЯ СИНОНІМІВ У ПРОЦЕСІ ПЕРЕКЛАДУ

М. Ю. Ковальчук

студентка 1 курсу, група ЛН-81, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед. н. Володько А.М.

Використання синонімів у перекладацькій діяльності давно вивчається як окреме явище. Враховуючи швидкий темп розвитку різних сфер життя, велику кількість іноземних компаній, які з'являються та вплив високорозвинених країн, можна з впевненістю сказати, що суспільство потребує якісного перекладу у різних галузях. Науковці вже давно вивчають проблеми використання синонімів у перекладацькій діяльності і знайти синонім, який точно передаватиме сенс потрібного тексту дуже складно. Також залишається багато невирішених питань, що стосуються перекладу синонімів. Зокрема, багато слів є неоднозначними, і точно передати їхній зміст досить проблематично. З'ясувавши причини проблем перекладу, можна знайти можливі шляхи їх вирішення.

Під синонімами розуміють мовні одиниці або структури, які відрізняються за написанням, але мають подібне або однакове значення. Синоніми позначають одну якість предмета, але можуть характеризувати її по різному. Синоніми відрізняються між собою: різними відтінками лексичних значень, емоційним забарвленням, приналежністю до певного стилю мови, областю вживання та поєднанням з іншими словами [1].

При перекладі текстів необхідне знайти влучний синонім, який найкраще виражає значення вихідного слова. Потрібно бути обережним тому, що в разі недостовірного перекладу можна змінити сенс тексту. Абсолютних синонімів дуже мало, тому важливо знайти відповідник, який є найближчим до вихідного слова. При перекладі допомагають синонімічні словники (наприклад, Словник синонімів української мови Л. М. Полюги, 2001; The Oxford Dictionary of Synonyms and Antonyms, 2007, та багато інших). Словники ілюструють всі можливі синоніми для конкретного слова [2, с. 128].

Переклад поетичних та художніх творів є складним процесом. Тут майже неможливо зберегти дослівне значення, передати темп та мелодію. Синоніми допомагають відтворити початковий настрій твору. Вони можуть бути дуже близькими за значенням, але мати відмінність при їх детальному вивченні. В процесі перекладу художніх творів необхідно максимально передати настрій оригінального тексту. Прочитавши текст оригіналу, можна помітити, що перекладач не звернув уваги на важливі деталі подій. Вміння перекладача точно

підібрати відповідник є показником професійності, а помилкове слововживання демонструє вузький словниковий запас.

М. А. Жовтобрюх та Б. Г. Кулик подають таку класифікацію синонімів: 1) синоніми, що відрізняються між собою емоційним забарвленням; 2) синоніми, які розрізняються за логічними ознаками; 3) стилістичні синоніми, використання яких неоднакове у різних стилях мови [3].

Необхідно знайти стрижневе слово, яке виражає основне значення. У ролі стрижневого слова виступає синонім, який немає стилістичного забарвлення. Серед усього синонімічного ряду стрижневим є найбільш нейтральне слово. Синоніми використовуються у різних стилях неоднаково. Наприклад, для офіційно-ділового стилю їхнє використання є нехарактерним, тому що потрібна точність та стислість висловлювання. Для наукового стилю характерним є використання синонімів при під час перекладу термінів. Проблемою цього стилю є пошук відповідників для іноземних термінів, які ще не з'явилися в українській мові. Через певні відмінності процесу термінотворення в різних мовах, перекладачі наукових текстів стикаються з труднощами. У художньому стилі використання синонімів є найдоречнішим для уникнення тавтологій та урізноманітнення мовлення [2, с. 128].

Отже, використання синонімів у процесі перекладу є однією з основних проблем, з якою стикається лінгвістика. Точний відбір відповідників полегшує сприйняття та дає цілковите розуміння прочитаного, а компетентність перекладачів визначається вмінням правильно використовувати доречні еквіваленти.

Література

1. Вибір синоніма під час перекладу. Переклад термінів [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://lektsii.org/4-28646.html>.
2. Воробйова І. А. Актуальні проблеми сучасної іноземної філології / І. А. Воробйова. – Рівне, 2017. – 278 с.
3. Жовтобрюх М.А. Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія / М.А.Жовтобрюх, Б.Г.Кулик. – К. : Вища. шк. – 1961. – 163 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТЕОЛОГІЧНИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

В.А. Копиаш

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

В статті розглянуті особливості та проблеми перекладу німецькомовних теологічних текстів, яким чином можна досягти якісного перекладу і як уникнути помилок.

Ключові слова: переклад, теологічні терміни (тексти), християнство.

В статье рассмотрены особенности и проблемы перевода немецкоязычных теологических текстов, каким способом можно достичь качественного перевода и как избежать ошибок.

Ключевые слова: перевод, теологические термины (тексты), христианство.

The article deals with the features and problems of the translation of German-speaking theological texts. In addition, how exactly to achieve high-quality translation and how to avoid mistakes.

Keywords: translation, theological terms (texts), Christianity.

Процес загальнонаціонального відродження в Україні кінця 80-х – початку 90-х років ХХ століття відновив теїстичну систему відношень між державою, соціальними інститутами Церкви і населенням. В цей час стало можливим відкрито сповідувати своє віровчення і проводити богослужіння, в тому числі німецькою мовою. Виникла потреба у перекладі першоджерел лютеранської течії протестантизму, а також католицьких німецькомовних богословських текстів, які належали перу видатних духовних осіб – провідників християнської віри [1].

Полісемія термінів християнського походження є одною з головних проблем перекладу. Російська дослідниця М.В. Зимова виділяє кілька типів мовної багатозначності: 1) внутрішньогалузева полісемія; 2) міжгалузева полісемія; 3) полісемія з виходом за межі фахових галузей; 4) концептуальна полісемія; 5) функціональна полісемія [2, с. 5]. Наприклад, термін *die Umkehr* – має багато значень. Покаяння, найближчий відповідник. Але також є і такі: цілісна позиція людини, поворот до Бога, навернення в нову віру, осягнення заповіданої Богом можливості спасіння. В основі багатозначності терміну лежить образний компонент “людини, яка звертає зі свого шляху, визнавши його хибним і обравши новий, інший напрямок” [3, с. 43]. Для перекладача

дуже важливим є контекст, без якого підібрати необхідний відповідник дуже важко.

Іншою проблемою є наявність у теологічних текстах численних інтертекстуальних посилань на книги Святого Письма, зокрема Євангелія. Це вимагає від перекладача енциклопедичної обізнаності з текстами Біблії, а також розуміння суті християнських концептів.

Німецькі теологічні терміни – полісеманти, запозичені з грецької та латинської мов, відтворюються у перекладі переважно шляхом транслітерації, тобто не адаптуються. Наприклад послідовне відтворення терміну *die Eucharistie* в українській мові через транслітерацію євхаристія (запозичення із грецької мови від *eucharistia* – благословення, подяка) [4, с. 93].

Отже, можна зазначити, що переклад теологічних текстів має свої особливості та труднощі. Але головне завдання перекладача – бути обізнаним у цій сфері. Звісно можна знайти у словнику відповідник будь-якому терміну, гарно володіти мовою оригіналу та рідною мовою, але цього недостатньо. Адже, відповідників багато, а підходить лише один. Без розуміння цієї теми важко досягти якісного перекладу.

Література:

1. Жанрові особливості теологічного тексту у релігійному перекладі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2013/zhanrovi-osoblyvosti-teolohichnoho-tekstu-u-relihijnomu-perekladi/>
2. Зимовая М.В. Многозначность в терминологии: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01., 10.02.19/ Зимовая Мария Владимировна. – Орел, 2011. – 19 с.
3. Шнакенбург Р. Етичне послання Нового Завіту/ Рудольф Шнакенбург. – Дух і Літера, 2005. – 340 с.
4. Каспер В. Таїнство єдності: Євхаристія і Церква/ Вальтер Каспер. – К. : Дух і літера, 2010. – 224 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ ДОКУМЕНТІВ ПРИ УКЛАДАННІ ШЛЮБУ МІЖ МЕШКАНЦЯМИ РІЗНИХ ДЕРЖАВ

В.А. Корнієнко

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Імовірно, при вивченні мови періодично з'являються думки щодо шлюбу з іноземцем. Оскільки і кордони манять, і знання мови – практичний плюс. Проте шлюб між мешканцями різних держав має певні нюанси. І найголовнішою проблемою після збору необхідних документів постає переклад цих самих документів.

В ході написання статті були розглянуті різні джерела інформації, пов'язані з Німеччиною, оскільки саме ця мова вивчається мною як основна. Тож, пропоную ознайомитися з юридичними та перекладацькими аспектами цього процесу.

У випадку укладання шлюбу на території України:

Перш за все необхідно звернутися до РАГСу, в якому Ви будете укладати договір. Там Ви отримаєте перелік документів, які повинне підготувати майбутнє подружжя. Вимоги щодо цього в різних РАГСах України різні.

Громадянам Німеччини, які хочуть укласти шлюб в Україні, у будь-якому випадку потрібно свідоцтво про можливість вступу у шлюб. Заяву на отримання свідоцтва про можливість вступити у шлюб може подати лише німецький наречений/а в РАГС за місцем свого постійного або останнього проживання в Німеччині [1, с.5].

Громадянину/ці Німеччини необхідно відвідати німецьке консульство і отримати консульську довідку. Цю довідку він/вона отримає на підставі довідки з Standesamt за місцем проживання в Німеччині про можливість укладення шлюбу. Для отримання такої довідки в німецький РАГС необхідно подати такі документи нареченої/нареченого з України:

1. Копія паспорта
2. Свідоцтво про народження
3. Довідка про сімейний стан
4. Довідка про право на перебування в Німеччині [2, с.5].

Важливо, що якщо свідоцтво про народження було отримане у СРСР, необхідно замінити його з оплатою державного мита, оскільки воно є недійсним (оскільки СРСР більше не існує) [3, с.6]. «Все иностранные документы должны быть переведены **присяжным переводчиком немецкого окружного суда** в

соответствии с нормами ISO 9:1995», «Заверенные украинскими нотариусами переводы не имеют юридической силы в Германии» [4, с.6].

Німецькі документи повинні бути легалізовані в Посольстві України або в Генеральному консульстві України адміністративного округу після попередньої легалізації у відповідних німецьких установах.

Необхідні також переклади всіх документів на українську мову [1, с.5].

Коли шлюб укладено, необхідно апостилювати отримане свідоцтво про шлюб в Обласному управлінні юстиції, в Міністерстві закордонних справ України, в посольстві Німеччини. Це потрібно для подальшого отримання Вами візи до Німеччини. [2, с.5]

Проте при рішенні переїхати до Німеччини доведеться фактично заново укладати шлюбний договір (згідно з джерелом) [6, с.6]

Для шлюбу у Німеччині:

Інститут сім'ї та шлюбу знаходиться в Німеччині під особливим захистом держави (Art. 6 Abs. 1 GG), тому при подачі заяви в ЗАГС вам не може бути відмовлено тільки на підставі вашої расової приналежності і недостатнього знання німецької мови:

«Artikel 16

1. Heiratsfähige Männer und Frauen haben ohne jede Beschränkung auf Grund der Rasse, der Staatsangehörigkeit oder der Religion das Recht, zu heiraten und eine Familie zu gründen. Sie haben bei der Eheschließung, während der Ehe und bei deren Auflösung gleiche Rechte. Resolution 217 A (III) Allgemeine Erklärung der Menschenrechte»

Чоловіки і жінки, які досягли повноліття, мають право без будь-яких обмежень за ознакою раси, національності або релігії одружуватися і засновувати сім'ю. Вони користуються однаковими правами щодо одруження, під час перебування у шлюбі і під час його розірвання.

Список необхідних документів може змінюватися в залежності від Федеральної землі або конкретного РАГСу, тому бажано заздалегідь дізнатися які документи вимагає той чи інший німецький РАГС. Як правило, кожен ЗАГС має свій веб-сайт і ця інформація там присутня.

Усі документи при подачі в німецький РАГС повинні бути оформлені не давніше ніж останні 6 місяців до процесу [5, с.6].

Для укладення шлюбу в Німеччині нареченому/ій необхідно надати до німецького РАГСу наступні документи:

1. Паспорт
2. Свідоцтво про народження
3. Довідка про сімейний стан

4. Довідка про право на перебування в Німеччині [2, с.5]

Віза з метою укладення шлюбу і подальшого постійного проживання в Німеччині:

Для подання заяви на візу необхідні, щонайменше, такі документи:

1. Дійсний закордонний паспорт (з двома копіями його першої сторінки з фото). Примітка: термін дії закордонного паспорта повинен перевищувати на три місяці запланований термін перебування.

2. Три формуляри анкети, повністю заповнені німецькою мовою - вкажіть Вашу повну адресу в Україні, поштовий індекс і наявні контактні телефони.

3. Чотири ідентичні актуальні фотографії (три з них прикріплюються на анкети, а четверта в неприкріпленому стані).

4. Письмове підтвердження про успішне проходження реєстрації заяви на шлюб в німецькому РАГСі або, щонайменше, про подання туди всіх необхідних документів (у двох примірниках).

5. Свідоцтво про народження.

6. Заява про сімейний стан.

7. Офіційне зобов'язання згідно §§ 66, 63 Закону про перебування іноземців на період до укладення шлюбу, або письмове запрошення в довільній формі від нареченого/ої в Німеччині з посиланням на те, що офіційна заява-зобов'язання буде оформлено у Відомстві у справах іноземців пізніше (в оригіналі та двох копіях).

8. Підтвердження проживання партнера в Німеччині (наприклад, довідка про прописку або посвідчення особи) в двох примірниках.

Консульський збір за обробку заяви оплачується у відповідному гривневому еквіваленті.

Всі документи українського чи іноземного походження (за винятком англомовних) подаються разом з перекладом німецькою мовою з двома копіями і відміткою про легалізацію [1, с.5].

Література:

1. luniy-svet.zp.ua – Туристична компанія [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <https://luniy-svet.zp.ua/documents/Vossoedinenie-semii-Visa-nevesty-zheniha/Brak-s-grajdaninom-Germanii/>

2. germany.kiev.ua – Інформація про Німеччину [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <http://www.germany.kiev.ua/heirat.htm>

3. tupa-germania.ru – Життя у Німеччині [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <https://www.tupa-germania.ru/istorii-immigratsii/zaklyuchenie-braka-v-germanii.html>

4. ahrens.kiev.ua – Німецький центр Аренс і Шварц [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <https://ahrens.kiev.ua/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BA%D0%B0-%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5-303-ru.html>
5. foren.germany.ru – Форуми [Електронний ресурс] – 2013. – Режим доступу: <https://foren.germany.ru/arch/familie/f/24342000.html>
6. foren.germany.ru – Форуми [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <https://foren.germany.ru/arch/familie/f/33786070.html>

АНІМАЛІСТИЧНІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ АНГЛІЙСЬКОЇ Й УКРАЇНСЬКОЇ МОВ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

Косик О.В.

*студентка 1 курсу магістратури, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Науковий керівник: к.пед.н., доц. Демиденко О. П.*

Фразеологізми поряд з лексикою найбільш повно, безпосередньо – і в той же час образно – відображають матеріальне й духовне життя народу [4 с. 3]. В кожній мові світу вдасться знайти фразеологізми з використанням зоонімів. Практично кожний такий випадок несе номінативне значення та емоційно-оцінну інформацію водночас. Це допомагає аналізувати зооніми з точки зору конотативних значень.

Семантикою та функціями тваринної символіки активно цікавились українські дослідники. Серед науковців, які звертали свою увагу на ці питання, варто згадати Ужченко В. Д. [4], Демиденко О. П. [2], Кривенко Г. Л. [3] та Бойко В. М. [1].

Тваринні символи мають неабияке значення в українському фольклорі. Вони одні з найчастіше вживаних та найбільше значущих елементів. Це можна пояснити тією важливою роллю та життєвою активністю тварини у житті людей за всю історію.

Популярним жанром в літературі, що використовує зооніми є анімалістична казка. Це вид народної казки, у якій головними героями є тварини, за допомогою яких автор алегорично показує людей, їх звички, характері, побут, негативні та позитивні риси.

Так, у анімалістичних казках лисиця завжди символізувала хитру, підступну людину, наприклад, казка «Лисичка-сестричка і вовк панібрат»: «А

лисичка бігла повз хатку та так нюхає носом; коли чує – пиріжки пахнуть. Підкралась до вікна тихенько, вхопила пиріжок моторненько та й подалась. Вибігла на поле, сіла, виїла мачок із пиріжка, а туди напхала сміттячка, стулила його та й біжить» [6].

Заєць – це боягуз, той, хто не готовий постояти за себе. Приклад такої поведінки можемо знайти в казці «Лисичка і зайчик»: «Мене лисичка не хоче в хату пустити. Я її пустив до моєї хати, а вона мене з хати вигнала» [5].

В англійських анімалістичних казках найчастіше згадуються наступні тварини: коти в «Puss In Boots», «The Cat And The Mouse» (народні казки); кури: «Hen Saves the World» (англійська народна казка), «The Cock and the Fox»; собаки: «The Dog and the Sparrow» (By the Grimm Brothers); ведмеді: «The Night Passenger», «Goldilocks and the Three Bears» (англійські народні казки); вовки: «Little Red Riding Hood» (By the Grimm Brothers), «The Three Little Pigs» (by Joseph Jacobs).

Анімалістичні символи є важливими як для української, так і для англомовної культур. Впродовж своєї історії представники цих двох лінгвокультур наділяли та приписували тваринам різні властивості – як міфічні, так й реальні, створюючи асоціативні зв'язки з ними, що збереглися дотепер.

Кривенко Г. Л. робить висновок, що з одного боку, побутові контакти з тваринами актуалізуються в мові, що ґрунтуються на соціальних сюжетах, а з іншого, творчий потенціал народу виявляється в міфологізації тварин, приписуванні їм неприродних властивостей і закріпленні за певними тваринами ознак у культурному коді [3].

Розглянемо деякі зооніми, як компоненти-символи фразеологізмів в англійській та українській мовах.

Ведмідь в українській міфології є символом господаря, багатства, родючості й достатку. Ведмідь у казках і легендах є духом-оборонцем, утіленням душі померлого родича. У кельтській міфології ведмідь асоціюється із силою, родиною, хоробрістю та величчю. Ці характеристики збереглися й в сучасній англійській мові. Характерні риси тварини, відтворені у прислів'ї «*don't sell the skin before you've caught the bear*» [7], слов'яни вживають те саме прислів'я: «не діли шкуру невбитого ведмедя». Цей зоонім також означає «злість» та «ризик»: «*bear somebody malice*» [8] – «затамувати злість»; «*like a bear with a sire head*» [7] – «злий як чорт»; «*bring on your bears*» [9] – «робіть, що хочете, я вас не боюся»; «*take a bear by the tooth*» [8] – «ризикувати». В українській мові зустрічаються наступні фразеологізми: «*ведмежа послуга*» - «*disservice*»; «*ведмідь на вухо наступив*» - «*no ear for a tune*» та вищезгаданий «не діли шкуру невбитого ведмедя», що має схожий аналог англійською мовою.

Вовка українці вважали символом сміливості, волелюбства, небезпеки та вірності, оскільки вони утворюють стійкі сімейні пари. Для кельтів вовк був священною твариною, його не вважали небезпечним хижаком. Для них вовк був помічником, провідником та символом перетворення. В українській мові цей символ присутній у складі наступних фразеологізмів: «*вовком дивитися*» – «*glare at like a tiger*» [8]; «*вити вовком*» – «*to complain bitterly*»; «*вовк в овечій шкурі*», що має такий самий англійський аналог «*a wolf in sheep's clothing*» [7]; «*вовка ноги годують*» також має аналог, але вже з використанням іншого зооніма «*tethered sheep soon starves*» [8]; «*голодний, як вовк*» перекладається дослівно - «*as hungry as a wolf*» [8]. В англійській мові використовуються наступні фразеологізми: «*wolf at the door*» [9] означає *голод, злидні*; «*to throw someone to the wolves*» [9] - «*кинути на помалу*»; «*to have a wolf by the ears*» [8] - «*бути в безвихідному становищі*»; «*wolf ticket*» [8] - «*фальшивий квиток*»; «*lone wolf*» [8] має аналог українською «*вовк-одинак*» [1 с. 63-66].

Лисицю українці шанували за спритність і кмітливість, називали лагідно кумою та сестричкою. За рудий колір цю тварину порівнювали з вогнем та з грозовою хмарою. Стародавні кельти вважали цю тварину провідником в потойбічний світ і приписували їй мудрість та знання. Тому у фольклорі символом хитрості як в англійській, так і в українській мовах була саме лисиця. Наприклад в англійській мові: «*an old fox*» [7] – «*стара лисиця, хитрун*»; «*play the fox*» [8] – «*хитрувати, прикидатися*»; «*set a fox to keep one's geese*» [9] – «*довірити своє майно безчесній людині*»; «*as sly as a fox*» [8] – «*хитрун*». В українській мові: «*лисом витися*» - «*a sycophant*»; «*лис спить, а курям лічбу знає*» - «*the hungry man often talks of bread*» [8].

Велика кількість анімалістичних фразеологізмів в обох мовах свідчить про значущість тварин у загальній інтерпретаційній картині світу. Особливості світосприйняття українців та британців – це лінгвокультурні фактори, що впливають на мовну організацію в цілому, на особливості вживання тих чи інших фразеологізмів та на те, яка саме тварина буде носієм певної риси людського характеру.

Загальновідомо, що у фразеології втілено історичний досвід народу, у ній відбиті уявлення, пов'язані з культурою і побутом людей. Анімалістичні фразеологізми є цікавим матеріалом, який дає нам можливість проаналізувати їх вплив на формування національно-культурної семантики. Напрацьований матеріал можна використовувати у подальших дослідженнях з порівняльної фразеології англійської та української мов.

Література:

1. Бойко В. М. Структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць з анімалістичним компонентом // Література та культура Полісся. – Ніжин, 2007. – Вип. 36 – С. 5.
2. Демиденко О. П. Мовні репрезентанти анімалістичних символів україномовної та англійської лінгвокультур / О. П. Демиденко // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна. - 2015. - Вип. 59. - С. 63-66. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2015_59_23.
3. Кривенко Г. Л. Зоосемізми в англ. та укр. мовах: семантико-когнітивний і функціонально-прагматичний аспекти / Г. Л. Кривенко // Автореф. дис. канд. Філол. Наук: 10.02.17 – Київський національний лінгвістичний ун-т. – К., 2006. – 20 с.
4. Ужченко В.Д., Ужченко Д.В. УЗЗ Фразеологічний словник української мови. / В.Д. Ужченко – К.: Освіта, 1998. – 224 с.
5. Українська народна казка. Лисичка і зайчик. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://proridne.org/Українські%20народні%20казки/Лисичка%20і%20зайчик.html>
6. Українська народна казка. Лисичка-сестричка і Вовк-панібрат. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://kazky.org.ua/zbirky/ukrajinsjki-narodni-kazky/lysyczka-sestryczka-i-vovk-panibrat>
7. Cambridge Dictionaries Online [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org/>
8. The free dictionary by Farlex [Електронний ресурс] / Farlex, Inc = 2003-2019 = Режим доступу: <https://www.thefreedictionary.com/>
9. The Oxford Dictionary of Idioms. 2nd Edition. – Oxford University Press, 2004. – 348 p

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗОВАНИХ БІБЛЕЇЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

К. М. Костина

студентка 4 курсу, група ФЛ 401,
факультет лінгвістики та соціальних комунікацій,
Національний авіаційний університет
Науковий керівник: к.пед.н., доц. Семигінівська Т.Г.

Окремою галуззю фразеології, що завжди була актуальною для досліджень є вивчення біблеїзмів – слів чи виразів, що походять з Біблії, та увійшли в загальну мову. Біблеїзми як пласт фразеології досі широко використовуються як в усному мовленні, так і в літературі, в якості прямих цитат з Біблії, алюзій та ремінісценсій.

Процеси опанування біблеїзмів в українській та англійській мовах були багато в чому схожі, проте результат засвоєння біблійних виразів виявився різним. Отож, в англійську мову з Біблії увійшла більша кількість слів, виразів та цитат, ніж в українську. З цієї причини, деякі англомовні біблеїзми не мають еквівалентів для перекладу на сучасну українську мову. Цей пласт фразеологічних виразів становить досить велику і важку для перекладу групу. При перекладі таких одиниць основним завданням є знайти правильний відповідник в українській мові, що передасть той же зміст, що й вираз англійською мовою, відповідно до контексту. У деяких випадках це буде переклад-тлумачення, в інших – описовий переклад, у третіх – фразеологізм, стійке сполучення або слово. Нижче пропонуємо розглянути можливі варіанти перекладу декількох таких виразів:

The fleshpots/flesh-pots of Egypt (зазвичай відбувається заміна слова Egypt)

- I. «казани з м'ясом у землі єгипетській». 1) Матеріальні блага, багате сите життя, матеріальне благополуччя; 2) Мирські блага, корисливі матеріальні міркування, на які люди готові проміняти духовні цінності.

- II. негативна конотація 1) – Розкіш, плотські насолоди; 2) «Злачні місця», місця, де можна віддаватися всеможливим звеселянням і розвагам (the fleshpots of Las Vegas, the fleshpots of Hollywood, fleshpotish Paris) [3].

At the eleventh hour (Matthew 20:9) об одинадцятій годині – в останню хвилину, в останній момент [2, с. 59];

Hewers of wood and drawers of water (Joshua 9:21) дрова, що рубають, і люди, що черпають воду – (а також групи населення й цілі країни), що виконують важку роботу (зазвичай фізичну) [3];

To hide one's light under a bushel (Matthew 5:15) тримати своє світло під спудом- приховувати свої переваги, здібності, бути зайво скромним, не використовувати своїх можливостей, талантів (заривати талант у землю) [3];

To play Samson in the temple (Judges 16:21-30) бути Самсоном у храмі – погубити супротивників і загинути при цьому самому [2, с. 53];

Shibboleth (Judges 12:4-6) – шибболет

- I. (таємний) пароль;

- II. прикмета для впізнання, характерна ознака, риса, особливість, атрибут, символ чогось.

- III. слівце на слуху; нав'язливе гасло;

- IV. забобон, застарілі погляди, подання, доктрини [3];

Damascus road/road to Damascus (Acts 9) шлях в Дамаск – переломний момент у чиемось житті; поворотний пункт, вирішальний момент; прозріння; раптове осяяння [3].

У деяких випадках знайти англійський еквівалент до українського біблеїзму також не просто. Причиною цьому може бути те, що деякі біблеїзми, що деякі біблійні вирази затвердилися в українській мові, в той час як в англійській мові вони так і залишилися частиною біблійних текстів. Перекладаючи такі вирази, необхідно підбирати еквіваленти, що зберігають зміст і образність українського словосполучення [3]. Пропонуємо нижче розглянути деякі із способів перекладу:

Ієрихонська труба (Joshua 6) – *stentorian voice, a throat of brass, a throat of cast iron* (у деяких контекстах можливе використання біблеїзму: *(with a voice like) a bull of Bashan* (Psalms 22:12, укр. 21:13) [1, с. 88];

І повертається вітер на круги свої (Ecclesiastes 1:6) – *And the wind returneth again according to his circuits* [1, с. 56];

Нітрохи не вагаючись (James 1:6) – *without a moment's hesitation/doubt; without the slightest doubt* [20, с. 54];

Творити/створити собі кумира (Exodus 20:4) – *to idolize smb; to make an idol of smb.; to make smb. an icon; to iconize smb.; to put smb. on a pedestal; to deify/ hero-worship smb., to venerate uncritically; to make a pedestal of smth* [1, с. 83].

Отже, як видно з наведених нами прикладів, біблеїзми, що не мають точних відповідників для перекладу є складною для перекладу групою фразеологізмів. Кожен перекладач зобов'язаний мати широкі знання

культурологічного й країнознавчого характеру, до зозволять йому передавати при перекладі реалії, що зустрічаються в іншомовному тексті. Головним завданням в процесі перекладу таких біблеїзмів є збереження емоційного забарвлення, виразності та змісту мови оригіналу.

Література:

1. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. Москва: Высш. школа, 2002. 122 с.
2. Jespersen O. (1926) Growth and Structure of the English Language. Leipzig: Tubner.
3. Зорівчак Р.М. Біблеїзми в нашому мовленні, 2006. URL: <http://svitlytsia.crimea.ua/?section=article&artID=4142>>

МЕТАФОРИЧНІ ТЕРМІНИ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

О.Д. Кучеренко

Студентка 5 курсу, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед. н., доц. Тікан Я.Г.

Явище метафоричного перенесення часто бере участь у творенні медичних термінів, в результаті чого, новоутворені терміни виконують номінативну функцію та характеризуються асоціативно-смісловими зв'язками. Шляхом метафоричного перенесення формуються термінологічні словосполучення, що складаються з елементів які вказують на певні ознаки, предмети або явища, подібні до концепту. Метафора допомагає розглядати предмет через відоме та зрозуміле явище, за яким уже закріплена мовна одиниця. Терміни утворені в такий спосіб вирізняються образністю, а тому легко запам'ятовуються.

Науковці класифікують метафоричні терміни медицини відповідно до різновиду використаної метафори: біоморфні, соціоморфні та геометеорологічні. Найбільшу групу складають терміни, утворені за допомогою біоморфних метафор, які, в свою чергу, поділяються на три підкласи: антропоморфні, зооморфні та ботанічні.

Антропоморфні метафори мають два підвиди: соматичні та побутові. Соматичні метафори безпосередньо пов'язані з людським тілом, тобто назва органу або частини тіла згадується в найменуванні: *smooth muscle* – *гладенька мускулатура*, *wisdom teeth* – *зуби мудрості*. Побутовий підклас характеризується посиленням на подібність з певним предметом, наприклад:

ear drum – барабанна перетинка, *shoulder girdle* – плечовий пояс, *rib cage* – грудна клітка.

Медичні зооморфні метафори переважно вказують на схожість з твариною або притаманними їй рисами. Досить часто таке перенесення застосовується у назвах хвороб або клінічних порушеннях, наприклад: *elephantiasis* – слоновість, *dromedary gait* – верблюжа хода, *pigeon breast* – «курячі» груди.

Ботанічні метафори утворюються шляхом порівняння з рослиною або її частиною: *sympathetic trunk* – симпатичний стовбур (частина нервової системи), *nettle rash* – кропивниця.

Терміни, утворені за допомогою соціоморфних метафор, містять поняття, пов'язані з соціальним життям людини: *bony labyrinth* – кістковий лабіринт (частина середнього вуха), *mitral valve* – мітральний клапан (названий так через подібність з митрою – головним убором єпископа), *phantom limb* – фантомна кінцівка.

Геометеорологічні метафори вказують на асоціацію з певним місцем, географічним поняттям або метеорологічними явищами: *pancreatic islets* – острівці Лангерганса, *kidney stone* – нирковий камінь [1, 143]. Досить часто, такі терміни є одночасно епонімами, оскільки в найменуванні використовується ім'я вченого (який здійснив відкриття) або назва міста (в якому була зафіксована хвороба).

При перекладі таких термінів необхідна обізнаність в специфіці перекладу текстів медичної галузі, обережність та ретельність. Незважаючи на те, що у складі метафоричних термінів є знайомі слова, серед них зустрічається чимало «хибних друзів перекладача». Досить часто, англійські медичні терміни вживаються в своїй оригінальній назві латиною (повністю або частково), тоді як їхні українські відповідники – це метафоричні терміни, перекладені з латинської мови. Наприклад: *cauda equine* – кінський хвіст (пучок нервових закінчень у спинному мозку), *cricoid cartilage* – перснєподібний хрящ, *ethmoid bone* – решітчаста кістка, *stapes* – стремінце тощо. Або українському терміну відповідає інший метафоричний термін на англійській: *cleft lip* – вовча паща, *eyeball* – очне яблуко тощо.

Такі терміни мають складну морфологічну будову та становлять єдине лексичне ціле. Образність та стилістичне забарвлення, впливають на сприйняття терміну, але не завжди потребують буквальної передачі цього при перекладі. Іноді, доцільно відмовитись від передачі емоційно-естетичної інформації задля досягнення адекватності перекладу.

В.І. Карабан виокремлює три основні способи передачі метафоричних термінів: метафоричним словом, яке має подібний характер образності; метафоричним словом, яке має інший характер образності; неметафоричним словом, яке передає лише денотативний зміст, а не образність. Тому, переклад метафоричних термінів часто потребує перетворення, яке полягає як в на лексичному, так і на граматичному рівні.

Загалом, основними способами перекладу метафоричних термінів є: пошук еквіваленту або варіантного відповідника; описовий переклад; транскодування; калькування – передача елементів складних слів і словосполучень; трансформаційний переклад. [2]

Перспектива подальшого дослідження метафоричних термінів медичної галузі полягає в аналізі специфіки та способів адекватного перекладу безеквівалентних одиниць, тобто таких, що не мають словникового відповідника.

Література:

1. Стребкова А. Є. Особливості перекладу метафоричних термінів економічної спрямованості. / WEB-ресурс НПК "CONSTANTA". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.confcontact.com>

2. Lysanets Yu. V. Metaphoric term formation in medical discourse / Yu. V. Lysanets // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Серія : Філологічна. – 2014. – Вип. 48. – С. 142 – 144.

ПЕРЕКЛАД НАЗВ АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ. ОСНОВНІ МЕТОДИ АДАПТАЦІ КІНОТЕКСТІВ

О.С. Левковська

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

На сьогоднішній день, кіноіндустрія відіграє дуже важливу роль у створенні основних тенденцій сучасної масової культури. У світовому прокаті щороку виходять тисячі кінострічок, кожна з яких відображає позицію режисера стосовно конкретної соціальної проблеми, переживання особистого характеру, або ж просто цікаву історію для того, щоб викликати у глядача відповідну емоційну реакцію та спонукати його до формування власної точки зору (і звісно, таким чином зібрати касу). Вдале формулювання назви кінофільму здійснює її основне призначення – встановлення зв'язку між сюжетом та заголовком, пояснення закладеної у фільм інформації та

привернення уваги потенційного глядача [1, с.38]. Тож збереження змісту оригінальної назви при перекладі є одним із найважливіших завдань перекладачів, маркетологів, продюсерів та інших PR-спеціалістів, що працюють над адаптацією кінотекстів.

Мовна локалізація (чи адаптація) назви – переклад та культурне пристосування тексту заголовку для сприйняття його конкретною нацією, групою населення, соціальною групою. Оскільки локалізовану назву фільму утверджують, як зазначено раніше, не лише перекладачі, а й кінопрокатники, то логіка перекладу визначається багатьма факторами. Також окрім очевидного методу дослівного перекладу, постійно з'являються нові (не завжди добре відпрацьовані) прийоми та способи, що підвищують ризик появи помилок та інших неприємних моментів. Які ж методи перекладу назв кінофільмів використовуються найчастіше і вважаються найбільш ефективними?

З теоретичної точки зору, для перекладу назви будь-якого художнього твору найчастіше використовуються лексико-семантичні трансформації (міжмовні перетворення, що мають на меті досягнення перекладацької еквівалентності). Найбільш точну та широку класифікацію для цього типу перекладацької трансформації надав професор В.Н. Комісаров. Він виділяє такі типи лексико-семантичних трансформацій [2, с.172-173]:

1) конкретизація (коли слова в англійській мові мають більш ширше семантичне значення і не мають конкретного еквіваленту в українській мові) – «Monster-in-Law» – «Якщо свекруха монстр»;

2) генералізація (коли вужче семантичне значення замінюється більш ширшим) - «Eight legged freaks» – «Атака павуків»;

3) смисловий розвиток (переклад завдяки контекстуальній та логічній зміні предмета, процесу або ознаки) – «The Hangover» – «Похмілля у Вегасі»;

4) антонімічний переклад (переклад за допомогою слова з протилежним значенням до того слова, що вживається в оригіналі) - «Fair Game» – «Гра без правил»;

5) додавання слів під час перекладу задля пояснення – «Constantine» - «Костянтин: Володар темряви»;

6) пропуск слів під час перекладу – «The Cutting Edge: Going for the Gold» – «Золотий лід»;

7) компенсація (передача змістового значення не тими засобами, що були застосовані в оригіналі) – «Four brothers» - «Кров за кров».

Не всі наведені у цьому списку приклади перекладених назв кінофільмів є вдалими, деякі можна навіть назвати відверто провальними. І хоча на кожний з них знайдеться теоретичне обґрунтування це не завжди означає, що на

практиці буде влучний результат. У ході дослідження були також виявлені прийоми, що навмисне використовуються для привертання уваги глядача. Проте, після їх вживання, назви часто повністю втрачають свою основну функцію – бути «візиткою» фільму, а глядачу стає набагато важче поєднати сюжетну лінію із заголовком. Серед таких прийомів слід виділити:

- Недоречне вживання молодіжного сленгу («Wild Hogs» - «Реальні кабани»);
- Додавання слова «секс», навіть якщо в оригінальній назві його не було («Friends with Benefits» - «Друзі по сексу»);
- Надмірне поширення назви з метою натяку на жанр фільму («Coraline» - «Кораліна у Світі Кошмарів»);
- Додавання у назву таких слів, що можуть вказати на деталі в сюжеті, які глядач не повинен знати до перегляду фільму («The Shawshank Redemption» - «Втеча з Шоушенка») [3].

У статті були досліджені різноманітні методи перекладу заголовків кінострічок і доведена залежність адекватності перекладу від обраного перекладачем прийому. Підводячи підсумок, слід зазначити, що сфера перекладу назв фільмів постійно розвивається і є дуже цікавою для вивчення, особливо в Україні на сьогоднішній день, коли переклад державною мовою є обов'язковим для будь-яких іноземних текстів.

Література:

1. Исмаилова Т. А. Перевод названий фильмов / Т. А. Исмаилова. // Вестник ВолГУ.. – 2017. – №15. – С. 38–40.

2. Комиссаров В. Н. Теория перевода : лингвистические аспекты / В. Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1990. – 250 с.

3. Трудности перевода: чем руководствуются российские локализаторы, когда переводят названия зарубежных фильмов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dtf.ru/cinema/21306-trudnosti-perevoda-chem-rukovodstvuyutsya-rossiyskie-lokalizatory-kogda-perevodyat-nazvaniya-zarubezhnyh-filmov>

НАЗВИ ОСНОВНИХ ВИДІВ СТРАХУВАННЯ В НІМЕЧЧИНІ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

Б. О. Лисюк

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Найвищою метою вивчення країни, мова якої вивчається, є опанування всіх культурних традицій, ідентифікація національних особливостей для глибшого розуміння народу, формування певного світогляду та інтелектуального потенціалу. Однією з таких тем, яка висвітлює певні особливості німецьких реалій, є тема медичного страхування.

Страховання завжди відіграло основну роль в економіці охорони здоров'я у всіх розвинутих країнах. Німеччина має найдовшу історію медичного страхування, якому характерна подвійна система, яка відбувається за участю як приватних, так і державних організацій. Систему медичного страхування за законопроектами німецького уряду вважають зразковою у Європі.

Мета дослідження – охарактеризувати основні види німецької моделі медичного страхування та навести приклади їх перекладу. Наведена інформація допоможе глибше пізнати культуру країни, мова якої вивчається, та може бути корисною під час перебування за кордоном.

Існує два види страхування: обов'язкове (державне) – *Staatsversicherung* й добровільне (приватне) *Privatversicherung* медичне страхування. Державне медичне страхування є обов'язковим для всіх проживаючих в країні згідно з законом, прийнятим у 2007 році [1].

Обидва іменника утворені шляхом словоскладання і можуть вважатися калькою. Проте, цікаво що громадяни країни зобов'язуються урядом страхуватися в будь-якому випадку. Такий факт викликає протиріччя з точки зору перекладу, адже прямим еквівалентом в німецькій мові слугує лексична одиниця *Pflichtversicherung*, вживання якої суперечить реаліям країни.

Існування так званих *лікарняних кас (Krankenkassen)* теж може стати непорозумінням в перекладацькому аспекті, адже така структурна одиниця відсутня в Україні. Лікарняні каси – це спеціальні організації, які безпосередньо займаються медичним страхуванням у Німеччині. Страхові внески діляться між працівником та роботодавцем порівну; безробітним надається безкоштовне страхування.

Такі лексичні невідповідності пов'язані, насамперед, з відмінністю структур медичного страхування в Німеччині та в Україні і повинні бути враховані при перекладі одиниць медичного дискурсу.

Література:

1. Медичне страхування в Німеччині [Електронний ресурс] // WordPress. — 2015. — Режим доступу: <http://xn--80aaf9bangilt9i.xn--j1amh/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BD%D1%96%D0%BC%D0%B5%D1%87%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B8/>
2. Страхова справа. Страхування [Електронний ресурс] / Базилевич В.Д. — 2011. — Режим доступу: <https://westudents.com.ua/glavy/89558-313-medichne-strahuvannya-u-nmechchin.html>

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

І.В. Лисюченко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Фразеологізм — усталений зворот, стійке поєднання слів, що виступає в мові як єдиний, неподільний і цілісний за значенням вислів [1, с.305].

Зараз кожна мова багата на фразеологізми. Я, як студентка кафедри теорії, практики і перекладу німецької мови, цікавлюсь, аналізую та досліджую саме німецьку мову та її особливості. Фразеологізми надають мові семантичне багатство, образність, лаконічність і яскравість, тому відіграють досить велику роль. Саме з точки зору перекладу німецькі фразеологізми поділяють на:

- 1) фразеологічні одиниці, що мають еквіваленти в українській мові;
- 2) безеквівалентні фразеологічні одиниці.

Для досягнення максимальної адекватності при перекладі німецьких фразеологізмів українською мовою, перекладач повинен вміти правильно використовувати різні методи перекладу [2, с.80]:

1) Еквівалент (фразеологічний зворот в українській мові, що збігається з німецьким зворотом за змістом, і по образній основі). Наприклад: *Bei Nacht sind alle Katzen grau* — *Уночі всі коти сірі*.

2) Аналог (стійкий зворот в українській мові, який за змістом повністю передає значення німецького фразеологізму, але має відмінності в образній основі). Наприклад: *Eile mit Weile* — *Хто спішить, той й людей насмішить*.

3) Описовий переклад (передача змісту за допомогою вільних словосполучень). Використовується лише тоді, коли в українській мові відсутній еквівалент чи аналог. Наприклад: *eine Auge zudrücken* — *закривати око*.

4) Антонімічний переклад (використання стверджувальної конструкції для передачі негативного значення або навпаки).

5) Калькування. Використання цього методу передбачає виділення образної основи фразеологізму перекладачем. Наприклад: *Ein Kalb darf kein Kalb bleiben* — *Не увесь час теляті телятком бути*.

6) Комбінований переклад. Цей метод часто використовують, коли в українській мові аналог не повністю передає значення німецького фразеологізму. В такому випадку перекладачі використовують описовий переклад і надають український аналог для порівняння.

Отже, наводячи методи перекладу фразеологічних одиниць, варто зауважити, що їх існує чимало і для грамотного перекладу перекладачеві варто детально проаналізувати матеріал. Перекладач повинен вміти оцінити яскравість мовлення, гру слів, зрозуміти зміст фразеологізмів, аби не допускати неточностей при перекладі.

Література:

1. Гринчишин Д. Г. Короткий тлумачний словник української мови / Д. Г. Гринчишин. – Київ: Радянська школа, 1988. – 320 с.

2. Шмелев Д. Н. Современный язык. Лексика / Д. Н. Шмелев. – Наука, 1977. – 407 с.

СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Є.Ю. Матвієнко

студент 2 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Ткачик О.В.

Лексичний склад англійської, як і будь-якої іншої, мови містить велику кількість сленгових утворень, що відповідають певним віковим та професійним групам людей. Сленг розвивається, змінюється дуже швидко. Це утворення, яке може як легко утворитися, так і зникнути. Усі зміни відбуваються для спрощення усної мови та її розуміння. Сленг - живе та динамічне утворення. Його використовують у різних сферах суспільного життя. Це важлива частина мови, яка допомагає «тримати» її «живою».

Молодіжний сленг є лексиконом у межах певної мови. Як зрозуміло з назви, ним користуються молоді люди віком в середньому до 30 років, в більшості випадків це міські жителі. Метою молодіжного сленгу є протиставлення себе «системі». Основними ознаками цього мовного явища є розмовне та часто фамільярне забарвлення. Молодіжний сленг в основному спрямований на такі елементи: людина, її одяг, зовнішність, дозвілля, житло тощо. Англійський молодіжний сленг є невід'ємною частиною англійської мови та культури. Приїхавши в англomовну країну, ви одразу відчуєте різницю між англійською граматикою та розмовною мовою.

Наведемо деякі приклади використання сленгу. I'm going to ace this exam - I've been studying all week! Молодіжний сленг у цьому реченні представлений словом ACE, що в перекладі «зробити що-небудь дуже добре, успішно» [4]; I love this party! It's just unreal! Молодіжний сленг у цьому реченні представлений словом UNREAL, що в перекладі «нереальний» - щось дивне, приголомшливе [5]. Hey, I dig your new style. Where did you buy that T-shirt? Молодіжний сленг у цьому реченні представлений словом DIG- у точному перекладі - «копати», але на сучасному неформальному жаргоні – «ловити кайф», «тягнутися»; так говорять про те, що дійсно подобається [6].

У добу творення незалежної держави, у зв'язку із закріпленням Конституцією України статусу української мови як державної мови, питання культури набуває особливої ваги [7]. Поява у мовленні великої кількості слів, жаргонів та їх використання в різних соціальних групах виникає внаслідок криміналізації суспільства, що змушує замислитися над проблемою неповноцінності мови. Ця проблема є актуальною на сьогодні. Демократизація суспільного життя передбачає альтернативу, не тільки у сфері думок, поглядів, а й у царині мовного самовираження людини. Виразним виявом рефлексів суспільної перебудови початку 90-х років ХХ ст. умовленні став «жаргонний вибух», тобто перехід жаргонних елементів у комунікативний простір різносоціальних прошарків етносоціуму. Леся Ставицька розглядає жаргонний вибух в українській художній літературі 80– 90-х рр. ХХ ст. як «непрямий протест проти сомнамбулічної масової свідомості та українського стереотипу елегійно-романтичного способу художнього світовідчуття [8; 215] і констатує спад цієї «хвороби жаргонного нагромадження в тексті».

Мова молоді відображає найменший культурно-мовний стан суспільства, що балансує на межі літературної мови та жаргону. Знижений стиль мови, який розмиває і норми мови, і норми мовного етикету, стає звичним не тільки в повсякденному спілкуванні, але й звучить на телебаченні та в радіоефірі. Молодь, яка є переважним носієм жаргону, робить його елементом поп-

культури, престижним та необхідним для самовираження [9; 146]. Лексеми утворюються під впливом найрізноманітніших чинників, серед яких особливо виділяється кримінальний жаргон, інтержаргон, власна інформація серед молоді деяких термінів. Багато лексем молодіжного сленгу семантично дублюють поширені в інтержаргоні одиниці без будь-яких трансформацій: шари, моргала, баньки (очі); лимон (мільйон грошових одиниць); стріляти (просити); поїхати (збожеволіти); бичок, чинарик (недопалок); кабак (ресторан); хахаль (кавалер, наречений); кішка (жінка легкої поведінки); миша (кишеньковий злодій); криса (той, хто краде у своїх); малахольний (ненормальний); чорнило (червоний портвейн); біоміцин (вино «Білеміцне»); шнобель, нюхало(ніс); замок рушити (вбити), зося і дося (відповідні марки вин «Золота осінь» та «Дари осені»).

Таким чином, можна зробити висновок, що молодіжне мовлення української молоді останнього десятиліття відрізняється особливою різкістю, брутальністю, в той час як сленги англійської мови доповнюють її і є частиною культури. Вони роблять мову «живою». Основними джерелами поповнення реєстру зниженої лексики в українському молодіжному сленгу є запозичення інших мов; запозичення із жаргонів (кримінальний, комп'ютерний); запозичення із загальнолітературної мови з переосмисленням значення. Молодіжний сленг – це частина розмовної мови. А знайомство з розмовною лексикою потрібне, щоб розуміти повсякденну мову, щоб володіти важливою частиною лінгвокраїнознавства, щоб уміти розшифрувати підтекст, дотепи. Необхідно лише, щоб сленг і жаргони формувались у межах своєї мови. Активне вживання молодіжного сленгу дослідники пояснюють зростанням ролі і впливу молоді в суспільстві, молодіжним авторством багатьох публіцистичних текстів. Тому вважаю за доцільне привернути увагу громадської думки до проблеми превенції поширення вживання ненормальної лексики серед молоді і спонукати до дискусії з питання введення лінгвістичної цензури.

Література

1. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів / За заг. ред. д-ра філолог. наук, проф. В.В. Дубічинського. - Х. : ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.
2. Арнольд И.В. Экспрессивные средства английского языка: сборник научных работ / И. В. Арнольд. – Ленинград. гос. ин-т им. А.И. Герцена. - Л. : ЛТПИ, 1975. – С. 123-126.
3. <https://www.youtube.com/watch?v=T97102CPZnw>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=f6d7JKnxUls>

5. <https://www.youtube.com/watch?v=Vkp9epB3wLE>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=53N-v3LHhs0>
7. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення : Підруч. – К., 2003;
8. Ставицька Л. Сучасний український інтержаргон : проблеми й аспекти вивчення // Мовознавство : Доп. та повідомл. IV міжнар. конгресу українців / Відп. В. Німчук. – К.: Пульсори, 2002;
9. Hermann Ehmman / Ein paar Fakten voraus // Voll Konkret. Das neuste Lexikon Der Jugendsprache. – Orig.-Ausg.-munchen : Beck, 2001.

ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ НЕНОРМАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ

О. С. Матюшенко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Однією з головних проблем теорії перекладу на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки вважається проблема передачі комунікативної мети мовою оригіналу. Так, наприклад, можна зіштовхнутися з такою проблемою при перекладі так званої ненормативної лексики, до якої належать невічливі, непристойні, вульгарні або ж лайливі слова та вислови, які мовці сприймають як непристойну та відразливу. Така лексика зазвичай перебуває поза нормативним полем літературної мови. Проте знайомство з нею необхідне, хоча б для того, щоб правильно сприймати, трактувати її та, що не менш важливо для лінгвіста-перекладача, правильно перекладати її, знаходячи правильний відповідник в мові, якою перекладає.

Кожен перекладач прагне досягти еквівалентності та адекватності в перекладі, тобто максимально точно передати стилістичні особливості вихідної мови. Адже варто пам'ятати про те, що перекладач є посередником в перекладі, а не автором нового перекладеного тексту. Тому коли перекладач зіштовхується з лайливою лексикою при перекладі, постає безліч питань, найголовніше з яких: як перекласти те чи інше слово зі збереженням тієї ж емоційної забарвленості тексту? «Адже в більшості випадків дослівний переклад не знаходить влучного відображення в мові, якою здійснюється переклад. А звичайне опущення чи невиправдане пом'якшення «непристойних» слів і виразів дуже часто завдає шкоди перекладу через неточність передачі настроїв, емоцій, горя стилю автора. Тому ми дотримуємося думки, що можна й

інколи потрібно адекватно, цебто «непристойно», перекладати авторські вжитки лайливих лексем.» [1, с. 145].

При перекладі ненормативної і зниженої лексики перекладачі найчастіше використовують такі ж способи перекладу, як і для літературної мови. Найчастіше використовуються різні види перекладацьких трансформацій, основною функцією яких є створення адекватного перекладу, максимально точного за умов відсутності лексичних відповідників у мові перекладу.

При перекладі лайливих слів та виразів, ми враховуємо стилістичні особливості, тому що адекватний переклад передбачає також збереження стилістичного забарвлення слів мови оригіналу. Відомо, що передумовою адекватного перекладу є правильне розуміння оригіналу. Як правило, необхідно відшукати у мові перекладу лексичні відповідники, які виражають слово чи словосполучення, які перекладаються. Однак у ряді випадків це вдається зробити дуже важко, а іноді з'ясовується, що відповідника й зовсім не існує. Особливо важко знайти доречний аналог при перекладі ненормативної лексики. Адже слід пам'ятати про те, що в різних мовах і культурах існують свої особливості походження і вживання нецензурної лексики. Саме тому вирішенням такої проблеми слугують перекладацькі перетворення (трансформації), до основних типів яких відносяться: перестановки, додавання, опущення, контекстуальні зміни. Знаходження для кожного конкретного випадку міри перекладацької трансформації вимагає від перекладача відчуття "золотої середини" - особливого вміння відходити від оригіналу, не відходячи дуже далеко. Перекладач використовує трансформації «з тим, щоб текст перекладу з максимально можливою повнотою передавав всю інформацію, укладену в початковому тексті, при суворому дотриманні норм» [2].

Отже, ненормативна лексика, що хоч зазвичай і знаходиться поза нормативним полем мови, але заслуговує такого ж детального вивчення, як і інші лексичні одиниці. Особливої уваги заслуговує питання перекладу такої лексики, адже на сьогоднішній день воно мало досліджене і при перекладі виникає безліч «підводних каменів». Адекватний переклад одиниць нецензурної лексики, передбачає використання перекладацьких перетворень, що дозволяє зберегти стилістичне забарвлення тексту оригіналу. Перекладач повинен намагатися до адекватної міри перекладацької трансформації, яка знаходиться посередині між буквализмом та вільністю і що є досить суттєвою характеристикою якісного перекладу.

Література:

1. Давиденко А. О. Лінгвістичні аспекти перекладу ненормативної лексики / А. О. Давиденко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету /2015. – (Філологія; т. 19). – С. 145–147.
2. Лілова А. Введення в загальну теорію перекладу. Москва. «Вища. шк.», 1985 - 255с.

ЛЕКСИЧНІ ТРУДНОЩІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

В.О. Мироненко

студентка 2 курсу, група 244/1, Інститут філології,

ЧНУ імені Петра Могили

Науковий керівник: к.пед.н., доц. бвз Бужиков Р. П.

При перекладі тексту будь-якого жанру перекладач стикається з низкою труднощів різного характеру: граматичними, лексичними, морфологічними, синтаксичними та ін. Науково-технічний текст не є в цьому плані винятком. Науковий стиль – функціонально-стильовий різновид літературної мови, яка обслуговує різноманітні галузі науки (точні, природничі, гуманітарні та ін.), область техніки і виробництва і реалізується в жанрах монографії, наукової статті, дисертації, реферату, тезисів, наукової доповіді, лекції, повідомлення на наукові теми, рецензії, а також у навчальній та науково-технічній літературі і т. д. [1]. Стикаючись зі значними труднощами при перекладі науково-технічних текстів, перекладачі мають вирішити низку завдань, що викликає значний інтерес у лінгвістиці. Одним з найголовніших завдань постає вивчення трансформацій, котрі використовуються у перекладі науково-технічних текстів, визначення значення, яке лексичні одиниці набули в даний час у зв'язку із розвитком міжнародних контактів та інших видів людської діяльності. Відомо, що наука теорії перекладу, у порівнянні з іншими науками, є відносно молодою, хоча і було проведено багато досліджень у даній сфері та багато уваги приділено питанню трансформацій під час перекладу. Ці аспекти вивчали такі дослідники, як Карабан В.І. [2], Коваленко А.Я. [3], Проніна Р.Ф. [4] тощо.

Перекладацькі лексичні трансформації – заміни лексичних компонентів оригіналу під час перекладу з метою чіткої передачі стилістичних та семантичних характеристик із дотриманням норм мови перекладу.

Карабан В. І. [2, с. 282] зазначає, що серед питань, які відносяться до практики перекладу необхідно чітко розмежовувати випадки, коли варіантні

відповідники слова надано у словнику та коли вони відсутні повністю або частково. У зв'язку з цим, перекладач має сам вирішувати, як правильно відтворити дану інформацію. Вибір варіанту перекладу більшою мірою залежить від сфери вживання. Насамперед потрібно точно визначити лексико-семантичний варіант та надалі шукати відповідники у словниках.

Як зазначає Коваленко А. Я. [3, с. 258], усі слова-терміни слід поділити за будовою на наступні групи:

- 1) прості, що мають лише одне слово: «*capascitor*» – «конденсатор»;
- 2) складні, що мають два та більше слів, котрі пишуться через дефіс або разом: «*needle-bearing*» – «голчастий підшипник»;
- 3) терміни-словосполучення, які складаються із кількох компонентів: «*scrappieces*» – «відходи».

Проніна Р. Ф. [4, с. 30] вважає, що дедалі частіше перекладачі зустрічаються з проблемою скорочення. В англо-американській науково-технічній літературі використовується велика кількість скорочень у вигляді окремих слів та словосполучень. Ріст числа скорочень пояснюється тим, що складні слова занадто великі й тому є нагальна проблема їх перекладу. Наприклад, «*ASTMS (Association of Science, Technical and Managerial Staff)*» – «Асоціація наукових, технічних та управлінських працівників».

Конкретизація значення слова [2, с. 300] є одним з найважливіших аспектів. Наприклад, «*the first protons go into the lowest casings until these are complemented*» – «Перші протони *залітають* на найнижчі оболонки, поки ті не заповняться». Необхідно зауважити, що переклад англійських термінів може перекладатися не лише конкретизацією, а й вилученням узагалі.

Трансформація «вилучення слова» [2, с. 311] наразі не є поширеною, використовується виключно для уникнення дублювання. Свого роду трансформації «додавання та вилучення слова» активно вживаються з метою точної передачі змісту тексту оригіналу.

Трансформація «генералізація значення слова» [2, с. 306] призводить до втрати точності інформації. Вживати необхідно лише у випадку, коли переклад іншими методами не зможе забезпечити відтворення оригіналу. «*The device is exhibited as dangerous*» – «Пристрій характеризується як небезпечний».

Префіксальні терміни мають різні значення в залежності від сфери застосування. Наприклад, «*after-*» має різні значення: «*після*», «*до*», «*під*», словосполучення «*наступний, вторинний*»: *afterglow* – *післясвітіння*.

Дослідивши деякі лексичні труднощі при перекладі, встановили, що підхід до кожного окремого тексту має бути індивідуальним, оскільки лексичні одиниці відповідають лише певній галузі. Наступні дослідження доречно

присвятити розгляду питань граматичних труднощів при перекладі науково-технічної літератури.

Література

1. Авербух К.Я. Средства специальной номинации и проблема их описания в словарях разных типов // Ивановская лексикографическая школа : традиции и инновации: сб. науч. статей. Иваново, 2011. 321 с.

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

3. Коваленко А.Я. Загальний курс науково-технічного перекладу. Київ: ІНКІОС, 2002. 320 с.

4. Пронина Р.Ф. Перевод английской научно-технической литературы: учебное пособие для ВУЗов. Москва: Высш. Шк., 1986. 175 с.

ПИТАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН НІМЕЧЧИНИ ТА ЙОГО ВІДОБРАЖЕННЯ В МОВІ

К.І. Мисливий

студент2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Дзикович О.В.

В Німеччині розглядають чотири національні меншини (nationale Minderheiten): датська (die dänische Minderheit), фризська (die friesische Volksgruppe), лужицька (das sorbische Volk) та німецькі сінті та рома (die deutschen Sinti und Roma) [1].

Вирізняють декілька критеріїв, за якими можна визнати групу населення національною меншиною: німецьке громадянство, різниця з народом, що переважає, яка проявляється через власну мову, культуру, історію, національну ідентичність, прагнення зберегти та підтримувати цю ідентичність [1].

Крім того, як важливий чинник можна розглядати перебування групи в Німеччині «традиційно»: протягом кількох століть, а також тривале мешкання групи в окремих районах Німеччини (angestammte Siedlungsgebiete). Саме це вирізняє національні меншини від груп емігрантів. Через це новоприбулі групи не отримують у Німеччині статусу національних меншин [1].

Єврейська громада в Німеччині (на відміну від усіх інших країн) розглядає себе не як національна меншина, а як товариство вірян [1].

Датська, фризська та лужицька меншини поселяються зазвичай в рамках окремих регіонів Німеччини. У той же час сінті та рома (здебільшого у невеликій кількості) оселяються майже по всій території країни [1].

Окремі меншини в Німеччині дедалі частіше піддаються цькуванню та дискримінації. Опитування 2014 року, проведене Antidiskriminierungsstelle des Bundes, показує, що кожен третій німець оцінює сусідство з представником сінті чи рома як «дуже чи скоріше неприємне». Ніяка група населення не отримує менше симпатії на свій бік. Половина опитаних гадає, що таку статистику спричинили дії з боку національної меншини. Крім того, кожен другий вважає, щонайкращою мірою для вирішення проблеми може стати заборона на в'їзд для представників відповідних національностей [3].

Очільник Центральної ради німецьких сінті та рома Романі Розе виражає занепокоєння ситуацією. За його словами, опитування показує, що глибокі упередження та ворожнеча сприйняття образу „Zigeuner“ все ще існують. Втім, Романі Розе вбачає у статистиці й позитивне, адже 81% респондентів знають про переслідування сінті та рома в часи націонал-соціалізму. На його думку, одним із можливих шляхів подолання конфлікту може стати поглиблене вивчення долі сінті та рома на уроках історії в шкільному курсі [3].

Статус образу «Zigeuner» є причиною, зокрема, для мовної дискримінації. Втім, на думку редакції DUDEN, „Zigeuner-“, може виступати частиною іменників, утворених складанням основ: *Zigeunerkapelle*, *Zigeunerlager*, *Zigeunerschnitzel*, *Zigeunersprache*, *Zigeunervolke*. Такі іменники вважаються нейтральними.

Крім цього, іменник «Zigeuner» може використовуватись на позначення особи, яка веде непостійний, часто мандрівний спосіб життя. Окрім того, у німецькій мові існують синонімічні прикметники *zigeunerhaft* та *zigeunerisch* зі значенням «той, що за зовнішністю нагадує цигана; непостійний», щоправда, дана лексема вважається застарілою, а також має позначку «meist abwertend». Серед дієслів можна виокремити *zigeunern* – скитатися по світу (із позначкою DUDEN: «Gebrauch: seltener, abwertend, veraltend»).

Говорячи про датську національну меншину, варто зазначити, що завдяки створенню сильних та незалежних організацій стало можливим збереження датських цінностей та традицій. Важливим фактором є створення власної партії (Südschleswigscher Wählerverband), представлені міністром з 2012 року в Kieler Landesregierung. Партія налічує три тисячі членів [2, с. 17].

Датській культурі в Німеччині сприяє датськомовна щоденна газета „Flensburg Avis“, власна система бібліотек (Dansk Centralbibliothek) та розгалужена мережа приватних шкіл (включаючи інтернат та дві гімназії) для

5 700 школярів. 1 900 дітей мають змогу відвідувати датський дитячий садок [2, с.18].

Датська меншина постулює: «Політика Європи – політика меншин, а політика меншин – політика Європи» [2, с. 17].

Розглядаючи фризьку меншину, слід згадати про наявність організацій, що займаються збереженням фризьких мов та їхнє вживання у громадськості, а також про поширення фризької культури в школах регіону [2, с. 24].

Важливу роль грають об'єднання під егідою *Frasche Rädj*, що представляють інтереси фризької меншини. Існує дві організації, які діють на території усїєї Північної Фризії (частина землі Шлезвіг-Гольштейн). Перша з них – *Nordfriesischer Verein*, заснований в 1902 р., який поруч із проблемами культури та мови опікується питаннями екології. Друга – *Friisk Foriining*, що турбується питаннями мови, культури та національної ідентичності, а також перебуває у тісній співпраці з датською меншиною. Важливого значення у сприянні фризької мови, культури та історії набуває *Nordfriisk Instituut* – центральна наукова установа міста Бредштедт. Популяризувати фризьку культуру допомагає й *Norddeutscher Rundfunk* [2, с. 25-26].

Визнаний статус фризької меншини певною мірою пов'язаний із т. зв. „*Friesische Freiheit*“: до кінця середніх віків у фризьких поселеннях сучасних Нідерландів та сучасної Нижньої Саксонії діяло видане, ймовірно, Карлом Великим розпорядження про автономне управління справами регіону [2, с. 24]. Це говорить про вплив історичного фактору на сучасний стан подій.

Лужицький народ мешкає виключно в Німеччині, а саме у Верхній Лужиці (Саксонія) та Нижній Лужиці (Бранденбург) [2, с. 40]. В німецькій мові поруч із позначенням *Sorben* офіційно діє відповідник *Wenden*, який використовували римські історики (*Veneti*) на позначення невідомих племен на сході [2, с. 42].

Оскільки лужицький народ мешкає на території Німеччини ще з часів раннього середньовіччя, у німецькій мові закріпились деякі запозичення з лужицької мови. Наприклад, лужицькою *Leipzig* звучить *Lipsk*, а іменник *Linde* походить з лужицького *lipa*.

Підтримку лужицькому народові надає *Die Stiftung für das sorbische Volk*, фінансований Саксонією та Бранденбургом. Головний офіс фонду розташований у м. Бауцен, крім того, налічується філіал в м. Котбус та три регіональні бюро. Фонд підтримує лужицьку меншину у питаннях культури (заснування Німецько-лужицького народного театру, Лужицького музею в м. Котбус, видавництва «*Domowina*», у якому друком виходять локальні книжки, журнали та газети, у тому числі й щоденна газета *Serbske Nowiny*“ та нижньолужицький

тижневик „Nowycasnik“). Більше того, у Саксонії та Бранденбурзі налічуються школи з двомовною освітою (лужицька та німецька). Також радіостанція Berlin-Brandenburg (RBB) щотижня виділяє 11,5 год на трансляцію нижньолужицької радіопроеграми зі студії RBB у м. Котбус [2,с. 46-48].

Отже, національні меншин у Німеччині з їхніми цінностями, традиціями, мовами представляють собою особливий культурний пласт і підкреслюють статус Німеччини як полікультурної держави. Важливим є створення відповідних умов у сфері політики щодо підтримки національних меншин.

Список використаних джерел:

1. Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat. Die nationalen Minderheiten in Deutschland [Електроннийресурс] / Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bmi.bund.de/DE/themen/heimat-integration/minderheiten/minderheiten-in-deutschland/minderheiten-in-deutschland-node.html>
2. Bundesministerium des Innern. MediaCompany – Agentur für Kommunikation GmbH. Nationale Minderheiten Minderheiten- und Regionalsprachen in Deutschland [Електроннийресурс] / Bundesministerium des Innern. MediaCompany – Agentur für Kommunikation GmbH. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/themen/heimat-integration/nationale-minderheiten/minderheiten-und-regionalsprachen-dritte-auflage.pdf;jsessionid=60D2CEF7B0D359047329A74708E525A5.1_cid287?__blob=publicationFile&v=3
3. Spiegel.DE. Jeder dritte Deutsche will keine Roma als Nachbarn [Електронний ресурс] / Spiegel.DE. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/roma-und-sinti-studie-ueber-antiziganismus-in-deutschland-a-989616.html>

ЕКВІВАЛЕНТНІСТЬ ТА АДЕКВАТНІСТЬ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

Г.С. Мойсієнко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Рух росту науки й техніки в 21 столітті неможливий без обміну кваліфікаційної інформації, яка з'являється в різних країнах у періодичних виданнях, на просторах інтернету, бюлетенях, літературі... Її розвиток залежить

від швидкості розповсюдження інформації, яка має сприйматися реципієнтом якнайкраще, тому важливим є доступне донесення тексту. Таким чином зрозумілим є те, що саме еквівалентний і адекватний переклад є основним ланцюгом у вдалій трансформації тексту.

Терміни "еквівалентність" та "адекватність", які використовуються в теорії та практиці перекладу схожі між собою, проте вчені розмежовують їх та вкладають в них різний зміст. Вперше поняття еквівалентності вжив у своїй статті Р. О. Якобсон "On Linguistic Aspects of Translation " у 1959 році. В. Н. Комісаров розглядає еквівалентність на рівні мети комунікації, на рівні опису ситуації, на рівні висловлювання, на рівні повідомлення, на рівні мовних знаків [1, с.215].

Одне з головних завдань перекладача полягає в максимально повній передачі змісту оригіналу, і, як правило, дійсна схожість змісту оригіналу і перекладу дуже значна.

В сучасному перекладознавстві можна знайти три основних підходи до визначення поняття «еквівалент»:

Деякі дослідники, наприклад М. Брандес і В. Провоторов, надаючи визначення перекладу, фактично заміняють еквівалентність тотожністю, стверджуючи, що переклад має повністю зберігати зміст оригіналу [2, с.117].

Другий підхід у вирішенні проблеми перекладацької еквівалентності полягає в спробі знайти в змісті оригіналу якусь інваріативну частину, збереження якої необхідно і достатньо для досягнення еквівалентності перекладу. Іншими словами, якщо переклад може виконати одну й ту ж саму функцію чи описує ту ж саму реальність, то він еквівалентний [3, с.74]..

Третій підхід до визначення перекладацької еквівалентності можна назвати емпіричним. Суть якого полягає в тому, щоб не намагатися вирішувати, у чому повинна полягати спільність перекладу й оригіналу, а зіставити велике число реально виконаних перекладів з їх оригіналами і подивитися, на чому ґрунтується їхня еквівалентність.

Якщо ж говорити про адекватність перекладу – це співвідношення вихідного та кінцевого текстів, при якому враховується мета перекладу. Тому переклад тексту можна вважати адекватним, якщо хоча б одна з двох умов збережена, а саме: правильно перекладені усі терміни та їх сполучення; переклад є зрозумілим для спеціаліста і в нього немає до перекладача ніяких питань і зауважень.

Адекватний переклад – це також відтворення єдності змісту і форми оригіналу засобами іншої мови. Адекватний переклад враховує і змістову, і

прагматичну еквівалентність, не порушуючи при цьому ніяких норм, є точним і без усіляких неприпустимих перекозчень.

Отже, з'ясувавши, що таке еквівалентній і адекватний переклад та в чому полягає їх відмінність можна зрозуміти, що трансформації науково – технічних текстів вимагають клопіткої роботи над працею.

Переклад науково-технічних текстів стає все актуальнішим у зв'язку з прискоренням науково-технічного прогресу у сучасному світі, що свідчить також про актуальність даної статті.

Тому висновком слугує той факт, що найбільш проблемною сферою перекладу залишається на сьогодні науково-технічний стиль, основою якого є науково-технічна література. Оскільки основним завданням науково-технічного тексту є донесення конкретної інформації дійсності до читача, тобто когнітивну інформацію без суб'єктивної емоційності за допомогою різноманітних мовних засобів, різних граматичних конструкцій, складних іменників та сполучень слів, які відповідають нормам граматики, то надзвичайно важливим стає завдання досягнення еквівалентності та адекватності тексту перекладу та оригіналу.

Література:

1. Комиссаров В. Н. Слово о переводе / В. Н. Комиссаров – М.: Международные отношения, 1973. – 216 с.
2. Брандес М.П., Провоторов В.И. Предпереводческий анализ текста: Учеб. пособие. – 3-е изд., стереотип / М.П. Брандес, В.И. Провоторов. – М.: НВИ – Тезаурус, 2001. – 224 с.
3. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.

РОЗ'ЯСНЕННЯ НІМЕЦЬКОГО ПОНЯТТЯ «SOLIDARITÄTZUSCHLAG» ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ РЕАЛІЇ

Н.Л. Муляр

студент 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Податок солідарності – податок, встановлений урядом деяких країн з метою фінансування проектів, які, в теорії, мусять слугувати об'єднанню або солідаризації країни. Як правило, такий податок нараховується на короткий час в додаток до податку на дохід фізичних та юридичних осіб, приватних

підприємців. Такий податок вже встановлений в Німеччині, Італії, Чеській Республіці, Франції, планується до встановлення у Росії [1].

Податок солідарності (Solidaritätszuschlag, далі - SZ) в Німеччині ввели у 1991 році для відновлення економіки східної частини держави після об'єднання ФРН і НДР. Спочатку цей податок нараховував 7,5 відсотків від всіх податків, а згодом його понизили до 5,5 відсотків [1].

Основна думка німецьких громадян з приводу SZ така: східну частину країни відбудували вже настільки, що цей податок не потрібно подовжувати після 2019 року. У той же час є західнонімецькі міста, яким також потрібні гроші для розвитку інфраструктури, або погашення боргів. Яскравим прикладом можуть слугувати міста Дортмунд і Оберхаузен, сумарний борг яких ще у 2012 перевищував два мільярди євро [2].

Із позитивних аспектів впливу Східної частини на Західну відзначають, що значна кількість молодих людей із сільськогосподарських та соціально слабких регіонів Східної Німеччини переселилися на західну частину країни, забезпечуючи підприємства робочою силою. Також велика кількість мешканців колишньої НДР проводять відпустки на Заході країни і, як наслідок, сприяють росту доходів у галузі туризму. До найголовніших позитивних чинників відносять те, що східна частина надає доступ до нових ринків збуту, а також нерухомості. А відразу після злуки західні німці отримали можливість будувати свої підприємства землях східних [3].

З часу об'єднання ФРН і НДР до 2015 року два трильйони євро було виділено на розвиток східної Німеччини, з яких півтора трильйони приходиться на гаманці західних німців. При цьому приблизно 60-65% від загальної суми – пенсії та інші соціальні виплати. Представники партії зелених, лівих і соціал-демократів планують припинити виокремлювати SZ з-поміж інших податків і ввести його в загальний податковий збір [3].

Зовсім інша концепція у нинішнього голови Міністерства Фінансів Олафа Шольца (Olaf Scholz). Видавництво Bild повідомило, що він планує трансформувати SZ в додатковий податок на дохід для 10% людей із максимальним прибутком. У Німеччині таких налічується декілька мільйонів [4].

Таким чином, отримуємо дві різних думки. З одного боку – коаліція, члени якої вимагають цілковитого скасування SZ, з іншої – Міністерство фінансів, яке нагадує, що з цього податку держава щорічно отримує до бюджету додаткових 17 мільярдів євро. Крім того, міністр фінансів заявив, що ліквідація SZ суперечить основному закону [4].

Отже, SZ має неоднозначну реакцію як з боку населення, так і з боку політичних партій Німеччини. Одна частина хоче скасувати закон, що цей податок регулює, а інша - внести деякі зміни в регулювання стягнення.

Список використаних джерел:

1. Налог солидарности [Електронний ресурс] // Wikipedia. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Налог_солидарности.
2. Шульц Ф. Дорогая солидарность: западные немцы устали помогать восточным [Електронний ресурс] / Ф. Шульц, О. Капустина // DeutscheWelle. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/ru/дорогая-солидарность-западные-немцы-устали-помогать-восточным/a-15838745>.
3. Листов И. О налоге на солидарность [Електронний ресурс] / Игорь Листов // Partner. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.partner-inform.de/partner/detail/2015/2/324/7246/o-naloge-na-solidarnost?lang=ru>.
4. Кривицкая Е. Налог на солидарность в Германии: отменят или нет? [Електронний ресурс] / Евгения Кривицкая // Aussidlerbote. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://aussiedlerbote.de/2018/06/nalog-na-solidarnost-v-germanii-otmenjat-ili-net/>.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У РАМКАХ УКРАЇНОМОВНОГО ПЕРЕКЛАДУ

В.Г. Наливайко

студентка 4 курсу, група ЛА-52, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Бондаренко Т.Б.

Проблема вивчення структурних та семантичних особливостей англійської мови знайшла своє місце у роботах Г.О. Винокура, В.П. Даниленка, Є.Ф. Скороходька, С.В. Гринєва та інших. У центрі уваги дослідників юридичних термінів виявилися проблеми семантичної структури [1; 2], словотворчої семантики [4; 5; 6], перекладу правових документів [3]. Але існуючі дослідження структурно-семантичної природи юридичних термінів у перекладацькому полі не мають комплексного характеру.

Актуальним нам вважається дослідження структурно-семантичної природи лексичних одиниць юридичного характеру в перекладацькому аспекті.

В основу дослідження покладено гіпотезу, що структурно-семантична природа юридичних термінів має важливий вплив на процес їхнього перекладу.

Розгорнуте тлумачення “терміну” подає Ф.А. Циткіна: “Термін – це спеціальне слово або словосполучення, яке вживається для точного вираження поняття з якої-небудь галузі знання – науки, техніки, суспільно-політичного життя, мистецтва, юриспруденції тощо” [6, с. 25].

За структурною характеристикою переважна більшість юридичних термінів (97%) є похідними. З них близько 80% – терміни-словосполучення, 20% створено за допомогою різних способів словотворення (суфіксація, префіксація, словоскладання) [5, с. 68]. Усі терміни за своєю будовою поділяються на: – прості (складаються з одного слова): *legislation* – законодавство; – складні (складаються з двох слів): *Supreme Court* – Верховний суд; – терміни-словосполучення (складаються із декількох компонентів): *specific performance* – реальне виконання. Прості терміни неоднорідні за кількістю словоутворюючих компонентів. На цій підставі однокомпонентні терміни складають наступні групи: 1. до структури терміна входить лише одна основа (*claim, force*); 2. структуру терміна складає основа та один чи більше афіксів (*protection, deprivation*); 3. термін утворюється шляхом складання основ (*safeguard, blackmail*); 4. утворення терміна відбувається за допомогою складання основ та афіксації (*blackmailing*).

В англійській юридичній термінології існує ряд термінів, які складаються з декількох компонентів. Наприклад: *human rights protection* – захист прав людини *protection of rights and interests* – захист прав та інтересів; *observance and application of the effective legislation* – дотримання та застосування чинного законодавства. Стійкі термінологічні словосполучення значно легше піддаються перекладу, ніж складні слова-терміни, тому що в них усі компоненти граматично оформлені, що полегшує розкриття смислових зв'язків між ними. Тому, зазвичай, змістове значення термінологічних словосполучень не допускає ніяких неточностей у тлумаченні терміну. Не менш важливу роль у процесі перекладу юридичних термінів відіграє й їхня семантична природа. Існують різні підходи до аналізу проблеми семантичних особливостей термінів, зокрема юридичних та правових. Наприклад, згідно теорії В. Шило дослідження історії розвитку англійської мови, культурних та політичних взаємин між мовними спільнотами дає підставу виділити історичні періоди надходження французьких адміністративно-правових запозичень у склад англійської мови, що супроводжується не лише розширенням кількісного складу англійської адміністративно-правової терміносистеми, але й якісними семантичними змінами в правничій термінології [7, с. 126].

При перекладі юридичної термінології на українську мову треба, перш за все, визначити семантику цих термінів, тобто встановити їхнє значення. При цьому треба брати до уваги той факт, що не завжди є повний відповідник терміна у мові перекладу: словник, як правило, дає декілька семантичних варіантів, серед яких тільки один передає точне значення терміна мови оригіналу. Наприклад, аналізуючи семантичну структуру іменника *sentence* можна встановити, що він багатозначний і встановлює велике коло предметів та понять, залежно від сфери вживання. Але кожному значенню, в свою чергу, відповідає декілька українських слів, які в англо-українському словнику даються просто через кому. Так, перше значення – вирок, рішення (судове); друге – речення, фраза (грам.); третє значення – сентенція, вислів. Це свідчить про те, що при перекладі треба обов'язково звертати увагу на семантику слова та вибирати необхідний контекстуальний відповідник, за допомогою якого можна визначити значення терміну.

Література:

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової та технічної літератури : лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі / В. І. Карабан. – Вінниця : Нова книга, 2001. – Ч. 2. – 304 с.
2. Ліпко І. В. Англійська мова для юристів : підруч. [для студ. та викл. вищ. навч. закл.] / І. В. Ліпко. – Вінниця : Нова книга, 2004. – 208 с.
3. Переклад англійської громадсько-політичної літератури : міжнародні конвенції у галузі прав людини / [Черноватий Л. М., Карабан В. І., Ганічева Т. В., Ліпко І. П.]. – Вінниця : Нова Книга, 2006. – 272 с.
4. Скороходько Є. Ф. Позиційна інтерференція термінів як структурна характеристика наукового тексту / Є. Ф. Скороходько // Мовознавство. – 2006. – № 4. – С. 22–32.
5. Хижняк С. П. Правовая терминология и проблемы ее упорядочения / С. П. Хижняк // Правоведение. – 1990. – № 6. – С. 67–71
6. Циткіна Ф. О. Термінологія й переклад / Ф. О. Циткіна. – Львів : ВЛП, 1988. – 35 с.
7. Шило В. Генезис і становлення англійської правничої та адміністративної термінології / В Шило // Вісник Львів. ун-ту. – 2003. – № 11. – С. 126–132. – (Серія : іноземні мови).

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ СКЛАДНО-ПІДРЯДНИХ РЕЧЕНЬ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Нестерова К. І.

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Чепурна З. В.

In der deutschen Sprache gibt es zwei Arten komplexer Sätze: *die Satzreihe* und *das Satzgefüge*.

Das Satzgefüge ist in der deutschen und in der ukrainischen Sprache durch eine Reihe von Analogien verbunden und daher ist im Allgemeinen nicht sehr schwer zu verstehen.

Die Sätze dieses Typs (*das Satzgefüge*) bilden eine grammatikalische Struktur, die in der Regel aus dem Hauptsatz und einem oder mehreren Nebensätzen besteht. Der Hauptsatz hat immer einen unabhängigen Charakter, während der Nebensatz immer dem Hauptsatz untergeordnet ist.

Das Problem der Länge und der Satzstruktur ist äußerst aktuell. Die Rhetorik ist das einzige syntaktische Konstrukt, dessen Komponenten voneinander abhängig sind und nur in Beziehung zueinander existieren.

Die grammatischen Schwierigkeiten der Übersetzung sind meiner Meinung nach ein Satz morphologischer und syntaktischer Phänomene der Ausgangssprache, die keine direkte Entsprechung in der Zielsprache haben und besondere Sprach-, Übersetzungs- und Fachkenntnisse des Übersetzers erfordern.

Es gibt verschiedene Arten von Satzgefügen (der Nebensätzen) im Deutschen, aber das Wichtigste ist, dass sie alle eine bestimmte Wortfolge haben.

Und zwar: das Verb im Satzgefüge steht immer am Ende des Satzes, zum Beispiel: „Ich denke, dass du Recht hast“. („hast“ steht am Ende).

Ein Nebensatz kann durch spezielle Mittel eingeleitet werden: Konjunktionen: *dass, weil, da, ob, falls, wenn, als, bevor, nachdem, seitdem, während, obwohl, damit, sodass, so dass, bis* usw.; oder Relativpronomen *wer, wo, der, die, das, dessen, deren, dem, den, denen, welcher, welche, welches, welchem, welchen*. [2]

Die Übersetzung hängt von syntaktisch-funktionalen Typen der Nebensätze ab:

Subjektsatz, Prädikativsatz, Objektsatz, Adverbialsätze (Temporalsätze, Kausalsätze, Lokalsätze, Adverbialsätze der Art und Weise, Konditionalsätze, Restriktivsätze, Finalsätze, Konsekutivsätze, Komparativsätze – reale, irreale), Attributsätze, Weiterführende Nebensätze.

Obgleich das System der syntaktisch-funktionalen Typen der Nebensätze analog dem System der einfachen Satzglieder gebaut ist, sind nicht alle diesen Typen in ihren wesentlichen Zügen den einfachen Satzgliedern synonym.

Der Übersetzer muss auch die Bedeutung von Konjunktionen unterscheiden. Zum Beispiel: Die Konjunktionen, *wenn* und *als* leiten einen Nebensatz ein. *Wenn* kann in einem Konditionalsatz stehen. Dann ist es ein Synonym zu „falls“. *Wenn* kann aber auch temporal benutzt werden. Es zeigt dann eine zeitliche Relation an. Auch die Konjunktion *als* benutzt man in Temporalsätzen. Mit *als* kann man einen Zustand, einen längeren Zeitraum oder auch ein einmaliges Ereignis in der Vergangenheit beschreiben. Auch das Wort *als* verwenden wir immer dann, wenn wir bei einem Vergleich Unterschiedlichkeit ausdrücken wollen (der Modalsatz).

Schlussfolgerung: die Übersetzung hängt von vielen Faktoren ab. Jeder Satztyp hat seine eigenen strukturellen und morphologischen Merkmale, auf die der Übersetzer viel Wert legen sollte.

Література:

1. Syntaktische Transformation [Електронний ресурс] // Особливості перекладу підрядних речень українською мовою та частотність їх вживання у науково-публіцистичних текстах німецькою мовою. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: https://knowledge.allbest.ru/languages/3c0b65635a3ad78b4d53a89421306d26_1.html

2. Konjunktionen [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://de.m.wikipedia.org/wiki/Satzgefüge>.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

К.І. Нестерова

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Актуальність даної теми не викликає сумнівів, адже галузь права, в аспекті перекладу, на сьогоднішній день, є однією з найпопулярніших та найскладніших. У кожній юридичній системі країни є тонкощі у формулюваннях, які можуть кардинально відрізнятися в різних державах. Непрості лексичні еквіваленти термінів, цілі конструкції значень, які дуже складно, а іноді навіть неможливо перефразувати, ускладнюють роботу перекладача та особи, яка засвідчує переклад, і можуть стати перешкодою для визнання документа дійсним.

Так чи інакше, протягом життя, ми стикаємось з ситуаціями, що вимагають професійної допомоги юриста. Для виїзду за кордон і здійснення повноцінної діяльності на території іншої країни, необхідно зробити натеріальний переклад документів. Найчастіше документація на іноземній мові оформляється в разі виїзду за кордон на заробітки або навчання, імміграції, проведення ділових операцій, одруження з іноземним громадянином, отримання спадку або доручення, народження дитини на території іншої держави, укладання договорів. Для вдалого перекладу не достатньо володіти термінологією та нормами оформлення, задача перекладача полягає, також, у врахуванні культурних особливостей носіїв вихідної мови, специфічних конструкцій, властивих тільки їм.

Юридичний переклад – мовно-юридична процедура відтворення правового змісту юридичного тексту вихідної культуроспецифічної правової системи, засобами фахової мови правової системи-реципієнта, задля збереження відповідних юридичних функцій та екстеріоризації інших прагматичних функцій тексту перекладу, що діють на час виконання перекладу. [1]

Здебільшого, юридична література, юридичні тексти складаються з термінів, в основі яких лежить дефініція реалії, яку він позначає.

Юридичний термін — слово чи словосполучення, використане в законодавстві, є узагальненим найменуванням юридичного поняття, має точний і визначений зміст, вирізняється смисловою однозначністю та функціональною стійкістю. [2]

Необхідність вираження в межах однієї лексичної одиниці відразу декількох суттєвих ознак певного спеціального поняття зумовлює існування слів-термінів, що складаються з кількох компонентів. (*Arbeitnehmerfreibetrag* — неоподаткований мінімум заробітної плати).

Найбільш продуктивними є префікси: **un-, ur-:** *die Unverletzlichkeit* — недоторканність, *die Untersuchung* — розслідування, *das Urheberrecht* — авторське право, *Ureinwohner* — абориген. Серед дієслівних префіксів - **miss-, zer-, er-, ver-, be-, ent-** : *die Missbilligung* — догана, *der Missbrauch* — зловживання, *der Verdacht* — підозра, *der Verbrauchssteuer* — акциз, *die Berufung* — апеляція, *der Beschluss* — рішення, *die Beschwerde* — скарга.

-Selbst, -außen, -gegen, -haupt, -gesamt, -voll — напівпрефікси, що є частотними в іменниковому та прикметниковому юридичному термінотворенні. Наприклад: *das Hauptverfahren* — судовий процес.

За суфіксальним типом, визначаються такі: **- ung, -er, -e:** *Abstimmung* — голосування, *Arbeitgeber* — роботодавець, *Anfrage* — запит, , *Abgeordnete* —

заступник, *Akkreditierung* — акредитування, *Beklagter* — підсудний, *Beleidigung* — образа, *die Ordnungsverwaltung* — адміністративна діяльність, щодо забезпечення суспільного порядку.

Також використовують напівсуфікси: **-macht** (*die Eigenmacht*), **-recht** (*das Begnadigungsrecht, das Beschwerderecht, der Rechtsanspruch*), **-stück** (*das Grundstück*), **-fähig** (*kautionsfähig*).

Висновки. Юридичний переклад — це переклад текстів, які наділені правовими аспектами, що мають безпосереднє відношення до юриспруденції та нормативної бази. Документи особливої важливості мають свій певний зміст і форму, які необхідно обов'язково врахувати і зберігати при перекладі. Якщо мови і правові системи споріднені, то переклад здійснювати легше. Зазвичай, терміни мають одне значення. Перекладач несе велику відповідальність за свою роботу, отже, має спиратися на знання специфіку термінів, форм, враховувати контекстуальність, культурні особливості, орієнтуватись в законах обох країн.

Література:

1. Шаблій О. А. Теоретичні та методологічні засади німецько-українського юридичного перекладу [Електронний ресурс] / О. А. Шаблій // Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Юридичний_переклад#cite_ref-1

2. Артикуца Н. В. ОСНОВИ ВЧЕННЯ ПРО ЮРИДИЧНИЙ ТЕРМІН І ЮРИДИЧНУ ТЕРМІНОЛОГІЮ [Електронний ресурс] / Н. В. Артикуца // Київ – Режим доступу до ресурсу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2457/artkytsa_osnovy_vchennya.pdf?sequence=1

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ІМЕННИКІВ В ГАЛУЗІ ПЕРЕРОБКИ І СОРТУВАННЯ СМІТТЯ

В. С. Нестерчук

студент 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

В наш час переробка та сортування сміття – одна з найважливіших задач і проблем в усьому світі, зокрема через крайню необхідність збереження навколишнього середовища та планети в цілому. В цій галузі наразі зосереджена велика кількість країн, вчених та дослідників з всього світу, які з

кожним роком вдосконалюють та в подальшому використовують нові, кращі, оптимальніші способи переробки сміття.

Мета дослідження – навести приклади лексичних одиниць, що мають прямий лексикографічний відповідник, проте слугують лише частковим перекладацьким еквівалентом, адже саме поняття відсутнє в країні мови перекладу. Для цього було поставлено завдання охарактеризувати основні особливості розвитку галузі переробки та сортування сміття в Німеччині ХХ – початку ХХІ століття та

Упродовж багатьох років сміття у Німеччині не мало жодної цінності – його просто спалювали чи закопували. Аж допоки уряд ФРН не спонукав підприємства до вторинної переробки сміття, а громадян – сортувати відходи.

У 1991 році тодішній федеральний уряд Німеччини розробив приписи щодо упаковки. Закон покладав на кожного виробника відповідальність за його продукт і після споживання. Промисловість після цього заснувала свою систему збирання та повторної переробки сміття, яку назвали "дуальною системою". Її розпізнавальним знаком став символ кругообігу – "зелена крапка". Його ставлять на всіх продуктах, які беруть участь у системі ресайклінгу.

Виникає унікальна система, яка не має аналогів у світі, – з різними новими об'єктами. Контейнери для сміття стають різнокольоровими: у "синій контейнер" складають папір, у "жовтий" – різного роду упаковку, від поліетиленової плівки до стаканчиків з-під йогуртів.

Німці починають сортувати відходи і додатково несуть склотару до окремих контейнерів або ж до магазинів, де вони купували напої. Стимулом для сортування та здачі склотари стала система застави: тим, хто здає склотару, повертають певні кошти. Так система працює і до сьогодні.

Цікавою для перекладача є низка німецьких лексичних одиниць в цій галузі, що мають прямі відповідники в українській мові, проте для людей, що не мають повного уявлення про процеси, пов'язані з даною системою, важкі для сприйняття. Наведемо приклади:

Abfallsortieranlage – установка сортування відходів

Restmüll – залишкові відходи

der Gelbe Sack – жовтий мішок

vollautomatische Trennung – напіваавтоматична сегрегація

Література:

1. Гроші зі сміття. Як Німеччина стала чемпіоном світу з переробки відходів [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/a-39348406>

2. Корисний досвід: як у Німеччині сортують сміття і чому це необхідно [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zik.ua/news/2016/10/10/93811>

TERMINOLOGICAL UNITS AS LEXICAL MEANS FOR LEGAL DOCUMENTS

Nuriieva O.S.

*The 4-th year student, group LA-51, faculty of linguistics,
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
Senior lecturer at the department of theory, practice and translation of the English
language Bondarenko T.B.*

Legal documents represent a specific kind of documents characterized by fixed structural and contextual norms, formal style and register containing plentiful legal terms. Generally, numerous terms classifications and, in particular, legal ones do not contradict each other and, conversely, complement existing knowledge. The main function of the term is nominating, requiring a corresponding uniqueness.

Terms are defined as words or phrases that are created for the exact expression of special subjects and concepts in the scientific, business and other fields. Terms as linguistic means are widely used in jurisprudence. At present, there is no complete agreement in the definition of the term. A large number of linguists tried to define this concept, for example, B.M. Golovin considers the term to be a professional concept used for designation a certain set of objects and the interaction between objects in terms of a particular profession [1, p. 7].

Legal terms were studied by Ukrainian linguists, among whom we meet P. Rabinovich, O. Skakun, M. Verbenez. Together with them, this subject was studied by foreign linguists D. Kerimov, D. Chukhvicev, S. Khizhnyak. They can be divided according to the source of consolidation into legislative legal terms (property, rights), which are often used in legal acts, and scientific terms (правовий простір) used in legal science. Legal terms in normative legal acts are divided into codified legal terms (юримична особа, crime) and non-codified legal terms, that is, those which do not have a fixed definition in the legislation, but are explained in scientific articles, textbooks or monographs [2]. The codified legal terms are defined by legal acts, therefore they become the standard when writing all legislative and sub-legislative acts, the sphere of oral legal communications and business documentation [3].

The essence of the concept causes the emergence of another classification of legal terms: 1) clear legal terms, the understanding of which is not influenced by circumstances, cases or certain facts (attorney, jurist, accident); 2) terms that express

valuation concepts; they are not fully explained in the text of the document and need to be interpreted according to the situation and the specific case (нешасний випадок) [2].

Hereby, the understanding of linguistic means in particular terms and their classification is an important factor in the successful translation of legal documents from English into Ukrainian and vice versa. The translator should be guided in the lexicon of legal documents and have access not only to specialized bilingual dictionaries but also industry-specific dictionaries in order to minimize the difficulties in translating legal texts.

References:

1. Головин Б. Н. Термин и слово / Б. Н. Головин. – Горький : Изд-во Горьковского ун-та, 1982. – 132 с.
2. Особливості використання юридичних термінів у професійному мовленні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://studopedia.com.ua/1_60210_osoblivosti-vikoristannya-yuridichnih-terminiv-u-profesiynomu-movlenni-profesionalizmi-v-dilovomu-movlenni.html.
3. Юридичний термін [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://leksika.com.ua/16120406/legal/yuridichniy_termin.

ІНТЕРАНЦІОНАЛІЗМИ В НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ – СПРАВЖНІ ЧИ ФАЛЬШИВІ ДРУЗІ ПЕРЕКЛАДАЧА

Є.Б. Петрук

студентка 4 курсу, група ЛА-51, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Усик Г.М.

Характерною рисою розвитку сучасної науки є остаточне набуття англійською мовою статусу мови світової науково-технічної літератури, внаслідок чого до якості перекладу наразі ставляться найвищі вимоги. Центральними проблемами перекладознавства завжди були і залишатимуться питання пошуку і досягнення перекладацької еквівалентності, а тому дослідження явища існування та функціонування лексичного комплексу «фальшиві друзі перекладача», неправильна передача одиниць якого призводить до зміни стилістичного забарвлення, втрати семантики висловлювання та викривлення вихідного тексту, завжди матиме свою актуальність. Однією з найскладніших проблем дослідження сучасного перекладознавства є окреслення меж комплексу «фальшивих друзів» та визначенню груп одиниць, які дійсно підпадають під ці межі. З огляду на це,

метою даних тез є з'ясувати та довести на прикладах, чи є інтернаціоналізми справжніми або ж фальшивими друзями перекладача.

Інтернаціоналізми – це лексичні одиниці, які виражають поняття міжнародного значення й існують у багатьох мовах світу, зберігаючи близьке або спільне значення й фонетико-морфологічну будову [2].

Визначальною рисою науково-технічного дискурсу є широке використання інтернаціональної лексики, яка, становлячи 50-60 % мови кожної наукової праці, має спростувати сприйняття викладеного матеріалу науковцями з різних країн світу. Але якщо інтернаціоналізми полегшують розуміння іншомовного тексту, чому ж ряд науковців відносить їх до класу пасток, насамперед в умовах науково-технічного перекладу?

Згідно з підрахунками, великий відсоток слів, які відносяться до категорії «фальшивих друзів» (більше 50 %) [3, с. 10], складають саме інтернаціоналізми, до яких відноситься ряд термінологічних і нетермінологічних лексичних одиниць, спеціальних і загальних наукових слів, причому дослідження показують, що помилки при передачі останніх рідною мовою переважають. Розглянемо дві групи помилок, які можуть виникати при передачі інтернаціоналізмів:

1) Неправильне тлумачення інтернаціональних загальнонаукових слів, таких як «*analysis*», «*criterion*», «*critical*», «*integral*», «*history*», «*practical*», «*principle*», «*scenario*», «*structure*», «*system*» тощо [3, с. 15]. У ряді контекстів їх «прямий» переклад (типу «аналіз», «структура», «сценарій») призвів би до змістових спотворень.

Наприклад, *mechanical analysis* – гранулометричний склад речовини; *2K criterion* – правило «2 градусів»; *pressure history* – динаміка зміни тиску; *practical photocathodes* – промислові фотокатоди; *scenario of data* – варіанти моделювання даних.

2) Неправильна передача прислівників та ввідних прислівникових конструкцій, які закінчуються на -ly

а) загальноживаний прикметник + суфікс -ly (наприклад, «analytically», «conceptually», «specifically» тощо) [3, с. 24]

Приклад № 1: *The system of indicators could be constructed analytically to measure discrimination.* – Аналітично (правильно! На аналітичній основі) можна побудувати систему показників для кількісної оцінки дискримінації.

Приклад № 2: *The conference specifically looked at the linkages between space weaponization, missile proliferation and missile defences.* – Спеціальною темою цієї конференції (правильно! На цій конференції насамперед розглядався)...

б) іменники, які позначають назви наук, галузей знань та виробництва + суфікс –ly (наприклад, «*chemically*», «*mathematically*», «*mechanically*») [3, с. 25]

Приклад № 1: *Chemically, this element is almost the same as the ordinary hydrogen.* – *Хімічно цей елемент майже не відрізняється від звичайного водню.* – *За своїми хімічними властивостями...*

Приклад № 2: *Parallel, two-line, reversing, positive metering, fully hydraulically actuated lubrication systems.* – *Паралельні, дволінійні, вентильні, повертальні пружини, які активуються гідравлічно.* – *Реверсивні поршневі системи змащування з гідравлічним приводом...*

Можна зробити висновок, що в науково-технічній літературі інтернаціоналізми мають амбіваленту природу. Це проявляється в тому, що, з одного боку, при перекладі інтернаціоналізми нерідко «сприяють первинному оформленню думки цільовою мовою, навіть якщо потім вони і не зберігаються як адекватні в даному випадку мовні перекладацькі еквіваленти» [1, с. 148]; а з іншого – за невідповідності значень паралельних інтернаціоналізмів виникають значні смислові та стилістичні спотворення при їх буквальному перекладі.

Література

1. Акуленко В. В. Вопросы интернационализации словарного состава языка. Харьков: Изд-во Харьк.ун-та, 1972. 215 с.

2. Енциклопедія сучасної України.URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12413.

3. «Ложные друзья» переводчика научно-технической литературы. Коллектив авторов. Москва: Изд-во Рипол Классик, 1989. 123 с.

ПЕРЕКЛАД НІМЕЦЬКИХ КОМПОЗИТИВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Є.А. Прокопова

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Кожна мова протягом усієї своєї історії та протягом усього свого розвитку активно доповнює свою лексику. Це призводить до того, що з'являються нові слова, словосполучення та композити. У більшості випадків, перекладачі стикаються з труднощами перекладу тих чи інших композитів, по-перше, тому, що вони є результатом особливого способу мислення певного народу, а по-друге, тому, що велика кількість композитів утворюється в процесі мовлення.

Складні слова займають важливе місце у системі німецької мови. Більшу частину композитів займають терміни інформаційної сфери, які складаються з двох компонентів. Також найбільш поширеними є три- та чотири-компонентні. Оскільки в складних німецьких термінах остання частина завжди несе основне значення і визначає при цьому граматичні категорії складного слова, то його переклад слід починати з уточнення значення основного компонента, складових частин, а потім з'єднати всі отримані значення [1, с. 152]. Наприклад, як зі словом *der Breitbandlautsprecher* – широкосмуговий гучномовець. Але якщо слово містить в собі три – чотири компоненти, то, відповідно, вони теж перекладаються не одним словом, а кількома: *das Speicherkartenlesegerät* – пристрій читання карт пам'яті.

У 2013 році з німецької мови прибрали найдовше слово, яке містить в собі 63 літери – *Rindfleischetikettierungsüberwachungsaufgabenübertragungsgesetz*. Складність перекладу цього терміну полягала в тому, що треба було поділити композит на окремі слова та до кожного німецького слова обрати правильний український відповідник. У цьому випадку переклад буде зроблений не двома – трьома словами, а цілою фразою: «закон про розподіл обов'язків із нагляду за маркуванням яловичини» [2]. Робота ускладнюється, якщо німецьке слово має декілька дуже близьких відповідників в українській мові. Тоді треба дивитися за контекстом.

Особливості утворення композитів зумовлюють необхідність відтворювати їх за допомогою описового перекладу. Наприклад: Quote (“квота”) bringen (“приносити”) + er → Quotenbringer (“той, хто /що збирає, широку глядацьку аудиторію (особливо на телебаченні) і забезпечує великі прибутки).

Отже, існує кілька варіантів перекладів композитів. Також, наявність великої кількості багатоеквівалентних одиниць часто ставить перекладача перед проблемою вибору того чи іншого способу їх передачі. Вибір шляху залежить від кількох передумов: від характеру тексту; від характеру самої лексики, її місця в лексичних системах мови перекладу й вихідної мови.

Література:

1. Гура Н. П. Структурно-типологічні особливості складних німецьких комп'ютерних термінів та їх переклад українською мовою / Н. П. Гура // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки. - 2017. - Кн. 1. - С. 150-154.

2. Peter Neitzsch. RkReÜAÜG fliegt raus [Електронний ресурс] / Peter Neitzsch. – 306. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.tagesschau.de/schlusslicht/rekordbandwurmwort100.html>

КОМУНІКАТИВНІ ЛАКУНИ ПРАВОВОГО КОДЕКСУ НІМЕЧЧИНИ

О.В. Рибкіна

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Кожна держава має свої закони, правила та норми поведінки. Перед тим, як поїхати подорожувати, недостатньо бути обізнаним лише в культурній сфері або ж звичаях та традиціях країни, адже те, що дозволено у нас, може бути неприпустимо в більш консервативних країнах, а в мусульманських взагалі категорично заборонено. Щоб не потрапити у незручну ситуацію, нікому не завадить розглянути закони обраного для подорожі або відрядження місця. Нудні і всім, здавалося б, нецікаві закони можуть бути курйозними і навіть смішними. Тому наразі розберемо незвичайні для нас закони Німеччини.

Напевно, всім відомо, що в Німеччині переважає неформальний стиль спілкування. Для німців є нормою сказати до викладача в університеті «Привіт» (англійське «Hi»). А ось німецьке «Hallo» (перекладається як «Вітаю») вже в повсякденній лексиці не вживається, тому і сприймається як офіційне привітання. «Добрий день» (німецькою «Guten Tag») – взагалі рідкість. Але що є дивним, в жодному випадку не можна звертатися саме до поліцейського на «ти» («du»), тільки на «Ви» («Sie»). За «тикання» гарантовано штраф за неповагу до поліції у розмірі 600 євро [1]. Цей вид порушення має в німецькій мові (та відповідно в законодавстві) свою назву, що не може бути перекладена відповідно українською. Так, *Dutzenverbot* перекладається дослівно *заборона на тикання*.

Якщо ж Ви задумали відкрити свій бізнес в Німеччині, на кшталт ресторан, і при цьому Ви іншої національності – Вам будуть дуже раді. Часом здається, що жителі Німеччини мають менше привілеїв, ніж іноземці, адже Вам навіть відповідна освіта тут ні до чого, в той час як корінному жителю заборонено без диплому займатися подібним бізнесом [2]. З таким фактом також пов'язана низка лексичних одиниць, що не мають прямих відповідників. Наприклад: *Person mit Migrationshintergrund*. Дослівний переклад: *особа за міграційним підґрунтям*.

Якщо Ви, припустимо, вже відкрили своє кафе, у Вас є право використовувати подушки на стільцях та сонячні зонтики лише пастельних відтінків. Пояснюється це тим, що таким чином буде все виглядати естетичніше, якщо дотримуватися певного стилю та дизайн-коду [2]. Таке

правило має свою назву в німецькій мові: *Einhaltung des Einheitlichkeitsstils* (дотримання єдності стилю).

Якщо Ви приїхали на пляж та Вам прикортіло побудувати замок із піску – забудьте цю ідею, тут це також не дозволяється, тому що це руйнування місця існування всякої живності. Навіть якщо в окремих місцях Німеччини це допускається, є обмеження щодо площі, висоти та ширини вашого замку [3]. З цим законом пов'язане такі цікаві німецькі слова, як *Bienenschutzverordnung* та *Ameisenschutz* (положення про захист комах).

Література:

1. А. Успешная. Самые необычные законы Германии. [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <https://germania.one/samy-e-neobychnye-zakony-germanii/>
2. Топ-10 глупых законов Германии. [Електронний ресурс] – 2016. – Режим доступу: <https://www.meteorprog.ua/ru/news/50890/>
3. Неизвестная Германия: «странные» нормы и правила. [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу: <https://ilex.by/news/neizvestnaya-germaniya-strannye-normy-i-pravila/>

ПРИЙОМ АНТОНІМІЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ В ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ

О.В. Рижій

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Невідповідності в структурі різних мов призводять до труднощів, пов'язаних зі збереженням і передачею значень слів при їх перекладі іншою мовою. Слово, як лексична одиниця, є частиною лексичної системи мови. Сміслова, або семантична структура слова унікальна для кожної конкретної мови, а тому може не співпадати в лексичних системах іноземної мови та мови перекладу. Тут на перший план виходять так звані лексичні трансформації, які можна визначити як «відхилення від словникових відповідностей» [1, с. 57]. У сучасній лінгвістиці поняття трансформації використовується як важливий засіб досягнення адекватності перекладу. Трансформації допомагають подолати ті чи інші існуючі лексичні труднощі у перекладі. Трансформація полягає у зміні формальних або семантичних компонентів при збереженні інформації.

Головна мета перекладу – досягнення адекватності. Адекватний, або як його ще називають, еквівалентний переклад – це такий переклад, який

здійснюється на рівні, необхідному і достатньому для передачі незмінного плану змісту при дотриманні відповідного плану вираження, тобто норм мови.

І для досягнення цього ми використовуємо різні перекладацькі трансформації, що передбачають зміну як лексично і семантично, так і структури. Актуальність полягає в тому, що найчастіше у перекладача виникають труднощі у виборі засобу перекладу. Одним з найбільш ефективних засобів вирішення перекладацьких труднощів є антонімічний переклад. Тому буде цікавим розглянути саме таку трансформацію.

Антонімічний переклад – це лексична трансформація, при якій створюється заміна ствердної форми в оригіналі на негативну форму в перекладі або, навпаки, негативної на ствердну супроводжується заміною лексичної одиниці вихідної мови, на одиницю мови перекладу, з протилежним значенням. У англо-українських перекладах ця трансформація застосовується особливо часто, коли в оригіналі негативна форма спожита із словом, що має негативний префікс.

Необхідність в антонімічному перекладі виникає тоді, коли виникає необхідність в комплексній лексико-граматичній заміні певного речення, з метою надання перекладу більшої благозвучності. Так, наприклад, в оповіданні Едгара Алана По «Золотий Жук», перекладач Д. В. Доценко замінив негативну конструкцію «*he said nothing*» на ствердну конструкцію «*проте зберігав мовчання*»: *Here again he made an anxious examination of the paper; turning it in all directions. He said nothing* [3, с. 62]; *Він знову втупився на папір, повертаючи його то сьак, то так, проте зберігав мовчання* [4, с. 12]. Інший приклад: *We then hurriedly made for home with the chest; reaching the hut in safety, but after excessive toil, at one o'clock in the morning* [3, с. 64]; *Потім ми підняли скриню і поспішно рушили в дорогу. Дорога була нелегкою, але до часу ночі ми благополучно прийшли додому* [4, с. 14]. Тут ми бачимо, що англійське словосполучення «*excessive toil*» замінюється українським словосполученням «*дорога була нелегкою*».

Іншим яскравим прикладом виступає текст роману Дж. К. Ролінг «*Harry Potter and the Philosopher's Stone*» та його переклад українською мовою, здійснений В. Морозовим. Перекладач використав негативацію: *He turned to smile at the tabby, but it had gone* [5, с. 13]; *Усміхнувшись, він повернувся до кицьки, але її вже там не було* [6, с. 13]. Ще один приклад: *Ten years ago, there had been lots of pictures of what looked like a large pink beach ball wearing different-coloured bobble-hats - but Dudley Dursley was no longer a baby* [9, с. 19]; *Десять років тому там стояло безліч фотографій чогось такого, що нагадувало великий рожевий надувний м'ячик у різнокольорових шапочках з*

бомбончиками, але тепер Дадлі Дурслі *viric* [6, с. 22]. «*was no longer a baby*» перетворилося на «*viric*», тепер спостерігаємо формальний антонімічний переклад, власне, позитивацію.

Також традиційні антонімічні відповідники мають усталені фрази, кліше, фразеологізми тощо, наприклад: *We may never know* [5, с. 15]; *Можна лише здогадуватися* [6, с. 16]. *We'd better get this over with* [5, с. 17]; *Не марнуймо часу* [6, с. 19].

Таким чином, антонімічний переклад є одним з найбільш ефективних засобів вирішення перекладацьких труднощів, і у багатьох випадках використання такої трансформації залежить не тільки від стилю тексту, контексту тощо, а й від вибору перекладача, який на власний розсуд оцінює правильність конструкції, ступінь виразності тощо.

Література:

1. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. – М.: Дрофа, 2000. – 288 с.
2. Беляков В. І., Токовенко А. Лексичні трансформації при перекладі художнього тексту. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2013_04_17/13_Belyakov.htm
3. Едгар Алан По Стихотворения. Новеллы. Повесть о приключениях Артура Гордона Пима. Эссе / Алан Едгар. – АСТ, 2009. – 768 с.
4. Доценко Д. В. «Золотий Жук» / Д. В. Доценко. – М., 2002. – 15 с.
5. Rowling J. K. Harry Potter and the Philosohper's Stone / J. K. Rowling. – London : Bloomsbury Group, 1997. – 224 p.
6. Ролінг Дж. К. Гаррі Поттер і філософський камінь [переклад з англійської В. Морозова] / К. Дж. Ролінг. – К. : Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», 2012. – 320 с.

TRANSLATION STRATEGIES OF THE CONTEXTS CONTAINING PLEONASM IN DIFFERENT FUNCTIONAL STYLES

Skochko D. O.

The student of 4 year of study, group LE-52, faculty of linguistics,

KPI named after Igor Sikorsky

Research advisor: senior lecturer Beskletna O. O.

By reason of a dynamic tempo of modern life there are a lot of new words appeared and continue to appear. Today, the linguists more often dispute about the standards of language. There are a lot of mistakes we can face with in scientific texts. One of such mistakes is using of too many words. A clear definition of pleonasm and

detailed classification of its types and functions still are not determined. Also, some scholars do not differentiate pleonasm from tautology but some do. So, the urgency of the research is in the issues presented above. The aim of the paper is to find out means for translating pleonasms.

In the last decades, translators of scientific information ever more have to deal with low quality texts in Ukrainian or English. Let's see the examples taken from American editions in the field of economy: «*Many failed. Others **merged together** to try to stay competitive*» [1, p. 101]. «*The Sherman Act provides criminal penalties, which are commonly applied in price-fixing cases, that is, when groups of firms **join together** and collude to raise prices*» [2, p. 307]. «*Note that there is no information contained in Nash behavior if the subject does not look at MIN, so all notMIN observations will henceforth be **pooled together** into one category*» [3, p. 16]. The authors of such texts think that if they use as many words as they can the better text will be. Translators can deal with such problem in 3 ways: 1) making an adequate translation by translating all the pleonasms; 2) missing out needless words;

3) refusing to make translation until it is edited. Unfortunately, it is not a rare situation today.

So, pleonasm is a very widespread today. Such phenomenon is a linguistic problem which interest the scholars a great while. Though this problem exists for a long time already, there are a lot of unexplored issues in this field. The subject is really important for translators, that is why it will be relevant for many years.

References

1. Outline of the U.S. Economy 2012. Updated Edition. Bureau of International Information Programs. United States Department of State. – 2012. – 142 p.
2. Preston McAfee. Introduction to Economic Analysis. / McAfee Preston // California Institute of Technology. – 2006. – 328 p.
3. Brocas Isabelle. Imperfect Choice or Imperfect Attention? Understanding Strategic Thinking in Private Information Games. / Isabelle Brocas // California Institute of Technology. – 2014. – 57 p

СКЛАДНІ ІМЕННИКИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ

Р.В. Собко

*Студентка 2 курсу, ФЛ-203, факультет лінгвістики та соціальних
комунікацій, Національний авіаційний університет
Науковий керівник: ст. викл. Сабітова А.П.*

Словниковий склад мови не постійний. Одні слова зникають, інші з'являються. Він безперервно поповнюється з розвитком суспільства, як за рахунок запозичень, так і по словотворчим законам мови. Провідним способом словотворення в німецькій мові є словоскладання.

Словоскладання – один із найпродуктивніших способів словотвору сучасної німецької мови. У центрі уваги мовознавців постійно перебувають композити, які досліджуються з різних позицій. Так, складні слова є предметом дослідження в працях таких сучасних вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, як Л. Є. Азарова, С. С. Воробйова, С. М. Єнікеєва, І. В. Коваль, А. С. Левицький, Н. В. Нагамова, Л. Ф. Омельченко, М. Д. Степанова, З. А. Харитончик, Л. М. Айхінгер, В. Мотч, В. Фляйшер.

В українській мові зазвичай функціонують тільки такі складні слова, які однозначно є одиницями словникового складу мови і, відповідно, зафіксовані в словниках (водопровід, вагон-ресторан). На відміну від української мови, в німецьких текстах часто зустрічаються слова, які не зафіксовані в словниках і не є лексичними одиницями, що відносяться до словникового складу німецької мови. Такого роду складні слова, створені «на ходу», не сприймаються німцями як неологізми. Для них це звичайне явище.

Різниця словотворення в німецькій та українській мовах на користь німецького словотворення і особливостей функціонування німецьких складних іменників ставить перед нами питання про способи передачі їх українською мовою і про те, яким чином особливості німецьких складних іменників та їх функціонування впливають на процес перекладу. Першим компонентом складного слова може виступати будь-яка частина мови, а другим компонентом обов'язково є іменник [3, с. 53].

Можна виділити наступні способи творення складних іменників:

- 1) іменник + іменник: der Arbeitstag – робочий день;
- 2) дієслово + іменник: das Schlafzimmer – спальна кімната;
- 3) прикметник + іменник: der Lieblingsfilm – улюблений фільм;
- 4) числівник + іменник: der Dreibein – тригранник.

Через розбіжності в інтенсивності використання та характері словотворення в німецькій та українській мовах для практики перекладу важливі принаймні два висновки:

1) складним іменникам, що належать до словникового складу німецької мови, в українській мові можуть відповідати не тільки складні іменники;

2) складним іменникам німецької мови, що утворюються спонтанно в мові, так званим синтаксичним складним іменником, в українській мові немає формально-граматичної відповідності в формі складного слова, отже, вони перекладаються українською мовою у вигляді різних структур.

Так, сенс складного слова далеко не завжди буває простою сумою окремих частин, з яких складається це слово. Якщо при перекладі такого слова передавати буквальне значення його складових частин, то в результаті може вийти спотворення сенсу самого слова. Наприклад, складний іменник *die Nobelpreisschmieden* складається з трьох частин: *Nobel* – Нобель, *Preis* – премія, нагорода, *Schmieden* – кування. У перекладі на українську мову це слово означає «Кузні нобелівських лауреатів».

Таким чином, при перекладі німецьких складних іменників на українську мову необхідно звертати увагу на контекст, в якому вжито конкретне слово.

Найбільш прийнятною є така класифікація:

1) Еквівалентами складних іменників німецької мови можуть бути прості слова, наприклад, *die Feiertage* – свята, *das Landstrich* – місцевість.

2) Складним іменником можуть бути також еквівалентні складні іменники української мови, наприклад, *die Lebensfreude* – життєрадісність, *die Druckkunst* – книгодрукування.

3) Дуже часто німецькому складному слову відповідає словосполучення, що складається з іменника і найчастіше прикметника, наприклад, *das Grundwasser* – ґрунтові води, *der Industriegigant* – промисловий гігант.

4) Складний іменник німецької мови може перекладатися на українську мову двома іменниками, з яких другий стоїть у родовому відмінку, визначаючи перше, наприклад, *die Kriegsgeschichte* – історія воєн, *das Abendlicht* – промені заходу сонця.

5) Іноді складні іменники німецької мови перекладаються так званими подвійними іменниками, пов'язаними дефісом, наприклад, *die Zukunftsforscher* – вчені-футурологи.

6) У більш складних для перекладу складних іменників німецької мови використовуються дієприкметниковий зворот, підрядне речення та

самостійні прості речення, наприклад, *der Grundfreibetrag* – неоподаткований мінімум, *die Austragungsorte* – місця, де будуть проводитися матчі, *die Millionenpreise* – ціна, що доходить до мільйона.

Необхідно відзначити, що в деяких випадках стилістично доцільно перекладати тільки основне слово, тобто другий компонент складного слова, так як контекст робить зайвим його уточнення, наприклад, *die Filmdokumente* – документи, *die Opfernamen* – імена.

Отже, переклад складних іменників німецької мови є складною перекладацькою проблемою, яку доводиться вирішувати індивідуально в процесі роботи над текстовим матеріалом. При перекладі складних іменників перекладач повинен враховувати їх Емоційно-експресивні засоби та стилістичні функції та їх здатність виступати в якості засобу мовної економії. Перекладачеві необхідно проявляти творчий підхід, для того, щоб в повному обсязі перекласти багатоплановий мовний образ, укладений в німецькому складному іменнику, донести його правильно та переконливо до читача, іноді вставляючи в текст додаткові стилістично марковані лексеми.

Література

1. Солодилова И.А. Лексикология немецкого языка: Учебное пособие для студентов III курса. Оренбург. 2004. 114 с.
2. Т. Р. Кияк, М. Науменко, О. Д. Огуй. Перекладознавство (німецько-український напрям). Київ, 2008. 543 с.
3. Лещук Т. Й. Словотворення і науково-технічний поступ. Київ, 2000. 320 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ КІНОФІЛЬМІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ УКРАЇНСЬКОЮ

К.В. Стахова

*Вінницький обласний комунальний гуманітарно-педагогічний коледж,
філологічний факультет, 1курс, 13-ІМ(б) група.
Науковий керівник: к.філол.н., Лебедь Ю. Б.*

Переклад назв кінострічок – важлива галузь творчого й комерційного перекладу в Україні. Кожен фільм унікальний за сюжетом, а також є засобом формування сучасної картини світосприйняття, тому мета перекладу – не порушити оригінальність авторського задуму. Назва будь-якої кінокартини відіграє важливу роль у правильному розумінні та сприйнятті сюжету, дає уявлення глядачеві про жанр фільму, про його зміст, а також зацікавлює, пробуджує бажання переглянути. Саме тому перекладач має бути особливо

уважним, щоб надати назві такого ж звучання та неповторності, як і в оригіналі [4, с. 169].

Вдалиий переклад назви стрічки залежить від багатьох чинників. Більшість науковців наголошує на тому, що етнокультурна інформація в перекладі цільовою мовою потребує певної адаптації [1; 2]. Має враховуватися відмінність культур задля уникнення непорозумінь і неточностей, які можуть виникнути в процесі передачі назви кінофільму й призвести до помилкового бачення призначення фільму в цілому. Тому під час перекладу назв кінострічок найголовніша проблема для перекладача – правильний вибір трансформації, за допомогою якої у назві перекладач повинен донести глядачеві певну частку насиченості інформацією.

Дослідники вважають, що процес перекладу назви кінофільму необхідно розпочинати з аналізу загального сюжету картини та зіставлення його з назвою, виявивши мету її використання [3].

За Комісаровим В. Н., існують такі прийоми перекладу: 1) переміщення лексичних одиниць, 2) додавання, 3) опущення лексичних одиниць. Перший дозволяє використовувати найближчу відповідність слів оригіналу в іншому місці висловлювання, якщо наявні причини, що унеможливають уживання його там, де воно розміщене в оригіналі [3]. Переміщення слова в реченні може часто супроводжуватися різного роду граматичними замінами: фільм *«It's a Wonderful Life»* (Френк Капра, 1946) був перекладений як *«Життя прекрасне»*. Спостерігаємо переміщення слова «життя» (life) з останнього місця на перше.

Додаючи додатковий елемент, перекладач враховує правила сполучуваності слів: *Brave* (*Хоробра серцем*) (Марк Ендрюс, 2012). Переклад цього фільму українською здійснено за допомогою лексичного додавання уточнення «серцем». Скориставшись цим прийомом, перекладачі внесли деякі уточнення: глядачеві зрозуміло, що головний герой картини – жінка, що саме вона хоробра, а не хтось другий. Очевидно, що англійський варіант *«Brave»* менш інформаційно насичений.

Прийом опущення прямо протилежний додаванню і передбачає відмову від збереження плеоназм у перекладі. Прикладом семантичної надмірності може служити використання в англійській мові так званих «парних синонімів» (паралельне вживання слів з близьким значенням) [3, с. 176]. Українській мові це явище не властиве, і під час перекладу один із синонімів, як правило, елімінують. Однак надлишкові елементи в тексті не зводять до парних синонімів. Опустити під час перекладу можуть й інші частини висловлювання: *«This Means War»* (*«Значить, війна»*) (МакДжі, 2012). У цьому прикладі англійський варіант містить вказівний займенник «this», в українському

відповіднику вищезазначений займенник відсутній: *Значить, війна*. Англійський варіант назви більш конкретний: шляхом використання вказівного займенника автор назви домагається конкретизації причини війни. Нехай у назві її не названо, але є вказівка на те, що її буде з'ясовано в сюжеті картини. Український варіант звучить більше як загроза або як прийняття виклику, натомість англійська схожа на констатацію факту.

Останнім часом спостерігаємо неякісний дослівний переклад. Наприклад, назва «*Eight legged freaks*». «*Восьминогі потвори*» звучить більш загадково, ніж «*Атака павуків*». Особливо, якщо враховувати, на яку аудиторію розрахований цей фільм. Фільм «*Ілюзія обману*» має оригінальну називу «*Now You See Me*». У фільмі кілька разів звучить ця ключова фраза: «*Чим ви ближче, тим менше ви бачите*», зміст якої з ілюзією обману не має нічого спільного. Запропонований варіант перекладу сильно спотворює сюжет фільму.

Переклад назви комедії «*Intouchables*» – яскравий приклад стратегії повної заміни вихідного фільмоніма «*Недоторканні*» на «*1+1*».

Отже, під час перекладу назви кінострічок варто пам'ятати, що найменування має бути максимально наближеним до сюжетної лінії; перекладач повинен знати методи перекладу, враховувати бажання глядача заздальгідь, щоб передати значення, котре буде близьким до оригіналу.

Література:

1. Кам'янець А. Б. Інтертекстуальна іронія і переклад: монографія / Камнець А. Б., Некряч Т. Є. – Київ : Видавець Карпенко В.М., 2010 р. – 176 с.
2. Конкульовський В. В. До проблеми перекладу кінотекстів комедійного жанру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vlush/Filol/2011_16_1/7.pdf
3. Комісаров В. Н. Теорія перекладу : лінгвістичні аспекти / В. Н. Комісаров. – Москва : Вища школа, 1990. – 250 с.
4. Лесінська О. М. Особливості перекладу заголовків фільмів американського кінематографу українською мовою (на прикладі матеріалів за 2000-2015) / Лесінська О. М., Радішевська Д. Д. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. – 2018. - №32. – Т 2. – С. 169-171.

ПРОБЛЕМАТИКА ПЕРЕКЛАДУ ОМОНІМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Ю.О. Федик

студентка 3 курсу, група ЛА-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Бондаренко Т.Б.

Омонімія — це явище, що здавна цікавило як вітчизняних, так і зарубіжних лінгвістів, проте є мало дослідженим. Не існує ні чітко сформованого визначення омонімії, ні укладеної термінології у цій галузі.

На сьогоднішній день омонімія вивчена значно слабше, ніж синонімія, антонімія, чи полісемія. Відсутня класифікація, яка б чітко відображала характер семантичних відносин між різними класами омонімів, також не вивчені якісні характеристики омонімічних рядів.

Визначення, яке є найбільш придатним для будь-якого мовного рівня, запропонував Баллі Ш.: «Омоніми — це мовні знаки, що мають тотожні, які означають, та різні, які означаються» [4; с.24]. У «Вступі до мовознавства» Реформаторський А. А. розглядав омоніми як «слова, однакові за звучанням, але різні за значенням» і наводив приклади з різних мов — німецькі: *lied* — пісня, *lid* — повіко; французькі: *nu* — голий, *nue* — хмара; англійські: *fair* — красивий, справедливий, *fair* — ярмарок [3; с.48].

Щодо класифікації омонімів, то найбільш чіткою та повною є та, що була представлена Арнольд І. В., у якій вона розподілила омоніми на 12 класів [1]. Найбільшу увагу вона приділила явищам абсолютної омонімії, оскільки вони є найбільш частотними в англійській мові.

Омонімія розглядалася науковцями як явище, що негативно впливає на розвиток мови, оскільки породжує непорозуміння в процесі комунікації. Також вона значно ускладнює процес вивчення іноземних мов, оскільки одна мовна форма може мати абсолютно різні значення, як лексичні, так і граматичні.

Щодо перекладу, то омонімія має значний вплив на його адекватність перш за все через те, що перекладач не завжди може уловити двозначність у тексті. У процесі роботи, перекладач стикається з багатьма труднощами, і одним з укладень є саме омонімія.

Найбільш частотними в англійській мові є лексичні омофони (часткові омоніми) та абсолютні омоніми. Відповідно перші зустрічаються в усному мовленні (синхронний та усний переклад), а другі — на письмі.

Приклади лексичних омофонів:

- *Allowed* (Past Tense of the verb «to allow») = to permit

His mother *allowed* him to go to the football match.

- *Aloud* (adverb) = using the voice, not silently

He read the book *aloud*.

Приклади абсолютних омонімів:

- *Bill* (noun) = a written list showing how much you have to pay for services you have received

Have you paid the phone *bill*?

- *Bill* (noun) = a written proposal for a new law, which is brought to a parliament so that it can be discussed (law)

The House of Representatives passed a new gun-control *bill*.

Отже, омонімія — це явище, яке потребує значних досліджень її характеристик та властивостей. Оскільки неправильне трактування омонімічного слова може призвести до серйозних ускладнень в процесі спілкування чи вирішення певних питань.

Література

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. Пособие / И.В. Арнольд // 2-е издание, перераб. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. — 376 с. — С. 311-315.

2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка: Пер. с фр. / Ш. Балли // М.: Прогресс, 1955. — 236с. — С. 24-26.

3. Реформаторский А.А. Введение в языковедение/Под ред. В.А. Виноградова / А.А. Реформаторский // М.: Аспект Пресс, 1996. — 536 с. — С. 48-49.

ПЕРЕКЛАД НАЗВ СВЯТ ТА ТРАДИЦІЙ НІМЕЧЧИНИ

І. О. Чепенко

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Німеччина є лідером країн Європи і характеризується високим рівнем розвитку життя, економіки, промисловості. Німці люблять порядок, пунктуальність і скрупульозність практично у всьому. І до будь-яких свят, а їх в Німеччині дуже багато, вони ставляться з усією серйозністю і ретельністю. Всі традиції і свята Німеччини тісно пов'язані з культурою цієї країни і тому не завжди мають перекладацький відповідник українською мовою.

Advent (Адвент – передріздвяний час)

Передріздвяний час у Німеччині розпочинається за чотири тижні до Різдва, яке святкують 24 грудня, і має назву Адвент. Головною прикрасою в німецьких домівках в цей час є різдвяний вінок з ялинкових гілок зі свічками, які по чергово запалюють кожної неділі перед святом. Свічки символізують 4 пори року, а вінок річний цикл.

Silvester (Новий Рік – Сильвестр)

У цю ніч німці не святкують вдома, вони вважають, що це не сімейне свято. Напередодні цього свята вони кажуть при зустрічі один одному "хорошого ковзання в новий рік". Більшість святкують в місті, де є музика і виступають знамениті актори. Навіть одинока людина в цю ніч відчуває себе часткою цього свята. Рівно опівночі в небо летять пробки від шампанського, ракети, петарди, запускають салют на честь Нового року [1].

Erntefest (Свято врожаю)

Ще з давніх часів люди щиро дякують Богові за дари, які приносить урожай восени. У Німеччині свято врожаю переважно святкують в перших числах жовтня. Але й у вересні є багато можливостей відсвяткувати наближення осені. На додачу до традиційних винних фестивалів у різних регіонах стають дедалі популярнішими власні фестивалі збирання гарбузів та кукурудзяні лабіринти [2].

Wiedervereinigung Deutschlands (Возз'єднання Німеччини)

Як виглядала б сьогодні Німеччина і світ, якби 9 листопада 1989 року не впав Берлінський мур? Бранденбурзькі ворота досі є символом, який нагадує як про поділ Німеччини, так і про її возз'єднання. Проте офіційно Німеччина стала єдиною лише через рік – 3 жовтня 1990 року. Сьогодні цей день є офіційним державним святом [3].

Der Tag der Einheit (День німецької єдності)

День німецької єдності – так офіційно називається свято, яке кожен рік проводять 3 жовтня. У цей день політики виголошують промови, у містах проходять концерти та святкові салюти. Але деякі німці радіють не самій події, а передусім тому, що це вихідний день [2].

Kastanienfest (Свято збору каштанів)

Восени з дерев падають багато листя і каштанів, які дуже люблять діти. Але існують два різновиди каштанів, про яких не треба забувати. З кінських каштанів можна робити багато цікавих фігурок. Також ними годують тварин. Інший вид – каштани, які можна їсти людям

Allerheiligen (День усіх святих)

Насправді кожен святий у римо-католицькій церкві має свій день пам'яті. Але оскільки кількість святих швидко зростає, Папа Римський Григорій IV

запровадив дату вшанування усіх святих. Тому кожен рік 1 листопада, починаючи з 835 року, німці святкують День усіх святих. У цей день також поминають померлих, тому на багатьох цвинтарях запалюють свічки.

Martinstag (День святого Мартіна)

11 листопада святкують День святого Мартіна. Це свято дуже люблять діти. Спочатку вони марширують по району з вогниками в руці, після цього чоловік на коні дає їм солодку випічку у формі чоловічків. А потім діти з ліхтариками ходять по домівкам, співаючи колядки, і в обмін за це отримують солодощі. Звичай походить від єпископа Мартіна Турського, який, за легендою, віддав свого плаща жебракові.

Gänsebraten zum Martinstag (Святкова гуска на День святого Мартіна)

Гуска виконує велику роль у легендах про святого Мартіна. Як говорять, він сховався в гусятнику, щоб уникнути свого призначення єпископом. Але, через галас птахів, йому не вдалось це зробити. Ще й на сьогоднішній день вони платять за це, опиняючись на тарілках у святковий день. 11 листопада перед тим, як почати їсти гуску, вони проголошують «гусячу поему».

Nikolaustag (День святого Миколая)

У Німеччині його називають святий Ніколаус, який приходить до дітей 6 грудня у червоному плащі та з білою бородою. Слухняним дітям, він дарує подарунки, а неслухняних – сварить. Святкування сягає своїм корінням III століття, коли жив відомий візантійський єпископ із Мири [3].

Література:

1. Софія Каждан Новорічні свята в Німеччині [Електронний ресурс] / Софія Каждан. – 2018. – Режим доступу: <http://ywoman.ru/page/novorichni-svjata-v-nimechchini-den-svjatogo-nikolausa-rizdvo-kalendar-adventa-novij-rik-silvestr>
2. Національні Свята Німеччини [Електронний ресурс] – 2016. – Режим доступу: <http://www.radaspilnot.org.ua/nacionalni-svyata-nimechchini/>
3. Луїза Шуфер Осінні свята і традиції Німеччини [Електронний ресурс] / Луїза Шуфер. – 2017 – Режим доступу: <https://m.dw.com/uk/осінні-свята-і-традиції-німеччини-фотогалерея/a-40705216>

«ЖИТТЄВИЙ ШЛЯХ» ПИСЬМОВИХ ТЕКСТІВ. РОЛЬ ПЕРЕКЛАДАЧА

Є.В. Черненко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Ще у 18 столітті Василь Тредіаковський стверджував: «Перекладач відрізняється від автора лише іменем»[1]. Донині у вузьких колах людей, пов'язаних якимось чином з перекладацькою діяльністю, нерідко можна почути, як перекладача іменують другим автором тексту. Та й насправді, професія перекладача – це не просто знання декількох мов, а передусім здатність перекласти текст однієї мови засобами іншої цілісно: зі збереженням змісту та форми першотвору, враховуючи його стилістичні й експресивні особливості, із дотриманням точності та досконалості перекладу.

Хоч опанування мови – найперша та найголовніша складова якісного перекладу, це потребує більших знань та навичок. Мова – живий організм, який перебуває не у сталому стані, а постійно зазнає еволюції, тому перекладач мусить навчатися впродовж усього життя, постійно оновлювати як фонові і галузеві знання стосовно країни, мову якої вивчає (історичні, політичні, та загальнокультурні відомості), так і знання з тих галузей знань, з якими він працює. Крім того, мова не обмежується набором слів і правилами граматики, вона тісно пов'язана з культурою народу, який розмовляє цією мовою. Також досконале знання передусім рідної мови уможливорює процес створення не тільки грамотно оформленого, а й тотожного (адекватного) перекладу тексту оригіналу.

Основне завдання перекладача полягає в максимально адекватній передачі змісту усного або письмового тексту. Перекладачеві необхідно осмислити текст, який він перекладає, проаналізувати його, ніби «вписати» в контекст реальної дійсності. Переклад – це переклад змісту, а не переклад слів[1].

Корній Чуковський писав: «Не букву буквой нужно переводить в переводе, а (я готов повторять это тысячу раз!) улыбку – улыбкой, музыку – музыкой, душевную тональность – душевной тональностью)...»; «...сам по себе богатый словарь есть ничто, если он не подчинен стилю переводческого текста» [3, с. 94-99].

Особисто я ототожнюю текст з кришталева вазою, яку потрібно надіслати з пункту А (мови оригіналу) у пункт Б (мову перекладу), а сам процес перекладу – з доставкою. Перекладач, у свою чергу, то як транспорт, яким

здійснюватиметься транспортування. І, знаєте, така є різниця: старий «жигулик» чи новий позашляховик. У першому випадку, посилка хоч і дістанеться місця призначення, але ж у якому стані? Точно впевненим не будеш! Схожа справа й з перекладом. Зробити переклад може кожен, знаючи лише потрібні мови, але чи буде цей переклад вважатися адекватним?

Адекватністю перекладу вважається близькість оцінок змісту текстів їхніми адресатами та відповідність поставленій перекладачем меті. Адекватність передбачає його відповідність тим очікуванням, які покладаються на нього учасники комунікації, а також тим умовам, в яких він створюється [2, с.675].

Здійснюючи переклад, перекладач свідомо чи несвідомо залучає до тексту власне розуміння оригіналу й устанавлює баланс співвідношення двох мов, культур, онтологій. Переклад передбачає потрібну корекцію змісту оригінального тексту:

- При рефлексивній трансформації його перекладачем
- При породженні ним перекладацького тексту в новій семіотичній формі
- При сприйнятті цієї форми та вкладеного змісту адресатом перекладу [2, с.674].

Отже, сама діяльність перекладача залишається незмінною (відтворення тексту оригіналу засобами іншої мови), а от задачі, поставлені перед перекладачем, є дещо складнішими, аніж можна подумати з першого погляду.

Література:

1. Гончаренко Е. П. До питання про підготовку перекладачів [Електронний ресурс] /Елла Петрівна Гончаренко// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2014. – Режим доступу: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v11/v11-1/36.pdf>
2. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
3. Чуковский К.И. Высокое искусство / Корней Иванович Чуковский. – М.: Советский писатель, 1988. – 349 с.

МІЖМОВНА ОМОНІМІЯ АБО «ФАЛЬШИВИ ДРУЗІ» ПЕРЕКЛАДАЧА В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

О.В. Шульга

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

У сучасному світі, де доступ до культури іншої країни стає все далі простішим виникає нагальна потреба в перекладі інформації. Щоб переклад був адекватним, тобто таким, що відповідає дійсності. Сучасний мовознавець повинен бути всебічно розвинутим та знати всі тонкощі мов, з якими він працює. Міжмовна омонімія, явище з яким має бути ознайомлений будь-який перекладач.

Мета дослідження – описати деякі міжмовні омоніми в німецькій та українських мовах та показати на їх прикладі чому важливо перевіряти значення простих, на перший погляд, слів.

Міжмовна омонімія – багатоаспектне явище, що може виникати як в споріднених мовах так і в неспоріднених. Це слова, які можуть однаково писатись (омографи) або звучати (омофони), але мати різне значення в різних мовах. Такі слова ще називають «фальшивими друзями перекладача» (з фр. *faux amis*) [1].

Наприклад слово *der Akademiker*, хибно може перекладатися як *академік*, людина з науковим ступенем, проте в німецькій мові це слово позначає людину, яка має вищу освіту, не обов'язково науковця. А ось людина з науковим ступенем у німецькій мові – *der Akademienmitglied*. Слово *die Dramatik* перекладається з німецької як: 1) насиченість драматизмом; 2) штучність, спрямованість на певний ефект [2]. В українській мові найближчим відповідником до цього слова буде укр. драматургія, аж ніяк не *драматик*.

Інші «фальшиві друзі перекладача» – це багатозначні слова, вони дійсно мають однакове значення в обох мовах, проте не в кожному контексті. Так, наприклад, нім. *der Referent* – це не лише *референт* (посадова особа) але й доповідач [3]. Інша омонімічна пара нім. *der Almanach* та укр. *альманах* на перший погляд мають спільне значення – «збірка творів», проте німецький термін має ширше значення, він стосується текстів різних галузей: театру, подорожей, моди, тоді як український відповідник відноситься лише до літературних творів авторів-сучасників [2]. Нім. *Der Termin* перекладається на українську мову як: «1) строк; 2) судове засідання; 3) домовленість про

зустріч». Українське «термін», що перше спадає на думку, означає певний момент у часі (*der Zeitpunkt*), тоді як строк – певний період у часі.

Якщо у раніше згаданих омонімічних пар було хоч щось спільне в змісті, то наступні пари зовсім відрізняються за значенням: *Alfons/Alphons* – німецьке чоловіче ім'я, співзвучне з укр. *альфонс* – чоловік, що живе за кошти жінки. Також існує жіноча форма цього імені *Alfonsa/Alphonsa* (Альфонса). *Das Kotelett* – німецька м'ясна страва, відбивна на кісточці, що немає нічого спільного зі стравою «котлета», яка готується з м'ясного фаршу. Продовжуючи тему їжі нім. *das Kompott* – консервовані фрукти або фрукти у власному соці є десертом, а не напоєм на відміну від українського «компоту» [1].

Отже, ми провели дослідження та побачили що не всі міжнародні слова мають спільне значення – існує велика група слів, міжмовних омонімів, вивчення яких є необхідністю для кожного перекладача та кожного, хто має справу з іноземними мовами. Крім того, ми побачили що існує нагальна потреба в укладенні відповідних міжкультурних словників, що допоможе запобігти майбутнім конфузам при перекладі.

Література:

1. Гаврилів О. С. Фальшиві друзі перекладача [Електронний ресурс] / Оксана Сергіївна Гаврилів – Режим доступу до ресурсу: <https://everest-center.com/falshivi-druzi-perekladacha/>

2. Інтернаціоналізми та міжмовні омоніми [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=20776&chapter=1>

3. Капуш А. В. "Хибні друзі перекладача" в міжмовному та внутрішньомовному контексті (на матеріалі сучасної німецької мови) [Електронний ресурс] / А. В. Капуш – Режим доступу до ресурсу: <http://studentam.net.ua/content/view/8449/97/>

THE PROBLEM OF THE EMOTIONALITY REPRESENTATION IN OLEKSIY LOGVYNENKO TRANSLATION OF THE JD SALINGER NOVEL “THE CATCHER IN THE RYE”

V. Y. Yudina

*Student in aviation psychology (2d year of studying), Group PS-207, Faculty of
Linguistics and Social Communications, National Aviation University*

Instructor: lecturer Davidenko A. O.

The problem of literary translation has become very important for many decades. The plot is needed to be translated correctly and be enriched by such constructions as semantic, syntax and lexical-semantic. One of the main problem in translation is to get across the emotionality representation of the main character. The translator needs to be aware of emotional lexis in both languages: his mother-tongue and the source language. The theoretical foundations and practical experience in studying the verbalization of emotions are presented in the works of such linguists as L. Babenko, V. Voinova, O. Levina, M. Arnold, etc., who are primarily interested in the classification of emotional vocabulary, emotionality at the syntactic level, the emotionality of the artistic text, as well as the problem of the intercultural specificity of verbal and nonverbal emotion manifestation. The paper aims to investigate the linguistic choice of the writer JD Salinger and the translator O. Logvynenko in the novel “The Catcher in the Rye” in realization of emotional lexis in Holden Caulfield`s (teen-ager`s) way of speaking and thinking.

JD Salinger`s main character, Holden Caulfield, is a teenager that experiences one of the most problematic period in a human life – adolescence. Holden is a troubled teenager that wishes to run away from reality. He is sure that no one can understand his aspects of reality, so that no one can help him with his problems. Salinger forms the character of adolescent hero with a special formation of language, which gives birth to a psychological narrative leading to the end of adolescence period [1]. In the same way the writer gives a possibility for the readers to explore Holden`s inner and outer world. During the reading we can realize that sometimes Holden likes to lie either to fool the people or just to hide any things from others. The problem of translation in this area is to give a sense of main character`s motives, using correct lexical-semantic constructions as well as teenage slang. Let`s take a view of such fragment in original text and its translation.

„I`M THE MOST TERRIFIC LIAR you ever saw in your life. It`s awful. If I`m on my way to the store to buy a magazine, even, and somebody asks me where I`m going, I`m liable to say I`m going to the opera. It`s terrible. So when I told old

Spencer I had to go to the gym to get my equipment and stuff that was a sheer lie. I don't even keep my goddamn equipment in the gym“ [2, p.22].

«Другого такого брехуна, як я, світ іще не бачив. Просто кошмар. Навіть коли йду в магазин купити журнал абощо, а дорогою мене питають, куди я, мені нічого не варто бовкнути, що поспішаю в оперу. Просто жах господній. Отож коли я сказав старому Спенсерові, нібито мушу ще забігти до спортивного залу по свої манатки тощо, це теж була суцзя брехня. Я в тому клятому залі ніколи нічого свого й не кидав» [3].

As we can see from this example, the translator is aware of teenage slang and knows how to use this lexis. There is a big difference in English and Ukrainian lexis, so it's not a simple process to translate the literary text, especially using emotional teenage slang. In conclusion, it is necessary to mention that the translatorship needs the following knowledge: the mindset features, cultural and historical factors of both languages the translator works with.

References

1. Strauch CF (1961) Kings in the Back Row: Meaning through Structure a Reading of The Catcher In the Rye. Wisconsin Studies in Contemporary Literature 5-30. Available at: <https://studylib.net/doc/8080344/kings-in-the-back-row--meaning-through-structure>
2. Salinger JD (2010) The Catcher In the Rye. Little Brown and Company Ltd United States of America, 277 p.
3. O. Logvynenko The Catcher In the Rye (in Ukrainian). Available at: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=133&page=3>

СТИЛІСТИЧНІ ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ. ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОРИЧНИХ ОДИНИЦЬ

О.А. Яременко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Переклад, як і більшість явищ у природі у житті та діяльності суспільства, є багатограним об'єктом вивчення. Переклад у буквальному значенні цього слова, тобто перехід від початкового тексту до перекладного, може здійснюватися по-різному. Необхідним для перекладу є стилістичний аспект. Саме стилістичний аспект мови відповідає не лише за переклад з мови оригіналу на мову перекладу, а й за особливості і майстерність перекладача.

Адже від того, як перекладач здатний передати зміст стилістичних одиниць і залежить переклад оригіналу.

Найбільш характерною стилістичною одиницею є метафора. При перекладі вона зазвичай служить засобом для надання більшої виразності вихідного тексту. Так само вона потрібна для кращого вираження почуттів і переживань автора. Метафора не має одностайного визначення. В практичній розвідці метафори як стилістичного явища доцільно виходити з того, що вона ґрунтується на співвідношенні предметно-логічного значення і значення контекстуального, вона містить «приховане порівняння, що здійснюється шляхом застосування назви одного предмета до іншого і виявляє таким чином певну важливу рису другого» [4, с. 87-160].

Розподіл усіх предметів за ознакою жіночого або чоловічого роду розглядається як метафорична одиниця. Відомо, що значна частина англійських тварин і птахів пов'язані з поняттям "he" — Frog, Fish, Caterpillar, Tortoise. В українській мові всі ці назви відносяться до жіночого роду, і цей факт ускладнює процес перекладу. Проблеми «тваринної» метафори полягають також в різних асоціаціях, пов'язаних з образом тварини, який вживається як основа метафори (horse, pig, swine).

Досить часто в процесі перекладу виникає необхідність структурного перетворення вихідних стилістичних одиниць. Зокрема, структурні ускладнення виникають при перекладі метафоричного епітету, адже в деяких випадках метафоричні функції епітету в українській та англійській мовах не співпадають, і це вимагає вживання образної заміни: *black sheep* — *паршива вівця*.

Якщо принцип побудови метафоричних одиниць відрізняється в обох мовах, то замість вихідної метафори в тексті перекладу може з'явитися порівняння, метафоричний епітет або інший троп: *a dream of a dress* — *не спідниця, а мрія*; *a beast of a car* — *не машина, а звір* [3].

Таким чином переклад метафори може здійснюватися по-різному. Т. Казакова та В. Карабан пропонують такі основні способи перекладу метафори [1; 2]:

– повний переклад, який застосовується для метафоричних одиниць у тому випадку, якщо у мові оригіналу (МО) та мові перекладу (МП) збігаються як привила сполучності, так і традиції вираження емоційно-оціночної інформації, що несе в собі дана метафора.

– додавання/вилучення використовується в тих випадках, коли міра припущення подібності у МО та МП відмінна, і потребує або експлікації змісту,

який припускається у вихідному тексті (прийом додавання), або навпаки, імплікації висловленого словами у вихідному тексті (прийом вилучення);

– заміна застосовується у випадках лексичної або асоціативної невідповідності між елементами метафори у МО та МП;

– структурна перебудова застосовується при розбіжностях традицій граматичного оформлення метафори у МО та МП;

– традиційний відповідник застосовується до метафор фольклорного походження, біблійського, античного, коли у МО та МП склалися різні способи вираження метафоричної подібності;

– паралельне найменування метафоричної основи застосовується при перекладі текстів, побудованих на поширеній метафорі, коли згідно з міжмовними умовами потрібна заміна або структурна перебудова вихідної метафори, а за характером інформації, що передається, вихідний образ необхідно зберегти.

Отже, переклад метафори є досить складним процесом, адже при такому перекладі потрібно враховувати особливості світосприйняття та культурно-історичні факти певного народу, тим самим обрати правильний прийом перекладу.

Література:

1. Казакова Т.А. Теория перевода (лингвистические аспекты) / Т.А. Казакова. – СПб.: Союз, 2003. – 296 с.

2. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми / В.І. Карабан. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 276 с.

3. Кіщенко Ю.В. Вступ до перекладу. Навчально-методичний посібник для студентів I курсу спеціальності «Переклад» / Ю.В. Кіщенко. – Херсон, 2007. – 48 с.

4. Арутюнова Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры / Н.Д. Арутюнова // Известия Академии наук. Серия Литературоведение, Языкознание. – 1978. – Т. 37. – № 4. – С. 87–160.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

О.М. Ященко

студентка 3 курсу, група ЛН-61, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Іванова І.Б. визначає рекламу, як, з одного боку мистецтво лінгвокреативності, де визначним критерієм є естетична цінність, з іншого боку, текстотворення передбачає проведення наукових досліджень, застосування логічного аналізу, виокремлення моделей, стереотипів, технічних кліше, жанрових та стильових установок [1, с. 105].

Отже, при перекладі рекламного тексту зусилля акцентуються на адаптації використаних у тексті моделей та досягненні закладеної в оригіналі психологічної та маніпуляційної мети. Переклад рекламного тексту має не лише зберігати інформативність, але й відповідати реаліям культури іншої країни та її мовним нормам щоб вдало сприйматися реципієнтами. Сучасна перекладацька теоретична робота в області перекладу значною мірою пов'язана із спеціальними потребами та організаційними передумовами, що є специфічними для окремих країн [2, с. 29].

У змісті рекламного тексту можна виокремити раціональні та емоційні складові, співвідношення яких залежить від типу реклами. [3, с. 47]. У побудові рекламних текстів лінгвістами розглядаються три рівні: семантичний, граматичний та комунікативний. Труднощі перекладу рекламних текстів зумовлені відмінністю мовних, лінгвістичних та соціолінгвістичних аспектів двох представлених культур. Для збереження змістовності та адекватності перекладу нерідко виникає потреба у трансформуванні, заміні, калькуванні, передачі сталих висловів (ідіом та фразеологізмів) їх семантичними відповідниками, тощо. При перекладі слід враховувати не тільки специфіку мови, а й дбати про вірну передачу комунікативної мети, що закладена в рекламному тексті оригіналу [4, с. 235].

Однією з істотних проблем перекладу рекламних текстів є римування. У багатьох випадках перекладач постає перед вибором знехтувати римою та передати лише зміст, зберегти певний компонент рими та зримувати його з іншим словом, або ж застосувати риму в іншій лексичній парі. З огляду на адекватність тексту можна проаналізувати за використанням якого варіанту втрати комунікативної функції будуть мінімальними.

Найчастіше типи інформації, закладені у рекламному тексті можна поділити на: когнітивну, емоційну та естетичну. Когнітивна інформація

виконує номінативну функцію та називає виробника, продукт, його характеристики, ціну та контакти.

Емоційна інформація застосовується з метою закарбування в свідомості споживача відомостей про продукт завдяки впливу на емоції та пам'ять. Найширше серед засобів цього типу інформації використовуються емоційно-оцінні засоби, що описують властивості продукту. Позитивна оцінка продукту здійснюється завдяки прикметників, прислівників та іменників із семантикою високого рівня якості (яка часто гіперболізована). Окрім граматичного і синтаксичного рівнів, в емоційній інформації рекламного тексту важливу роль відіграє синтаксис. Застосування набуває інверсія, риторичні запитання, синтаксичні й фонетичні повтори, незавершені речення і т.д.

Надійність впливу та засвоєння рекламного тексту споживачем збільшується завдяки естетичній інформації, яка має надати потенційному клієнту естетичну насолоду від рекламного тексту.

При перекладі слід враховувати особливості задіяних в оригіналі прийомів та передавати, або адаптувати їх з максимальною точністю до первинного виду та мети рекламного тексту оригіналу.

Перекладачу слід передати засоби, які оформлюють різні типи представленої інформації у їх складному взаємозв'язку. При спрощенні у перекладі використаних прийомів в тексті оригіналу втрачається прагматика тексту. Через це текст перекладу вже не буде відповідати оригіналу, отже такий метод не є прийнятним і його слід уникати.

Левий І. Зазначає, що перекладач оперують логізацією та нівелюванням. Однак, за цим слабшає естетична функція та посилюється інформаційна, втрачаючи частину образності, художніх елементів та синтаксичних конструкцій [2, с. 169].

Підводячи підсумки слід зазначити, що переклад рекламного тексту зазнає змін на фонетичному, лексичному, граматичному та синтаксичному рівнях. Три основні типи інформації, поданої в рекламному тексті адаптуються в мові перекладу завдяки пошуку еквівалентів, дослівному перекладі, субституції, тощо. Переклад здійснюється із врахуванням збереження естетичної цінності оригіналу та його змістовності.

Література:

1. Іванова І.Б. Ефективність рекламного тексту: наука, мистецтво або виробнича технологія [Електронний ресурс] / Іванова Ірина Борисівна. - 2013. - Режим доступу: https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/ivanova_i.b.the_effectiveness_of_advertising_text_science_art_or_production_technology.pdf

2. Левый И. Искусство перевода. [Электронный ресурс] / Иржи Левый. - М.: Прогресс, 1974. - 394 С. - Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/743237/>
3. Лившиц Т.Н. Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах. [Электронный ресурс] / Татьяна Николаевна Лившин. - Таганрог 1999. - 354 с. - Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/467324/>
4. Алексеева И.С. Профессиональный тренинг переводчика. [Электронный ресурс] / Ирина Сергеевна Алексеева. – Издательство «СОЮЗ» Санкт-Петербург 2001. – 288 с. - Режим доступа: <http://www.asu.ru/files/documents/00005162.pdf>

СЕКЦІЯ № 3.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ
ДО ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Бойко А.О.

*5 курс, група ЛА-з81мп, факультет лінгвістики,
КПІ ім. Ігоря Сікорського
Науковий керівник: к. пед. н., доц. Коломієць С. С.*

Наразі викладачі англійської мови в навчальних закладах стикаються з проблемою пошуку шляхів підвищення пізнавального інтересу учнів до вивчення мови, а також заохочення їх в напрямку позитивної мотивації до навчання. Одним із потенційних вирішень зазначеної проблеми може по праву вважатися використання інноваційних технологій та підходів у навчанні.

Інноваційні технології містять такі підходи до викладання іноземної мови:

1. Інтерактивні методи викладання.

2. Використання технічних засобів навчання (комп'ютерних та мультимедійних, мережі Internet) для контролю знань, зберігання і використання навчальних матеріалів [1, с. 10].

Слово «інтерактив», походить від англійського слова «interact», де «inter» — взаємний і «act» — діяти. Таким чином, інтерактивний — здатний до взаємодії, діалогу. Інтерактивне навчання полягає в тому, що навчальний процес відбувається за умови постійної проактивної взаємодії всіх учнів.

1. Листування, можна по праву вважати одним із ефективних засобів підтримання інтересу до опанування мови як засобу спілкування учнів із носіями мови.

2. Робота з постерами. З опорою на свої постери учні складають розповіді та діалоги на тему. Таким чином, вони не тільки розвивають навички діалогічного й монологічного мовлення, але також навчаються працювати з текстом.

3. Гронування є стратегією, яка спонукає учнів думати вільно та відкрито на певні теми. Вона націлена передусім на стимулювання розвитку думки учнів, (робота в групах, або колективна робота на дошці).

Етапи гронування:

- Написати центральне слово або тему посередині аркуша паперу чи дошки.
- Записати слова та фрази, що стосуються обраної теми.
- Встановити зв'язки між поняттями там, де це можливо.

Така форма роботи на уроці є особливо ефективною на етапі актуалізації вивченої лексики з певної теми.

4. Побудова діаграми, за матеріалами листів та на основі власного досвіду. Цей вид роботи використовується для того, щоб порівняти два предмети, які мають схожі та відмінні риси.

5. Використання методу «Позначки» під час роботи з текстом. Цей метод доцільно використовувати під час роботи з текстом, як на уроці так і вдома. Під час читання учні роблять позначки в тексті, відзначають ті частини, які підтверджують те, що вони знали; містять нову інформацію; містять цікаву інформацію, про яку учні хотіли б знати більше; містять незрозумілу інформацію.

6. Метод Сенкан (п'ятиряддя) допомагає підсумувати інформацію, визначивши головні ідеї, думки, основні поняття, які були введені на уроці. Сенкан- це білий вірш, невеличкий слоган, у якому наявні п'ять рядків.

Алгоритм складення сенкану наступний:

- Один іменник – назва поняття.
- Два прикметники – опис поняття.
- Три дієслова–визначення дії.
- Фраза з чотирьох слів, що виражає ставлення до теми.
- Одне слово -синонім або асоціація, у якому відображено суть поняття чи сформульовано висновок [2].

Отож, за допомогою інтерактивних методів викладання можна поєднати чуттєві, слухові та зорові компоненти впливу на сприйняття інформації учнями. При цьому необхідно намагатися якнайбільше застосовувати методичні прийоми зазначені вище задля перенесення учнів в іншомовну ситуацію, наближену до реального життя.

Література:

1. Інтерактивні технології навчання / [авт.-упор. І. І. Дівакова]. — Тернопіль: Мандрівець, 2009. — С. 23—27.
2. Куртова С. С. Перелік інноваційних технологій у викладанні англійської мови [Електронний ресурс] / Світлана Сергіївна Куртова // Освітній портал: Освіта.ua.. – 1111.– Режим доступу до ресурсу: http://osvita.ua/school/lessons_summary/edu_technology/43940/.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ MINDMAP У НАВЧАННІ НІМЕЦЬКІЙ МОВИ

А.С. Вапірова

*Студентка 4 курсу, група 2335-401а,
факультет іноземної філології,*

Запорізький національний університет

Науковий керівник: канд. філ. н., доц. Мамедова А. І.

Входження України до європейського простору та покращення міжнародних зав'язків створює попит на вивчення не тільки англійської, а й інших європейських мов, серед яких найбільш затребуваною є німецька. **Об'єктом** дослідження виступають навчальні комплекси з німецької мови для учнів 5-9 класів (G. Kopp, S. Büttner), а **предметом** – технологія «Mind map». Приймаючи до уваги те, що питанням використання технології «Mind map» у навчанні іноземної мови займалися А.М. Бьюзен, Х. Мюллер, Ю.А. Петрусевич, А.М. Щукін, слід зазначити, що кількість досліджень з цієї теми досить обмежена. Саме цим зумовлена актуальність нашої розвідки.

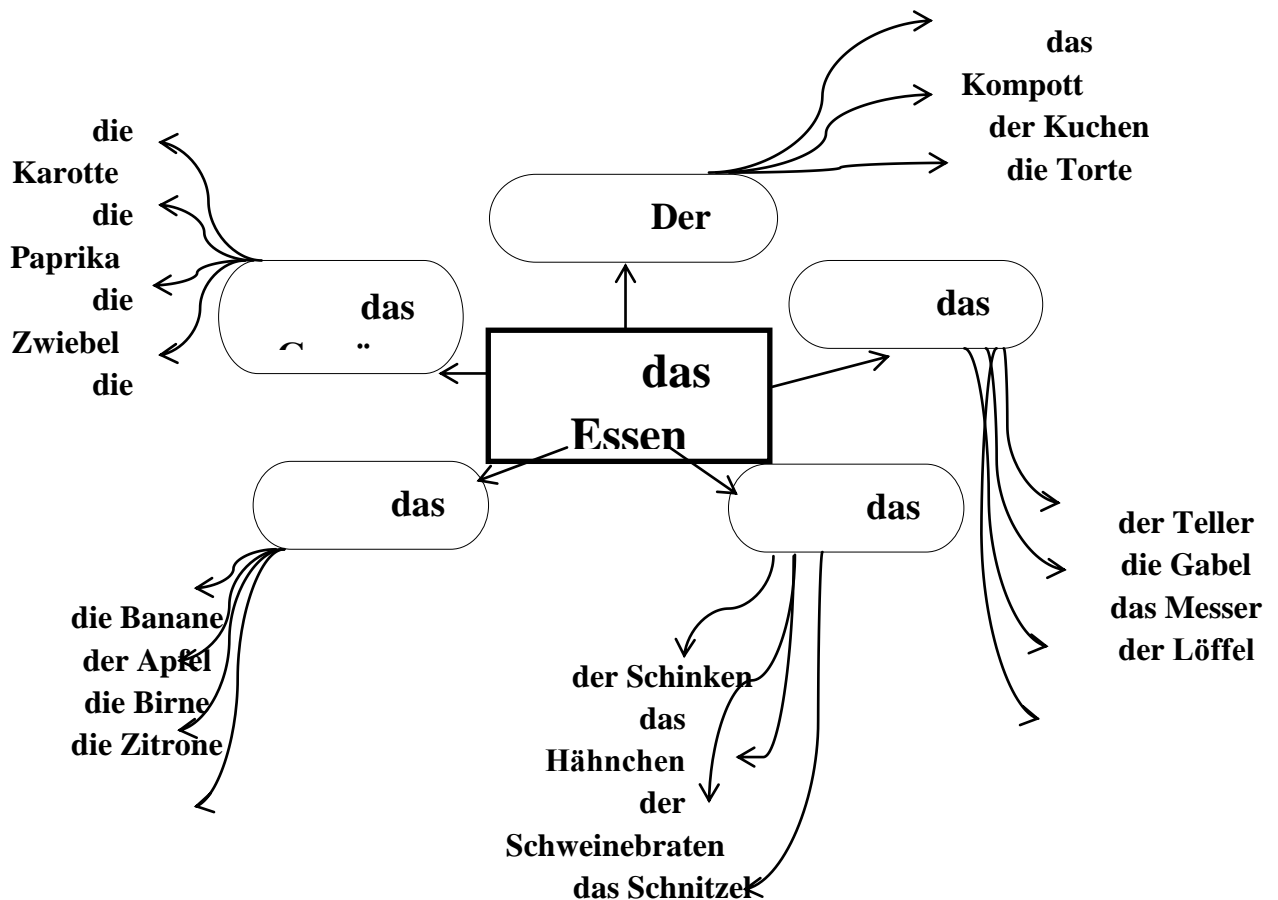
Згідно з програмою Міністерства освіти і науки України, метою базової загальної середньої освіти є вміння учнів критично оцінювати інформацію та використовувати її; висловлювати свої думки, почуття та ставлення; ефективно користуватися навчальними стратегіями для самостійного вивчення іноземних мов [2]. Саме для забезпечення цієї мети у навчальному процесі мають використовуватися нові методи та технології: «Mindmap», «Fishbone», «Сінквейн» та інші.

Технологія «Mindmap» походить з англійського словосполучення «Mind map» (інтелектуальна, асоціативна карта) та виступає як один з інноваційних способів візуалізації та структуривання інформації. Ця техніка була започаткована Ентоні Б'юзеном (Англія, ХХ ст.). У процесі досліджень головного мозку вчений зробив висновок про те, що когнітивні процеси нагадують деревовидну структуру [1].

Методика передбачає складання інтелект - карт за наступними правилами: карта має вигляд ядра та його відгалужень; процес базується на емоційно-чуттєвому сприйнятті; при складанні карт обов'язкове використання різних кольорів, шрифтів, ліній, малюнків, стрілок, аббревіатур; кожна асоціативна лінія має тільки одне ключове слово [1].

Аналіз фактичного матеріалу дає нам підставу стверджувати, що «Mindmap» може бути використана у наступних лексичних темах: Ich und meine

Familie; Freizeit, Essen; Sport; Schule тощо. Найбільш вдало ця технологія використана у підручнику Planet (A2) з теми Essen:



Отже, ми можемо стверджувати, що технологія «Mindmap» є багатофункціональною та універсальною і може використовуватися вчителем у процесі, або у процесі самонавчання з метою узагальнення та синтезу інформації, контролю знань з пройденої теми. Використання цієї технології дозволяє охопити великий об'єм матеріалу за короткий час та сформувати в учнів вміння критично мислити та інтерпретувати знання у інтерактивну модель.

Література

1. Бьюзен Т. и Б. Супермышление / Т. Бьюзен, Б. Бьюзен; [Пер. с англ. Е.А. Самсонов] – [3-е изд] – Минск : ООО «Попурри», 2006. – 304 с.

2. Навчальні програми з іноземних мов для загальноосвітніх навчальних закладів і спеціалізованих шкіл із поглибленим вивченням іноземних мов (5 – 9 класи): станом на 07.06.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-5-9-klas>

3. G. Kopp, S. Büttner. Planet. Kursbuch 1. – Ismaning: Max Hueber Verlag, 2004

EXTRACURRICULAR READING AS A TOOL OF DEVELOPMENT OF PUPILS' CREATIVE ABILITIES

A. I. Velykodna

4th year student, group PR-54, the Department of Germanic Philology, Sumy State University

Academic supervisor: lecturer O. V. Nazarenko.

Nowadays reading is singled out as one of the most important aspects of language learning in socio-cultural and linguistic dimensions. Pupils can not only improve their level of knowledge in lexical sphere, but also get acquainted with the realities and traditions of language that is their field of study.

This issue was viewed by following linguists, for example J. Miao, M. Pfof, Y. Reuter.

Extracurricular reading helps to give children understanding of current English with all its dialect and slang variations. A pupil gets an opportunity to express his or her own opinion about course of events in the book and give an assessment review to characters that contributes to the increase of the level of the language proficiency.

Extracurricular reading is considered as ancillary activity for supportive work with main textbook; it is used to engage students in process of active conversation and live discussion [1].

Appropriate intensity of the text is the basic requirement for extracurricular reading at English lessons [2]. The text should be adapted and contain mostly learned lexical material. At the same time, the teacher can choose examples from both fiction and scientific literature.

Work on the text can be divided into several lessons, if it is required by volume of the text under consideration. Lessons of a foreign language can also include work of pupils with individual (home) reading. In this case, each child works with a separate book, which was chosen either independently or on advice of the teacher. The text should be chosen, taking into account individual interests of the pupil in order to give him freedom of choice and to achieve maximum effectiveness.

Following extracurricular reading functions are distinguished in methodological literature [3]:

- culture function – reading makes it possible to leave national culture centrism and to make a significant contribution to raising the level of education;

- developing function – reading helps to develop creative thinking and values in the process of exploring texts of foreign writers;
- learning function – reading helps to develop intellectual and communicative reading and to build sentences logically and correctly.

It can be concluded that regular usage of extracurricular reading practice at the lessons of the English language allows the teacher:

- to develop different types of reading skills in complex;
- to teach schoolchildren to extract necessary information from the text and process it so that it would be adequately understood and easy learned;
- to form the basic skills of working with texts;
- to develop logical thinking among pupils;
- to teach children to improve their knowledge of the English language independently;
- to develop pupils' ability of self-esteem.

Practical value of the research is in developing a specific methodology for overcoming national culture centrism and making a significant contribution to raising the level of education, by focusing on optimizing pupils' reading skills. The quality of learning English in secondary school can be greatly improved in circumstances of selecting right criteria in choosing texts for extracurricular reading.

References

1. Jianying Miao. Extracurricular Reading of College Students Based on Statistics [Electronic resource] / Jianying Miao. – 2012. – Access mode: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-34041-3_25 (20.02.2019).
2. Maximilian Pfof, Tobias Dörfler and Cordula Artelt. Students' Extracurricular Reading Behavior and the Development of Vocabulary and Reading Comprehension [Electronic resource] / Maximilian Pfof, Tobias Dörfler and Cordula Artelt – 2013. – Access mode: [https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/ uni/fakultaeten/ppp_lehrstuehle/bildungsforschung /Publikationen/Artelt/Pfof_Doerfler_Artelt_Students_Extracurricular.pdf](https://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/ppp_lehrstuehle/bildungsforschung/Publikationen/Artelt/Pfof_Doerfler_Artelt_Students_Extracurricular.pdf) (20.02.2019).
3. Yves Reuter. Taking account of extracurricular literacy practices: problems and stakes [Electronic resource] / Yves Reuter – 2013. – Access mode: <https://journals.openedition.org/reperes/511> (26.02.2019).

ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ В ПРОЦЕСІ ЧИТАННЯ АВТЕНТИЧНИХ ТЕКСТІВ

В.В. Воробйова

студентка 4 курсу факультету іноземних мов,

ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Биндас О.М.

Читання, як один з видів мовленнєвої діяльності, відіграє велику роль при вивченні іноземних мов. Відкриваючи для підростаючого покоління новий світ, даючи можливість прожити життя інших людей, порівнюючи і зіставляючи, читання має великий вплив на формування внутрішнього світу людини, його індивідуальності. Важливо, щоб якомога більшій кількості людей подобалося і хотілося читати.

На жаль, у сучасному світі у читання багато конкурентів: телебачення, мережа Інтернет, комп'ютерні ігри та ін. Як правило, учні віддають перевагу легкому і простому. Тому завданням сучасної школи є така організація роботи з цим видом діяльності, щоб читання іноземною мовою пов'язувалося з позитивними емоціями, з постійним бажанням здобувати нові знання, тільки так читання сприятиме розвитку пізнавальних інтересів. Більш того, в зміст контрольних-вимірних матеріалів з англійської мови входить тест з читання, метою якого є перевірка сформованості в учнів умінь в трьох видах читання: розуміння основного змісту автентичного тексту, вилучення необхідної інформації з автентичного тексту, повне розуміння художнього автентичного тексту.

Сама ідея використання автентичних текстів на уроках іноземної мови не нова. Вона знайшла своє втілення в роботах багатьох вітчизняних психологів і методистів: А. Леонтєва, І. Біма, Л. Яковлевої, Е.В. Ігнатова, Т. В. Кондратьєва. *Під автентичним текстом* прийнято розуміти «текст, запозичений з реальної дійсності, що представляє зразок живої мови повсякденного спілкування і стилістично якісно оформлений на листі» [1]. Використання автентичних текстів в процесі навчання має, на думку Н. Ушакової, ряд істотних переваг, а саме: такі тексти характеризуються авторською індивідуальністю, різноманітністю лексики і граматичних форм, а також національною специфікою; автентичні тексти різноманітні за стилем і тематикою, їм притаманне функціональне різноманіття, що викликає інтерес в учнів. Це можуть бути газетні статті, меню, інтерв'ю, пісні, статистика, рецепти, оголошення, казки, байки, вірші, фільми та ін. На прикладі кожного з жанрів можна проілюструвати, якими засобами володіє мова для досягнення різних

цілей, а це, в свою чергу, залишить відбиток на міжкультурної компетенції учнів; такі тексти ілюструють використання мови в природному соціальному контексті в формі, прийнятій його носіями [2, с. 25].

Варто зазначити, що автентичний текст є оптимальним засобом формування *міжкультурної компетенції*. У процесі роботи з автентичними текстами учні пізнають іншомовну культуру, чужі звичаї і традиції, вчать розуміти, аналізувати, цінувати і поважати як чужу культуру, так і свою власну, будучи при цьому суб'єктами міжкультурного спілкування. При виборі джерел інформації навчальні матеріали та вправи повинні відповідати таким вимогам: бути посилені за об'ємом, враховувати поступове зростання труднощів, апелювати до різних видів пам'яті, сприймання та мислення, бути цілеспрямованими (тобто передбачати формулювання кінцевої та проміжної мети при опрацюванні поданого матеріалу), активувати діяльність учнів, вмещувати життєві й типові приклади та ситуації. У відео сюжетах найбільш корисні не ті кадри, які пасивно повідомляють про факти, а ті, які спонукають шукати, узагальнювати і знаходити нові способи застосування тих чи інших вербальних та невербальних засобів спілкування [1].

Таким чином, необхідність використання автентичних матеріалів з різних джерел є очевидною та результативною. Адже систематичне використання відеоматеріалів оптимізує навчальний процес, активізує пізнавальну діяльність учнів, розширює їхній кругозір, прискорює формування мовленнєвих навичок та умінь, а також сприяє індивідуалізації навчання та розвитку вмотивованості мовленнєвої діяльності учнів. На нашу думку, систематичне використання автентичних матеріалів на уроках іноземної мови розвиває в учнів здатність висловлювати свою думку стосовно обговорюваних питань, передавати інформацію про побачене й почуте. Тому одним із найбільш важливих завдань є розробка конкретної методики застосування автентичних засобів навчання та відповідати потребам та завданням шкільної програми.

Література

1. Палешева Е. А. Аутентичные тексты как средство развития познавательного интереса учащихся при обучении чтению на уроках английского языка в старших классах средней школы. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://e-koncept.ru/2011/11105.htm>

2. Ушакова Н.Л. Аутентичный текст как средство формирования межкультурной компетенции // Н.Л. – Культура: сборник – 2007. Вып. 1. – С. 25-26.

ВАЖЛИВІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

А.С. Кириченко

Студентка 4 курс, факультет іноземних мов, ЛНУ імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: к.пед.н., доц. Биндас О.М.

На сьогоднішній день в українському суспільстві відбуваються стрімкі зміни в галузі вивчення англійської мови. Система освіти в Україні має наміри оновлення методів застосування інноваційних технологій у викладанні іноземної мови. Ми погоджуємося, що «У глобалізованому світі методи вивчення і викладання іноземних мов повинні бути краще пристосованими до постійно змінних потреб та умов тих, хто вивчає мову. Нові технології відкривають величезні можливості для посиленої індивідуалізації навчання» [2, с. 99].

Кожного дня з'являється все більше і більше різних методик і технологій навчання і виховання за допомогою використання мультимедійних технологій. До того ж, питання щодо використання мультимедійних технологій в умовах звичайної загальноосвітньої школи ще потребує опрацювання. Оскільки деякі викладачі продовжують навчання традиційними методами, проте усі погоджуються з унеможливленням подальшого розвитку освіти без застосування інноваційних технологій і сучасних підходів до роботи з ними [3].

Наприклад, комп'ютеризація освіти пов'язана з тим, що сучасний комп'ютер є дієвим засобом оптимізації умов розумової праці в будь-якому його прояві.

Завдяки комп'ютеризації та всесвітньої мережі Інтернет ми маємо такі можливості як: брати участь у міжнародних конкурсах та олімпіадах, організувати та проводити спільні телекомунікаційні проекти, тематичні презентації, та ін. Як інформаційна система, Інтернет пропонує своїм користувачам різноманіття інформації і ресурсів. Саме через Інтернет ми можемо зв'язатися з носіями мови, спілкуватися в текстових і голосових чатах. Ця функція дозволяє студентам, які мають певний психологічний бар'єр або невпевненість у своїх силах, подолати мовний бар'єр, опанувати мовою та набути комунікативної компетенції. [1, с. 244].

Наприклад, якщо студентам або учням необхідно покращити їх listening skills, то учні можуть використовувати такі навчальні сайти, як <http://www.elllo.org/>, <https://www.ted.com> або <http://learnenglishteens.britishcouncil.org/>. Перевагою використання цих сайтів є

те, що учні мають змогу обирати швидкість мовлення, розвивати сприйняття мови не лише тільки носієм мови, а ще і вивчати різні акценти.

Отже, на сучасному етапі розвитку науки в Україні можна напевно сказати, що часи, коли достатнім доказом опанування мови було вміння перекладати з іноземної мови вже пройшли. Залучення сучасних технологій у процес вивчення іноземної мови значно розширює та урізноманітнює програму, надає доступ до новітніх матеріалів, розширює мотивацію студентів до навчання, надаючи їм можливість працювати над мовою у зручному для них темпі, сприяючи, таким чином, індивідуалізації навчання та ефективному оволодінню іноземною мовою.

Література

1. Альошина О.М. Сучасні методи та технології викладання іноземних мов у ВНЗ / О.М.Альошина // Вестник НТУ "ХПИ": Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти. – 2012. – №30. – С. 242-247.

2. Давиденко Ю.Є. Програми з електронного листування як засіб формування мовленнєвих компетенцій / Ю.Є.Давиденко, М.Ю.Онищенко // Вісник ХПУ ім.В.Н.Каразіна. Серія: Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. – 2008. – Випуск 12. – С. 98-103.

3. Дроздович Н.Ю. Використання соціальних мереж для вивчення англійської мови технічного спрямування / Н.Ю.Дроздович // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні підходи та інноваційні тенденції у викладанні іноземних мов”, 13-14 березня 2014. – м. Київ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://interconf.fl.kpi.ua/node/1258>>. – Загол. з екрану. – Мова укр.

ДИКТАНТИ ДЛЯ ЛІНГВІСТІВ

А. О. Колот, А. В. Тимченко

Студентки 1 курсу, група ЛА-83, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н. М.

На сьогоднішній день, диктанти є невід’ємною частиною у вивченні не тільки рідної, а й будь-якої з іноземних мов. Насамперед, диктант – це метод, за допомогою якого студенти засвоюють та перевіряють рівень своєї грамотності, що полягає в записуванні тексту, який диктується.

Написання диктантів, які є важливою складовою вивчення іноземних мов, широко застосовується на факультеті лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.

Майбутнім перекладачам до вподоби такий різновид тренування своїх мовних навичок, тому що він дає змогу охопити усі сфери вивчення іноземної мови, такі як граматики, фонетика, орфографія, орфоєпія, тощо.

Згідно з вченням Девіса про визначення творчих здібностей студентів, існує 10 причин, чому диктанти є корисними у вивченні іноземних мов. Наведемо найважливіші з них: диктант активує студентів протягом самого процесу та після нього; допомагає студентам розвинути свої комунікативні навички; надихає студентів до вивчення усіх тонкощів мови.

Цікавою інновацією на кафедрі ТПП англійської мови нашого факультету можна вважати застосування методів “self-dictation” та “dictation-translation” вже з першого курсу вивчення англійської мови. Цей метод заохочує самих студентів до підготовки, проведення та перевірки таких диктантів під керівництвом та за допомогою викладача. Матеріалом для диктантів можуть слугувати фрагменти текстів підручника, фрагменти лексичних або граматичних вправ, а також цікаві додаткові тексти відповідного рівня навчання.

Подібне занурення студентів у процес викладання під час навчання повністю відповідає новітнім тенденціям активізації ролі студентів в навчальному процесі [1].

Отже, потрібно зазначити, що активне залучення студентів до роботи з різними формами диктантів є важливою складовою навчального процесу та якнайкраще розкриває їх потенціал.

Література

1. Kovalska N. Self-directed projects / N. Kovalska, N. Prisyashnyuk // Матеріали IV міжнародної конференції «Сучасні тенденції викладання іноземних мов у вищій школі». – 2012 р. – К.: НТУУ «КПІ». – С. 67-70

METHODS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES

Oleg Lysenko

Faculty of Informatics and Computer Science

National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Lecturer Sergeeva O. O.

Nowadays we know that knowledge of different languages increases our cultural awareness and helps us to communicate with people all over the world. However, some people have difficulties in studying languages or they simply have not enough time for this. But with years it becomes more and more easy to learn

languages because a lot of scientists, educational institutions develop every year something new in theory and practice, create new programs and applications for our better learning. So, in this report we will observe the most interesting and, from my point of view, effective methods of learning languages.

At first, it will be logical to start from a well-known old method. You need to concentrate all your efforts on learning foreign languages. But too many people give up, when they find out that they have problems with some point of learning (remembering words, writing or spelling etc), so learning of a big amounts of new words seems to them something unreal. Moreover, for basic speaking and comprehensive skills you do not need not to know the whole dictionary from A to Z. Talking about another field of activity here will be appropriate method Pareto: doing 20% of the work you can generate 80% of the benefit of doing the entire job [3]. For example, only 300 words form about 65% of written vocabulary.

For example, if you want to improve your speaking skills and study new words it will be a good idea to make cards with pre-recorded responses on some typical questions and then you can practice it with your friends or family. Some people call this method as a “deck” method [2]. Nevertheless, speaking with you close people using this method will help you to memorize new words and practice your new language skills. By the way, American writer, blogger, successful person and author of the book “How to learn foreign languages for 3 month” – Tim Ferris use “Deck” method, sometimes he did cards by himself and sometimes simply bought them. Tim always pointed that people often make one horrible mistake; they just learn words by heart without practicing them and just waste their time, because if you study using this technique you will remember nothing, so think one more time before you start.

Secondly, by 2019 people have developed a lot of innovative methods like Schechter’s technique. This man was the founder of interactive method of language learning, active and entertaining form of learning. Moreover, this system uses emotions and feelings for better understanding of material. Author justifies his method by the fact that small children learn their native languages by this technique. In addition, Schechter admitted that learning depends also on your psychological behavior and inner mood. If you learn with this method try to be only in positive atmosphere. Any stress or fatigue can badly affect on your progress. Also this method explains that students need to speak English by using simple words and do not use phrases that they notched from books, thereby they can improve their thinking on non-native languages and extend their vocabulary. So questions about personal opinion as for different situations should be a part of every lesson. However, it is

worth noting that those courses will be better for students and children from secondary school.

After that interesting technique I would like to pay your attention to well known innovative method - Rosetta Stone's method [1.]. Unlike previous training, this one is better for beginners or for people who have never faced with English, so ways of learning are interesting and easy for perception. For example, Rosetta does not use translation methodic, she tries to use associations, so it will improve your vocabulary and increase interest to studying. One more benefit of this method is modeling situation. During the lesson students generate possible situations different from real life. Passing that, students replenish vocabulary and syntax. Moreover, via that method person starts to feel more confident in different situations.

To sum it up, we can understand that everything depends on you. It does not matter, old school or new school methods to choose. If you do not have a fierce desire, you are not eager to learn it is more likely you will not succeed. As mentioned earlier everything depends on you! Good luck!

References:

1. *Rosetta Stone's Method.* (2017). Retrieved from <https://www.rosettastone.eu/how-it-works>
2. *Deck Method.* (2014). Retrieved from <https://amir.rachum.com/blog/2016/10/19/learning-a-language-with-anki/>
3. *Pareto Method.* (2005). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Pareto_analysis .

«STUDENTS' MINI-SPEECHES» НА ФАКУЛЬТЕТІ ЛІНГВІСТИКИ

К.С. Ляшенко

студентки 1 курсу, група ЛА-83, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н.М.

Із 120 років існування Київської політехніки 100 припало на бурхливе ХХ сторіччя. Через зміни політичного ладу і поточної обстановки в державі відбувалися і постійні зміни назви нашого університету. 17 серпня 2016 року наказом міністра освіти і науки України «Про присвоєння імені Національному технічному університету України «Київському Політехнічному Інституту» ім'я його колишнього студента, видатного авіаконструктора ХХ століття Ігоря Сікорського».

Факультет лінгвістики був заснований у 1995 році з метою підготовки висококваліфікованих перекладачів широкого профілю, підвищення якості

підготовки з іноземних мов студентів технічних та гуманітарних факультетів. Більш ніж 20-ти річний досвід викладання англійської мови на факультеті лінгвістики показав, що тут є свої особливості і вони вимагають від викладачів додаткових зусиль та розробок.

На кафедрі ТПП англійської мови факультету лінгвістики впроваджується методика «Students' mini-speeches» на практичних заняттях. Це своєрідні міні-конференції і вони є досить актуальними для студентів саме 1-х курсів. Для занурення студентів у своєрідне «англомовне середовище» викладач пропонує на початку кожного заняття зробити міні доповідь англійською мовою одному зі студентів групи. Така «mini-speech» готується студентом заздалегідь. Час виступу кожного з учасників триває 5-7 хвилин, інформація, яку вони презентують має бути цікавою та інформативною.

За допомогою «Students' mini-speeches» першокурсники не лише привчаються поводитися природно та звично перед публікою, але й відкривають для себе багато нових фактів. Після виступу студенти починають обговорювати теми, які були висвітлені під час виступу, вони можуть поставити будь-які запитання, на які обов'язково отримають чітку відповідь. Такі мовні вправи також сприяють подальшому вдосконаленню комунікативних навичок студентів.

За вже багаторічною традицією діапазон тем включає інформацію про КПП: його історію та сьогодення. Цього року основна увага приділялась постаті Ігоря Сікорського. Студенти з цікавістю обговорювали біографію вченого, його наукові здобутки.

Таким чином, впровадження методики «Students' mini-speeches» з першого курсу на практичних заняттях з англійської мови сприяє підготовці студентів до їх подальшої участі в наукових конференціях.

INNOVATIVE METHODS OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

V. Y. Minchenko

1-st year student, group IP-83,

Faculty of Informatics and Computer Science,

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Lecturer Sergeeva O. O.

The modernization of Ukrainian education determines social requirements for school education, which are essential for a developing society.

One of the priority directions of the reformation of education, defined by the national program, is the need to "achieve a high level in the study of foreign

languages". Unlike other subjects, a foreign language is a whole branch of knowledge, since it reveals a treasury of a foreign language culture, new lifestyles [2, c.1].

Today, the focus is on the student, his person, a unique inner world. Therefore, the main objective of the modern teacher is to choose the methods and forms of organization of educational activities of the students, which are optimal for the development of the person.

The task of the teacher is to create conditions for mastering the language for each student, to choose such teaching methods that would allow each student to show their activity, their creativity [1, c.2].

Modern educational technologies such as training in collaboration, design method, use of new information technologies,

Interactive learning (or collaborative learning) is learning in a dialogue mode, during which participants interact in order to jointly solve educational tasks.

Learning material is easier to assimilate and is stored for a long time in memory when the student does not passively perceive what the teacher says and actively works during the study of the material.

Design methodology. A student, working in a team, is looking for an answer to the question. To do this, you need not only knowledge of language, but also the possession of a certain reserve of knowledge, the possession of creative, communicative and intellectual skills. This technology develops imagination, creative thinking, mutual help and the ability to empathize and stimulate students [3, c.4].

The component of modern information technologies is using the Internet.

The Global Internet Network creates the conditions for obtaining any necessary pupils and teachers information that is located anywhere in the world.

In addition, students can take part in testing, quizzes, contests, contests conducted on the Internet, correspondence with peers from other countries, participate in chats, video conferences and more [2, c.4].

An important means of innovation training is also the use of a multimedia suite of interactive whiteboard, a multimedia projector. This way combines all the benefits of scientific progress and brings the learning process to a new level, while increasing the efficiency of teaching students in school.

Thus, learning foreign languages will be effective through the active use of innovative technologies and depends on the ability of the teacher to apply a humanistic approach to learning

Methods of teaching foreign languages, based on the humanistic approach, help to uncover the creative potential of students and promote their development and improvement.

References:

1. Innovative educational technologies in the study of English. Retrieved from <http://journal.osnova.com.ua/article/52127>
2. MODERN TECHNOLOGIES OF EDUCATION AND THEIR USE IN THE LITERARY OF THE FOREIGN LANGUAGE. Retrieved from <https://vseosvita.ua/library/sucasni-tehnologii-navcanna-ta-ih-vikoristanna-na-uroci-inozemnoi-movi-3775.html>
3. Use of innovative technologies in the study of English. Retrieved from https://ru.osvita.ua/school/lessons_summary/edu_technology/21519/

THE INTERNET AS THE BIGGEST BREAKTHROUGH IN THE WAYS OF COMMUNICATION

Osadchiy M. V.

Faculty of Informatics and Computer Science,

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Lecturer Sergeeva O. O.

Nobody doubts that the creation of the Web in the 20th century was one of the biggest breakthroughs [1]. However, not many people know how many new things it has brought into everyday life. Here is a list of things that the Web has brought to us:

1. Finding information

The creation of many big websites like Wikipedia, Google, and Yahoo have played a huge role in how we are researching the information nowadays. There are no visible negative sides of such search. You can both use the newly created methods of search, or you can just go online and find the books, which you need for your research [3].

2. Communication with people

If you are living for more than 20 years you cannot miss the fact that the way people communicate has changed drastically. Humans do not prefer the live communication over the other ways of talking. The social media has brought the ease that we needed so much in the communicating. Now you can text your friends using just your phone, and stay up to date with all their news. All of this thanks to Tim Berners-Lee's creation.

3. Shopping

The way people shop nowadays might seem the same as the one that we could see several decades ago. However, that is only visible when we go to the 'offline' shopping malls, while online we can see the rise of Internet shopping. Such sites as the Aliexpress and Amazon have changed the way we look at purchases over the

Web. No more worries about the scammers, you get a warranty, which consists of millions of purchases every day. And if you do not know whether to buy a good or not, you can always find the needed review on it online.

4. Studying

Nowadays the internet is very useful in education. Not only can students cooperate with foreign ones, they also can share ideas and learn about the diverse cultures out there. Parents can also become actively involved in their kids' education by linking their children's school with libraries, homes, and more. Millions of schools around the world are already using this technology to enhance learning [4].

5. Learning foreign languages

If you once learned a foreign language, you would know, that the best way to study English (for example) is to speak English. With the help of the internet you can easily find a foreigner to talk to and to practice your skills. Moreover, you can even try to search for a native speaker, that would be much better teacher, than the common one. Today, it's very important to understand foreign colleagues or business partners and that is the best way to practice.

6. To do business

No news that people are using the Internet to make money. Some people go into the new field of freelance to earn some money with the skills they have without going to the office to work. However, some go even further. They create their business online-based. Such companies are making some good money nowadays, so we can say that creating a web-business is a huge thing that was created only thanks to the creation of the Internet. Internet communication brings teams together across the globe. That's why it's much easier to work effective, because there is no need to be in the same office with the whole team.

In the end, it is important to say that without the Internet our everyday life would have been different. People have become linked to the Web, as to a thing that has always been here for us. Sure, nobody knows how much bad influence it has brought into our lives. Although, we have to thank the creators of this great invention for making our lives easier and more interesting.

References:

1. Internet. (2018, October 17). Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Internet>
2. 15 reasons why people use the internet. (2018, April 27). Retrieved from <https://www.weiderweb.com/15-reasons-why-people-use-the-internet-and-how-to-use-that-to-your-advantage/>
3. 6 Benefits of Internet Communication. Retrieved from <https://www.eztalks.com/unified-communications/6-benefis-of-internet-communication.html>

РЕАЛІЇ НІМЕЦЬКОГО СВІТНЬО-ПЕДАГОГІЧНОГО ДИСКУРСУ

С.В. Овсяник

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Німеччина має чотириступеневу систему освіти: початкова, двоступенева середня освіта та вища освіта.

Мета дослідження: охарактеризувати всі ступені системи освіти, що існують в Німеччині. Наведена інформація допоможе детальніше ознайомитися з функціонуванням системи освіти та правильно добирати еквіваленти з метою досягнення адекватного перекладу.

Система освіти в Німеччині лише у найважливіших питаннях регулюється державою (на федеральному рівні). Найбільші повноваження у розвитку і регулюванні освіти має не держава в цілому, а окремі федеральні землі, тому умови та програми навчання в різних землях можуть відрізнятися одне від одного. Питанням координації політики в галузі освіти займається спеціальний орган – постійна конференція міністрів культури земель. Вона і стежить за тим, щоб якість освіти в масштабах всієї країни залишалася на гідному рівні.

Діти починають навчання в дошкільному навчальному закладі, потім навчаються в середній школі і можуть закінчити навчання з дипломом про вищу освіту.

Kindergarten – це дошкільний навчальний заклад Німеччини, який діти відвідують з 3-річного віку.

Закон ФРН наголошує, що громадяни України зобов'язані пройти 10-річне навчання і отримати відповідний документ, що підтверджує освітній ступінь [1].

Шкільне навчання починається в 6 років з набуття знань в початковій школі. Програма навчання в молодших класах розрахована на 4 роки.

Середню освіту першого ступеня учні отримують в шкільних закладах декількох типів:

Hauptschule – базова школа. Цей заклад спеціалізується на наданні учням базового рівня знань і готують їх до вступу в професійні коледжі або технікуми. Освітній курс триває 5 років.

Realschule – шестирічна реальна школа. Особливість цього навчального закладу в тому, що учні отримують достатній рівень знань для переходу на другу сходинку середньої школи.

Gesamtschule – загальна школа, яка комбінує особливості різних освітніх програм і дозволяє вивчати технічні та гуманітарні науки одночасно [2].

Після того, як учень закінчив середню школу 1-го ступеня, він може продовжити навчання в середній школі 2-го рівня, інакше кажучи – в гімназії.

Закінчивши навчання у профільній гімназії випускник отримує атестат *Abitur*, який є аналогом українського освітнього документа про повну загальну середню освіту. Без свідоцтва *Abitur* випускник не може вступити до ВНЗ Німеччини.

Система вищої освіти в Німеччині влаштована так, що у ВНЗ студент може отримати ступінь від бакалавра до доктора наук.

Визначна відмінність системи освіти Німеччини в тому, що студентам надається повна академічна свобода. Вони можуть самостійно складати план відвідування занять і вибирати час для практики і стажувань.

У Німеччині є кілька типів вищих навчальних закладів:

- університети;
- профільні інститути (медичний, технічний);
- вищі школи (мистецтв, прикладних наук);
- професійні академії.

Головна відмінність різних типів навчальних закладів Німеччини в їх спеціалізації. Наприклад, в університетах студенти можуть навчатися за різними напрямками, в той час як вищі школи і профільні інститути спеціалізуються на конкретних галузях.

У профільних академіях студенти не тільки отримують знання в теорії, а й одночасно працюють за фахом. В таких навчальних закладах здобувають освіту для побудови бізнес кар'єри або подальшої роботи в сфері промисловості.

Загалом німецька система освіти складна та розгалужена і є предметом постійних дебатів у пресі та політиці, зокрема, що стосується проблем з недостатньою інтеграл інтеграції та допомоги учням із сімей мігрантів. Німеччина займає 4 місце у світі за підготовкою висококваліфікованих спеціалістів, але в той же час існує потреба в реформі системи освіти, особливо шкільної освіти.

Література:

1. Освіта_в_Німеччині [Електронний ресурс] — 2015. — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

2. Система освіти в Німеччині [Електронний ресурс] — 2015. — Режим доступу: <http://kudapostupat.ua/systema-osvity-v-nimechchyni/>

ОСВІТНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ В НІМЕЧЧИНІ

Е.К. Оніпко

студентка 2 курсу, група ЛН-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., доц. Дзикович О.В.

Мета дослідження — охарактеризувати відмінність умов навчання та його якості, підвищення шансів на отримання після закінчення вузу роботи в Німеччині, можливість залишитися в цій країні. Нарешті, можливість досконало освоїти німецьку мову.

Протягом останніх тридцяти років в Німеччині та в німецьких вищих навчальних закладах спостерігається безперервне зростання числа іноземних студентів.

За задумом уряду Німеччини, до 2020 року кількість таких студентів має сягнути або перевищити 350 тисяч, бо Німеччина сама зацікавлена у цьому як в економічному так і в науковому та зовнішньополітичному відношенні. Щороку Міністерство закордонних справ Німеччини витрачає сім з половиною мільйонів євро на STIBET – програму стипендій та допомоги іноземним студентам, що здобувають вищу освіту у Німеччині, аби полегшити інтеграцію студентів-іноземців у німецьке суспільство.

На навчання до Німеччини їдуть, по-перше, через високу якість освіти та рівень досліджень у вищих навчальних закладах та студентів ваблять також добра їх репутація. Іноземні студенти платять за навчання стільки ж, скільки платять студенти, які проживають у Німеччині. У багатьох землях Німеччини університети взагалі не беруть плати за навчання, відповідно іноземні студенти також нічого не сплачують. Після остаточного скасування навчальних зборів у всіх федеральних землях країни, перед українцями відкриваються нові перспективи безкоштовної німецької освіти.

Відкрита доброзичлива політика по відношенню до іноземних студентів багато в чому зобов'язана культивованій вірі у міжнародне співробітництво. А ще, Німеччина знаходиться у значно вигіднішій позиції, ніж такі високорозвинені країни як Великобританія чи США, бо тут можна знайти пристойні пропозиції за відносно низьких цін на проживання та вартості освіти [1].

За дослідженням майже 24 відсотки опитаних іноземців здобувають освіту виключно англійською мовою, а майже половина – виключно німецькою. Утім, кількість іноземців, що навчаються англійською, залежить від того, яку саме освіту вони здобувають. Так, для іноземців, що хочуть здобути ступінь магістра, кількість англосовних пропозицій складає згідно з даними опитування 44 відсотки. Для бакалаврів – лише 11 відсотків. Показово, що 54 відсотки опитаних хотіли б залишитися працювати в Німеччині. До цього рішення 89 відсотків спонукали добрі шанси на працевлаштування, виявило дослідження [2].

Література:

1. *Peixin Xian und Haizhou Yi* Ausländische Studierende im deutschen Hochschul [Електронний ресурс] / *Peixin Xian und Haizhou Yi*. — 2011. — Режим доступу: <https://heimatkunde.boell.de/2011/02/18/auslaendische-studierende-im-deutschen-hochschul-dschungel>
2. [M. Seyffarth](#) Steuergeld für ausländische Studenten? Das lohnt sich! [Електронний ресурс] / [Moritz Seyffarth](#). — 2017. — Режим доступу: <https://www.welt.de/wirtschaft/article167363312/Steuergeld-fuer-auslaendische-Studenten-Das-lohnt-sich.html>

METHOD “LEARNING BY TEACHING”

К. В. Радчук

студентка 1 курсу, група ЛА-83, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н. М.

“Learning by Teaching” is a teaching and learning approach which was developed by the French language teacher Jean-Pol Martin in German schools in the 1980s. Since then it is still widely used in higher schools. It is especially productive in teaching foreign languages that is why we are used to this method at the Linguistic Faculty of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute.

The method sees students in the role of the teacher, and enhances their learning experience by encouraging them to teach other students and collaborate with fellow learners. After preparation by the teacher, students become responsible for their own learning and teaching. The new material is divided into small units and student groups of not more than three people are formed.

Students are then encouraged to experiment to find ways to teach the material to the others. Along with ensuring that students learn the material, another goal of the method is to teach students different life skills like respect for other people, planning,

problem solving, taking chances in public, and communication skills, ect. The teacher remains actively involved, in the process stepping in to further explain or provide support if the teaching-students hesitate or the learning-students do not seem to understand the material and tasks.

The method is quite different from tutoring in that "Learning by Teaching" is done in class and permanently supported by the teacher. It is also distinct from student teaching, which is a part of teacher education.

In conclusion, this method is very effective. By working on their projects, students have the opportunity to develop a number of transferable skills, such as teamwork, presentation and communication skills, as well as creativity.

LEARNING NEW FOREIGN WORDS

Trofimova S.S.

1st year student, IT-84 group

Faculty of Informatics and Computer Science,

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Lecturer Serheieva O.O.

Today society doesn't end with people from certain country which means that communication does not limit with speaking only one language either. Nowadays with the help of internet we can make friends from all around the world and communicate with native speakers of any other language. As we all know majority uses English for communication with people from other countries. But it isn't as simple as it seems at first. Yes, now we have lots of online translators but their translation often doesn't correctly express what we meant. Therefore, learning foreign languages is such important part of life for every modern person. You should have massive vocabulary to know language which not everyone has. In average person should know about 3000 to 5000 words for normal communication. "Without grammar very little can be conveyed, but without vocabulary nothing can be conveyed." This is how the linguist David Wilkins summed up the importance of vocabulary learning. You can say very little with grammar, but you can say almost anything with words [1].

At the beginning you should choose which words you should know, which means learn. Firstly it implies so called base words which are just necessary for understanding. These are eternal themes as "Family", "Food", "Greetings". After learning these words you should continue with those which are essential exactly for you, considering your occupation or purpose of learning language. Then you can start

watching films, TV soap operas, reading books and listening to music. After choosing words it is necessary to proceed with memorization.

Memorizing information sometimes can be really difficult, especially when it is connected with the new language. Everyone who had ever learned foreign languages faced the problem of remembering large amount of words in short period of time. Everyone wants to expand their vocabulary and there are many ways and services to simplify this difficult task.

First and the most effective method is learning words watching favorite films and TV shows. It is necessary to not just enjoy them but think over words said by characters and if it is necessary, to repeat their speeches. If some word or phrase is unclear, you should write it down and re watch that moment few times. In that way your brain will connect the word with certain context of situation and it will be really hard to forget.

Second method is writing down many times those new words saying them afterwards, saying them while writing is the best way. Thus you can memorize not just pronunciation but spelling as well. Word-learning strategies involve the use of word parts, context clues, and dictionaries to determine the meaning of unknown words. First we explain what is meant by “word parts” and how to teach them. Stahl and Kapinus estimate that more than half of all words contain a familiar prefix or suffix or are compound words. The base or root word carries the main meaning in many sophisticated and academic words. For example, the root word graph means “writing or printing.”[2]

In addition to this, the Internet has large variety of quizzes, which makes it impossible to forget them. The method of visualization suits me the most. We just need to find the object or to imagine certain creature and to say word-translation few times. It helps for understanding and you remember it for all your life.

Surely all these methods are efficient and will definitely help you to learn words but it is important to repeat all made manipulations at least few times a week as well, so that you will not forget them for sure, as practice makes perfect.

Practice several times a week does not take much time, but nevertheless you will remember the information better.

References:

1. Susan Hanson and Jennifer F.M. Padua (2011). Teaching Vocabulary Explicitly. Honolulu, Hawai‘i: Pacific Resources for Education and Learning.
2. Thornbury, S. (2007). How to Teach Vocabulary (5th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited. (Original work published 2002).

NEW INTERESTING WAYS OF LEARNING ENGLISH

Fibruk R. S.

*Student of the I grade, IP-83, The Faculty of Informatics and Computer Technologies, Igor Sikorsky Kiev Polytechnic Institute
Lecturer Serheieva O.O.*

There was a big problem which teachers of English had. There was always difficult and boring to teach student a foreign language. But after the appearance of the Internet students and teachers got access to the enormous amount of different videos, audios, and articles, books, learning of culture, phone apps and many other useful things. Now we have a great ability to throw boring books away. This article is going to tell you how entertaining and interesting learning of English can be.

The first new way to remember English words is to make the process funny. Because if it's funny you work harder. Students are taught not only to remember vocabulary but how to use it. The method is called "Fill in the gap" [2]. This method means the student should take any two unrelated words and try to fill the gap between them by as many words as possible. They should make some sense of course.

The second and maybe the most interesting way to learn new vocabulary is called "Write a poem" [2]. This exactly means the student is going to use on a new vocabulary word on each line but have the poem's lines be connected by ideas and the words.

Vocabulary is truly connected to grammar. It's the most boring thing to learn in English. Nowadays it no longer associated with boring texts and books. Today grammar mainly means how you connect words in your sentences. The first step is to find some themes you are not really good at. Then there are two techniques how to correct it. You can find an interesting app for your phone and work on these themes only. The next interesting technique is reading any article in the Internet that is not too difficult for you and after reading it for couple of times trying to rewrite it by memory [3].

Let's talk about speaking. Everybody desires to speak English fluently. The best way to do it is to find a person you will be able to talk to. But what if you don't have any? There is good news for you! It is called "An imitation technique" [1]. You listen for a conversation, a story or some kind of speech. Then you are trying to repeat the same you have listened a minute ago. But the main exercise is not to repeat all the speech word by word. It is necessary to speak about the person who speaks. It means if you are watching a video with a person telling something about himself. Like "I am from Indonesia". You must at the same time say "He is from Indonesia". The other way of working with a video is to wait until the speaker completes the

thought or idea and only then you try to express the idea yourself. You are able even to listen an entire speech and only after that repeat it all.

We live in a fantastic time of development. Almost all people in the world now have access to the things people worked for centuries on. Everybody is able to learn anything he wants by only clicking his mouse. So the perspective of the union of people of different cultures by learning English is really great.

References:

1. Unknown (n.d.). Tutorial on The Imitation Technique. Retrieved March 2, 2019, from <https://engfluent.com/imitation-tutorial/>
2. James (June 15, 2016). 2 fun new ways to learn English vocabulary. Retrieved March 2, 2019, from <https://www.engvid.com/2-fun-new-ways-to-learn-english-vocabulary/>
3. Unknown (n.d.). Oxford online English. Retrieved March 2, 2019, from https://www.oxfordonlineenglish.com/free-english-lessons?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА РОБОТА СТУДЕНТІВ ФАКУЛЬТЕТУ ЛІНГВІСТИКИ

Є.М. Шпак

І курс, група ЛА-83, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н. М.

На сьогоднішній день науково-дослідницька діяльність є невід'ємною складовою освітнього процесу і слугує інструментом підготовки фахівців, що здатні постійно поглиблювати свої знання, безперервно вчитись та інтелектуально вдосконалюватись.

КПІ ім. Ігоря Сікорського активно залучає студентів до науково-дослідницької роботи. Наприклад, на кафедрі теорії практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики проводяться щорічні студентські науково-практичні конференції. До них залучені всі студенти ФЛ, що дає їм можливість випробувати сили у своєрідному публічному захисті перших науково-практичних здобутків, а саме в апробації матеріалів курсових робіт з перекладознавства.

Крім цього, студенти факультету приймають активну участь у щорічних англо-німецько-французьких студентських конференціях. Відмінною рисою цих конференцій є використання трьох іноземних мов, що вивчаються на факультеті. Залучення студентів до наукових робіт допомагає їм тренувати свої

навички, збагачує та поглиблює їх знання. Факультет лінгвістики практикує такий підхід вже з першого року навчання студентів.

Цікаву ініціативу виявили викладачі кафедри ТПП англійської мови, які силами саме першокурсників організують вже дев'ятий рік поспіль науково-практичну студентську конференцію «Alma Mater» на якій представляються доповіді про історію та сьогодення університету. Не залишається без уваги й рідний факультет лінгвістики. В ході цієї конференції студенти трьох мовних кафедр мають можливість виразити та захистити свою думку при підготовці доповіді і у публічному виступі.

Одним з головних завдань конференції «Alma Mater» є виявлення та підтримка обдарованої молоді. Розглядаючи конференцію, як науковий захід для студентів, що виходить за рамки освітньої програми, слід зазначити її позитивний ефект на студентів, які приймають в ній участь.

По-перше, це мотивує студентів до вивчення даного предмету (іноземна мова), до глибокого опрацювання додаткового матеріалу, який не входить в навчальну програму.

По-друге, конференція з іноземної мови дає унікальну можливість самооцінки професійного рівня студента порівняно з рівнем інших учасників.

По-третє, конференція, як науковий захід для студентів вищого навчального закладу активізує навчально-пізнавальну діяльність студентів [1, с. 109].

Наступного року відбудеться 10-та ювілейна конференція. На честь ювілею студентський актив пропонує низку нововведень: додати до складу членів комісії практикуючих перекладачів, які б змогли дати свою експертну оцінку роботам студентів, зробити доповідачами студентів старших курсів, які б змогли на власному досвіді розповісти про наш університет. Гарною ідеєю стало б залучення випускників інших факультетів, як гостей конференції. Долучення студентського активу до організації конференції безумовно сприятиме її популярності серед студентського загалу.

Підводячи підсумок зазначимо, що уже на першому курсі студенти ФЛ активно залучені до науково-практичної діяльності в різноманітних цікавих формах з фахових дисциплін. Звичайно, крім участі в науково-практичних заходах у межах ФЛ, наші студенти є активними учасниками науково-практичної діяльності студентської спільноти всього КПІ ім. Ігоря Сікорського міжвузівських і навіть міжнародних заходів.

Література

1. Kovalska N. Extra-curriculum activities as beneficial forms of language learning / N. Kovalska, N. Prisyashnyuk // Матеріали міжнародної науково-

практичної конференції «Взаємодія одиниць мови і мовлення: комунікативно-когнітивний, соціокультурний перекладознавчий і методичний аспекти» – 2014 р. – К.: НТУУ «КПІ». – С. 109-112

ІНОЗЕМНА МОВА ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Д.О. Юрченко

*студентка 4 курсу, група 2335-1а (401-а), факультет іноземної філології,
Запорізький національний університет
Науковий керівник: к. філол. н., доц. Ваніна Г.В.*

Період старшого шкільного віку можна охарактеризувати як початкову стадію фізичної зрілості. Психологи зазначають, що у цей час відбувається активне залучення учнів до дорослого життя з усіма його нормами і правилами. Особливостей набувають взаємовідносини школярів як з однолітками, так і з дорослими. Старшокласники стають менш конфліктними, а їх спілкування із старшими більш відкритим [3, с.58].

Слід зазначити, що старшокласники відчувають відразу до форм роботи, які не несуть багато інформації. Це відбувається через зростання розумової допитливості. Тому на уроках англійської мови доцільним є використання вправ, які полягають у спілкуванні, виборі із кількох варіантів, відстоюванні своєї точки зору та суперечці. Завдання, які змушують самостійно міркувати і формулювати висновки, допоможуть вчителю викликати глибокий емоційний і моральний відгук підлітка [2, с.1].

Саме тому, **об'єктом** даного дослідження є вивчення іноземної мови, а **предметом** – групова гра «*Colour`s metaphor*» та особливості її застосування на уроках англійської мови у старших класах. **Метою** роботи є аналіз використання групової вправи «*Colour`s metaphor*» та визначення її ролі як у формуванні особистості старшокласника, так і у процесі вивчення іноземної мови зокрема. **Актуальність** дослідження зумовлена тим, що англійська мова все більше стає не тільки засобом комунікації, але й сприяє налагодженню контактів між однокласниками, що створюють комфортну атмосферу для розвитку та навчання.

Гра «*Colour`s metaphor*» покликана показати індивідуальність та унікальність сприйняття однієї ситуації різними людьми, у даному випадку кольору. Для її проведення бажано зробити коло зі стільців, щоб учням було комфортніше висловлювати свої думки. Старшокласники отримують шматочок кольорового паперу (бажано не із основних кольорів спектру). Вони не повинні

показувати комусь свій колір. Надалі старшокласники по черзі називають англійською мовою свої асоціації із кольором, який вони отримали. Вони повинні бути максимально метафоричними та не відноситися до конкретного досвіду учнів. Наприклад, неправильним буде таке твердження: «*I think, that my colour is the colour of the car, that my parents bought 2 years ago*». Якщо учневі дістався світло-рожевий колір, то можна надати таку асоціацію: «*It is a flower*». Учні продовжують один за одним називати асоціації (2-3 кола). Їх задача – запам'ятати усе, що говорили їхні однокласники та спробувати здогадатися, у кого співпадають кольори. Учні укладають список за кольорами, а після цього показують один одному свої папірці. Хтось із старшокласників правильно відчує колір товариша, а хтось помилиться [1, с.156].

Такою вправою можна показати старшокласникам, що усі ми по-різному мислимо. І тому не слід ображатися один на одного, якщо ваші слова неправильно зрозуміли. Таким чином, «*Colour`s metaphor*» є корисною для:

1. Розвитку навичок комунікації.
2. Розвитку асоціативного мислення.
3. Створення умов для згуртування класного колективу, в ході спільної діяльності.
4. Виховання поваги до думок інших.
5. Формування пізнавальної активності в учнів.

У ході дослідження ми визначили, що використання групових ігор позитивно впливає на формування особистості старшокласників та дозволяє їм проявити свою індивідуальність. Перспективою подальших досліджень вважаємо вивчення особливостей застосування групових вправ спрямованих на гармонійний розвиток особистості старшокласників на уроках англійської мови.

Література

1. Авидон И., Гончукова О. Тренинги формирования команды. Материалы для подготовки и проведения. – СПб.: Речь, 2008. – 280 с.
2. Возрастные особенности учебной деятельности старшеклассников [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.solideducator.ru/refeds-197-1.html>
3. Кутішенко В.П. Вікова та педагогічна психологія (курс лекцій). 2-ге вид.: Навч. по-сіб. / В.П. Кутішенко // - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 128 с.