

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут ім. 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
XIII Міжнародної студентської науково-практичної конференції
11 березня 2021 року**

Київ 2021

Ткачик О.В. голова оргкомітету, редактор, к. філол. н., доц., доц. кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.

Вашило О.В. член оргкомітету, член редколегії, к.пед.н., ст. викл. кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови факультету лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського.

Шимчук А.О. 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 XIII Міжнар. наук.-практ. конф. 11 березня 2021 р. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 353 с. (14,32 арк.)

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, викл.ів 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 ім. Ігоря Сікорського», 2021

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ № 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ФІЛОЛОГІЇ	15
ЧАСТОТНІ ЯВИЩА В КОНСТИТУЦІЯХ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ Арнаут Каріна	15
ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АНГЛІЙСЬКОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ ДИСКУРСІ Байдик Ганна	17
МЕТАФОРИ В АВІАЦІЙНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ Бевз Валерія	18
MODERNE TENDENZEN IN DER ENTWICKLUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE Бевз Дарина, Шимченко Діана	20
ПОНЯТТЯ І ОСОБЛИВОСТІ КОНСУБСТАНЦІЙНОГО ТЕРМІНА Бистрицька Катерина	22
ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОМУ ТЕКСТІ Бідненко Лідія	24
ДИСКУРСНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ТЕКСТІВ ЗМІ Брежницька Єлизавета	27
THE POWER OF LANGUAGE. UNSOLVED QUESTIONS IN PSYCHOLINGUISTICS Бродська Дарина	29
МІЖМОВНА ОМОНІМІЯ Булгакова Марія	31
ЯВИЩЕ ТАБУ В ЛІНГВІСТИЦІ: ТАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТАБУЙОВАНОГО ЗМІСТУ Буток Олександра	33
КОНЦЕПТ DEMOCRACY В АМЕРИКАНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРВ'Ю Василів Вікторія	36
ЛІНГВОСПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ЕКОМАРКЕТИНГУ Весельська Рената	38
РОЛЬ НЕОЛОГІЗМІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ Гавриленко Катерина	41

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ БІБЛІЙНИХ ТА РЕЛІГІЙНИХ МЕТАФОР УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ В АНГЛОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТВОРАХ Коваленко Рімма	273
ТРАНСКОДУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ КІБЕРНЕОЛОГІЗМІВ ЯК СПОСІБ ПОПОВНЕННЯ СЛОВНИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ Козак Ірина	275
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЩОДО ПЕРЕКЛАДУ ПОСІБНИКІВ КОРИСТУВАЧА ДО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ Корнійчук Дана	278
ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ КЛІНІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ Кучерявенко Марія	281
КОНЦЕПТУАЛЬНІ МЕТАФОРИ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Лемешук Катерина	283
МЕДИЧНИЙ СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ: ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАД Лупина Аліна	285
НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ З РОБОТОТЕХНІКИ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ Мартинюк Наталія	286
ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ У ПЕРЕКЛАДІ Мазур Діана	291
TRANSLATION VS LOCALIZATION? Mankovskyi Oleksii	293
ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ТА ПРАГМАСТИЛІЧТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ СЛЕНГУ В МЕДІАТЕКСТАХ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ Меняліна Анастасія	295
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ Міненко Катерина	298
ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ДОСЯГНЕННЯ КОМІЧНОСТІ ТА ЇХ ПЕРЕДАЧА ПРИ ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛУ «THE BIG BANG THEORY») Міщенко Світлана	301

is inseparable from pragmatic, cultural adaptation, if only because translation is always carried out at the junction of two cultures, and ignoring this fact is fraught with grave consequences for the translation and the translator. In this situation, it is comforting to know that the naive notion of practicing translators about these "two types of translation activities" does not receive theoretical justification. And this is hardly possible. Who among serious researchers would think of depriving translation of its cultural component?! However, we could not ignore this alarming trend in the translation market, since by its very existence it affects the state of mind, depriving translators of the opportunity to understand the real essence of translation.

References

1. "Localization and translation" [Online]. Available: URL. <https://linguacontact.com/localization/>
2. V.N. Komissarov, "Translation theory (linguistic aspects)", Moscow: High school, 1990, p. 253.

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ТА ПРАГМАСТИЛІТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ СЛЕНГУ В МЕДІАТЕКСТАХ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Меняліна Анастасія

студентка I курсу магістратури,

факультет лінгвістики, КПП ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Тікан Я.Г.

Увага дослідників до різних видів нелітературної лексики, особливо до таких специфічних, як сленг, існувала завжди. І це цілком зрозуміло, оскільки сленг цікавий своєю метафоричністю, виразністю і «нетрадиційними» номінаціями.

Автори медіатекстів часто вводять сленг у свої твори, переслідуючи стилістичні цілі: для надання мові ефекту новизни, незвичайності, для передачі певного настрою, конкретності, експресії, стислості та образності.

Сленг – жаргонні слова або вирази; розмовний варіант тієї чи іншої соціальної або професійної групи [4, 810]. Сленг – це слова, що часто розглядаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, іронічні слова, що слугують для позначення предметів, про які говорять в повсякденному житті [5, 34].

І.Р. Гальперін, у свою чергу, пропонує розуміти під сленгом той пласт лексики і фразеології, який проявляється у сфері живої розмовної мови в якості розмовних неологізмів, які легко переходять у сферу загальноприйнятої розмовної літературної лексики [1, 21]. Його аргументація заснована на вивченні лексикографічних приміток: одне і те саме слово в різних словниках дається з позначками «сленг», «просторіччя» або без жодних приміток, що начебто свідчить на користь. Тому І.Р. Гальперін не допускає існування сленгу в якості окремої самостійної категорії, пропонуючи використовувати термін «сленг» як синонім англійського слова «жаргон» [2, 107-114].

Невичерпним джерелом сленгу є також засоби масової інформації. Порівняно новим явищем стало впровадження сленгу через досить респектабельні засоби масової інформації, телебачення та Інтернет. Відомо, що за своєю природою мовлення ситуативне: спілкування людей залежить від ситуації. А це, у свою чергу, накладає відбиток на характер спілкування і через нього – на характер мовної діяльності.

У сучасному світі інформація є головним фактором у всіх галузях нашого життя. Нові технології привносять суттєві зміни в сучасну картину світу. Такі ЗМІ, як друкована преса, радіо, кіно, телебачення, реклама, Інтернет стали незамінною осередком соціального ладу сучасної людини, головним методом його прилучення до історії і явищ навколишнього світу,

посередником освіти і розвитку культури. Інформація, мова і культура залежать один від одного.

У 90-ті роки ХХ століття в англomовній науковій літературі з'являється

термін медіатекст, який швидко поширився. Основними характеристиками медіатексту є логічна закінченість висловлювань, прагматична установка та комунікативний намір [6; 65-66]. Дослідниця І.В. Рогозіна під медіатекстом розуміє вербальний мовленнєвий твір, створений для здійснення опосередкованої комунікації у сфері засобів масової інформації та характеризується чітко вираженою прагматичною спрямованістю, основна мета якого полягає у соціальній регуляції [3; 12].

Основний шлях проникнення сленгу в медіатексти відбувається через журналістику. Сучасні журналісти в більшості молоді люди, студенти, представники того класу, який в основному і вживає в своїй мові молодіжний сленг. Саме тому нікого не здивувати тим фактом, що засоби масової інформації на сьогоднішній день відіграють дуже велику і важливу роль в утворенні і розвитку мови. Величезна кількість слів і сленгових виразів міцно утвердилися в нашій мові завдяки ЗМІ та медіатекстам.

Приклади використання сленгу на основі рекламного медіатексту:

“Apps and games on TV. It's gonna be huge” (Apple TV applications).

У рекламі компанії Apple використана скорочена форма конструкції going to – gonna. Розмовне слово gonna використовується у повідомленнях про події, які повинні відбутися в майбутньому часі. Англomовні споживачі добре розуміють скорочення wanna, gonna, gotta, використовують їх у повсякденному спілкуванні, і наразі все частіше їх можна побачити у рекламних текстах.

Тож, через те, що сучасна мова медіатекстів безперервно формується і вдосконалюється, літературна мова просто не здатна в короткі терміни підлаштовуватися під сучасний ритм постійних життєвих змін. Часто деякі

життєві фактори змушують літературну мову запозичувати із сленгу деякі поняття. Характер деяких предметів, явищ і дій можливо описати лише за допомогою нелітературної, неформальної лексики. Цим самим може бути доведено, що поява сленгу в ЗМІ та медіатекстах встановлюється рядом причин, і носить, в цілому, позитивний, ніж негативний характер.

Література

1. Гальперін І.Р. Про термін «сленг». Питання мовознавства: стаття. 1956. № 6. с.107–114.
2. Гальперін І.Р. Стилїстика англійської мови: підручник. Москва: Вища школа, 1981. 316 с
3. Рогозина І. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект / І.В. Рогозина. – автореф. дис. доктора пед. наук: 10.02.19: Барнаул, 2003. – 430 с
4. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів; За заг. ред. д-ра філолог. н., проф. В. В. Дубічинського. Харків.: ВД «ШКОЛА», 2006. 1008 с.
5. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое?: англо-русский словарь военного сленга. Москва: Военное издательство, 1973. 182 с.
6. Яцимірська М. Г., Драган М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій) / 230 М.Г. Яцимірська, М. Драган. – Вісник Львів. УНТУ., - Серія журналістика.2007. – Вип.30, С. 267-276.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ

В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

Міненко Катерина

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики,