

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.

Ващило 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.

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

ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ЮРИДИЧНІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ Гайк Георгій	43
ФЕНОМЕН ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ США Галицька Христина	47
ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ТЕКСТУ Ганжа Олена	49
ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ ВИДУ ДІЄСЛОВА В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ Герасименко Каріна	51
ПРОБЛЕМАТИКА ВИЗНАЧЕННЯ ЯВИЩА ГРА СЛІВ Глух Віктор	53
ДОСЛІДЖЕННЯ РЕАЛІЙ ЯК ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА Давиденко Анастасія	55
INFLUENCE OF SEX AND GENDER ISSUES ON PERSONAL BRAND OF J. K. ROWLING Davydovska Nadiia	57
МОВНІ КЛІШЕ В ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ Дейнеко Оксана	60
СЛОВОТВОРЧІ МОДЕЛІ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ Денисюк Марія	62
МАШИННИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТІВ ПРИРОДНОЮ МОВОЮ Дронь Олександра	64
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СКЛАДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ТЕРМІНІВ Єлісеєва Кристина	66
ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЧНОГО CORONA-ЛЕКСИКОНУ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКИХ МОВАХ Жукова Олександра	68
СПЕЦИФІКА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІДІОСТИЛЬ» У ЛІНГВІСТИЦІ Забродська Аліна	71
FUNKTIONEN VON SLANG-SYNONYMEN Завалецька Юлія	73
ЗАГОЛОВКИ В АНГЛОМОВНОМУ ТЕКСТІ НОВИН Зелінська Анна	76
ПСИХОЛІНГВІСТИКА: ПИТАННЯ СПРИЙНЯТТЯ Й РОЗУМІННЯ	

МОВЛЕННЯ Івашина Наталія	79
ДО ПИТАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ Ізубенко Дар'я	82
ФЕНОМЕН БІЛІНГВІЗМУ Ізубенко Дар'я	84
ГЕНДЕРНА АСИМЕТРІЯ В МОВАХ ТА СПОСОБИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ Кириленко Тетяна	86
DETERMINERS, FUNCTIONS AND CLASSIFICATION Ключка Анатолій	88
ВПЛИВ ПОЛІТИКИ ВИДАННЯ НА ВИБІР СТИЛЮ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА Ковтун Юлія	90
АНГЛІЙСЬКІ ТОПОНІМИ ТА ЇХ РОЛЬ У СЛОВНИКОВОМУ СКЛАДІ МОВИ Коломієць Валерія	92
СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ Корженевська Катерина	95
ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРУ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ Котільва Поліна	97
ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОГО ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ) Кравчук Юрій	101
АФІКСАЛЬНИЙ СПОСІБ СЛОВОТВОРУ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ Крись Сергій	104
ПОНЯТТЯ ЛЕКСИЧНОЇ СИСТЕМИ Лапчук Платон	106
ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ Ледович Мілена	108
ТЕМАТИЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ ВІДЕОПОВІДОМЛЕННЯХ САЙТУ DEUTSCHE WELLE Лисюк Богдана	110
ОСНОВНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ «РЕКЛАМИ» Литвинець Олена	112

БАГАТОКОМПОНЕНТНІ	ТЕРМІНОЛОГІЧНІ	ОДИНИЦІ	
АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ			Літош Аліна 114
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ	ОСОБЛИВОСТІ	ТЕД-ЛЕКЦІЙ	НА
ЕКОЛОГІЧНУ ТЕМАТИКУ			Лоп'янецька Роксолана 116
МЕТАФОРИЗАЦІЯ СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ СЛОГАНІВ У			
АВТОІНДУСТРІЇ			Луценко Марія 119
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ	ОСОБЛИВОСТІ	АНГЛОМОВНИХ	
ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ			Мазанович Мирослава 121
ГРАМАТИЧНІ МАРКЕРИ KIEZDEUTSCH			Максименко Діана 123
РЕКЛАМА	ЯК	ОСОБЛИВИЙ	РІЗНОВИД
ДИСКУРСУ			Масік Ігор 125
ДИСКУРС У МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ			Матвієнко Євгеній 127
МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ			
Матюшенко Олена			133
ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ «АТРАКЦІЯ» В ЛІНГВІСТИЦІ			Мельник
Ольга			135
ЕТИМОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ			Нестеренко
Надія			138
FUNCTIONS OF VERBS IN FRAGRANCE ADVERTISEMENTS			Нетеча
Єлизавета			140
ЛЕКСИЧНА ДЕРИВАЦІЯ СКЛАДНИХ ІМЕННИКІВ В АНГЛОМОВНІЙ			
ТЕХНІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ			Ніколаєнко Юлія 143
ПОДВІЙНА ПРИРОДА ЧИТАБЕЛЬНОСТІ			Оніпко Емілія 144
КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ			Панчук Євгенія 146
КЛАСИФІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ДІАЛЕКТІВ			Паруха Аліна 148
ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ			Перевайло Олександра 150

ВЗАЄМОДІЯ ЛІТЕРАТУРНОЇ КАЗКИ ТА ФАНТАСТИКИ В ДИТЯЧІЙ ЛІТЕРАТУРІ	Перейма К.Б.	152
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СПОСОБИ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ	Півень Юрій	154
ПОНЯТТЯ АЛЮЗІЇ В КЛАСИЧНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ	Піскова Діана	158
ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ	Пономаренко Софія	160
ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТРОПІВ	Прядка Олена	163
СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА ДЕСТРУКТИВНОГО АНГЛОМОВНОГО ДІАЛОГУ	Прядун Тетяна	166
МОВНА ГРА ТА СЕМАНТИЧНА КОМПРЕСІЯ В РЕКЛАМНИХ СЛОГАНАХ	Рибачок Катерина	168
ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ АБРЕВІАТУР В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТАХ	Савка Роман	171
АНГЛОМОВНІ ТЕРМІНИ-СИНОНІМИ В ФАХОВИХ МОВАХ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ЕКОЛОГІЇ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ	Савченко Ольга	173
НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ	Сідорова Аліна	175
КЛАСИФІКАЦІЯ ЕВФЕМІЗМІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	Синільніченко Оксана	177
ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ ТЕРМІНІВ-НЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	Смоловський Ілля	180
СПОСОБИ ТВОРЕННЯ СЛЕНГІЗМІВ (на основі студентського сленгу)	Ступнікова Софія	181
POLITISCHE KORREKTHEIT IN DEUTSCH	Tymofieieva Anastasiia	184

РЕП-ПІСНІ ЯК ДЖЕРЕЛО МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ Хованець Світлана	186
NEAR-HOMONYMY AS A FACTOR IN LANGUAGE CHANGE Хойна Дарина	189
ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ Хоменко Анастасія	192
МОВНІ ЗАСОБИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ У ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ Христенко Богдана	195
СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ЗАГОЛОВКІВ СТАТЕЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ Цубера Ніна	197
НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ КІНОФІЛЬМ ЯК ОСОБЛИВИЙ ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ Чайковська Христина	200
ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ Черноус Анна	203
ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ МЕТАФОР Чупровська Віталія	205
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ-УСІЧЕНЬ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ Шапран Юлія	207
ГЕНЕРАТИВНА ГРАМАТИКА Швець Віталій	210
ФУНКЦІЇ ЕВФЕМІЗМІВ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ Шевченко Євгенія	211
ФУНКЦІЇ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ Шемет Андрій	213
LAVENDER LINGUISTICS AS A NEW BRANCH OF MODERN LINGUISTIC STUDIES Shynkarenko Artem	216
BESONDERHEITEN DER WORTBILDUNG VON DEN ZUSAMMENGESETZTENSUBSTANTIVEN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE Шинкарюк Інна	219

НЕЙТРАЛІЗАЦІЯ ПОВНОЇ ОМОНІМІЇ НА ПРИКЛАДІ ГЕОГРАФІЧНИХ НАЗВ Яньюк Дар'я	221
СЕКЦІЯ № 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ	224
ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ Бернадіна Анастасія	224
МЕТАФОРА В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОМУ ТЕКСТІ ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Бідненко Лідія	226
СТИЛІСТИЧНА АДАПТАЦІЯ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ Вальчук Вікторія	229
ВІДОБРАЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ ЛЕКСИКО- СЕМАНТИЧНИХ ТА ГРАМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФАХОВОЇ ЛЕКСИКИ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ Винник Анастасія	232
СПОСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІДЕЇ В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ: КОМУНІКАТИВНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ МАТЕРІАЛІВ) Гасюк Олена	235
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИКИ З КОЛІРНИМ КОМПОНЕНТОМ Горбань Катерина	237
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ Григорчук Віолетта	239
ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ЗІ СПІЛЬНИМ СЕМАНТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У СФЕРІ ПОЛІТИКО-ДИПЛОМАТИЧНОГО СПІЛКУВАННЯ Даценко Ольга	241

РОЛЬ КОНТЕКСТУ У ПІДБОРІ ОКАЗІОНАЛЬНИХ ВІДПОВІДНОСТЕЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ Демянюк Ольга	243
СПОСОБИ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ Добродомова Інна	246
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОЇ ЮРИДИЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Захарченко Тетяна	250
ПРЕДСТАВЛЕННЯ ІДІОСТИЛЮ АВТОРА В ТЕКСТАХ РІЗНИХ ЖАНРІВ: СТИЛІСТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ Зейкан Марія	252
ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНИХ КІНОСЦЕНАРІЇВ СЕРІАЛУ «ТЕОРІЯ БРЕХНІ» («LIE TO ME») ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ Ілясевич Анастасія	255
CULTURAL ADAPTATION IN TRANSLATION Kahanovskyi Oleksii	258
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Каменюк Діана	261
ВИКОРИСТАННЯ ДІАЛЕКТИЗМІВ У ТЕКСТАХ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ Кіпалас Є.В	263
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ МЕТАФОРИЧНИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Кліщук Марія	266
АНГЛОМОВНІ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНІ ТЕРМІНИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ Ключка Анатолій	269
СПОСОБИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Кобець Катерина	271

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

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ Моспіна Оксана	303
ЯВИЩЕ КОМПРЕСІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТЕКСТІВ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ Нагнибіда Валентина	305
ОСОБЛИВОСТІ НАУКОВОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ Новик Анна	308
ФАХОВА ТЕРМІНОЛОГІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ СФЕРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Омельченко Наталія	311
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФІЛЬМОНІМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ Панчук Євгенія	314
ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ Русалкіна Анна	316
СМИСЛОУТВОРЮЮЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНИХ РЕАЛІЙ В ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ Сагір Анастасія	318
ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ В АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТАХ Санжарівець Анна	321
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІНОЗЕМНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ Сень Алла-Марія	323
ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ КВАЗІСПЕЦІАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ НА МАТЕРІАЛІ СЦЕНАРІЮ ФІЛЬМУ «ЗОРЯНІ ВІЙНИ» Таран Діана	325
ГЕНДЕРНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРЕКЛАДАЧА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПЕРЕКЛАД Третяк Ольга	328
ВИДИ ЛЕКСИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ Чепенко Інна	330
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ПРАВОВИХ ДОКУМЕНТІВ Черниж Анастасія	333

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД Чупак Маргарита	335
ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ-НЕОЛОГІЗМІВ Чупровська Віталія	337
ОСНОВНІ СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ Шумка Христина	339
АНГЛОМОВНІ ЕМФАТИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ В ТЕКСТАХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ Янгаличева Дарина	341
СЕКЦІЯ № 3. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ	
ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У УЧНІВ ЗОШ Дімітрієва Марія	345
PECULIARITIES OF TEACHING TECHNICAL ENGLISH Zarovska Anna	347
ПРОБЛЕМА НЕДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ ЦЬОМУ ЯВИЩУ Комар Юлія	349
ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ УЧБОВИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ Савицька Аліна	351

СЕКЦІЯ № 1.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ФІЛОЛОГІЇ

ЧАСТОТНІ ЯВИЩА В КОНСТИТУЦІЯХ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ

Арнаут Каріна

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: Івашкевич Л.С.

Тексти законів є невід’ємним елементом мовної та правової культури сучасності. Конституція – головний закон країни. Корпусне порівняння текстів законів дозволяє виявити схожі та відмінні риси з лінгвістичної точки зору.

Як показує аналіз повних текстів конституцій України та Німеччини у корпусному менеджері AntConc, у німецькій конституції найбільш вживаними словами є прийменники: *in, zu, von, auf, nach, mit* [2]. Найбільш вживаною самостійною частиною мови є іменник *das Land*, що вживається у формі множини – *die Länder*. В українській конституції на першому місці серед найбільш вживаних слів стоїть іменник *Україна*; далі йдуть прийменники - *і, на, у, з* [1].

Тексти законів України та Німеччини, як було виявлено, мають певні схожі риси. Наприклад, вживання теперішнього часу – «*Alle Menschen sind vor dem Gesetz gleich*» [2], «*Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави*» [1]. Для конституції Німеччини характерне вживання складнопідрядних речень. У німецькому законі речення побудовані через підрядні сполучники, наприклад, сполучник *wenn*: «*...wenn die Erziehungsberechtigten versagen oder wenn die Kinder aus anderen Gründen zu verwahrlosen drohen*» [2], що

зустрічається у тексті 75 разів, а це в рази більше, ніж вживання інших підрядних сполучників. Наприклад, сполучник підрядності *dass* вживається, як показує корпусний менеджер AntConc, – 13 разів. Теж характерне вживання відносних займенників *der, die, das*: «*Die Abgeordneten sind berechtigt, über Personen, die ihnen in ihrer Eigenschaft als Abgeordnete oder denen sie in dieser Eigenschaft Tatsachen anvertraut haben, sowie über diese Tatsachen selbst das Zeugnis zu verweigern*» [2].

Для конституції України теж характерне вживання складнопідрядних речень. Наприклад, сполучник *якщо* вживається у тексті 22 рази: «*У разі якщо Президент України не підписав такий закон*»[1]. Проте, сполучник *що* вживається у тексті, як показує корпусний менеджер AntConc, 48 разів: «... своїми обов'язками, *що* є несумісним зі статусом судді»[1].

Також, за допомогою аналізу у корпусному менеджері AntConc було виявлено певні лексичні тенденції. У конституції України слово *право* згадується 64 рази, в конституції Німеччини слово *Recht* – 69; *самоврядування* – 42, *Selbstverwaltung* – 3; *öffentlich* - 11, *громадський* – 0; *Waffe* – 3, *зброя* – 0; *Gewissen*– 2, *совість* – 0. З чим пов'язані такі лексичні відмінності, потрібно з'ясувати у подальших дослідженнях.

Тобто, в німецькому законі на першому місці серед найбільш вживаних слів стоїть не самостійна частина мови (прийменник), в конституції України – самостійна частина мови, а саме – іменник «Україна». Також для обох конституцій характерна наявність складнопідрядних речень.

Література

1. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Nichtamtliches Inhaltsverzeichnis. GG. Ausfertigungsdatum: 23.05.1949

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АНГЛІЙСЬКОМУ ТА УКРАЇНСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Байдик Ганна

студентка 4 курсу бакалавріату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед. н., ст. в. Ващило О. В.

Особливості функціонування медичної термінології приваблюють особливу увагу багатьох дослідників. Дослідженням медичної термінології, а саме визначенням терміну та дослідженням його функцій займалися такі науковці, як О. Суперанська, І. Іванов, Т. Лепеха, Н. Місник та інші.

Термінологічна система сфери медицини вважається однією з найдавніших фахових термінологій, яка швидко зростає у зв'язку з стрімким розвитком науки. Медична термінологія — це специфічний пласт мови, яка значно відрізняється від загальноживаної лексики через наявність певних особливостей структурного, семантичного, словотвірного і стилістичного характеру.

Медичному терміну як одиниці термінології властиві такі ознаки, як точність змісту та звучання, стислість, моносемія, незмінність, відповідність мовним нормам, наявність класифікації визначення, єдність структури, стилістична нейтральність форм терміна, інформаційний зміст. Саме ці ознаки забезпечують ефективне застосування термінів в дискурсі. Однак сьогодні межі функціонування термінів, зокрема медичних термінів розширюються, що впливає на можливість термінів впорядковувати наукові концепції, якомога точніше і чіткіше передавати наукову істину та сприяти спілкуванню між медичними працівниками та пацієнтами.

Словотвірні можливості медичної термінології необмежені. Лінгвісти, що займаються дослідженням медичної термінології, зокрема О.

Суперанська відмічає важливість аналізу медичних термінів з точки зору їх етимології, асиміляції у мові-реципієнті, а також встановленню систематизації тематичних і лексико-граматичних термінологічних груп та впорядкуванню терміносистеми. Ефективність функціонування тієї чи іншої термінології залежить від її систематизованості у мові-реципієнті. Медичні терміни часто стають частиною інтернаціональної лексики, адже за відсутністю еквівалентів, аналізовані терміни запозичуються та асимілюються.

Основною концептуальною проблемою дослідження медичної термінології є встановлення теоретичних принципів, що забезпечують організацію медичних термінів у системі, визначають закономірності її будови та функціонування. Проблеми формування, функціонування та розвитку медичних термінів вимагають розробки єдиної концепції термінотворення з урахуванням досвіду та досягнень вчених різних поколінь.

Література

1. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: вопросы теории. М.: Либроком, 2009. – 248 с.
2. Селіванова, О. О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2011. – 350 с.

МЕТАФОРИ В АВІАЦІЙНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Бевз Валерія

Студентка 4 курсу, група ЛА-371, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: канд. пед. наук, старший викл. Вацило О. В.

Здійснення аналізу та вивчення концептуальної метафори, одне з провідних завдань сучасної лінгвістики. З кожним днем теорія метафори

стрімко розвивається та набуває нових наукових трактувань. Метафора – це когнітивний механізм, за допомогою якого, позбавлені конкретності поняття осмислюються в більш точних термінах. Концептуальна метафора складається з двох концептуальних областей, абстрактних і конкретних, тоді як метафоричні мовні інструменти, до яких застосовується концептуальна метафора, відносяться до мови або термінології конкретної предметної області. [2, с. 4].

Досі процеси метафоризації української авіаційної термінології ще не були предметом дослідження, але українська авіаційна термінологія має велику групу термінів, які складають термінологію широко використовуваних слів. Погоджуюсь з думкою В. М. Лейчика, що перехід одного терміна на інший за схожістю, започаткований на екстралінгвальних факторах, зокрема на психологічному [1, 176]. Прикладом може слугувати, термін повітряний корабель (який нам відомий тепер як – космічний корабель). Здійснилась поява даної назви тому, що існувала аналогія позначуваного ним об'єкта, річкового чи морського корабля.

Важливе завдання – звертати увагу на метафоричні мовні одиниці, проводячи паралелі між мовами. Вчитися не переносити сліпо асоціації, характерні для однієї мови в іншу, особливо при перекладі метафоричних термінів професійної мови. Перекладач завжди повинен пам'ятати, що будь-яка нація, будь-який народ мають свою власну лінгвістичну картину світу. На різних мовах по-різному відбувається процес виникнення переносних, метафоричних значень лексем, тому що метафори, як зазначає Жан-Алан Нгапут, «це певний тип словесно-художньої призми, які по-різному відображає враження». Все це не робить прямі аналогії можливими при відтворенні метафори, особливо технічно, іншою мовою. [2, с.180].

Більшість метафор, особливо тих, що функціонують у фахових терміносистемах, зокрема в авіаційній, не матимуть такого образного збігу. Метафоричні терміни включають в себе як лексичні одиниці, так і

терміни-словосполучення. Лексичні одиниці, запозичені із загальної англійської мови для позначення спеціальних понять, частіше використовуються при створенні метафоричних виразів через свою полісемічність, їх багатозначність є результатом свого роду «метафоричного розширення», появи переносних значень. [3, с. 71]

Авіаційні метафоричні терміни, порівнювані в сучасних українській та англійській мовах, можуть повністю або частково збігатися за своєю образністю, можуть отримувати вторинну номінацію через несхожі образи і можуть бути метафоричними в одній мові, але необразними в іншій. Головними формами утворення термінів-метафор є антропоморфні моделі («живі істоти») та антропоморфні моделі («побутові предмети»).

Література

1. Лейчик В.М. Люди и слова / В.М. Лейчик. – М. : Наука, 1982. – 176 с
2. Нгапут Жан-Ален. Метафора в языковой картине мира // Знание. Понимание. Умение. –2007. –№ 3. – С.180-183.
3. Kovecses, Z. Metaphor – A practical introduction (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press, 2010. с. 375.
4. Urena Gomez-Moreno, J. M. Metaphor in specialized language: an English-Spanish comparative study in marine biology (Doctoral dissertation). 2011. с. 240. Режим доступу: <http://hera.ugr.es/tesisugr/19655095.pdf>.

MODERNE TENDENZEN IN DER ENTWICKLUNG

DER DEUTSCHEN SPRACHE

Бевз Дарина, Шимченко Діана

студентки 1 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Heutzutage ist die deutsche Sprache in einem ständigen Wandel: man beobachtet zahlreiche Tendenzen zu ihrer Vereinfachung und Vereinheitlichung. Obwohl die schnellsten Änderungen auf lexikalischer Ebene auftreten, werden wir in dieser Publikation die relevantesten und die aktuellsten Neuerungen in der Grammatik untersuchen.

Der Beginn des Prozesses der Vereinfachung bei der Kasusverwendung war schon in den vergangenen Jahrhunderten spürbar. Der Genitiv als Objektkasus wird heute immer weniger benutzt und der Prozess dieses Niedergangs hat im 19. Jahrhundert begonnen. Seitdem hat die Anzahl von Verben, die man mit Genitiv verwendet, stark abgenommen. Die Ausnahmen sind nur einige Verben, die zumeist nur in Texten einer gehobenen Stilschicht verwendet werden, wie zum Beispiel, *anklagen, bedürfen, gedenken, harren, sich befleißigen, sich bemächtigen, entledigen, entsinnen, rühmen, schämen, vergewissern* und wenige andere. Einige dieser Wörter werden jedoch bereits häufiger mit Präpositionen benutzt als mit Genitiv. Zum Beispiel: *Er erinnert sich des Unfalls / Er erinnert sich an den Unfall* [1].

Eine weitere grammatikalische Neuerung, über die seit über 20 Jahren Linguisten und Sprachkritiker diskutieren, ist die Wortfolge im Satzgefüge, und zwar, Position des Verbs nach *weil*. Die Stellung von *weil* in Sätzen entspricht hierbei der von *den*: *Er ist sehr müde, weil er muss viel arbeiten. (statt: ...weil er viel arbeiten muss).*

Die Verbzweitstellung nach *weil* war zuerst in süddeutschen Mundarten (bes. im Bairischen) traditionell gängig. In den letzten 10 Jahren hat sich diese Tendenz nach Norden ausgebreitet und auch in die Mediensprache (bisher in der umgangssprachlichen Version).

Es wird auf die Markierung des Dativs und Akkusativs Singular mit *-en* mehr und mehr verzichtet in Fällen wie *einen Automat(en), dem Dirigent(en), den Präsident(en), einem Advokat(en)*. Zum Beispiel: *Es gibt 100 ausgesperrte Advokat im Gerichtsgebäude* [1].

Im Übrigen schwächt sich in der Umgangssprache, aber auch in Zeitungstexten, die morphologische Markierung des Genitivs mit *-es* oder *-s* ab, z.B. in Fällen wie *der Anfang des Mai(s)*, *die Kursschwankungen des Dollar(s)*, *die Mühen des Alltag (s)* [2].

Am Anfannd des April haben alle mehr Zeit für die Erholung.

Der Kurs des Dollar steigt immer schneller neuerdings an.

Schlussfolgernd muss man betonen, dass sich die deutsche Grammatik schnell ändert, vereinfacht und von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. Diese Veränderungen werden von den Muttersprachlern eher positiv rezipiert. Jede der beschriebenen grammatischen Formen kann und muss extra untersucht werden, was als Perspektive weiterer Forschungen gilt.

Literatur

1. Stickel, Gerhard (2004), Das heutige Deutsch: Tendenzen und Wertungen. In: Moraldo, Dandro/Soffritti, Marsello (2004). S. 11-32.
2. Deutsche Grammatik wird radikal vereinfacht // Nachrichten & Analysen: der globale Blick auf Schlagzeilen, DW. Вебсайт. URL: <https://p.dw.com/p/1F0Cv> (дата звернення : 01.04.2015)

ПОНЯТТЯ І ОСОБЛИВОСТІ КОНСУБСТАНЦІЙНОГО ТЕРМІНА

Бистрицька Катерина

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Бесткетна О.О.

Консубстанційність є одним з різновидів модифікації терміна. Модифікація є дуже обширним поняттям і має на увазі всі зміни та маніпуляції, яким піддається термін. Але, наразі буде розглядатися лише один вид модифікації, а саме – консубстанційність. Отже, замість поняття

«модифікований термін» ми будемо використовувати поняття «консубстанційний термін».

Термін «консубстанційний» був введений в 1993 році відомим науковцем, доктором філологічних наук - С.В. Гриньовим у праці «Введення в термінознавство». В.М. Лейчик подібні мовні одиниці позначає як консубстанційні слова, вказуючи, таким чином, на поєднання ними функцій термінів і загальноживаних слів [2, с. 42]. У спільній роботі С.Д. Шелова і В.М. Лейчика [3, с. 31] ці одиниці вже названі «консубстанційними словами і виразами», які визначаються як «багатозначні слова і словосполучення, хоча б одне зі значень яких є загальноживаним і хоча б одне інше значення - термінологічним». Таким чином, можна констатувати той факт, що використання терміна «консубстанційний» для слів, що функціонують як у побутовій, так і в професійній сфері, є виправданим у зв'язку з їхньою двоїстою природою.

Аналізуючи походження цього визначення (лексеми «консубстанція» - «субстанція»), можна дійти до висновку, що воно означає «співіснуючі». Також, варто зазначити, що з точки зору лексикології даний термін утворений від латинського слова *substantia*, що означає – *сутність або матерія* та латинської приставки *con* – *з або разом* [4].

У лінгвістиці «консубстанційним» є певний термін, що передбачає «співіснування і варіативність співвідношення загальнолексичного і термінологічного значень у сукупній семантиці терміна» [1, с. 6]. Однак, як зауважують деякі дослідники, в сучасній практиці поняття «консубстанційний термін» стало набагато ширшим, і тепер включає міжпредметну полісемію термінів.

Взявши до уваги ці зміни, справедливо вважати ознакою консубстанційності не лише співіснування і варіативність загальнолексичних та термінологічних значень в семантиці терміна, а й явище міжпредметної полісемії та омонімії.

Питання про походження консубстанційних одиниць наразі є одним з найбільш складних і неоднозначних. Дослідники висловлюють різні думки на цей рахунок. На сьогодні не існує загальноприйнятого розмежування чи протиставлення консубстанційних лексичних одиниць, що утворилися в результаті різних мовних процесів і що виконують різні функції.

Література

1. Бурсина О. А. Терминология социальной работы: структура, семантика и функционирование (на материале англоязычной литературы для социальных работников): автореф. дисс. канд. наук / Бурсина Ольга Алексеевна / СПб.: Спб. гос. ун-т., 2014.
2. Лейчик, В.М. Общая типология и многоаспектные классификации специальной лексики [Текст] / В.М. Лейчик // Терминология и знание. Материалы I Международного симпозиума (Москва, 23-24 мая 2008 г.). – М.: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 2009. – С. 28-48.
3. Шелов, С.Д. Терминология и профессиональная лексика: состав и функции: Учебное пособие [Текст] / С.Д. Шелов, В.М. Лейчик. – СПб.: СПбГУ, 2012. – 96 с.
4. Merriam Webster Online Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/consubstantial>

ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТАФОРИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОМУ ТЕКСТІ

Бідненко Лідія

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н, доц., Матковська Г. О.

Ми не звикли розглядати метафору у сфері нашого повсякденного спілкування. Однак метафора тісно пов'язана з мовою, не лише з мисленням

або діяльністю [2, с. 11]. Давньогрецький філософ Аристотель у своїй роботі «Поетика» зазначав про важливість метафори. Аристотель був одним з перших хто описував, досліджував та доводив, що метафора є особливістю образного мислення людей [1, с. 170]. Розглядаючи метафори, філософ наголошував, що естетика слова відіграє важливу роль у мовленні та надає йому експресивності та виразності.

Американські вчені М. Л. Джонсон та Дж. Лакофф написали “*Metaphors we live by*”, що є основною у дослідженні метафори у когнітивній площині. У ході дослідження понятійної системи вони довели, що метафора не може обмежуватися лише однією сферою мови [4, с. 142]. Лінгвісти довели, що метафоричність мовлення проявляється у мові та індивідуальному мовленні.

Щодо науково-популярних текстів, у них йдеться про досягнення у науці, наукові відкриття та наукові теорії. Наукова або спеціалізована фахова інформація у тексті цього функціонального стилю представлена у спрощеному вигляді, а саме у простих формулюваннях та поясненнях термінів. Цей прийом подачі матеріалу можна досягти шляхом виразності прикладів та графічних ілюстрацій [3, с. 87]. У разі використання фахової термінологічної лексики у науково-популярному тексті, її пояснення можна знайти у самому тексті або у примітках. Науково-популярний стиль викладу полегшує сприйняття наукового тексту. Науковий текст є під стилем наукового стилю мовлення, містить наукові відомості для нефахівця у певній галузі знань і реалізує комунікативну настанову щодо задоволення його пізнавального інтересу. Виразні засоби надають йому певне емоційне забарвлення.

Вагому роль у забезпеченні виразності науково-популярного тексту відіграє використання образних метафор (*deepest desire, revived interest, eternal truth*), когнітивних метафор (*universe is a tower, wormholes are bridges, the argument is a pitfall*), індивідуально-авторських метафор

(*baby universes, to meet your antiseif, to shake hands with your antiseif*), уособлення (*escaping electron, the black hole swallowed an astronaut, jumping electrons*) та персоніфікації (*white dwarf star, red dwarf star, theory of gravity said*). Метафори у науково-популярному тексті допомагають автору визначити та представити невідоме явище або поняття через уже відоме шляхом відтворення подібності зовнішніх характеристик [3, с. 88]. У ході дослідження виявлено велику кількість різних метафоричних конструкцій. Це є підставою для ствердження того, що автори англійськомовних науково-популярних текстів намагаються зацікавити інформацією значну кількість читачів різних рівнів освіти.

Отже, метафоричність проявляється у мові та індивідуальному мовленні. Метафоричні конструкції відіграють важливу роль у англійськомовній науково-популярній літературі, оскільки допомагають автору відтворити невідоме явище або поняття через уже відоме за допомогою зображення певної подібності зовнішніх характеристик у таких явищах. За допомогою експресивності метафори можна привернути увагу читачів до поданої інформації у науково-популярному тексті.

Література

1. Аристотель. Поетика: Аристотель и античная литература. М.: *Наука*, 1978. 233 с.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры. М.: *Прогресс*, 1990. 512 с.
3. Лагута Т. М. Науково-популярні тексти під час навчання фахової мовленнєвої діяльності, 2019 URL:
<http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6228/2/12lagnau>.
4. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago: *Chicago University press*, 1980. 242 p.

ДИСКУРСНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ТЕКСТІВ ЗМІ

Брежницька Єлизавета

Студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., ст. викл. Скобнікова О.В

У сучасних соціальних комунікаціях зростає роль соціальних медіа, що об'єднують цифрові медіа та онлайн-комунікацію та відзначаються високим рівнем інтерактивності, тобто можливості не лише споживати, а й створювати чи змінювати контент з боку реципієнтів. Вивчення специфіки ЗМІ є актуальним завданням у доволі широкому полі соціокультурних досліджень, пов'язаних з аналізом функціонування інформаційного поля, та з точки зору бібліотекознавчих студій як їхньої складової. Тому дослідження ЗМІ є актуальним, а також зростає увага дослідження онлайн-дискурсів, що розглядаються як регулюючі та регульовані практики, які конструюють значення соціальної реальності.

Питання вивчення текстів ЗМІ привертало увагу багатьох дослідників, а саме Кулика М., Чабаненко М., Трахтенберг А. та інших.

Дискурс ЗМІ – це сукупність матеріалів, розміщених в засобах масової інформації (їх коло може бути визначено у часі і просторі, а також обмежено іншими критеріями). До нього також відносяться комунікації з приводу створення журналістських матеріалів, наприклад, процес інтерв'ювання, записи телепрограм, узгодження текстів [2]. Особливість цього дискурсу полягає в тому, що тексти ЗМІ одночасно є результатом і метою його функціонування. Основне завдання, яке вирішується в процесі дискурсивного аналізу – визначення смислового навантаження, комплексу ідей та уявлень, продукованих у соціокомунікативних процесах.

Найбільше прихильників має критичний дискурс-аналіз за свою продуктивність та «середню лінію» у вирішенні проблеми зв'язку дискурсу та недискурсивних практик. У рамках критичного дискурс-аналізу автори

дають різні дефініції дискурсу. Наведемо дефініцію, запропоновану Голландським дослідником Т. ван Дейком, який пише, що «дискурс є складною єдністю мовної форми, значення і дії, що характеризується поняттям комунікативної події» [1, с. 125], а текст масової комунікації лінгвіст розуміє «як особливий тип мовної взаємодії та особливий тип соціальної дії» [1, с. 120]. Тобто, для нього дискурс є текстом, що створений за особливими умовами та правилами, які мають водночас ментальну (утворюються за допомогою психічних когнітивних процесів) та соціальну (створюються людьми під час взаємодії та передаються внаслідок соціалізації) природу. Крім того, дискурси є «способами репрезентації аспектів світу – процесів матеріального світу; «ментального світу» думок, відчуттів, переконань; соціального світу.

Отже, аналіз дискурсу передбачає дослідження не власне мовлення і текстів, а їхнього впливу на суспільні відносини [5, с. 66–68]. Ідеться про виявлення та аналіз стратегій, що впливають на конструювання значення соціальної реальності. Вибір слова для позначення того чи іншого явища більш чи менш явно втілює певну стратегію представлення, як от, скажімо, хрестоматійний для аналізу англomовних текстів і актуалізований останнім часом для України вибір між називанням: *terrorists / rebels* (*терористи / повстанці*).

Література

1. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки / В. Кулик. – Київ : Критика, 2010. – 655 с.
3. Національний інформаційний комплекс і його роль у глобальному інформаційному просторі / О. Онищенко, В. Горovий, В. Попик [та ін.]. – Київ, 2014. – С. 36–60.

4. Трахтенберг А. Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания / А. Д. Трахтенберг // ПОЛИС. – 2006. – № 4. – С. 44–52.
5. Чабаненко М. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія / М. В. Чабаненко; Запоріз. нац. ун-т. – Запоріжжя, 2011. – 184 с.

THE POWER OF LANGUAGE. UNSOLVED QUESTIONS IN PSYCHOLINGUISTICS

Бродська Дарина

студентка 3 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

From the age of ancient civilizations up to present time, language has been and will continue to be a source of power and control. The struggle for influence is the main theme and moving force in the sphere of communication. The ones who want to achieve success in any area of modern life are concerned about the use of various rhetoric techniques to enhance their ideas and to glamorize their public image. So, perception of communicative behavior of a leader depends on his language consciousness. Ludwig Wittgenstein, an Austrian-British philosopher who worked primarily in logic, the philosophy of mathematics, the philosophy of mind, and the philosophy of language, said “Language disguises thought”. To really stretch yourselves in the sphere of linguistics a person should be passionate to discover its problems.

The greatest challenge to understanding language in all its complexities is not language as an area of scientific interest, but language as predetermining the cognitive structure of scientific inquiry into that (or any) area.[1] To my mind, to understand a language we should take care of its connection with the psychics of

a person. Trevor Harley once told: “All human behaviour, language, thoughts, feelings, actions, and consciousness emerge from this massively interconnected network of neurons. Each neuron is pretty dumb; it either fires in a certain situation or it doesn’t, but out of this mass dumbness comes great cleverness”. That is why the phenomenon of psycholinguistics must be discussed more often.

Psycholinguistics or psychology of language is the study of the interrelation between linguistic factors and psychological aspects.

The field is concerned with psychological and neurobiological factors that enable humans to acquire, use, comprehend and produce language. The discipline is mainly concerned with the mechanisms in which languages are processed and represented in the mind and brain.[2]

Modern problems of Psycholinguistics prove that a great field of work must be done to find out enough information. How modern politicians using the knowledge of this science make almost invisible impact on people consciousness? How localized is language in the brain? How are infants able to learn language? And the main interesting question as for me: why so much native speakers don’t understand and don’t use a big variety of language units and grammatical categories on the contrary using honeysuckle. The answer is simple. To know all these facts people should be interested in finding something new in their brains. I am definitely sure that the influence the language makes on us through Social networks or television due to a great power of relatively young science Psycholinguistics.

Literature

1. Chomsky, N. *New Horizons in the Study of Language and Mind*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 320 p.
2. Perfors, A. *Simulated Evolution of Language: A Review of the Field*. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 2002, vol. 5(2), P. 1-4.

3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С.Бацевич. - К.: Академія, 2004. 344 с.

МІЖМОВНА ОМОНІМІЯ

Булгакова Марія

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Однією з центральних проблем перекладознавства є поняття перекладацької еквівалентності та способи її досягнення. Питання якісного та правильного перекладу цікавлять не тільки професіональних перекладачів, а й людей інших професій, які якимось чином мають спілкуватися з носіями інших мов. Дуже часто труднощами в процесі перекладу стають міжмовні омоніми - пари слів, які дуже схожі за написанням та вимовою, але мають різне значення. Явище омонімії є абсолютно закономірним процесом завдяки неминучості змін будь-якої мови [1, с.79].

Проблемою омонімії присвячено багато робіт таких видатних лінгвістів як Р. А. Будагов, А. А. Реформатський, В. В. Виноградов та інші. Вагомий внесок у дослідженні міжмовної омонімії зробив В. В. Акуленко. Мовознавець вважає, що «ведучі до помилок розбіжності в асоційованих словах пов'язані з відмінностями реалій, лексичних значень, лексичної сполучуваності і експресивно-стилістичного узгодження слів» **[Ошибка! Источник ссылки не найден., с.62]**.

Виникнення більшості міжмовних омонімів пов'язано з семантичною диференціацією. Історично склалось так, що «помилкові друзі перекладача» є результатом взаємного впливу мов. Вони можуть виникати в результаті

випадкових збігів. Тому виділяють наступні причини появи міжмовних омонімів:

1) поєднання (випадковий збіг двох мовних одиниць в різних мовах:

англ. *mist* – туман, нім. *mist* – гній;

2) запозичене слово збігається зі споконвічним словом або збігаються два запозичених слова. Наприклад, лава (предмет для сидіння), лава (з італ. - розплавлена вулканічна маса)

3) паралельне запозичення – випадки, коли дві різні мови роблять запозичення з третьої мови з різними значеннями, наведемо приклади: українське слово «ангіна» походить від лат. *angina tonsillitis* – «задуха від запалення мигдалин», проте англійське *angina* (стенокардія) – від лат. *angina pectoris* – «грудна задуха» [Ошибка! Источник ссылки не найден., с. 8].

Міжмовні омоніми трапляються практично серед слів, що належать до різних частин мови – як самостійних, так і службових. Достатньо навести приклади вживання прийменників «до, за, у» в споріднених українській та російській мовах, щоб переконатися в цьому. Пор.: *Сделаю это за час* (протягом години). – *Зроблю це за годину* (1) протягом години, (2) через годину) тощо.

Існування такого явища в лінгвістиці як міжмовні омоніми може бути кваліфіковано як лінгвістична універсалія. Отже, міжмовні омоніми – це проблема мовознавства, проблема методики вивчення й навчання іноземної мови й, головним чином, проблема перекладу. Оскільки переклади здійснюються у багатьох сферах суспільного життя, то міжмовні омоніми – проблема міжнародного спілкування через переклад.

Література

1. Акуленко В. В. О ложных друзьях переводчика. М.: Советская энциклопедия, 1969. 384 с.

2. Лобковская Л. П. О понятии межъязыковой омонимии (к проблеме термина «ложные друзья переводчика»). *Вестник Челябинского государственного университета*. Вып. 67. 2012. С. 79-87.
3. Погодина А. С., Джабраилова. В.С. Межъязыковые омонимы как проблема перевода. *Новые парадигмы научных исследований в области общественных и социальных наук сборник научных трудов по материалам IV Международного общественно-научного форума молодых ученых*. Секция 1. Филология, 25 октября 2018. С. 5-12.

ЯВИЩЕ ТАБУ В ЛІНГВІСТИЦІ: ТАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТАБУЙОВАНОГО ЗМІСТУ

Буток Олександра

студентка 2 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Національна культура будь-якого народу впливає на когнітивну діяльність людини, формує її світогляд, створює ієрархію пріоритетів, окреслює норми поведінки. Невід'ємною складовою будь-якої культури є таке явище, як табу. У світі немає нації, яка б не обмежувалась певними табу.

У своїй “Літературознавчій енциклопедії” Ю. Ковалів характеризує цей феномен так: “табу — це слово або дія, заборонені на підставі релігійних, моральних, політичних, культурно-історичних чинників і замінювані евфемізмами” [4, с. 455]. Водночас, В. Карасик дає класифікацію табу за такими трьома типами: жорстокі заборони (слова для опису фізіологічних процесів), конвенціональні табу (теми щодо фінансового становища та релігійних вірувань) й природні табу (вживання ненормативної лексики або недоречної поведінки) [3, с. 23]. На

сьогоднішній день існують вербальні або ж мовні та невербальні, тобто дійові табу, що мають на меті запобігти виникненню міжкультурних конфліктів. Вербальні табу становлять перелік лінгвістичних заборон та обмежень що спрямовані на виключення з процесу комунікації деяких одиниць мови або фонетики (звуків, слів, словосполучень, інтонацій, тонів), а також уникнення певних тем під час спілкування [6, с. 31].

Табу як лінгвістичний феномен бере свій початок із давніх часів. Оскільки слово прирівнювалось до предмета, який воно позначало, люди вважали, що вимовивши його, можна доторкнутись до позначеного явища й спричинити його прояв. Так почали проявлятися містично-магічні функції мови. Як стверджує Р. Якобсон магічна функція мови “є перетворення не існуючої особи в адресата повідомлення шляхом звернення до нього” [7, с. 193]. Як наслідок, люди почали уникати вимови слів, прояву яких вони не бажали. Тому слід зазначити, що основним завданням табу є не знищення поняття як такого, а уникання слова, що його позначає. Отож, табу накладається на слово, а не на поняття [1, с. 264].

Оскільки мовцям важко уникнути табуйованих понять, вони часто вдаються до шляхів реалізації табу за допомогою різних мовних засобів, при цьому зберігаючи зміст слова, на яке накладається табу. Одним із таких способів є евфемізація. За Ф. Бацевичем, евфемізм — це слово або вираз, які вживаються з метою уникнення слів з грубим, непристойним змістом або конотативним забарвленням [2, с. 48]. Так, наприклад, у некрологах, замість слова “померти”, вживають евфемістичні відповідники “*піти*”, “*навіки спочити*”, “*упокоїтись*”.

Розповсюдженим способом передачі табуйованого поняття є дезінформація, тобто заміна понять. На думку лінгвістів, цей спосіб є свідомими порушенням принципу істинності. Даний феномен розділяється на такі два типи: неправду з метою здобуття вигоди, тобто улесливість та заради блага (англ. “white lies”) [5, 78]. Яскравим прикладом прояву

дезінформації є приховування правди щодо ведення воєнних дій за допомогою ЗМІ.

Іншим шляхом реалізації табуйованого змісту є криптолалія, що має на меті приховати табуйований зміст [5, с. 75]. Це явище реалізується через вживання жаргонізмів, абревіатур, криптонімів, тотального уникнення комунікативного процесу тощо. За криптолалії часто зміст розмови є зрозумілим тільки для окремої категорії співрозмовників, тому цей феномен уподібнюється до арготизму. Дані тактики реалізують ведення комунікації на табуйовані теми у світовій лінгвокультурі.

Отже, табу як лінгвістичний феномен — це заборона на використання в комунікативному процесі об'єкт або поняття, на підставі етнічних, національно-культурних, релігійних, політичних чинників. Поняття вербального табу полягає в забороні використання окремих одиниць мови. у світовій лінгвокультурі існують тактики реалізації ведення комунікації на табуйовані теми у світовій лінгвокультурі, до яких належать евфемізація, дезінформація та криптолалія.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – Київ: Академія, 2004. – 342 с.
2. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич. – Львів: Довіра, 2007. – 205 с.
3. Карасик В. І. Лінгвокультурний концепт я одиниця дослідження / В. І. Карасик. – Воронеж, 2001. – 80 с.
4. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія / Юрій Іванович Ковалів., 2007. – 624 с. – (Енциклопедія ерудита).
5. Попова Я. В. Комунікативна обробка табуйованих значень мови в інституційному дискурсі Попова Я. В. – 2014. – 238 с.

6. Шредер Г. Феномени та міжкультурні аспекти табу [Електронний ресурс] / Гармут Шредер – Режим доступу до ресурсу: http://www.kakanien.ac.at/beitr/verb_worte/HSchroeder1.pdf.

7. Якобсон Р. Лінгвістика та поетика // Структуралізм: «за» та «проти». – М., 1975. – С. 193-230.

КОНЦЕПТ DEMOCRACY В АМЕРИКАНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРВ'Ю

Василів Вікторія

студентка I курсу магістратури, факультету лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

До теперішнього часу розроблено кілька методик опису і вивчення концептів: це і теорія ядра і периферії Р.М.Фрумкіної, і теорія концептуального аналізу для виявлення глибинних, експліцитно не виражених характеристик імені, запропонована Л.О.Чернейко і В.А. Долинським, і теорія вертикального контексту О.С.Ахманової і І.В.Гйббенет. Вчені звертають увагу на важливу особливість методик опису концептуальних структур: в залежності від типу концепту буде частково змінюватись і методика його опису.

Аналіз американського політичного дискурсу говорить про те, що найбільш частотним і репрезентативним ідеологічним концептом трьох останніх десятиліть є концепт «democracy».

Феномен під назвою "демократія" має історію у дві з половиною тисяч і років. За цей період змінилося розуміння самої демократичної форми правління та тлумачення самого терміна. На цьому етапі існує багато визначень поняття демократія, але кожне з них недостатньо вичерпне. Поняття демо-

кратії участі є дуже популярним у Великобританії та США. Суть цієї теорії полягає у поверненні до класичного ідеалу демократії, який забезпечує умови для активної участі громадян у дискусіях та прийнятті рішень з основних питань суспільного життя.

Американський політолог Б. Барбер зазначає, що пряма демократія потребує не просто участі, а громадянської підготовки і громадянської добродійності для ефективної участі в обговоренні та прийнятті рішень. Демократію участі, таким чином, розуміють як пряме правління освічених громадян. Громадяни -це не просто окремі індивіди, які діють в приватній сфері, а добре проінформовані суспільні громадяни, що віддалилися від своїх винятково приватних інтересів настільки, наскільки суспільна сфера віддалена від приватної. Демократія це не стільки правління народу або правління мас, скільки правління освічених громадян [1, с. 923].

Концепт DEMOCRACY має великий потенціал для здійснення впливу на аудиторію, оскільки належить до основних цінностей американського суспільства. Як відомо, словникові тлумачення вважаються ядром концепту, з визначення якого починається дослідження його смислового обсягу. Словникова дефініція лексеми «democracy», що пояснює слово, зводиться до двох основних способів:

1) the belief in freedom and equality between people, or a system of government, based on this belief, in which power is either held by elected representatives or directed by the people themselves; 2) a country in which power is held by elected representatives [2,323].

Ключове ім'я концепту може визначатися більш розгорнутим чином, включаючи шість його значень:

1) government by the people; 2) a political or social unit based upon democratic rules; 3) the common people, especially as the primary source of political power; 4) the rule by the majority; 5) the principles of social equality and

respect for the individual within a community; 6) the ideology and principles of the Democratic party in the US [3, 380].

Синонімічними розширеннями ключової лексики : republic, republican, self-government, self-governing, self-rule, self-ruling, popular, representative, elected, autonomy, governing, self-rule, self-ruling, popular, representative, elected, autonomy, autonomous, populist, egalitarian, commonwealth, representative government, constitutional government, constitutional, elective government, popular government, people's government, government by the people, majority government.

Антонімами ключового слова democracy є такі лексичні одиниці: despotism, dictatorship, monarchy, monocacy, totalitarianism, tyranny та похідні прикметники autocratic, despotic, dictatorial, monarchal, tyrannical, tyrannic.

Проведений аналіз показує як реалізується концепт DEMOCRACY в американських політичних інтерв'ю. Тому в рамках наших подальших досліджень необхідно детальніше теоретично дослідити та практично проаналізувати особливості відтворення мовних засобів вербалізації концепту DEMOCRACY в американських політичних інтерв'ю, а також простежити шляхи їх адекватного перекладу українською мовою.

Література

1. Barber B. Participatory Democracy / B. Barber // Encyclopedia of Democracy. Vol. 3. – New York, 1995, 923 p.
2. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge, 2004. – 323 p.
3. The American Heritage Dictionary. Boston: Houghton, Mifflin & Co., 1982. – 1568 p.

ЛІНГВОСПЕЦИФІКА НІМЕЦЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ЕКОМАРКЕТИНГУ

Весельська Рената

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

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

Мова є динамічною і синергетичною системою. Вона відкрита для змін і постійного розвитку. При цьому мова постійно взаємодіє з іншими системами, а також відображає суспільні процеси, що є водночас і причиною, і наслідком її динамічного характеру. Яскравим прикладом цього є запозичення з інших мов, перш за все англійської, що пов'язано з орієнтацією нашої держави на європейське суспільство. Крім цього, взаємовплив суспільства і мови проявляється у виникненні неологізмів, які потрібні для позначення нових предметів та явищ.

Оскільки економіка в сучасному світі займає одне з провідних місць за ступенем значущості для розвитку суспільства, термінологія цієї сфери розвивається швидкими темпами, здійснюючи значний вплив на термінологічну систему української мови в цілому [2, с. 30].

Протягом останніх десятиліть економісти звертають все більшу увагу на екологічні проблеми людства, які з кожним роком набувають актуальності. У цьому вони побачили можливість створення та просування екопродуктів. Так виникла концепція екологічного або «зеленого» маркетингу, тобто маркетингу екологічних товарів та послуг. Вона виникла у 70-х роках минулого століття і швидко набула популярності у Німеччині, у той час як в Україні вона тільки починає поширюватися. Однак для обох країн типово те, що характеристики екопродуктів є чіткими і зрозумілими для широкого кола споживачів, при цьому на перший план виходить не тільки особиста вигода, але й загальнолюдська. Екомаркетинг пропонує

споживачу взяти активну участь у вирішенні певної екологічної проблеми, потурбуватися про своє майбутнє і майбутнє цілої планети [1, с. 99]. Таким чином «зелена реклама», використовуючи усі вербальні та невербальні засоби, притаманні звичайній рекламі, була змушена створити також власні важелі впливу на свідомість людей в аспекті екології.

До власне «зеленої реклами» ми відносимо усі види реклами, які роблять акцент на позитивному впливі рекламної продукції на навколишнє середовище. Її можна поділити на три категорії:

а) позиціонування самого продукту чи послуги як екологічного/екологічної;

б) представлення засобів та процесів виробництва як безпечних для навколишнього середовища (наприклад, «*Unsere Bio-Milchprodukte garantieren den Einsatz von Futtermitteln aus ökologischer Landwirtschaft ohne Einsatz von Pestiziden und Kunstdünger*»);

в) акційні екологічні пропозиції, незалежні від виробництва (наприклад, гасло: «*За кожні куплені вами 3 одиниці нашої продукції ми садимо одне дерево*» від компанії Ів-Роше) [3, с. 43].

Мовні особливості «зеленої реклами» проявляються перш за все на лексичному рівні. Зокрема, крім типових ключових слів («акція», «знижка» і т. д.) часто зустрічаються такі слова як «природа», «екологічність», «безпека», а також слова з префіксами еко- та біо-. У німецькій мові ситуація схожа: поряд зі звичними «Rabatt», «Sonderangebot» та ін. поширеними стали слова «Natur», «Umwelt», «Sauberkeit», «Nachhaltigkeit», «grün» і слова з префіксом Біо-. Маркетологи використовують їх як для слоганів (наприклад: «*Чернігівське*» – *перше екопиво України / Balsam für Hände, Nägel und die Umwelt!*), так і для назв продуктів чи навіть цілих компаній (*Bio-Erde, Naturkosmetik „Grüne Mühle“*).

Література

1. Костромина Е.А. Экомаркетинг – концепция 21 века. *Материалы XIII международной научной конференции «Экологические и природоохранные проблемы современного общества и пути их решения»*. Москва, 2017. С. 99-106.
2. Шелепкова І.М. Економічна термінологія як найбільш динамічна сфера лексики на сучасному етапі розвитку. *Матеріали IV Міжнародної науковопрактичної конференції «Актуальні проблеми філології» (м. Чернівці, 9-10 грудня 2016 року)*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2016. С. 24-30.
3. Miclaus I. Grüne Werbung als Blickfänger. *Magisterarbeit. Universität Wien*. Wien, 2014. 156 S.

РОЛЬ НЕОЛОГІЗМІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Гавриленко Катерина

Студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: Бойченко М. К.

Відомо, що мова не стоїть на місці, вона розвивається, змінюється та поповнюється і цьому сприяють різні сфери життєдіяльності: повсякденне життя, соціальні мережі, суспільно-політична сфера і ЗМІ. Публіцистичні тексти є однією з найпоширеніших сфер для вживання нових слів, тобто неологізмів, і використання їх у повсякденній мові.

У лінгвістичній науці поняття «неологізм», має давню традицію, проте його аналіз, залишається досить суперечливим. Термін «неологізм» в англійській мові був вперше офіційно зафіксований в 1772 році. На сьогодні існує значна кількість визначень цього поняття.

Незважаючи на те, що велика частина неологізмів, що позначають нові реалії та поняття суспільно-політичного життя, виникли як термінологічні одиниці, вони швидко поширюються у мові мас-медіа, повсякденному мовленні [1, с. 48]. Політичні зміни в країні, такі як зміна уряду чи влади, викликають пошвавлення в суспільстві, а також неоднозначну реакцію. Ці події вимагають від мовлення створення спеціальних термінів і виразів. Незважаючи на короткочасність свого існування, вони співвідносяться з мовою, відповідають законам, правилам і тенденціям словотвору [4, с. 100].

Використання неологізмів є однією з відмінних рис сучасної публіцистики. Більш того, дослідники відзначають той факт, що публіцистичний стиль є сприятливим фактором для виникнення неологічних одиниць. Актуальність змісту змушує журналіста шукати доцільні форми його виразу, загальнозрозумілі і в той же час такі, що відрізняються свіжістю, новизною [3, с. 117]. Газета є засобом комунікації, в зв'язку з чим вона реагує на всі зміни і потреби читачів і бере участь в культурному розвитку. Кожен текст друкованих видань містить неологізми-запозичення. Деякі з них допомагають читачам зрозуміти основну думку написаного, викликати почуття впевненості і усвідомленості, оскільки ці слова є загальноживаними і відомими великій кількості людей. Інші, навпаки, можуть заплутати і збити з пантелику навіть носія мови, і тому існує потреба в подальшому поясненні автором цього запозичення. Застосування абсолютно нової лексики замість простої і емоційно нейтральної лексики посилює увагу і зацікавленість читача [4, с. 101].

Не викликає сумнівів, що появі неологізмів в суспільно-політичній лексиці англійської мови сприяють світові події. Багато з них стосуються політичного дискурсу, однією з цілей якого є вплив на індивідуальну і масову свідомість за допомогою різноманітних мовних засобів [2, с. 309].

Отже, події, що відбуваються у світі є причиною появи нових лексичних одиниць у мові, що і відображає нам сфера ЗМІ. Неологізми вважаються невід'ємною частиною сучасної мови публіцистичних текстів, виконуючи певні функції. Час іде і лексика змінюється, тим самим поповнюється словниковий склад мови.

Література

1. Ємчура Н. Р. Типологія неологізаційних процесів у лексиці сучасної чеської мови. *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського*. 2012. №19. С. 44–52.
2. Корецкая О. В. Роль неологізмів в сучасній суспільно-політичній лексиці англійської мови. *Преподаватель XXI век*. 2016. №3. С. 307–314.
3. Мотожанец А. А. Неологізми в публіцистичному дискурсі в світлі реалізації авторської інтенції: перекладний аспект (на матеріалі англо-російських перекладів). *Грамота*. 2018. С. 116–120.
4. Стасевич Ю. Ю., Шульженко А. С. К вопросу об употреблении неологізмів в СМІ (на матеріалі німецької преси). *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*. 2017. №4. С. 97–103.

ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ЮРИДИЧНІЙ ТЕРМІНОСИСТЕМІ

Гайк Георгій

Студент 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Карачун Ю.Г.

Англійська мова використовується у багатьох сферах діяльності людини. У свою чергу, сфери діяльності мають власну лексику зі своїми

особливостями, не є виключенням і юридична. Юридична лексика англійської мови насичена запозиченнями.

Актуальність праці полягає у дослідженні запозичень у сучасній англійській юридичній терміносистемі.

Об'єкт дослідження – запозичені термінологічні одиниці англійської юридичної терміносистеми.

Метою дослідження є аналіз запозичень як невід'ємного компонента лексичної терміносистеми з юриспруденції сучасної англійської мови.

Завданнями дослідження є розкрити та проаналізувати поняття “запозичення” в сучасних лінгвістичних студіях, навести приклади англійських запозичень у сучасній юридичній терміносистемі.

Аналізом запозичень лексичних одиниць у різний період часу займалися Б.М Ажнюк, В.В Акуленко, Д.В Будняк, М.О Вакуленко, Я.А Голдованський, А.Г Гудманян, Ю.О Жлуктенко, Р.П Зорівчак, М.П Кочерган, Л.П. Крисін, О.М Медвідь, О.Г Муромцева, О.Д Пономарів, С.Ю Рижикова, В.М Русанівський, О.О Селіванова, С.В Семчинський, В.П Сімонок, Ю.В Цимбалюк та ін.

Л.П. Крисін зазначає, що запозичення є “процесом переміщення різних елементів з однієї мови в іншу. Під різними елементами розуміються одиниці різних ярусів мови — фонології, морфології, синтаксису, лексики, семантики” [2]. О.О Селіванова, в свою чергу, розглядає запозичення як “процес уведення до певної мови морфем, слів або висловів іншої мови; слово чи сполука, уведена до певної мови з іншої мови” [14: 174]. Мовознавці слушно пов'язують запозичення з впливом мовного контактування, зокрема А.А Загнітко зауважує, що “запозичення – це елементи чужої мови (слова, словотворчі афікси, синтаксичні конструкції тощо), перенесені з однієї мови в іншу в результаті мовних контактів” [6, т. 1: 304].

Запозичення є наслідком культурного контакту між двома мовними спільнотами. Запозичення слів може йти в обох напрямках між двома мовами, які контактують, але часто виникає асиметрія, коли більше слів переходить з однієї мови в іншу. Англійська мова більш ніж будь-яка інша мала можливість запозичувати іншомовні слова в умовах прямого безпосереднього контакту: спочатку в середині сторіччя від загарбників, які змінювали один одного на Британських островах, а пізніше – в умовах торговельної експансії та колонізаторської активності самих британців. Той чи інший вплив однієї мови на іншу завжди пояснюється історичними причинами: війни, завоювання, мандри, торгівля. Інтенсивність притоку нових запозичених слів у різні історичні періоди варіюється залежно від конкретних історичних умов.

Проведений аналіз теоретичного матеріалу дозволяє класифікувати англійські запозичені юридичні терміни за принципом генетичної належності до мов-джерел:

1) власне латинські запозичення, наприклад: *ab initio, ad valorem, corpus delicti, de facto, ex post facto, mens rea, per quod, sui juris, uberrimae fidei*;

2) власне французькі запозичення, наприклад: *force majeure*;

3) староанглійські запозичення, наприклад: *bequeath, deed, fostering, oath, settle, theft, will*;

4) старофранцузькі запозичення, наприклад: *acceptance, burglary, coupon, duty, extradition, lessor, malfeasance, precedent, recovery, surcharge*;

5) запозичення латинського походження, наприклад: *absolute, beneficiary, caution, debenture, estimate, fiduciary, matricide, obstruction, quorum, remand, testament, uterine*;

6) запозичення грецького походження, наприклад: *amnesty, bigamy, euthanasia, polygamy*;

7) запозичення норвезького походження, наприклад: *blackmail, call, outlaw, trust*;

8) запозичення німецького походження, наприклад: *land, smuggling*;

9) французько-латинські запозичення, наприклад: *accomplice, bailiff, capacity, damages, factor, grant, lease, majority, notice, obligation, parole, salvage, tenure, verdict*.

Отже, запозичення – це процес процес уведення в мову різних морфемних або лексичних одиниць внаслідок міжмовних контактів. Англійська мова більше ніж будь-яка інша мала змогу взаємодіяти з різними мовами світу. Внаслідок активної взаємодії Британської імперії з різними культурами, англійська мова збагатилася різними лексичними одиницями мов тих країн, де проводилася активна колонізаторська політика. Ці запозичені лексичні одиниці також почали застосовуватися у різних сферах життя, зокрема й у судочинстві. І як результат такого тісного взаємозв'язку, юридична терміносистема англійської мови постійно перебуває у стані збагачення та насичення за рахунок запозичень іншомовних термінів з французької, латини, німецької тощо.

Лытература

1. Дундїй П.Н. Класифікація лексичних запозичень у німецькій мові // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. 2011. С. 120-126.
2. Камінська С.В., Момот А.В. Шляхи появи запозичень в сучасній англійській мові. Їх асиміляція та вживання // Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Філологія. Острог: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 9 (77). С. 220-223.
3. Ляшук А.М., Мошнягул А.С. Семантичні та етимологічні характеристики запозичених юридичних термінів англійської мови // Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2016. Вип. 10. С. 129-134.

4. Прасол О.М. Історія Дослідження явища запозичення в українському мовознавстві: проблемні питання // лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. 2014. Вип. 37. С. 42-49.
5. Рудакова Т.М. Іншомовні лексичні запозичення та проблема їхньої доцільності у витлумаченні вчених ХХ–ХХІ ст. // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. 2015. Випуск VII. С. 45-52.

ФЕНОМЕН ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ США

Галицька Христина

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст.вик. Василенко Л.О.

В останні десятиліття мова все частіше вивчається у взаємозв'язку із суспільством. Крім того, як правило, мова розглядається не з точки зору внутрішньої будови, а з позиції мови в дії, тобто в прагматичному аспекті. У політичному дискурсі найважливішим «прагматико-регулятивним фактором функціонування сучасної англійської мови» вважається політична коректність. Сам термін уперше зустрічається в промові судді штату Джорджія Джеймса Вілсона: *This is not politically correct to use — the USA. We should use —people of the USA* [4, с. 57].

За Воробець Ларисою Вікторівною, політкоректність являє собою ідеологічне й ментальне явище, яке направлене на подолання міжнаціональних, міжкультурних, міжетнічних протиріч та конфліктів [2, с. 57].

Бути політкоректним, дотримуватися політичної коректності сьогодні означає використовувати особливий спосіб комунікації, поведінки, визначену систему оцінок інформації, яка сприймається, дотримуватися

визначених культурних цінностей і т.д., що загалом можна охарактеризувати як використання внутрішньої цензури, яка не дозволяє проявити будь-якого роду неповагу чи вказівку низького соціального і культурного статусу так званих «меншостей». Наприклад, *homosexual - person with different sexual orientation, the aged - older people*[1, с.30]. Таким чином, політична коректність має ментальну та ідеологічну складову, яка виражається в мовному дискурсі [1].

Причини вживання політкоректної лексики: бажання приховати правду, надання потрібного соціального статусу описаному явищу, спосіб уникнути емоційно важкої ситуації, бажання віднести ситуацію до розряду соціально прийнятних, технізація мови спеціалістами [3].

Мета вживання політично коректної лексики — уникання мовних одиниць, які дискримінують людину відносно віку, статі, розумовофізичних особливостей, сексуальної орієнтації, расової та культурної належності, релігії, зовнішності та соціального статусу [3, с. 76].

Отже, у політичному дискурсі США політична коректність виступає певною детермінантою комунікаційних дій політиків. Завдяки її популяризації було затверджено норми та вимоги до мовця, яких бажано, а інколи й необхідно дотримуватися для збереження свого іміджу.

Література

1. Балашова Е.С., Бурков А.Д., Мальцева С. М. Политкоректность в современном мире: социокультурный аспект. Нижегородск: Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина, 2018. Т. 1. С. 29-32.
2. Воробець Л.В. Проблема політкоректності в аспекті міжкультурної комунікації. Кострома: вісник КГУ ім. Некрасова, 2012. С. 57-59.
3. Ладес К. В. Про пейоративну расову термінологізацію на прикладі афро-американців. Синтаксис, семантика і прагматика мовних

одиниць: зб. наук. праць [за заг. ред. О. М. Старикової]. Київ: НМК ВО, 1992. С. 73–77.

4. Nagle S. J. What is Political Correctness Doing to the English Language. London : Ravette Publishing, 1998. Vol. 7. P. 56–68.

ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ТЕКСТУ

Ганжа Олена

студентка 4 курсу, факультету лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: Ст. викл. кафедри ТППАМ Ковальська Н.В.

Текст англomовних газет має велику інформаційну щільність і спрямований на те, щоб реципієнт правильно зрозумів його, виокремив для себе необхідну інформацію, а також отримав частину емоційного впливу [1, с. 19]. Характерна особливість публіцистичного тексту – наявність емоційного забарвлення лексики, суспільно-політичної лексики, логічності, оцінковості. Крім нейтральної лексики в ньому вживається фразеологія і висока, літературна лексика. Для публіцистичного тексту характерне використання коротких речень, бездієслівних фраз, риторичних запитань, вигуків, повторів і так далі. Також використовується лексика з галузі економіки, освіти, політики, кіно, мистецтва, охорони здоров'я і багатьох інших галузей. У публіцистичному тексті реалізуються дві основні функції мови. Перша з них – це інформаційна функція, тобто передача повідомлення людям за короткий проміжок часу. Другою важливою функцією є маніпулятивна функція, яка полягає в наданні впливу на думку громадськості стосовно будь-якої громадської чи політично значущої проблеми [2, с. 32].

У газетних текстах використовуються розмовна і жаргонна лексика. Функцією такої лексики є створення картини подій і передача враження

журналіста адресату. У комунікативному аспекті публіцистичний текст постає як система, що складається з повідомлення, комунікатора (адресанта), цільової аудиторії (адресата), які пов'язані між собою каналом руху повідомлення. Специфіка фактора комунікатора (адресанта) полягає в тому, що відправником повідомлення є індивідуально-колективний суб'єкт (представник інституту ЗМІ).

Газетний текст як і будь-який інший тип дискурсу має низку специфічних ознак. До них відносяться емоційність, оцінність, експресивність, клішований характер засобів вираження, переконливість і доказовість логічних міркувань [4, с. 222].

Орієнтація публіцистичного тексту на масову аудиторію характеризується універсалізацією і спеціалізацією. Універсалізація визначається спрямованістю на масову аудиторію, що відбивається в передачі різних видів інформації (інтеграція інформації); спеціалізація відображає прагнення ЗМІ диференціювати свою продукцію з урахуванням специфіки тих чи інших категорій одержувачів, що обумовлює збільшення частки певних видів інформації (диференціація інформації) [3, с. 67].

Основною метою публіцистичного тексту є висновок нового знання про ту чи іншу ситуацію або події, представлені у вербальній формі й обумовлені комунікативними канонами політичного спілкування за допомогою газетного видання. Досягнення цієї мети зумовлює вирішення конкретних завдань, до яких належить не тільки доказ, аргументація і систематизація певного інформаційного матеріалу, а й завдання впливу на адресата. Це завдання зводиться до спроби автора тексту будь-яким чином вплинути на зміну поглядів реципієнта на представлену подію, явище чи ситуацію [5, с. 23].

Таким чином, обов'язковими складовими публіцистичного тексту є: комунікатор (журналіст певного газетного видання), реципієнт, об'єкт повідомлення (подія), прагматична інтенція, вплив на реципієнта.

Специфічною особливістю газетного тексту є висока інформативна насиченість і яскраво виражена прагматична установка. В цілому, англomовні публіцистичні тексти характеризуються використанням кліше і штампів, стереотипів, лексики з емоційними й експресивними конотаціями, використанням евфемізмів і перифраз та маніпулюванням фактичною інформацією.

Література

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение : учебное пособие для студентов филологический и лингвистических факультетов высших учебных заведений / И. С. Алексеева. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр Академия, 2004. – 352 с.
2. Кайда Л. Г. Стилистика текста: от теории композиции – к декодированию / Л. Г. Кайда. – М. : Изд-во Флинта Наука, 2005. – 208 с.
3. Кузьмин С.С. Идиоматический перевод с русского языка на английский (Теория и практика): Учебник / С. С. Кузьмин. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 312 с.
4. Кондильяк Э. Б. Сочинения: в 3 т. / Э. Б. Кондильяк; пер. с фр., общ. ред. и примеч. В. М. Богуславского. – Т. 1. – М.: Мысль, 1980. – Серия «Философское наследие». – С. 222–258.
5. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон; пер. с англ. под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – С. 3–45.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ ВИДУ ДІЄСЛОВА В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Герасименко Каріна

студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Граматична категорія виду дієслова є однією з найскладніших граматичних категорій. Категорія виду в українській та англійській мовах вказує на перебіг дієслівної дії у часі й пов'язана з тим, як вона виявляється носієм мови [3, с. 83].

Категорія виду дієслова в українській мові базується на двох поглядах: повністю реалізована, обмежена граничним виявом, цілісна ознака (ДВ – доконаний вид) та неповністю реалізована, не обмежена граничним виявом, нецілісна ознака (НДВ – недоконаний вид) [5, с. 407-408].

Як зазначає Т.В. Булигіна та О.Д. Шмельов, дієслова доконаного виду виражають подію, а дієслова недоконаного виду можуть виражати і подію, і процес, і стан [1, с. 169-170].

Категорія виду дієслова в англійській мові показує характер дії, тобто чи відбувається дія в процесі (continuous aspect) чи це просто констатована дія (non-continuous aspect).

Український мовознавець Ю.О. Жлуктенко зазначає, що категорія виду дієслова в українській та англійській мовах тісно пов'язана з часовими формами, кожна форма виду може бути певною формою часу і навпаки. Також мовознавець визначає, що в українській мові увага приділяється реалізації дії та повному розкриттю її змісту у формах доконаного виду, а в англійській мові для форм нетривалого виду важливе здійснення дії, а не момент, у який вона відбувається. В англійській мові форми тривалого виду наголошують на процесі дії та його візуальному характері, його конкретності, а український недоконаний вид виражає дію, яка відбувається в момент [2, с. 90-96].

В.М. Русанівський зауважує, що за допомогою категорії виду відображається основна властивість дієслова як частини мови, а саме

вираження динамічної ознаки в процесі її реалізації, або як повного комплексу, або як спрямованого на відтворення в процесі її дії [4, с. 337].

Отже, варто зауважити, що зазначені підходи щодо граматичних категорій виду дієслова в українській та англійській мовах не вичерпують усієї проблематики й розмаїття дослідження, а лише окреслюють в загальних рисах, хоча постійне розширення, узагальнення та практичне й теоретичне твердження сприяють всебічному дослідженню сутності дієслівного виду.

Література

1. Бульгіна Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М.: Языки русской культуры, 1997. 576 с.
2. Жлуктенко Ю. О. Порівняльна грамати́ка англійської та української мов. Київ : Радянська школа, 1960. 161 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд., доп. М.: Большая рос. энциклопедия, 2002. 709 с.
4. Русанівський В. М. Дієслово. Сучасна українська літературна мова. Морфологія / за заг. ред. І. К. Білодіда. Київ : Наук. думка, 1969. 583 с.
5. Сучасна українська літературна мова: підручник / Грищенко А. П., Мацько Л. І., Плющ М. Я. та ін. / за ред. А. П. Грищенка. 3-тє вид., допов. Київ : Вища школа, 2002. 439 с.

ПРОБЛЕМАТИКА ВИЗНАЧЕННЯ ЯВИЩА ГРА СЛІВ

Глух Віктор

студент 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Стасюк І.В.

Гра слів – один з поширених стилістичних та риторичних прийомів, однак і досі науковці не знайшли чіткого загальноприйнятого визначення

для цього явища. Проблема визначення цього поняття ускладнюється відсутністю його чіткого розмежування з подібними явищами: каламбуром та мовною грою.

Досліджувала відмінності понять «гра слів» та «каламбур» Г. О. Гулієва, проте вона наголосила на складності їх розрізнення та дійшла висновку, що вони є синонімічними поняттями [21, 20;23].

Дослідниця Т. П. Карпухіна дотримується такої ж думки та називає їх засобами художньої виразності. Також вона підкреслює їхню функцію створення комічного, говорячи про них як жарти, створені на основі полісемії, омонімії та схожому звучанні слів. Також, на її думку, поняття «гра слів» та «каламбур» підпорядковуються поняттю «мовна гра», яка виступає «гіперонімом, що трактується з максимальним ступенем широти та визначається тим, наскільки мова здатна виконувати функцію гри» [19, с. 81]. Український науковець І. В. Біляк також вважає гру слів різновидом мовної гри, яка будується на омонімії [16, 222].

Доцільно звернути увагу і на дослідження українського лінгвіста О. О. Тараненка. Науковець дає таке визначення цьому явищу: «Гра слів — це спеціальне використання звукової, лексичної або граматичної форми слів, а також частин слів, фразеологізмів, синтаксичних конструкцій для створення певних фонетико- та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтується на зіставленні й переосмисленні, обіграванні близькозвучних або однозвучних мовних одиниць з різними значеннями». Каламбуром він називає різновид гри слів, який використовується для досягнення комічного ефекту [20, 37].

Дослідивши різні визначення поняття гра слів, О. О. Лоленко виділяє три підходи. Перший підхід розглядає гру слів як стилістичний чи риторичний прийом. Другим підходом він вважає функціональний, у якому увага зосереджена на прагматичному ефекті, експресивності та сфері використання. Третій підхід розглядає гру слів як явище оказіонального

словотвору та зосереджується на оказіональності гри слів, ненормативності [18, 93-94].

Отже, проблема визначення цього явища створює багато дискусій серед лінгвістів та потребує подальшого дослідження. Зокрема найчастіше зустрічаються такі погляди: каламбур та гра слів – синонімічні явища; мовна гра є гіперонімом для гри слів, а каламбур її різновидом.

Література

1. Біляк І. В. Мовна гра як засіб впливу в англomовному новинному медіатексті [Електронний ресурс] / І. В. Біляк // 60. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2011_60_52.
2. Гулієва Д. О. Семантичні особливості гри слів у неофіційній комунікації (на матеріалі англomовного серіалу «Теорія великого вибуху») [Електронний ресурс] / Д. О. Гулієва // 41. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v41/part_2/7.pdf.
3. Лоленко О. О. Функціональні особливості гри слів [Електронний ресурс] / О. О. Лоленко // 6. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/philology/2007/70-57-17.pdf>.
4. Тараненко О. О. Гра слів / О. О. Тараненко. // Культура слова. – 1997. – №50. – С. 37–41.
5. Карпухина Т. П. Игра слов и морфемный повтор: комическое «Состязание» смыслов в словах с общей морфемой (на материале английской художественной прозы) / Т. П. Карпухина. // Вестник ВГУ. – 2007. – №1. – С. 81–89.

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕАЛІЙ ЯК ЛІНГВОКУЛЬТУРНОГО ЯВИЩА

Давиденко Анастасія

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

У свій час Ентоні Берджес, автор роману «Механічний апельсин», сказав: «Переклад – це справа не тільки слів: це справа зробити зрозумілою культуру загалом» [1]. Однак чому саме на культурі наголошував автор? Яку роль вона виконує у перекладі?

На думку багатьох перекладознавців культура – це перш за все контекст, у якому ми живемо та спілкуємося. Це одночасно і своєрідний лакмусовий папірець, який відрізняє нас від інших, і клей, що поєднує людей однієї культури. Нерідко саме культурні відмінності можуть стати на заваді вдалому перекладу, й навіть спричинити непорозуміння. Саме тому ми маємо змогу запобігати появі подібних проблем, шляхом виявлення факторів їх виникнення.

Термін «реалія» вперше був вжитий у контексті дослідження явища безеквівалентної лексики А.В. Федоровим у його праці «Про художній переклад» (1941р.). А саме серед українських перекладознавців першим його вжив О.Л.Кундзіч у роботі "Перекладацька мисль і перекладацький недомисел" (1954р.), наголосивши на неперекладності реалій та повній або частковій відсутності їхніх аналогів [2, с.27].

Явище реалія часто було у центрі сперечань щодо його єдиного трактування. Чимало дослідників та вчених давали визначення цьому терміну, серед них були: Є.М. Верещагін та В.Г. Костомаров, згідно праць яких реалії – це складний елемент культури і мови, який поєднує в собі низку етнокультурної інформації, як правило, незрозумілої для об'єктивної дійсності [3, с. 395], та В.В. Коптілов, який реаліями називає слова, що називають предмети і явища, невідомі мові перекладу [4, с. 68]. Однак на думку багатьох дослідників найбільш вдалим є визначення С.І. Влахова та С.П. Флоріна: «реалії – це слова і словосполучення мови, які відображають найменування предметів, понять, явищ, характерних для географічного

середовища, культури, матеріального побуту, або суспільно-історичних особливостей народу, нації, країни, племені, і які постають носіями національного, місцевого або історичного колориту; точних відповідностей на інших мовах такі слова не мають, а отже, не можуть бути перекладені «на загальних підставах», тому що вимагають особливого підходу» [2, с. 437.].

Також варто наголосити, що реалії є частиною більш ширшого компоненту мови, який філологи та лінгвісти назвали безеквівалентною лексикою, тобто мовними одиницями, що не мають точних відповідників у мові перекладу. Саме тому не варто плутати поняття: «реалія», «лакуна», «варваризм», «екзотизм», «етнографізм», «вокалізм», тощо.

Отже, тема дослідження явища реалій є актуальною і досі, особливо зважаючи на шалені темпи розвитку мов та появу нових культурних особливостей. І хоча немає єдиного узгодженого визначення, реаліями ми можемо назвати, слова та словосполучення, які характерні певній культурі й можуть мати, або не мати відповідників у мові перекладу.

Література

1. GoodReads [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.goodreads.com/quotes/3211247-translation-is-not-a-matter-of-words-only-it-is>.
2. Влахов С. Непереводимое в переводе. Реалии / С. Влахов, С. Флорин // Мастерство перевода: сб. статей. – М.: Сов. писатель, 1970. – С. 432-456.
3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. М.: Наука, 2000. – 387 с.
4. Швейцер, А.Д. Перевод и культурная традиция / А.Д. Швейцер // Перевод и лингвистика текста: сб. статей. – М.: Всероссийский центр переводов, 1994. – С. 64-75.

INFLUENCE OF SEX AND GENDER ISSUES ON PERSONAL BRAND OF J. K. ROWLING

Davydovska Nadiia

*PhD student, Research and Educational Center of Foreign Languages
of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv*

Supervisor: Doctor of Philology, Professor Belova A. D.

This research focuses on the personal brand of J. K. Rowling, British author and philanthropist, best known for writing the Harry Potter fantasy series.

Brand architect Bill Ellis analyzed J. K. Rowling's brand in his blog [1] and identified its core tenets: staying true to her purpose and values, integrity and commitment, philanthropic efforts, being vocal and speaking out her mind.

Some researchers discussed the "Harry Potter" brand. According to Susan Gunelius [3], it is due to Rowling's efforts and adherence, that Harry Potter received a consistent brand image. Newsletter Inc. [4] outlined 8 business tactics that contributed to Rowling's commercial success, among which was her Twitter activity.

This research focuses on the transgender comments controversy on Twitter [6], which had drastic effects on J. K. Rowling's personal brand and resulted in thousands of fans tweeting her insults, threats and death wishes.

On June 7, 2020, J. K. Rowling retweeted an article that discussed "people who menstruate," sarcastically mocking it for not using the word "*women*". This Tweet caused an uproar and Rowling received a harsh backlash, as she was accused of being transphobic and completely ignorant in the matters of gender. In response, she posted a thread of tweets explaining her perspective, which earned her a flood of insults and resentment.

On June 10, 2020, J. K. Rowling published an article on her website [5] explaining in detail her point of view and tweeted a link to it. The general reception was negative, hashtag #ripjkrowling was trending on Twitter.

Daniel Radcliffe, Emma Watson and Eddie Redmayne along with some other actors of the Harry Potter franchise spoke out against Rowling, stating that "trans women are women" [2]. As a result, Warner Bros. may stop cooperation with her in the future.

Conclusion. J. K. Rowling's personal brand was undermined by her expressing opinion contrary to the mainstream on Twitter. She lost over 200 000 followers and risks cancellation of future Harry Potter projects and the potential drop in book sales. On the other hand, J. K. Rowling got much publicity, upheld her beliefs and started a meaningful dispute, which attracted attention to her personal brand. The results of the incident were found controversial in terms of branding. Twitter was proven to be a powerful branding source and the main platform for public opinion.

Literature

1. *Ellis B.* J. K. Rowling and the Magic of Fearless Branding – May 12, 2017 / B. Ellis. – Retrieved from: <https://brandingforresults.com/j-k-rowling/>
2. *Gardner A.* A Complete Breakdown of the J.K. Rowling Transgender-Comments Controversy – January 26, 2021 / A. Gardner. – Retrieved from: <https://www.glamour.com/story/a-complete-breakdown-of-the-jk-rowling-transgender-comments-controversy>
3. *Gunelius S.* Harry Potter as a Powerful Product and Brand: An Education in Marketing and Promotion. In: Harry Potter / *S. Gunelius* // Palgrave Macmillan, London. 2008. – 194 s. – S. 36-49
4. *Nataf E.* 8 Business Tactics That Took J.K. Rowling From Writer to Millionaire – Jun 26, 2017 / E. Nataf. – Retrieved from: <https://www.inc.com/emmanuel-nataf/8-reasons-jk-rowlings-brand-is-still-going-strong-20-years-later.html>
5. *Rowling J. K.* J.K. Rowling Writes about Her Reasons for Speaking out on Sex and Gender Issues – June 10, 2020 / J.K. Rowling. – Retrieved from:

<https://www.jkrowling.com/opinions/j-k-rowling-writes-about-her-reasons-for-speaking-out-on-sex-and-gender-issues/>

6. *Rowling J. K.* Twitter account. / J. K. Rowling. – Retrieved from: https://twitter.com/jk_rowling

МОВНІ КЛІШЕ В ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Дейнеко Оксана

Студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Борбенчук І. М.

Питання мовних кліше в офіційно-діловому стилі стало предметом наукового зацікавлення Н. Бабич, С. Бибик, М. Жовтобрюха, А. Коваль, Л. Мацько, О. Пономарева, Н. Сологуб, а специфіку їх використання в діловому спілкуванні вивчали Н. Богатирьова, А. Баришева, З. Гур'єва, Ю. Матюхіна, О. Солякін тощо.

Кліше, також «мовне кліше», «коронна фраза», «мовний штамп», «штамп» в перен. «заштампованість» — вираз, ідея, або елемент художнього твору, який був перевантажений на межі втрати свого первинного сенсу. Штамп у сферах мистецтва, літератури, музики та кіно стосується ставлення до ідеї минулого або виразу. В усному мовленні «штампи» — це різні клішовані вислови, «часто повторюваний засіб висловлювання думки, який справляє негативне стилістично-змістовне враження». [5, стор. 52] чи «мовний стереотип іноді з негативним забарвленням». [6, стор. 132] Поняття стосується не лише лінгвального (мовного), а й — екстралінгвального (когнітивного) втілення. Це усталені вислови, які розглядають стилістичні засоби, фігури мови або штампи (М. Аліференко, Ф. Бацевич, О. Кубрякова, О. Селіванова, Ю. Степанов) [1, стор. 254].

Поруч із мовними кліше функціонують мовні штампи та канцеляризми, які відрізняються за призначенням та функціонуванням.

Мовним штампом називають стерті, колись образні вислови, що з часом, від багаторазового повторення у відповідних і невідповідних мовних ситуаціях перетворилися у «мертві» вислови, зміст і образність яких стерлася і вони втратили свою інформативність.

Канцеляризми – це слова та сталі форми словосполучень, вживання яких характерне виключно для норм спілкування, прийнятих офіційно-діловим стилем мовлення.

Мовні кліше можуть бути класифіковані за різними підходами: за сферами (політика, література, музика, театр, кіно чи інші близькі до телебачення сфери), за вираженням (мовні — ідеологічні, псевдосиноніми, оканцелярювальні, граматичні і тд; стильові, монтажні — що суттєво різняться, наприклад, від стилістики театру, кіно чи інших близьких до телебачення сфер) і тд.

Однією з особливостей ділового мовлення є використання мовних кліше, які є засобом стандартизації та уніфікації структури ділового тексту. Значне звуження мовних одиниць у сфері ділової мови порівняно з іншими стилями зумовлює їх типізацію, відтак високу частотність клішованих мовних одиниць у певних частинах текстів службових документів [2, стор.137].

Отже, мовні кліше є важливим засобом при створенні офіційно-ділових документів. Науковці відрізняють їх від мовних штампів і канцеляризмів, визначають їхні характерні риси та класифікують відповідно до сфер використання.

Література

1. Антоненко - Давидович Борис. Як ми говоримо. – К.: КМ Academia, 1994. – 185 с.

2. Гавура Д. Проблема багатомовності в ЄС з точки зору перекладу, адаптації та лексичної гармонізації законодавчих актів ЄС в контексті євроінтеграції України / Д. Гавура // Мовні і концептуальні картини світу : зб. Наук. пр. Вип. 23, ч. 1. – К., 2007. – С. 136-139.
3. Горшков А. И. Русская стилистика. Стилистика текста и функциональная стилистика: учеб. для пед университетов и гуманитарных вузов / А. И. Горшков.-М.: АСТ: Астрель, 2006. – 367 с.
4. Драбкина И. В. Прагмалингвистические аспекты письменного делового общения: На материале англоязычных текстов контрактов и деловой корреспонденции: Дис канд фил.наук: спец.10.02.04 /И. В. Драбкина.- Самара, 2001.
5. Зубар М. Г. Українська мова. Універсальний довідник. — К.: Школа, 2005. – 474 с.
6. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 711 с. Електронний ресурс: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR000184>

СЛОВОТВОРЧІ МОДЕЛІ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Денисюк Марія

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Мальцева І.В

Неологізми – це лексичні одиниці, які ще не є загальноновживаними, але можуть ними стати, які з'явилися в мові в певний період, і вважаються новими в мовній свідомості носіїв мови.

О. С. Ахманова виокремлює два види неологізмів. Перше визначення звучить наступним чином: «неологізм – це слово або словосполучення,

створене для визначення нового (невідомого раніше) об'єкта або вираження нового поняття» [1, с. 263].

Український дослідник М. І. Мостовий визначає поняття неологізму як мовну одиницю, яка створюється для визначення нового поняття [3, с. 88].

Сучасна англійська мова має в своєму розпорядженні велику кількість способів утворення неологізмів. До основних моделей словотворення неологізмів можна віднести розширення значення, запозичення, афіксація, скорочення, аббревіація, конверсія [2, с. 267].

Розглянемо основні словотворчі моделі неологізмів. На сьогоднішній день, основоположною визнається концепція, згідно якою афікс є головним носієм словотворчого значення. Таким чином, з встановленням семантичних властивостей афіксів ми можемо перейти до подальшої їх систематизації, яка виражається у вигляді різних класифікацій. Розрізняють афікси: за місцем розташування в слові (префікси, суфікси), за походженням, за приналежністю до частини мови, за продуктивністю та активністю, за смисловим навантаженням, за транспортуючою здатністю.

Таким чином, на основі аналізу теоретичних джерел можна зробити висновок про те, що поняття «неологізм» як новий лексичний елемент, який утворюється для номінації поняття невідомого раніше, нового об'єкту, предмету, явища, тощо.

До основних моделей словотворення неологізмів було віднесено: розширення значення, запозичення, афіксація, скорочення, аббревіація, конверсія. Було також з'ясовано, що під афіксацією розуміється приєднання префіксів і суфіксів до кореня або основи слова. Наразі існує велика різноманітність моделей скорочення слів і словосполучень, що говорить про багатогранність самого явища. Дана словотвірна модель відображає тенденцію до раціоналізації мови і до економії мовних зусиль.

Література

1. Ахманова О.С. Словник лінгвістичних термінів / О.С. Ахманова. – Київ: Едіторіал, 2004. 571 с.
2. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови: [монографія] / Ю.А. Зацний. – Запоріжжя: Запорізький держ. ун-т, 1998. 430 с.
3. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови: [монографія] / М. І. Мостовий – Харків : Основа, 1993. 175 с.

МАШИННИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТІВ ПРИРОДНОЮ МОВОЮ

Дронь Олександра

студентка 1 курсу бакалаврату, факультет інформатики та обчислюваної техніки, КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

У зв'язку зі стрімким розвитком інформаційних технологій, проблема лінгвістичної обробки текстів природною мовою набуває особливої вагомості та значимості. В роботі представлено основні алгоритми організації машинного перекладу та обробки тексту (на прикладі німецької мови).

Задля коректної реалізації зазначених процесів необхідно проводити якісний аналіз текстової інформації. Зокрема, Клишинський Е. С. пише, що «для повноцінної роботи система аналізу тексту повинна мати можливість проаналізувати текст, поданий користувачем на вхід, з точки зору синтаксису (структури речення), семантики (понять, що застосовуються в тексті) і прагматики (правильності вживання понять і цілей їх вживання). Далі система повинна згенерувати свій відгук у внутрішньому поданні, придатному для логічного висновку, і синтезувати свій відгук на природній мові.» [1, ст. 106]. Тобто система, яка проводить повний аналіз, має включати в себе велику кількість модулів, основними з яких є:

графематичний аналіз (виділення слів, цифрових комплексів, формул тощо); морфологічний аналіз (побудова морфологічної інтерпретації слів вхідного тексту); синтаксичний аналіз (побудова синтаксичної інтерпретації речень вхідного тексту); семантичний аналіз (побудова семантичного графу тексту).

Як і кожна мова, німецька має свою специфіку, тому виникають певні труднощі в аналізі німецьких текстів. На етапі морфологічного аналізу, який забезпечує визначення нормальної форми, тобто такої, від якої була створена дана словоформа, виникає проблема з аналізом складних слів, утворених шляхом словоскладання. Серед них можна виділити ті, що часто зустрічаються і зафіксовані в словнику та такі, які довільно утворює носій мови, об'єднуючи кілька слів разом. Словоскладання – це складання іменника з іменником або словом іншої частини мови. Наприклад, іменник *der Haustürschlüssel* – ключ домашніх дверей, утворений методом складання трьох іменників: *das Haus* – будинок, *die Tür* – двері, *der Schlüssel* – ключ. А слово *das Altpapier* – старий папір (макулатура), складається з прикметника та іменника: *alt* – старий, *das Papier* – папір.

У зв'язку з наявністю таких явищ у мові до системи морфологічного аналізу необхідно вводити модуль аналізу несловникових слів. Він зазвичай реалізується набором евристик, до прикладу, відкидання префіксів, аналогія за закінченням та правила для слів з дефісом, тоді як ділення несловникових складних слів на частини відбувається на етапі передсинтаксичного аналізу.

Ще однією проблемою машинного аналізу німецьких текстів є відокремлювані префікси в дієсловах. У реченні вони можуть відділятися від дієслова та переходити в кінець. Ці частинки дуже важливі, бо вони можуть суттєво змінювати значення слова та, відповідно, зміст усього висловлювання. Тому, щоб встановити початкову форму дієслова необхідно знати всі складові частини дієслова, токени.

Щоб вирішити проблему, пов'язану з поділом тексту на частини, використовують графематичний аналіз – виділення слів, цифрових комплексів, формул тощо. Під час цього аналізу виділяються розділові знаки та символи, як-от коми, крапки, лапки та ін. Опрацьовуються слова, написані з апострофом або через дефіс.

Еволюційний розвиток математичних методів, які формалізують процес аналізу природньої мови, дозволяє швидко та якісно вирішувати складні задачі та реалізовувати їх програмно. Таким чином, можна якісно здійснювати аналіз тексту за допомогою відповідного алгоритму машинного перекладу, результат якого найбільш точно відповідатиме заданим критеріям.

Література

1. Автоматическая обработка текстов на естественном языке и компьютерная лингвистика : учеб. пособие / Большакова Е.И., Клышинский Э.С., Ландэ Д.В., Носков А.А., Пескова О.В., Ягунова Е.В. Москва: МИЭМ, 2011. 272 с.
2. Автоматическая обработка текстов на естественном языке и анализ данных : учеб. пособие / Большакова Е.И., Воронцов К.В., Ефремова Н.Э., Клышинский Э.С., Лукашевич Н.В., Сапин А.С. Москва: Изд-во НИУ ВШЭ, 2017. 269 с.
3. Теленик С.Ф., Амонс О.А., Єфремов К.В., Жук С.В. Семантична інтеграція різнорідних інформаційних ресурсів. *Вісник НТУУ «КПІ». Інформатика, управління та обчислювальна техніка*: Зб. наук. пр. Київ: Век+, 2013. Вип 58. С. 29-45.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СКЛАДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ТЕРМІНІВ

Єліссєва Кристина

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: стар. викл. Бондаренко Т. Б.

Останнім часом все більше лінгвістів активно досліджують комерційну термінологію, оскільки вона стала однією з найбільш розвинутих областей діяльності та водночас становить об'єкт великої зацікавленості через недостатню вивченність лексичного пласту. На разі тема складних слів викликає багато питань перед усім, за рахунок певних структурно-семантичних відносин. Було встановлено, що складне слово завжди щільнооформлене і є свого роду «вторинним утворенням», [2, с.14] воно завжди мотивоване та співвідноситься з одним із значень вихідного слова. Якщо у вихідного слова немає необхідного значення, тоді воно отримується шляхом метафоризації, звуження / розширення значення загальноживаного слова або метонімізації.

Утворення складних англомовних термінів комерції підпорядковане словотвірному структурному способу: **два слова з'єднані в одне і пишуться разом** (eurobond – єврооблігації; bondholder – власник облігацій, setback – спад); **слова, що складають складний термін, пишуться через дефіс** (take-over – поглинання, покупка однією компанією контрольного пакета акцій іншої); **слова, змішуються в одне складне, частинами, так звані «бленди»** (forex (foreign exchange) – іноземна валюта; midcap (middle capitalization) – компанія з середньою капіталізацією).

Зі свого боку слова, що утворюють складну єдність підкорюються певним словотворчим структурним моделям:

1. **Іменник + іменник (N + N)**, де два компоненти конкретизують значення (cashpoint – місце всередині або зовні банку, де споживачі можуть отримати гроші поза рахунку, вставляючи картку у банкомат, смислове навантаження підпадає на слово «point», а базовий термін «cash» – уточнює значення всього складного терміна).

2. **Прийменник + іменник (Prep + N)** саме прийменник несе смислове навантаження і є самостійною одиницею (overdrawing – перевищення залишку рахунку в банку, тут основне смислове навантаження всього складного слова бере прийменник «over», а іменник «drawing» – другорядне).

3. **Прийменник + дієслово (Prep + V)**, основний сенс в утворених словах залежить від прийменника (mismatch – розбіжність у терміні сплати за активами та пасивами, «match» є базовим, а прийменник «mis» надає йому негативного відтінку) [3, с. 480-481].

4. **Прикметник + іменник (A + N)**, у даній моделі обидва слова мають однакове значення (goodwill – престиж, ділова репутація, клієнти, кадри та ін. Нематеріальні активи компаній, яка отримує ринкову вартість при поглинанні чи злитті підприємств).

5. **Іменник + прийменник + іменник (N + prep. + N)**, найбільш рідкісний варіант, в якому саме іменник відповідає за зміст (cash-and-carry – продаж за готівку без доставлення, «cash» – базове слово, а прийменник «and» виконує функцію сполучення).

Отже, аналіз складних термінів передбачає вивчення «сполучуваності словотворчих елементів з основами та виявлення тих зв'язків, які існують між основами різних семантичних класів...» [2, с. 11]. Структурно-семантичні відносини між компонентами складних комерційних термінів дозволили визначити словотвірні структурні моделі, на прикладі яких були розглянуті компонентні зв'язки і було виявлено, що спираючись на базові терміни, вони зберігають семантичну форму.

Література

1. Каращук П. М. Аффиксальное словообразование в английском языке/ П. М. Каращук М.: Изд-во «Высшая школа», 1965. 172 с.
2. Каращук П. М. Словообразование английского языка. М., 1977. 303 с.
3. Dictionary of Etymology: The origins of American English Words. Robert K. Barnhart, 1995. 916 p.

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЧНОГО CORONA- ЛЕКСИКОНУ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА НІМЕЦЬКИХ МОВАХ

Жукова Олександра

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського»

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Н. О. Моїсєєва

Пандемія COVID-19 вплинула на всі сфери життя суспільства у всіх країнах світу. Мова відображає все, що відбувається: неможливо не помітити, що серед постійного вживання звичної для людей лексики з'явилися нові одиниці, які стали частиною нашого життя. Поява таких слів – це можливий наслідок будь-яких подій (в нашому випадку пандемії). Досить часто такі події, які відбуваються протягом певного періоду, надають нового відтінку значення словам, які і раніше були в мовах. Наприклад, пандемія/die Pandemie, самоізоляція/die Selbstisolierung, соціальна дистанція/das Sozial Distancing і навіть коронавірус/das Coronavirus існували і раніше, але вживалися рідко. Тепер же частота їх використання зросла більш ніж на порядок.

На сьогоднішній день робота є актуальною, оскільки займається дослідженням неологічної лексики останнього року, що є віддзеркаленням найактуальніших проблем та подій в усьому світі, а також відсутністю

наукових праць присвячених дослідженню цього явища в українській та німецькій мовах.

Мета роботи – порівняти лексичні особливості неологічного Corona-словника в українській та німецьких мовах. Для досягнення поставленої мети поставлені наступні завдання: дослідити походження неологізмів, визначити та проаналізувати подібність корона-лексики у німецькій та українській мовах.

Сама поява неологізмів, на думку лінгвістів, явище позитивне, тому що воно сприяє розвитку мови. Якщо переглянути неологізми за 2020-2021 роки, то можна помітити, що велику кількість з них складає лексика, яка відноситься до пандемії COVID-19. І німецька мова в цьому сенсі не виключення. Німці доволі оригінальні в створенні неологізмів, а що стосовно українців, то в цьому плані вони менш винахідливі: coronisieren – вміння пристосуватись до умов життя під час пандемії коронавірусу; Hamsterkäufe (Hamster – хом'як + Kauf – купівля) – поняття («хамстерство»), яким німці позначають ажіотажні скупки товарів; Nacknasen (Nackten – голий + Nase – ніс) – ті, хто носять маски, відкривши ніс; Zoomfatigue (Zoom – назва додатку для відеоконференцій + Fatigue (англ.) – втома) – слово, яке описує синдром втоми від постійних відеоконференцій і спілкування в Zoom. Здебільшого, слова та вирази, які всюди використовуються для позначення вірусу, пов'язані зі словом корона (скорочена назва від COVID-19, ковід, «корона»). Наприклад, коронавірус, епідемія/пандемія коронавірусу, коронавірусна криза, коронавірусна хвороба, негативний/позитивний тест на коронавірус, коронавірусна інфекція. Але, порівнюючи коронавірусну лексику обох мов, можна знайти подібності: коронакриза/die Coronakrise, локдаун/der Lockdown, дезінфекція/die Desinfektion, карантин/die Quarantäne [2]. Більша частина неологічної «ковідної» лексики є спільною, оскільки всі країни опинились в однакових умовах і мають багато спільного в усіх сферах життя (методи боротьби з

вірусом, дії влади, економіка, сфера освіти, дозволя і т.д.). Тому, спостерігається багато спільної за своєю внутрішньою формою нової лексики.

За морфологією майже всі неологізми коронавірусної лексики – іменники (Quarantäne (карантин), Selbstisolierung (самоізоляція), Schutzmaske (захисна маска), Immunität (імунітет), Risikogruppe (група ризику) та ін.) [1]. Клас неологічних дієслів, пов'язаних з епохою коронавірусу, є менш чисельним і варто виділити (desinfizieren), мутувати (mutieren), прищеплювати (verimpfen), проводити онлайн-зустрічі в Zoom (zoomen), які зустрічаються найчастіше. Незначною за кількістю групою стали новоутворені прикметники, найуживанішим з яких є коронавірусний (coronaviral).

У зв'язку з теперішніми життєвими реаліями мовлення тематично збагачується неологізмами. «Коронавірусна» лексика й надалі наповнюватиме словниковий склад української й німецької мов, суттєво випереджаючи за кількісними показниками неологічні одиниці інших галузей.

Література

1. Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache, DWDS. URL: <https://www.dwds.de>
2. Das Online-Wortschatz-Informationssystem Deutsch des Leibniz-Instituts für Deutsche Sprache. URL: <https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp>
3. Інформаційний портал Germania-online. [Електронний ресурс] / Стаття: «"Коронные" выражения: что COVID-19 привнес в немецкий лексикон.» 19.05.2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://germania-online.diplo.de/ru-dz-ru/ausbildung/Sprache/-/2342656>
4. Інформаційний портал BBC News | Ukraine. [Електронний ресурс] / Стаття: «Словник епохи коронавірусу: 20 термінів, які завжди

нагадуватимуть про весну-2020.» 11.04.2020. – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.bbc.com/ukrainian/features-52212810>

СПЕЦИФІКА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІДІОСТИЛЬ» У ЛІНГВІСТИЦІ

Забродська Аліна

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Борбенчук І. М.

Питання ідіостилю автора почало привертати увагу науковців у середині минулого століття, а протягом останніх десятиліть його вивчення перебуває у колі зацікавленості лінгвістів. Зокрема, дослідження даного об'єкта зосереджуються не лише на структурній парадигмі, також враховуються когнітивні, динамічні та антропоцентричні аспекти з концентрацією уваги на творчій позиції письменника по відношенню до системи мови.

Вивченню та визначенню поняття «ідіостиль» присвячували свої роботи як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Та незважаючи на численність досліджень, однозначного трактування терміну «ідіостиль» ще немає.

Одним із перших, чиє визначення стало основоположним для наступників, був В. Виноградов, який тлумачив «індивідуальний стиль» як «структурно єдину та внутрішньо пов'язану систему засобів і форм словесного вираження» [1, с. 105].

У своєму дослідженні Н. Болотнова визначила ідіостиль як «сукупність мовно-когнітивних механізмів і систему асоціативно-сміслових полів створення текстового простору певним автором» [2, с. 96].

Поряд з поняттям «ідіостиль» існує також поняття «ідіолект», однак між ними є суттєва різниця. Ідіолект має значно вужче значення та є сукупністю «...особливостей, які характеризують мову окремої людини або групи людей». Ідіостиль, в свою чергу, трактується як «...система змістовних і формальних лінгвістичних характеристик, притаманних творам певного автора» [3].

У своїй статті Л. Коткова пропонує розмежовувати терміни «ідіолект» та «ідіостиль» за хронологічним чинником. Відповідно, під «ідіолектом» варто розуміти усі створені автором твори у хронологічній послідовності. А «ідіостиль» є «сукупністю глибинних текстоутворювальних констант і домінант певного автора, що визначили появу цих текстів саме в такій послідовності [4, 28].

Лінгвістичні студії, що комплексно досліджують індивідуальний стиль автора, приділяють особливу увагу аналізу мови як першооснови авторського стилю (С. Єрмоленко, Л. Мацько, Л. Ставицька) та визначають важливість усебічного розгляду творчості конкретної постаті з метою вивчення ідіостилю.

У підсумку можна відзначити, що ідіостиль, незважаючи на відсутню одноставну думку серед дослідників, все ж таки є відображенням специфіки творчого методу і словесної майстерності автора.

Література

1. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. Москва: АН СССР, 1963. 256 с.
2. Болотнова Н.С. Коммуникативная стилистика текста: словарь-тезаурус. Москва: Флинта, 2009. 384 с
3. Тлумачний словник. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?sword=%D1%96%D0%B4%D1%96%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8C> (дата звернення: 18.01.2021).

4. Коткова Л. І. Ідіостиль, індивідуальний стиль і ідіолект: проблеми розмежування. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки*. 2012. С. 26 – 29.

FUNKTIONEN VON SLANG-SYNONYMEN

Завалецька Юлія

студентка 3 курсу бакалаврату, факультет іноземної філології

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Науковий керівник: к. філолог. н., ст. в. Яремчук І.М.

Wenn man Synonymie als sprachliches Universum studiert, muss man auch auf die Funktionen achten, die synonymische Wörter in der Sprache und Sprache im Allgemeinen und im Jugendslang im Besonderen erfüllen. Sowohl inländische als auch ausländische Wissenschaftler (Tschernyak 2004; Bragina 1986; Alexandrova 1995; Lefer 1997; Orr 2002) unterscheiden 4 Hauptfunktionen von Synonymen:

- 1) Substitutionsfunktion;
- 2) Klärfunktion;
- 3) Kommunikationsfunktion, die bei der Bildung von synonymen Reihen in der Standardform der Sprache und minderwertig stattfindet;
- 4) ästhetische Funktion - ist hauptsächlich für Fiktion und Journalismus charakteristisch, um ein bestimmtes Bild zu schaffen, sowie den Ausdruck ihrer Vision und Einstellung zum Ereignis.

In Bezug auf die Funktionsweise von Synonymen für Jugendslang ist anzumerken, dass für sie die gleichen grundlegenden semantischen Funktionen am relevantesten sind, wie in der literarischen Sprache - **die Substitution** und **die Klärung**.

Die Funktion der Substitution ist wichtiger, sie wird hauptsächlich in einer Situation realisiert, in der es erforderlich ist, dasselbe Objekt oder Subjekt in

aufeinander folgenden Aussagen zu benennen, um dieselbe Art der Verwendung und Wiederholung zu verhindern.

Die Wahl eines Synonymes ist nach T. Shippan durch den Versuch bedingt, das „richtige Wort“ zu finden, das seinen Ausdruck in Funktionen wie der Auswahl eines bestimmten Bedeutungsaspekts findet [5, s. 209]:

*Verliebte wollen schließlich keinen Film sehen. Das können sie auch gar nicht, weil sie es nur **rumknutschen**. Das Kino brauchen sie nur, weil sie da im Dunkeln **rummachen** können [1, s. 19].*

*„Das **peilst** du nicht“.*

*„Stimmt, da hast du allerdings recht“, sagt Moritz resigniert. „Das **peile** ich echt nicht. Aber du solltest langsam **schnallen**, dass du dich irgendwie ablenken musst. Sonst verblödest du noch komplett“ [1, s. 65].*

*„Meine **Süße** hat schon geschlafen!“*

„Dann weißte ja, wo se is!“

*„Meine **Kleine** ist komplett sexsüchtig“ [3, s. 17].*

*Der Typ schleimt sich durch die ganze Verwandtschaft, bevor er zum Rednerpult geht und anfängt zu **salbadern**....*

*Der Typ **sülzt** weiter: „er war noch so jung....“ [4, s. 111].*

Mit der Klärungsfunktion können Sie die Eigenschaften der Zeichen von Objekten oder Phänomenen der Realität, den Grad des Ausdrucks des Zeichens oder der Handlung festlegen. Um diese Funktion zu erfüllen, greifen junge Menschen manchmal auf die Verwendung mehrerer Token in unmittelbarer Nähe des Standorts im Kontext zurück, was durch die Tatsache erklärt werden kann, dass das Zeichen oder die Eigenschaft mit nur einem Token nicht klar genug ist. Gleichzeitig wird die stilistische Abstufung (Verstärkung) des Zeichens beobachtet, das Synonyme aktualisiert:

*Sorry, dass ich keinen Bock hatte, Deinen Schw... an irgendeinem Straßeneck zu lutschen. Du hast es Dir damit vermasselt. **Punani!** Nicht **Bitch** [7]!*

Alex sagt zu Tom: „**Hau ab.**“

Der meint: „Wieso denn?“

„Weil du **dich verpissen** sollst [4, s. 157]“.

Und wie **das Baby 15** war und so **ne richtig heiße Biene**, da latsch sie so durch den Nobelschuppen durch, ackern brauchte sie ja nicht, weil die Alten so viel Kies an den Füßen hatten [2, s. 8].

„Glaub mir, Hexchen, der Typ hat mehr als genug **Zaster**. Der klaut nich wegen der Kohle, für den ist das so eine Art Sport“ [6, s. 87].

Wie wir sehen, unterscheiden sich die semantischen Funktionen von Synonymen in der Literatursprache und im Jugendjargon nicht.

Literaturverzeichnis

1. Hauffe A. Der Tag an dem das Glück im Papierkorb lag. Stuttgart/Wien : Thienemann Verlag, 2010. 153 s.
2. Hemmerling R. Total versaute Märchen. Norderstedt : Books on Demand, 2006. 201 s.
3. Hennig von Lange A. Relax. Hamburg : Rowohlt Taschenbuch Verlag, 1999. 313 s.
4. Kai H. Engel + Joe. Hamburg : Carlsen Verlag, 2004. 299 s.
5. Schippan Th. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen : Max Niemeyer, 2002. 306 s.
6. Till J. Ausgeflogen. Würzburg : Arena Verlag, 2007. 151 s.
7. Das Wörterbuch für Umgangssprache.

URL: <https://www.sprachnudel.de/woerterbuch/punani> (Datum der Bewerbung: 20.02.2021).

ЗАГОЛОВКИ В АНГЛОМОВНОМУ ТЕКСТІ НОВИН

Зелінська Анна

Студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

Дослідження заголовку в сучасному англomовному тексті новин – актуальна проблема сучасної лінгвістики. Заголовок у публіцистиці виражає сутність усієї статті, у ньому зосереджений сконцентрований зміст.

Філологи дають різні визначення поняттю заголовка. М. Свон визначає заголовок як коротку назву статті, зміст якої іноді важко зрозуміти через особливий стиль її написання [8]. У розумінні Ю.В. Верещинської газетний заголовок – особливий різновид медіатексту, що складається з одного або декількох речень, які називають газетний матеріал, який передує основному тексту статті і відображає його головну тему [2]. Д. Рі в книзі «Мова газет» визначає його так: «Заголовок – унікальний тип тексту, що має цілу низку функцій, які диктують свою форму, зміст і структуру» [7].

Основними завданнями заголовку є виразити мету медіатексту, встановити контакт з його аудиторією, викликати зацікавленість до теми матеріалу. Розглядаючи композиційну структуру медіатексту, незалежно від синтаксичної структури, заголовок прирівнюється за статусом до речення, оскільки йому властива предикативність і з його допомогою реалізується комунікативна інтенція адресанта.

За допомогою заголовків новин реалізується комунікація “адресант - адресат”, характер якої зумовлює спектр виконуваних ними функцій: інформаційну, оцінну, спонукальну і інтригуючу. Інформативна функція полягає у висвітленні основного змісту медіатексту через опорні елементи, наявні у заголовках. Однак ці ж опорні елементи залишають поза увагою певні деталі тексту, що сприяє зацікавленню читача, тож інформативна функція тісно пов'язана з трьома іншими. Заголовкам властива поліфункціональність. У кожному конкретному заголовку домінує певна функція, що грає значну роль в його подальшій інтерпретації. Згідно іншого

підходу, з яким згодна більшість дослідників, виділяють ще такі три функції заголовку: номінативну, інформативну і рекламну [5].

Р.С. Бартиханова стверджує, що заголовок медіатексту досліджується з точки зору його структури, синтаксичної природи, семантики, стилю, функціонального розвитку, прояву закону економії мовних засобів [1]. Першочергово встановлюється залежність його форми і змісту, наповненості.

Форма і структура заголовка ЗМІ варіюється. Назва газетної статті може бути у вигляді одиничного заголовка, але можуть бути присутні і додаткові допоміжні елементи. У цьому випадку мова йде про заголовний комплекс, найбільш частим елементами якого є власне заголовок і підзаголовок. О.В. Колесніченко стверджує, що заголовний комплекс вирішує проблему перевантаженості заголовка, відводить йому контактну функцію, перекладаючи інформативну функцію на додаткові елементи [4].

З точки зору семантики особливістю заголовка англomовної преси є одночасна наявність конкретизації та генералізації в ньому, оскільки в ньому відображені реалії об'єктивної дійсності. Семантика заголовків статей спирається на елементи ХТО, ЩО, ДЕ, КОЛИ, які у стислій формі передають зміст тексту. Вибір певного елемента для заголовку із зазначених визначають семантичний тип заголовку. Найпоширенішими типами заголовку за семантичною ознакою є: заголовок-резюме, який поділяється на інформативно-нейтральний і інформативно-оцінний; заголовок-індикатор; заголовок-локалізатор. Для газетного заголовку характерно використання цілої низки виразних засобів таких, як метафора, епітет, іронія, гра слів тощо.

З точки зору структурно-граматичних особливостей заголовку в англomовній пресі найпоширенішими типами є: заголовок – односкладне речення, заголовок - двоскладне речення, заголовок-складне речення,

заголовок – еліптичне речення, заголовок, що складається із сегментованих речень, заголовок – ізольоване підрядне речення [3].

Отже, заголовку як компоненту медіатексту відводиться важлива роль в англomовній пресі. Його основна мета – залучити читача і окреслити тему статті. Заголовок має містити лаконічне повідомлення щодо матеріалу статті. Щоб зробити заголовок вдалим необхідно зважати на його структурні, семантичні та граматичні особливості.

Література

1. Бартыханова, Р. С. Заголовок как объект лингвистического исследования. – [Електронний ресурс]. – URL: http://www.rusnauka.com/28_NII_2012/Philologia/1_117490.doc.htm
2. Верещинская Ю.В. Газетный заголовок в аспекте медиалингвистики (на материале испанской прессы) // Коммуникация, дискурс, профессиональное общение: лингвокультурологический аспект // Вестник МГЛУ. 2009. №. 561. С. 126-136.
3. Коваленко А. М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): Дис. к. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний лінгвістичний ун-т. – К., 2002. 187 с.
4. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 180 с.
5. Святчик К. В. Структура та функції заголовків англomовних текстів (на матеріалі англійської преси) / К. В. Святчик // Соціально-гуманітарні та психолого-педагогічні науки: зб. наук. пр. викл. гуманіт. ін-ту, підготов. за результатами н.-д. роботи 2004 р. – Хмельницький: ХНУ, 2004. С. 93-94.
6. Шостак, М. И. Журналист и его произведение: практическое пособие. – М.: ТОО «Гендальф», 1998. 96 с.
7. Reah D. The Language of Newspapers. London, New York: Routledge, 2004. 121 p.

8. Swan M. Practical English Usage. Oxford: Oxford University Press, 2005. 688 p.

ПСИХОЛІНГВІСТИКА: ПИТАННЯ СПРИЙНЯТТЯ Й РОЗУМІННЯ МОВЛЕННЯ

Івашина Наталія

студентка 2 курсу бакалавра, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Психолінгвістика — це наука про мовленнєву діяльність людей у психологічних та лінгвістичних аспектах, зокрема експериментальне дослідження психічної діяльності суб'єкта в засвоєнні та використанні мови як організованої та автономної системи. Адже значення будь-якого знака полягає, насамперед, у активізації когнітивних процесів індивіда [1].

Насправді сприйняття мовлення є психічним процесом дослідження інформації, що передається у свідомість наявними знаками для подальшої обробки й розуміння. Проблема розуміння мовлення неодмінно потребує, по-перше, з'ясування природи сприйняття мовлення з погляду на його суб'єкт, по-друге, урахування специфіки сприйняття звукового й письмового мовлення; по-третє, поділу вузького й широкого значення терміну.

Процес сприйняття мовлення, безумовно, залежить від ситуації. Суб'єкт сприйняття є учасником комунікативного акту, так само і в мотивації та цілеспрямованості пізнання мовлення, в активізації пам'яті, сенсорних механізмів. О. Лурія обмежував діяльність суб'єкта сприйняття мовлення трьома функціями: сприйняттям матеріальних носіїв, дешифруванням їхніх мовних кодів, розумінням змісту висловлення [2].

У науковій літературі існують різні теорії щодо сприйняття мовлення як слухом так і зором. Поміж ідей, які вивчають механізми мовлення слухом виокремлюють: акустичні, моторні та сенсорні. Акустична теорія розглядає логічне сприйняття потоку мовлення з наступним залученням складників до більш високого рангу, наприклад звуки до складів, склади до слів. У перцептивній фонетиці найбільш поширеною є моторна теорія розроблена Хаскінською лабораторією, яка ґрунтується на положеннях про механізми слухової системи опрацювання мовних і немовних сигналів; про формулювання слухачем на основі акустичних ознак артикуляційних жестів, втілення яких здійснює виникнення сигналу з такими акустичними ознаками, а жести мають безпосередній зв'язок із фонологічними ознаками і є основними засобами досягнення рівнозначних акустико-слухових ефектів. Отже, згідно з моторною теорією розуміння мовлення характеризується пізнанням, насамперед, артикуляційних механізмів.

Розуміння мовлення є когнітивною дією засвоєння інформативного повідомлення чи тексту, базуючись на семантичному змісті висловлювань, залучення імпліцитного плану тексту через мислинневу обробку, функцій пам'яті, тобто власного обсягу знань норм комунікації, властивих певній культурі. Усвідомлення мовлення відбувається у взаємодії вербалізованого і того, що не підлягає вербалізації, це не просто відтворення думок адресанта та змісту його повідомлення, це перш за все творчий процес перевірки сприйнятого з інформацією, яка зберігається у пам'яті адресата з урахуванням категоризації, а також обробки й переробки інформації, які здійснюють формування відмінного від відтвореного мовцем змісту, хоч і в межах заданого сенсу.

У науковій літературі термін «аудіювання» з'явився відносно недавно. Аудіювання розвиває рецептивну діяльність, тобто сприйняття та розуміння мовлення, синтез та аналіз засобів мови. Щоб успішно оволодіти іноземною мовою шляхом аудіювання, потрібно перш за все правильно організувати

цей процес. Хоча проблеми аудіювання були висвітлені в безлічі наукових робіт, та психологічні чинники, які виникають в ході цього процесу, вивчені недостатньо. Завдяки розвитку мовленнєвої діяльності, комунікативній ролі – аудіювання формує нові навички та уміння, стимулює навчальний процес у студентів та учнів. Цей вид мовленнєвої діяльності є необхідним у вивченні, але потрібно враховувати специфіку цього процесу.

Отже, дослідження сприйняття та розуміння мови, планування та реалізація мови в звуках або графічних знаках, засвоєння та оволодіння мовою входить у коло пріоритетних завдань психолінгвістики.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. - К.: Академія, 2004. 342 с.
2. Красиков Ю.В. Алгоритмы порождения речи. - Орджиникидзе: Изд-во "ИР", 1990. 240 с.

ДО ПИТАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Ізубенко Дар'я

студентка 3 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., ст.викл. Скобнікова О. В.

Сучасне суспільство не могло б існувати без реклами — динамічної сфери людського життя, що стрімко розвивається. Наразі реклама має місце майже в усіх сферах людського життя і поширюється через різноманітні засоби масової інформації: радіо, телебачення, газети, журнали, а особливо через мережу інтернет.

На сьогодні існує безліч визначень поняття «реклама». Філіп Котлер зазначав, що «реклама – неособисті форми комунікації, здійснювані за

посередництвом платних засобів поширення інформації, з чітко вказаним джерелом фінансування» [3, с. 251].

Дослідження рекламного дискурсу вимагає уточнення понять «текст» і «дискурс». Наведемо дефініцію кожного із них та визначимо їхній взаємозв'язок.

У широкому розумінні термін «текст» мовознавці (М. Бахтін, Ю. Лотман, Л. Майданова, Н. Білозерова та ін.) визначають як «деяке комунікативне утворення, наділене змістом і формою, тобто спектакль, концерт, кінофільм, витвір живопису, а не тільки літературний твір, художній або науковий» [4, с.20].

Т. ван Дейк запропонував визначення поняття «дискурс» у широкому і вузькому сенсі. Дискурс у широкому сенсі є комунікативна подія, що відбувається між мовцем і слухачем у певному часовому, просторовому та іншому контексті. Такий комунікативний акт може бути усним, письмовим, може мати вербальні і невербальні складові. Розуміння дискурсу у вузькому сенсі пов'язане з виділенням тільки вербальної складової комунікативної дії, про яку говорять як про «текст» або «конверсацію». Тобто дискурс у найзагальнішому розумінні - це письмовий чи усний вербальний продукт комунікативної дії. В свої чергу, текст – це дискурс, проте у вузькому значенні [2].

Дискурс реклами визначають як особливий різновид імперативного дискурсу, що займає проміжне положення між аргументативним і пропагандистським дискурсами [5, с. 8].

О.О. Терпугова [5, с. 9] відзначає деяку особливість рекламного дискурсу — його комплексний характер. Ця важлива властивість рекламного дискурсу зумовлюється особливостями рекламного тексту, що має полікодовий характер (тобто найчастіше включає в себе, крім вербальних, також візуальні і / або аудіальні знаки).

Отже, поняття тексту та дискурсу у рекламі вчені традиційно розмежовують, хоча вони мають багато спільного. На думку М.К. Бісімалієвої, автори надають перевагу тому чи іншому терміну, залежно від національної приналежності або індивідуально-авторських переконань. Тому у французькій та англійській мовах частіше використовується термін «дискурс», у той час як у німецькій — термін «текст». [1, с.82].

Ми погоджуємось з думкою Т. Ван Дейка та в нашій роботі ми послуговуємось терміном «рекламний дискурс», оскільки він має більш комплексний характер.

Література

1. Бісімалієва М.К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филол. науки. 1999. № 2. С. 78-85.
2. Дейк Т.А., ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга /Пер. с англ. Москва: Прогресс, 1993. 735 с.
4. Майданова Л.М. Практическая стилистика жанров СМИ: Заметка, интервью, статья : учеб. пособие. Екатеринбург, 1996. 52 с.
5. Терпугова Е.А. Рекламный текст как особый тип императивного дискурса : автореф. дис.....к. филол. наук. Кемерово, 2000. 19 с.

ФЕНОМЕН БІЛІНГВІЗМУ

Ізубенко Дар'я

студентка 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Багатоаспектний характер білінгвізму як складного лінгвосоціального явища зумовлює потребу його комплексного аналізу. Білінгвізм – це явище,

що перебуває на межі різних дисциплін, таких як лінгвістика, прикладна лінгвістика, когнітивна психологія, педагогіка, психолінгвістика, соціолінгвістика, семіотика, філософія, культурологія та ін.). Зовсім нещодавно почали розвиватися такі міждисциплінарні дослідження білінгвізму, як лінгвокогнітивний, лінгвопрагматичний, філософський, лінгвокультурологічний та лінгводидактичний.

Науковці у своїх працях визначають білінгвізм як “вміння використовувати більш ніж одну мову” [1], “практика поперемінного використання двох мов” [4], “вміння творчо будувати мовлення, що належить вторинній мовній системі” [5].

К. Юмото наголошує, що концепт білінгвізму об’єднує багатовимірні аспекти і рівні користування двома мовами. По-перше, білінгвізм розглядається одночасно на двох рівнях – індивідуальному (individual) і колективному (societal). З метою розмежування цих двох понять К. Юмото уводить поняття «індивідуальний білінгвізм», називаючи це явище «білінгвальність» (bilinguality), та «колективний білінгвізм», називаючи це явище «білінгвізм» (bilingualism). По-друге, визначення білінгвізму варіюються від досконалого володіння двома мовами до мінімального володіння другою мовою [2, с. 137].

На соціальному рівні білінгвізм розглядають як явище, за якого у межах однієї держави використовуються дві мови, які є офіційними у цій країні. Приклади державного білінгвізму можна знайти у Бельгії, де офіційними мовами є французька та фламандська, у Канаді з офіційними мовами англійською та французькою. Не варто плутати державний та регіональний білінгвізм, адже у випадку з другим, дві мови функціонують у межах одного регіону. На сході України, наприклад, поширена українсько-російська двомовність.

В залежності від ступеня володіння білінгвом другою мовою, Т. Бертагаєв дає такі різновиди класифікації білінгвізму: 1) нормований;

2) однобічний нормований; 3) ненормований. Згідно слів автора, нормований білінгвізм, це такий білінгвізм, який характеризується дотриманням норм (граматичних, лексико-семантичних, фонетичних) обох мов. До однобічного нормованого білінгвізму належить такий, за якого мовець дотримується норми лише однієї з двох мов, здебільшого рідної. Ненормований білінгвізм – це користування другою мовою з порушенням її норми частково або повністю [3, с. 84].

Отже, науковці й досі сперечаються щодо дефініцій феномену білінгвізму та суміжних питань, і це не дивно, адже це досить поширене та актуальне явище у сучасному світі. Інтерпретації цього поняття варіюються від повністю збалансованого білінгвізму до лише вміння використання двох мов.

Література

1. Mackey, W.F. The decision of bilingualism / W.F. Mackey // *Canadian Journal of Linguistics*. – 1962. – № 7. – pp. 51-85.
2. Yumoto K. A. Study of Cognitive Level of Bilingual Proficiency: What Makes Balanced Bilinguals? / K. A. Yumoto // *The Journal of Asia TEFL*. – 2004. – Vol. 1. – No.2. – pp. 135–160
3. Бертагаев Т.А. Билингвизм и его разновидности в системе употребления / Т.А. Бертагаев // *Проблемы двуязычия и многоязычия*. – М.: Наука, 1972. – С. 82 – 88.
4. Вайнрайх У. Языковые контакты [Текст] : состояние и проблемы исследования / У. Вайнрайх ; пер. Ю. А. Жлуктенко ; предисл. В.Н. Ярцева / Благовещенск : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 264 с.
5. Верещагин Е.М Психологическая и методическая характеристика двуязычия (билингвизма) [Текст] / Е.М. Верещагин – М. : Изд-во МГУ, 1973. – 160 с.

ГЕНДЕРНА АСИМЕТРІЯ В МОВАХ ТА СПОСОБИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

Кириленко Тетяна

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: д. пед. н., проф. Корнєва З. М.

Гендерна асиметрія в мові або андроцентризм мови – нерівномірна представленість в мові осіб різної статі, яку характеризується такими ознаками: 1) поняття чоловік та людина ототожені (man в англійській, der Mann в німецькій); 2) іменники чоловічого роду, як правило, можуть вживатися на позначення особи будь-якої статі. Так, в українській мові, коли кажемо «лікар», можемо звертатися як до чоловіка, так і до жінки; 3) узгодження таких іменників відбувається на граматичним родом, а не статтю особи про яку йдеться. Наприклад, часто вживаємо «лікар виписав рецепт», коли мова йдеться про жінку [1].

Загалом виділяють 3 типи гендерно-асиметричних мов: безгендерна мова, природно гендерна мови та граматично гендерна мова [2]. У безгендерних мовах ані особові іменники, ні займенники не позначають стать, а гендер виражається лише лексично за допомогою слів «male/female [student]». Прикладом безгендерних мов є фінська та турецька мови. До природно гендерних мов належать такі германські мови, як англійська та шведська, і ключова відмінність цих мов полягає в тому, що іменники в них загалом нейтральні (student, neighbor). До граматично гендерних мов належать, наприклад, українська, німецька та французька мови. У цих мовах кожен іменник має граматичний рід, а особові займенники повинні відповідати граматичному роду іменника (**ця** розумна студентка, **цей** розумний студент).

Численні дослідження доводять, що гендерна асиметрія в мові впливає на виникнення гендерних стереотипів у суспільстві та навіть

корелює з економічним розвитком країни. Так, у країнах з граматично гендерними мовами гендерна рівність проявляється не так яскраво, як в країнах з безгендерними чи природньо гендерними мовами. Відповідно до Індексу глобального гендерного розриву Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum's Global Gender Gap Index), зі 134 країн, включених у цей список, 54,5% країн розмовляють граматично гендерними мовами, 9% природньо гендерними мовами та 19,4% безгендерними мовами. Мови всіх інших країн з дослідження володіють ознаками всіх трьох типів гендерних мов [3].

Оскільки гендерна асиметрія має зв'язок з економічним станом країни та впливає на рівність жінок та чоловіків в суспільстві, в наукових колах виникають пропозиції щодо уникнення гендерної асиметрії. Зокрема рекомендується використовувати нейтралізацію (policeman (гендерно-марковане слово) – police officer (гендерно-нейтрально) для природньо гендерних мов та фемінізацію (директор – директорка) та/або нейтралізацію для граматично гендерних мов.

Таким чином, гендерна асиметрія більш помітна в граматичних гендерних мовах, ніж у природних гендерних або безгендерних, та може зумовлювати дискримінаційне ставлення до чоловіків та жінок в суспільстві. Тому серед завдань, які стоять перед дослідниками гендеру в мові, постає необхідність вироблення способів уникнення гендерної асиметрії.

Література

1. Шевченко З. В. 1. Словник гендерних термінів / З. В. Шевченко. – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю., 2016. – 336 с.
2. Hellinger M. Gender across languages: The linguistic representation of women and men / M. Hellinger, H. Bußmann // Gender across languages: The linguistic representation of women and men / M. Hellinger, H. Bußmann. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2002. – P. 1–25.

3. Wasserman B. ¿Qué? Quoi? Do Languages with Grammatical Gender Promote Sexist Attitudes? / B. Wasserman, A. Weseley. // Sex Roles. – 2009. – №61. – P. 634–643.

DETERMINERS, FUNCTIONS AND CLASSIFICATION

Ключка Анатолій

студент 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Ковальська Н. В.

The thesis is devoted to determiners as cohesive elements that are important markers of meaning and their usage leads to efficient production and interpretation of text. The aim of this work is to explore the nature and specific features of determiners, and types of their classification. The research offers the idea that definitions of determiners need to be tightened. It has to be stressed that determiners consist of different categories of words that are associated with nouns to form noun phrases [3]. A determiner is a word which is placed before a noun and which introduces it. If there is any adjective to specify a noun, a determiner comes before it. A determiner is obligatory when introducing singular nouns but it is optional before plural forms. Determiners help us understand what the noun refers to; they indicate whether the speaker is referring to a specific thing or to something of a particular kind [1].

As we have indicated, functions must be studied carefully in order to elucidate the nature of a determiner. To define or demonstrate a person or an object is the most frequently occurring function of determiners. For example, determiners make it clear whether the mentioned noun refers to something specific or unspecific. Another function is to indicate the differences between nouns. They are also used to indicate quantity, possession, and to introduce questions [4].

One may face the following types of determiners [2]: definite article, indefinite articles, demonstratives, pronouns and possessive determiners, quantifiers, numbers, distributives (*all, both, half, etc.*), difference words (*other, another*), and predeterminers. Relatively to the positioning there are three types of determiners [3]: central determiners, predeterminers, postdeterminers. It should also be pointed out that the category of central determiners covers indefinite, definite, and zero article, demonstratives and possessives, *wh*-determiners (*whatever, whichever, etc.*), negative determiners (*no, neither*), and determiners like *some, each, every, etc.* Such determiners come before nouns they specify. *That brand new car standing over there is mine. The cat is purring but scratching my skin.*

Predeterminers are associated with central determiners which placed after first ones. Predeterminers include such words as *both, all, once, etc.* *Both my guitars are reasonably expensive but they sound perfectly well.*

The group of postdeterminers covers words to describe quantity or order: *first, few, many, etc.* They always come after other determiners. *The first two letters are to send back.*

The research has shown that determiners are quite difficult to classify due to their features. Traditionally, they are classified alongside with adjectives or pronouns. It is worth pointing out that now linguists tend to qualify determiners as a separate word class. It is clear that their role in a sentence cannot be neglected. The right determiners help the students eliminate errors and find the perfect ways to make appropriate utterance. The more experienced the students as listeners, speakers, readers and interpreters, the more they use different kinds of determiners to maintain an effective communication.

References

1. Блох М. Я. Теоретическая грамматика английского языка / М. Я. Блох. – Москва: Высшая школа, 1983. – 383 с.

2. Determiners [Електронний ресурс] // Resources for learning English – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ef.com/wwen/english-resources/english-grammar/determiners/>.
3. Trappe T. Intelligent Business Coursebook / T. Trappe, G. Tullis. – Harlow, 2013. – 176 с. – (Pearson ELT). – (The Economist).
4. What Is a Determiner? [Електронний ресурс] // yourdictionary – Режим доступу до ресурсу: <https://grammar.yourdictionary.com/parts-of-speech/nouns/what/what-is-a-determiner.html>.

ВПЛИВ ПОЛІТИКИ ВИДАННЯ НА ВИБІР СТИЛЮ ГАЗЕТНОГО ЗАГОЛОВКА

Ковтун Юлія

студентка 3 курсу, група ЛА-71, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. наук, ст. викл. Алексенко В. Ф.

Сучасний стан друкованих періодичних видань в Україні залишає бажати кращого. Все більше груп населення відмовляються від придбання паперової газети та переходять на інформаційні сайти новин. Закородоном, друковані періодичні видання такі як The new York Times, The Observer, The Wall Street Journal, The Guardian, та інші залишаються популярними. Англomовні газети не здали своїх позицій, хоча тепер і отримують частину прибутків від онлайн користувачів. Така стабільність та конкурентоспроможність на рівні із онлайн-виданнями можлива завдяки пристосуванню до сучасних реалій та бажань читачів.

Газетна стаття складається з основного тексту та «шапки», тобто заголовка та короткого вступного абзацу, який ширше розкриває назву, проте ще не переходить до основного викладу тексту [1, с. 98]. Заголовки — це обрамлення газетних статей.

Розвиток цифрової журналістики змінив тенденції створення та вимоги до заголовків газетних статей. На додаток до традиційних заголовків, що містять відповіді на питання «Що? Де? Коли?», сучасні назви статей прищеплюють цікавість, шокують, пропагандують або змушують робити поспішні висновки. Нетрадиційні заголовки, які намагаються залучити відвідувачів на сторінку, професіонали галузі називають "клікбейтами" (з англ. *clickbait* – приманка, на яку хочеться натиснути). Клікбейти не завжди є очевидними та гіперболізованими, оскільки вони можуть залучити аудиторію простим апелюванням до її потреб [2, с. 187].

Актуальним є дослідження змісту та ефекту різних типів заголовків. Газета *The New York Times* зосереджує свої заголовки навколо людей та їх переживань, в той час як *The Wall Street Journal* розповідає про ті ж самі події зміщуючи фокус на факти та явища. Заголовки можуть окреслювати одну реальність, але мати різний тон та результат. Можна навести наступні приклади:

Covid Catches Andrew Cuomo [3] — *Cuomo Faces Revolt as Legislators Move to Strip Him of Pandemic Powers* [1]

Facebook Blocks News in Australia, Diverging With Google on Proposed Law [3] — *Facebook Surprises Australians With News Blackout* [1]

Desperate for Light and Warmth, Texans See No End for Winter Storm [3] — *In Frigid Texas, Desperate Families Take Risks to Stay Warm* [1]

З точки зору когнітивної лінгвістики, зміна наголосу з одного мовного елементу на інший необхідна для підтримання корпоративної політики газети. До того ж, це часто зумовлене необхідністю вплинути на читача та справити певне враження. Сучасні тенденції боротьби за увагу та збільшення ваги кожного переходу за посиланням незворотно змінили публіцистичні традиції. Заголовки газет сьогодні є інструментом впливу, тому досвідчений читач повинен отримувати інформацію із кількох джерел та вміти мислити критично.

Література

1. Home. Top section [Електронний ресурс] // The Wall Street Journal. 2021. Режим доступу: https://www.wsj.com/?mod=nav_top_section.
2. Jaakkola H. Information Modelling and Knowledge Bases XXX / H. Jaakkola, T. Endrjukaite, A. Dudko., 2019. 566 p. (Frontiers in Artificial Intelligence and Applications; v. 312).
3. Today's Paper [Електронний ресурс] // The New York Times. 2021. https://www.nytimes.com/section/todayspaper?redirect_uri=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2F.

АНГЛІЙСЬКІ ТОПОНІМИ ТА ЇХ РОЛЬ У СЛОВНИКОВОМУ СКЛАДІ МОВИ

Коломієць Валерія

*студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики КПІ ім. Ігоря
Сікорського*

Науковий керівник: ст. викл. Василенко Л.О.

Топоніми - це географічні назви будь-яких, від великих до невеликих, природних або штучно створених людиною об'єктів на сухопутній або водній території Землі, що формують історично, соціально і культурно-обумовлені географічні назви. Наукою ж, що займається вивченням географічних назв, їх походження, написання та вимови, з'ясуванням їх смислового значення, розвитку, сучасного стану, а також природних і соціальних умов минулого, за яких виникли ці назви є топоніміка [2, с. 116]. Класифікацію топонімів серед українських лінгвістів наводить Ю.О. Карпенко [1, с. 23], який розглядає чотири класи топонімів: 1) топоніми, що походять від загальних географічних назв чи ознак відповідних об'єктів; 2) топоніми, що сформувались від антропонімів та етнічних назв; 3) топоніми, що утворені від назв предметів і явищ; 4) топоніми невідомого походження.

Очевидно, що іноді важко визначити склад географічної назви, оскільки топоніми можуть бути різного походження. Деякі компоненти англійських найменувань є колишніми географічними термінами, які входять до складу власної назви. Виділення форманта без знання його основи не завжди можливе і вимагає обережності. Мовна приналежність основи топоніма і його формантного оформлення далеко не завжди збігається. Форманти в топонімії – один з джерел хронологічної прив'язки і етимологічного аналізу. Ареали формантів, що належать до тієї чи іншої мови, дозволяють говорити про поширення різних етнічних груп в минулому.

У топонімії Великобританії всі групи найменувань об'єднані загальною ознакою – семантикою кінцевого компонента. При цьому використовуються як терміни, які відносяться до давньоанглійської мови і не завжди співвідносяться з сучасною мовою, так і терміни, пов'язані з загально-англійською лексикою. Беручи до уваги етимологічні дані робіт А. Сміта, проведемо синхронічну класифікацію топонімів на матеріалі сучасного англійського лексичного складу і виділимо лексико-семантичні групи з урахуванням географічних та лінгвістичних характеристик онімів [4, с. 89].

1. Гідрографічні компоненти: *Aldee, Ray*;
2. Компоненти ландшафту: *Binsey, Chimney, Cholsey, Hinksey, Chazey Heath, Hethe*;
3. Елементи рельєфу: *Long Hanborough, Warborough, Chippinghurst, Cleeve, Kingstone Winslow*;
4. Компоненти, що позначають окремі ділянки землі: *Bullingdon, Checkendon, Middle Assendon, Wheatfield, Elsfeld, Maidensgrove*; 5. Елементи, які стосуються дороги: *Horspath, Hanwell, Ridgeway, Salt Way*;
6. Компоненти, що позначають типи поселень: *Adderbury, Spelsbury, Wendlebury, Bicester*;

7. Елементи, що відображають господарську та промислову діяльність людини (назви корисних копалин, будівництва): *Bould, Curbridge* [3, с. 75].

Отже, аналіз топонімів, які використовуються в сучасній англійській мові, показує, що серед англословних топонімів переважають складені топоніми (дві та більше основи). У англословній топонімії переважають географічні назви давньоанглійського походження, зокрема найменування природних об'єктів. У зв'язку з старовиною деяких назв в наш час важко встановити зв'язок між географічним найменуванням і його основою, так як на рівні сучасної мови багато компонентів топонімів рідко співвідносяться з іменами загальними. Різноманітна семантика англословних топонімів відображає те, що було характерно для древніх жителів: тип господарства, певна характеристика рельєфу місцевості, ландшафту, особливості тваринного і рослинного світу, різні історико-культурні реалії, сліди військових завоювань.

Література

1. Карпенко Ю. О. Топонімія Буковини. Київ : Наук. думка, 1973. 238 с.
2. Лучик В. Топоніміка. Енциклопедія історії України: у 10 т. Київ: Наукова думка, 2013. Т. 10. 124 с.
3. Cameron K. English Place-names. London : Book Club Associates, 1977. 258 p.
4. Smith A. H. English Place-Names Elements. V. I – II, Cambridge, University Press, 1956. 417 p.

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОСИСТЕМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Корженевська Катерина

студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Гаман І. А.

Науково-технічний прогрес кінця ХХ століття спричинив бурхливий розвиток німецькомовної комп'ютерної лексики і виникнення фахової мови, «оснащеної» комп'ютерними термінами на позначення численних новітніх явищ, пов'язаних, зокрема, з використанням інтернету.

Згідно з визначенням в короткому тлумачному словнику «термін – це спеціальне слово чи словосполучення, що прийняте в певній професійній сфері і застосовується в особливих умовах. Термін представляє собою словесне означення поняття, яке входить в систему понять певної області професійних знань» [2, 11]. Термін зберігає в собі спеціальну інформацію та дає відповідну інформацію, належну до певної терміносистеми.

Через паралельне існування загальнонаціональної мови та фахової мови, які водночас невинно наповнюють одна одну та доповнюють значення слова та терміна залежно від ситуації, терміни можна класифікувати таким чином:

1. Спеціальні терміни, які функціонують виключно в комп'ютерній галузі, тобто семантика терміна повністю співпадає з семантикою загальноживаного слова, оскільки використовується на позначення одного конкретного явища, наприклад, «*системний адміністратор*» – «*der Systemadministrator*»;

2. Терміни з двома або більше значеннями у комп'ютерній галузі. Таку особливість називають внутрішньосистемним семантичним явищем. Наприклад, «*der Server*»: перше значення – «*пристрій*», друге – «*комп'ютерна програма*».

3. Технічні терміни, характерні не лише для комп'ютерної галузі, а також для всіх науково-технічних галузей. Такі терміни мають відповідно декілька значень залежно від галузі їхнього функціонування. Такий різновид термінів створює семантичні явища міжсистемного характеру. Наприклад, «*der Algorithmus*», який може використовуватися також в інших

процесах, пов'язаних з такими науками як математика, фізика, які є основою знань для створення та функціонування комп'ютерних процесів.

4. Терміни, які утворюються через те, що слова національної мови починають набувати значення, характерні саме для комп'ютерної галузі, тобто одне із значень слова стає значенням терміна. Термін «*die Datei*» позначає документ з певною інформацією та походить від первинного значення слова (дос'є, папка).

Однак слід зазначити, що переважна частина комп'ютерної лексики з часом набуває широкого застосування, проникаючи в загальноживану мову, оскільки процеси комп'ютеризації знаходять своє втілення не лише у спільнотах, пов'язаних із комп'ютерною спеціалізацією, а й нині стосуються майже кожного користувача інтернет-простору.

Література

1. Балюта Е. Г. Лінгвістична характеристика комп'ютерної терміносистеми англійської мови. *Вісник Запорізького державного університету*. Запоріжжя, 2001. Вип. 3. С. 24-28.
2. Гринчишин Д. Г. Короткий тлумачний словник української мови. Київ: Радянська школа, 1999. 320 с.
3. Кияк Т. Р. Фахові мови та проблеми термінознавства. *Нова філологія*. Збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗНУ, 2007. Вип. 27. С. 203-208.
4. Кияк Т. Р. Функції та переклад термінів у фахових текстах. *Вісник Національного ун-ту «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми української термінології». 2008. Вип. 620. С. 3-5.

ОСОБЛИВОСТІ СЛОВОТВОРУ ТЕРМІНІВ

ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ

Котільва Поліна

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

Наукові поняття визначаються спеціальними словами – термінами, які складають основу наукової мови. Сьогодні поняття термін визначають як лінгвістичну одиницю певної сфери застосування, що представлена словом або словосполученням, яке чітко називає наукове поняття та володіє такими ознаками: точність, однозначність, відсутність емоційного забарвлення та наявність дефініції [4].

Однією з основних галузей сучасного виробництва матеріальної сфери є машинобудування, важливість цієї галузі постійно зростає під впливом науково-технічного прогресу. Характерною рисою літератури машинобудування є широке використання термінологічної лексики, яка відображає специфіку понять в певній сфері діяльності [2].

Дослідженню термінології машинобудування присвячено роботи таких українських та іноземних вчених: В.О. Іванов, І.В. Павленко, Т.М. Косова, О.Г. Корбут, В.Я. Корженко, Є.В. Купріянов, О.А. Литвинко, Є.І. Гороть, К. Ramalingam, G. Nayler, D. Jonson; висвітленню особливостей термінотворення присвятили свої наукові роботи Г. О. Винокур, О.А. Литвинко, Л.В. Харчук, В.С. Марченко, В.Я. Корженко.

Незважаючи на наявність значного наукового доробку з питання дослідження термінологічної системи галузі машинобудування, питання дослідження особливостей словотвору термінів означеної галузі потребує подальшого вивчення. У зв'язку з неупинним розвитком машинобудування та збільшенню уваги до цієї сфери діяльності, існує потреба узагальнення словотвірних особливостей термінології машинобудування на сучасному рівні її розвитку. Розуміння словотвірних процесів допомагає виявити певні закономірності утворення нових термінологічних одиниць, що допоможе застосовувати способи словотвору на практиці та сприяти подальшому

поповненню термінології галузі машинобудування. Цим й зумовлюється актуальність нашого дослідження.

Словотвір є одним з компонентів мови як загальної системи, а також одним з найважливіших джерел збагачення лексичного запасу мови. Подібно до слів загальноновживаної лексики, терміни в своїй більшості утворюються на базі засобів загальної мови. Проте, на базі вже присутніх в мові способів і моделей словотвору, мова технічного спрямування створює власну словотворчу підсистему, пристосувавши її до основних вимог і функцій термінологічної лексики і мови науки в цілому [5]. Розглядаючи деривацію термінів галузі машинобудування, науковці звертають увагу на її певні специфічні особливості. Як зазначає українська вчена Л. О. Симоненко особливості словотвору терміноодиниць також «пов'язані зі самою специфікою терміна як лексичної одиниці обмеженої сфери вживання» [6, с. 92].

Серед ключових способів творення термінів галузі машинобудування виділяють морфологічний, синтаксичний і семантичний, а також запозичення з інших мов і галузевих терміносистем [1]. На відміну від лексичних одиниць загальноновживаної мови, серед термінотворення галузі машинобудування набуває продуктивності спосіб творення слів шляхом семантичного перетворення [3]. Семантичний спосіб створення нових термінологічних одиниць полягає в появі семантично похідних значень слова, семантичних конотацій, додаткових значень, тобто процес розширення семантичного обсягу слова, що призводить до виникнення семантичного синкретизму, результатом якого є поява так званої полісемії [8]. Для мови науки та техніки семантичний спосіб словотвору набуває особливого значення, адже він відбувається завдяки застосуванню вже існуючих слів без тривалої еволюції значення, зазвичай шляхом уточнення або зміни значення слова [7, 75]. Зазвичай для цього використовувалися багатозначні слова, які були використані в одному зі значень (*cake* –

спечений матеріал; *shell* – кожух, корпус; *dumb* – заглушка; *body* – корпус; *blade* – лопать; *collar* – хомут, буртик).

До способів словотвору, характерних для термінів галузі машинобудування, також належить синтаксичний спосіб. Завдяки складній внутрішній співвідносності серед понять науки і техніки, синтаксичний спосіб набуває особливої продуктивності [3]. Синтаксичний спосіб полягає у творенні термінологічних словосполучень для конкретизації того чи іншого наукового поняття (*stepped shaft* – вал ступінчастий, *output shaft* – вал вихідний, *single-diameter part* – вал гладкий, *crankshaft* – вал колінчастий). Найпродуктивнішим синтаксичним способом термінотворення є використання термінів-словосполучень [1]. Зокрема, для англійської термінології галузі машинобудування характерним є розширення функціонування різних прийменникових структур у складі словосполучень (*on-line debugging* – відлагодження в онлайн-режимі, *in-house equipment* – власне обладнання, *on-site* – місцевий, власний).

Отже, нами було досліджено особливості словотвору термінів галузі машинобудування, зокрема семантичний та синтаксичний способи словотвору термінологічної лексики. Застосування кожного з способів є неоднаковим за ступенем продуктивності, проте кожен із способів сприяє розвитку терміносистеми галузі машинобудування.

Література

1. Іванов В. О., І. В. Павленко, Т. М. Косова. Професійна технічна термінологія у галузі машинобудування : навчальний посібник / за ред. В. О. Іванова. Х.: НТМТ, 2015. 348 с.
2. Ключник О., Грицик Г. Труднощі науково-технічного перекладу: стаття з наукової конференції. К. 2013. С 1-7. URL: <http://conferences.neasmo.org.ua/>
3. Литвиненко Г. И. Способы словообразования как фактор системности в терминологии (на материале терминов химического машиностроения) /

- Г. И. Литвиненко, А. Н. Дядечко // Вісник СумДУ. 2007. Серія «Філологія». №1. Т.1. С. 142-150.
4. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методики. М. АН СССР, 1961. 160 с.
5. Романчук О. Словотвірні характеристики термінів гандболу в англійській мові / Ольга Романчук, Ольга Матвіяс, Надія Юрко // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології» – 2010. № 675. С. 175-177.
6. Симоненко Л. О. Формування української біологічної термінології / Л. О. Симоненко. – К.: Наукова думка, 1991. 149 с.
7. Терпигорев А.М. Об упорядочении технической терминологии // В.Я. 1953. №1. С. 71-77.
8. Трубачев О. Н. Приемы семантической реконструкции / О. Н. Трубачев // Сравнительно-историческое изучение языков разных семей. Теория лингвистической реконструкции. М., 1988. С. 197–222.

**ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ЗАСОБИ
ВИРАЖЕННЯ НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ (НА МАТЕРІАЛІ
АНГЛІЙСЬКОГО ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ)**

Кравчук Юрій

студент 1 курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: док. філол. н., доц., проф. Тараненко Л.І.

Оцінку можна розглядати як невід'ємний компонент, який надає оцінно-емотивне визначення певного об'єкта за допомогою мовних засобів. Для оцінювання об'єкту чи його певних якостей, враховуючи різні ступені експресивності та категоричності, суб'єкт, відповідно до його власних уявлень щодо понять добра та зла, приймає відповідне рішення.

У процесі того як здійснюється мовленнєвий акт, мовець прирівнює адресата чи його окремі характерні властивості до їх втілення у своїй свідомості, яке для нього виступає нормою або навіть ідеалом. Таким чином, виходячи з їх розбіжності або схожості до ідеалу, мовець дає свою оцінку.

Для англійської мови притаманні характерні особливості втілення семантики оцінювання у мовленні та комунікації. Крім того, реалізація негативного оцінювання здійснюється на різних рівнях мовної системи. Загалом виділяють такі форми репрезентації негативної оцінки: експліцитна та імпліцитна. Вибір необхідної форми залежить від способу вираження.

Завдяки лексичним засобам, які подаються різними частинами мови, можна втілити експліцитний спосіб негативного оцінювання. Це слова, для яких характерна негативна оцінна семантика, негативне значення, також вони мають чітку емоційну забарвленість. Саме іменники, прикметники, дієслова та прислівники засовують для вираження негативної оцінки. Яскравим прикладом можуть бути такі слова: *softhead, dimwit, dolt, dunce, imbecile, knucklehead, slander, rubbish, bastard, to hate, to disapprove, to dislike, to loathe, to object, to reproach, awful, ugly, wrong, foolish, stupid, silly, dumb, lying, filthy, disgusting, devil, ass, scum, swine, damn, nonsense, moron* та ін.

Для підсилення значення оцінки, суб'єкт може використовувати значну кількість засобів. Серед яких, можна виділити, прислівники: *awfully, rather, quite, utterly, badly, absolutely*; дієслівні конструкції типу “do” та дієслово, вигуки з “*How...!*”; “*What a...!*” зі словами, які виражають негативну оцінку.

З метою підсилення цієї семантики також використовують порівняльні конструкції на зразок ...*like...*; *as...as*, напр.:

"The matter is rather complicated; but I hope I've made it clear to you."

"About as clear as mud so far! Suppose you start all over again from the beginning."

Фрази та висловлювання експліцитного характеру, які містять негативну оцінку, найчастіше використовуються під час неформальної розмови. Їхнє застосування притаманне для осіб однакових за віком та соціальним статусом. Крім того, даний спосіб передачі негативнооцінної семантики дозволяє об'єкту комунікації більш точно та чіткіше зрозуміти сенс фрази та авторський задум. Оскільки необхідно враховувати той момент, що прямі висловлювання негативної оцінки можуть не відповідати нормам етикету спілкування. Це зі свого боку спричиняє труднощі під час втілення цілей учасників комунікації.

Під час імпліцитного вираження негативної оцінки не використовуються негативні лексичні індикатори. Такий спосіб оцінки прихований в значенні висловлювання. Він виражається за допомогою синтаксичних і стилістичних засобів, інтонації, запитальних та окличних речень, нерідко під час імпліцитної оцінки застосовують риторичні запитання, іронію, сарказм. Важливо зазначити, що саме на рівні контексту відбувається пояснення тих чи інших оцінних значень, напр.:

"Do you ever think of anybody but yourself?" he said.

"Oh, there you are, our brilliant mind! That idea of yours was quite quite clever and reasonable, yeah, my friend!"

Об'єкт комунікації повинен мати необхідний рівень мовної компетенції, оскільки це необхідно для розуміння цілей суб'єкта та вірного тлумачення сенсу оцінного висловлювання. Також, потрібно розуміти, що британці характеризуються своєю ввічливістю та дипломатичністю, саме тому, вони схильні до використання імпліцитного способу передачі негативнооцінних значень. За допомогою імпліцитної оцінки можна уникнути серйозних конфліктних ситуацій, невдало завершеного спілкування, крім того вона сприяє взаєморозумінню між комунікантами.

Література

1. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту. Вінниця: Нова книга, 2004. 272 с.
2. Потыкина В.Л. Дискурсивный акт негативной оценки достоверности высказывания как минимальная единица диалогического дискурса // Вісник Харківськ. держ. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. 2003. № 611. С. 141 – 143.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 711 с.

АФІКСАЛЬНИЙ СПОСІБ СЛОВОТВОРУ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ

Крись Сергій

студент 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед. н., ст. викл. Ващило О.В.

Питанню дослідження словотвору термінів галузі машинобудування присвячено роботи О.А. Литвинко (2007), О.Г. Литвин (2000), М.Н. Невревої (2014), М.К. Вороніної (2017), З.П. Корженко (2008) та інші. Так, О.А. Литвинко досліджує словотвірні характеристики багатокomпонентних термінів, М.Н. Неврева вивчає суфіксальні морфеми [3], М.К. Вороніна – афіксацію в цілому [4].

Не зважаючи на велику кількість досліджень з цього питання, проблема вивчення способів словотвору машинобудівної термінології залишається актуальною, що зумовлено відсутністю спеціальних ґрунтовних досліджень терміносистеми та її постійним розвитком через науковий прогрес.

За визначенням В.П. Даниленко, термін це «слово або словосполучення спеціальної сфери застосування, яке називає певне

поняття» [1, с.11 - 13]. Терміни створюються для забезпечення ефективної професійної комунікації між людьми однієї галузі. Знання та розуміння термінів галузі машинобудування залежить не тільки від окремих слів та словосполучень, але й від знання основних принципів словотвору та терміноутворюючих елементів.

Більша частина термінів утворюється морфологічним шляхом, основою якого є афіксація – утворення нових слів шляхом приєднання афіксальних морфем – префіксів, суфіксів – до основи або кореня слова [2].

Суфіксація – це один з продуктивних способів утворення термінології за допомогою суфіксів, які додаються праворуч від твірної основи. Серед продуктивних суфіксів англійської термінології машинобудування можна виділити наступні [3; 4]: 1) *-er*. Позначає активного виконавця дії або інструмент (*slider – повзун, toolholder – різцетримач, engineer – інженер*); 2) *-ing*. Вказує на певний процес, об'єкт або матеріал (*bearing – підшипник, boring – розточування, broaching – протягування, scraping – шабрування*); 3) *-ness*. Демонструє наявність певної властивості, стану (*brittleness – крихкість, roundness – округлість*).

Префіксація ж, на відміну від суфіксації, полягає у приєднанні терміноутворюючого елемента (префіксу) на початку твірної основи слова. Найбільш продуктивними є [4]: 1) *in-*. Має значення «не», у деяких випадках означає зміну дії дієслова, до якого він приєднаний, на зворотню (*unmanned factory – завод автоматизований, unstable equilibrium – нестійка рівновага*); 2) *dis-*. Має значення «немає», «окремо». Якщо приєднується до дієслова – надає значення зворотної дії (*dismounting – демонтаж, disproportionate – невідповідний*).

Отже, афіксація – це продуктивний спосіб утворення термінології галузі машинобудування. До продуктивних термінотворчих суфіксів належать *-er, -ing, -ness*. Щодо префіксів, продуктивними вважаються *in-* та *dis-*.

Література

1. Даниленко В. Семантическая структура специального слова и ее лексикографическое описание. Свердловск: РАО, 1991. 155 с.
2. Царьов П. В. Продуктивный іменниковий словотвір в сучасній англійській мові. Москва, 1984. 224 с.
3. Nevreva M. N. Genesis of nominal suffix morphemes in scientific communication texts (on the material of the English sublanguages of electrical engineering, chemical and process engineering, and motor industry) / M. N. Nevreva, L. E. Tsapenko. // Одеський лінгвістичний вісник. 2014. С. 332–335.
4. Воронина М. К. Структурные особенности терминов машиностроения / М. К. Воронина, А. З. Гайнутдинова. // Сборник научных статей. 2017. 138 с.

ПОНЯТТЯ ЛЕКСИЧНОЇ СИСТЕМИ

Лапчук Платон

студент 4 курсу, факультет лінгвістики

НТУУ КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Глінка Н. В.

Лексикологія вивчає повторювані закономірності семантичних відносин та будь-які формальні фонологічні, морфологічні чи контекстуальні засоби, за допомогою яких вони можуть бути надані. Головною метою лексикології є систематизація [2, с. 2].

Під терміном «система» розуміють не тільки сукупність слів, але й групу взаємодіючих сутностей, що утворюють єдине ціле, ряд елементів, що пов'язані і працюють разом з ним за відповідно визначеними правилами. Тобто воно складається з взаємозалежних, подібних елементів.

Останнім часом найуживанішим науковим методом систематизації лексики стало використання так званих множин. У класичній теорії множин

елементи називаються детермінованими, тому що хоч один з них повинен бути визначений, тоді буде зрозуміло чи належить він певній множині. Такі лексичні набори можна згрупувати в певне ієрархічне середовище [1, с. 9]. Новий розвиток теорії множин, так звані “нечіткі множини”, виявились більш актуальними у дослідженні лексикології. Їх межі не визначені чітко, вони перетинаються [4, с. 34].

Широко використовується також “польовий підхід”, запропонований В. Г Адмоні [3, с.13-14]. За ним можна визначити, що лексична система кожної епохи містить продуктивні елементи, характерні для цього періоду, застарілі та нові явища, важливі ознаки нових тенденцій для майбутніх епох.

Екстралінгвістичні відносини стосуються зв'язку слів з елементами об'єктивної реальності, які вони позначають, і їх залежності від соціального, ментального і культурного розвитку мовної спільноти.

Таким чином, словниковий запас мови - це адаптивна система, яка постійно змінюється відповідно до вимог людського спілкування і культурного середовища. Вона постійно розвивається згідно нових завдань і вимог [5, с.107].

Отже, поняття лексичної системи абстрактне, поточна лінгвістична система, як і засоби її вивчення, постійно розвиваються та доповнюються. Вона вивчає закономірності між властивостями мовних елементів, подібність та розбіжності, що існують між ними в межах мови, а також засоби впливу на них.

Література

1. Jezek E. What lexical sets tell us about conceptual categories [Електронний ресурс] / E. Jezek, P. Hanks. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://journals.openedition.org/lexis/555>.

3. Mah E. Lexicology: The Importance of Words in Society [Електронний ресурс] / E. Mah, L. Nur. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/320839664_Lexicology_The_Importance_of_Words_in_Society.
4. Бондарко А. В. Проблемы функциональной грамматики: Полевые структуры. / А. В. Бондарко, С. А. Шубик. – СПб.: Наука, 2005. – 480 с.
5. Давлетбаева Д. Н. Lectures on English Lexicology. Курс лекций по лексикологии английского языка. Учебное пособие для студентов иностранных языков. / Д. Н. Давлетбаева. – Казань, 2010. – 92 с.
6. Кравець О. П. Про походження та розвиток мови як найунікальнішого засобу людського спілкування. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог: Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 2(70), червень. С. 106-109.

ШЛЯХИ УТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Ледович Мілена

студентка IV курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Борбенчук І.М.

Серед способів творення економічної термінології можна виділити наступні: семантичний спосіб, що передбачає зміну значень слів загальнолітературної мови і термінів, запозичених з інших галузей науки і техніки; морфологічний спосіб, зокрема афіксація.

Спосіб афіксації передбачає утворення нових термінів шляхом приєднання до основ різних частин мови словотвірних афіксів – префіксів і суфіксів [2, с.14]. Різниця у їх використанні полягає в тому, що префікс

змінює тільки значення слова, а суфікс відносить новоутворення до певної частини мови.

У сучасній англійській мові афіксація є досить продуктивною, на що вказує велика кількість слів, утворених цим способом. До найбільш продуктивних префіксів відносяться *un-, in-, over-, super-, re-, inter-* тощо. У свою чергу серед суфіксів найпоширенішими є такі: *-ty, -th, -ce, -tion, -ment* тощо. Наприклад: *transference* (переказ грошових сум); *chartism* (метод аналізу ринкової кон'юнктури на базі графіків), *privacy* (забезпечення відокремленості). Приклад префіксальних економічних термінів: *discount* (дисконт, знижка), *overdraft* (кредит за поточним рахунком, овердрафт).

Варто відзначити і такий спосіб утворення термінів, як поєднання слів у стійкі словосполучення. Умовно їх можна виділити на наступні групи-моделі: «іменник + іменник», «прикметник + іменник», «прийменник + іменник», а також дієслівні та герундивні словосполучення. Наприклад: *air rocket* (раптове падіння курсу акцій певного випуску), *accrual basis* (метод нарахувань), *bed and breakfast* (короткочасна купівля-продаж акцій в податкових цілях).

Семантичний спосіб термінотворення англійських економічних термінів визначається такими видами:

- метафоризація значення загальноживаного слова, перенесення значення з однієї лексичної одиниці на іншу, основою чого є подібність. Це найпродуктивніший семантичний спосіб фінансового термінотворення;
- звуження значення загальноживаного слова. За продуктивністю посідає друге місце;
- метонімічне перенесення і розширення значення, що є найменш продуктивним способом.

Таким чином, словник англомовної економічної термінології поповнюється за рахунок наступних способів деривації: афіксація (префіксація і суфіксація), утворення стійких словосполучень, семантичний

спосіб. За ступенем продуктивності семантичного способу творення перше місце посідає метафоризація, друге — звуження значення загальноживаного слова, третє — метонімічне перенесення.

Література

1. Гриньов, С.В. Історичний систематизований словник термінів термінознавства (навчальний посібник). 2-е вид. М .: Економічна школа, 2001. 433 с.
2. Лейчик, В.М. Лінгвістичні проблеми термінології та науково-технічний переклад. М.: Наука, 1990. 77 с.
3. Нелюбин, Л.Л. Тлумачний перекладознавчий словник. 3-е изд., Перероб. М.: Флінта: Наука, 2003. 320 с.

ТЕМАТИЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ ВІДЕОПОВІДОМЛЕННЯХ САЙТУ DEUTSCHE WELLE

Лисюк Богдана

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

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

Сьогодні інновації є двигуном розвитку, появи новітніх технологій і, як наслідок, забезпечення конкурентоспроможності усіх галузей національної економіки. Спектр тематики, яка пов'язана з інноваційним розвитком, досить широкий, оскільки інноваційний процес – це не лише науково-технічні, а й технологічні та організаційні зміни, що відбуваються в процесі реалізації нововведень [2, с. 87]. Клаус Брокгофф дає таке визначення поняття «інновація»: «Інновація – це не лише багатофазний процес, а й результат цього процесу, який є нововведенням» [3, с. 38]. Інновації можуть виникати в найрізноманітніших сферах та відповідно до

цього бути класифікованими. Однак, часто інновації не можна віднести до однієї категорії, оскільки сфери взаємодіють і користуються надбаннями одна одної. Прикладом може слугувати штучний інтелект, де слід говорити не лише про сферу технологій, але й про її взаємодію зі сферою навчання.

Раніше про інновації можна було прочитати лише на сторінках різноманітних газет та журналів, таких як «Наука та Інновації», „National Geographic”, „GEO”, „Elektronik“ та ін. Однак, завдяки стрімкому розвитку сучасних технологій, дедалі частіше ці засоби інформації витісняються іншими, до яких, зокрема, належить відеоповідомлення. Це новий різновид тексту, який можна вважати унікальним за своєю сутністю, адже він поєднує візуальне та звукове мовлення, а отже є полікодовим [1, с. 124].

Інноваційний розвиток охоплює низку тем, які можна розділити на такі категорії: інновації в галузі техніки, освіти, кібербезпеки, медицини, інноваційний розвиток сфери торгівлі, інновації в аерокосмічній галузі, а також інновації в галузі мікроелектроніки, біотехнологій, генної інженерії, штучного інтелекту, атомної енергетики та ін.

Тематика інноваційного розвитку широко репрезентована в німецькомовних відеоповідомленнях сайту *Deutsche Welle*. Вищезгадані теми висвітлені на сайті зазначеної німецької міжнародної телерадіокомпанії, заголовки яких відразу викликають інтерес. Вони допомагають скласти перший загальний прогноз про зміст медіатексту, наприклад „*Telemedizin – online zum Arzt gehen*“, „*Machine Learning revolutioniert die Medizin*“. Також у досліджуваних відеоматеріалах простежується тенденція до використання заголовків у вигляді питальних речень, що не лише привертає увагу реципієнта чи орієнтує в подіях, а й формує думку особистості, що досягається за допомогою лаконічності викладу за умови інформативної насиченості: „*Turbo-Sprit gegen den Klimawandel?*“. Також інформація у заголовках представлена у вигляді еліпсів: „*Impfstoff gegen Krebs*“.

Отже, інноваційний розвиток охоплює широкий спектр тематичного наповнення, що яскраво висвітлюється у німецьких відеоповідомленнях, зокрема, у відеоповідомленнях сайту *Deutsche Welle*. Лаконічно сформульовані заголовки дають змогу зацікавитися темою та отримати певне уявлення щодо представленої теми. Домінантна в кожному конкретному заголовку функція дає простір для його інтерпретації. У німецьких відеоповідомленнях, які відображають тенденції та напрями інноваційного розвитку, переважають номінативна та інформативна функції.

Література

1. Лисюк Б. О. Медіатексти як приклади полікодових текстів / Людина як суб'єкт міжкультурної комунікації: сучасні тенденції у філології, перекладі та навчанні іноземних мов [Електронний ресурс]: матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. 12 березня 2020 р. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – с. 124.
2. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток: навч. пос. Тернопіль: Принтер Інформ, 2015. 224 с.
3. Brockhoff, K. *Forschung und Entwicklung: Planung und Kontrolle*. München: R. Oldenburg Verlag, 1999. S. 38

ОСНОВНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ «РЕКЛАМИ»

Литвинець Олена

Студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст.викл. Присяжнюк Н.М

У сучасному світі реклама посідає чільне місце, вона настільки тісно вплітається в наше повсякдення життя, що й стала невід'ємним елементом

його існування. З плином часу і прогресом реклама якісно еволюціонувала. Г. О. Золотова зазначає, що в даний час, до числа відомих різновидів текстів, підключається новий жанр, що «заповнює простір газет і екрану – нав'язлива і жвава реклама» [1, с. 81].

Спочатку при створенні реклами прагнули до усвідомленого сприйняття споживачем рекламного образу, а потім автоматичного здійснення покупки. Тепер же рекламі від покупця потрібна згода, нехай неусвідомлена, але реальна [3, с. 113].

«Реклама – це бізнес слів», – сформулював О. Девід [2, с. 48]. Це означає, що в рекламі працюють саме вірно підібрані слова, фрази, речення. Вони залишаються в нашій підсвідомості, спонукають нас до покупки тих чи інших продуктів, таким чином ми, несвідомо, потрапляємо під вплив реклами. Отже, важливість рекламних текстів очевидна.

Існує безліч методів впливу на масову свідомість. Наприклад, такі методи, як дроблення і локалізація. Коли найцікавіший матеріал журналу розділений на кілька частин, які розкидані по всьому номеру. Таким чином, читач змушений переглядати весь журнал, в тому числі і рекламні вкладки.

Всі способи впливу на свідомість спрямовані на те, щоб домогтися нейтралізації дії критичного аналізу інформації цільової аудиторії, привернути їх увагу і спонукати до купівлі рекламованого товару. Таким чином, в арсеналі реклами є безліч способів впливу на свідомість і підсвідомість споживачів, метою яких є підвищення привабливості свого товару, завірення в наявності у нього унікальних властивостей. А це досягається на мовному рівні за допомогою таких стилістичних засобів, як тропи. І саме гіпербола відіграє важливу роль в рекламних текстах. Очевидно, що підвищення ефективності реклами, її психологічного впливу базується на різноплановому використанні мовного багатства, і особливо стилістичних мовних засобів. Рекламний ролик сотового телефону vodafone компанії Blackberry Storm. Передача основного тексту здійснюється за

допомогою прямого переказу. У ньому використовується стилістичний прийом – епітет з елементами гіперболи- “an incredible power”. Гіпербола є сильним експресивним прийомом, надає ефективну дію на глядача.

«The responsive touch-screen on a new Blackberry Storm vodafone. An incredible power is in your hands. Vodafone. Make the most of now»

Отже, беззаперечно «реклама» заповнила наші розуми. Підвищення ефективності реклами, її психологічного впливу є однією з актуальних задач сьогодення. Вона спрацьовує на підсвідомому рівні. Інформація спрямована насамперед, щоб привернути увагу цільової аудиторії, а з популяризацією соціальних мереж її стало більше і водночас легше впроваджувати.

Література

1. Золотова Г.А., Н.К. Онипенко, М.Ю. Сидорова. Коммуникативная грамматика русского языка. М.: МГУ, 1998. – 528 с.
2. Дэвид О. О рекламе / О. Дэвид. – М.: Эксмо, 2010. – 232 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., 2000. – 815 с.

БАГАТОКОМПОНЕНТНІ ТЕРМІНОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

Літош Аліна

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Для ґрунтовного вивчення поняття «термінологічна одиниця» варто розглянути визначення цього поняття та пов'язаних з ним явищ. Серед науковців, які займалися вивченням цього питання, ми зустрічаємо таких мовознавців як Б.М. Головін, О.Д. Пономарів, Г.О. Винокур, Д.С. Лотте, В.М. Лейчик, Ю.Н. Марчук, О.Д. Мітрофанова, Т.Р. Кияк, О.О. Реформаторський та інші.

Б.М. Головін та Р.Ю. Кобрін характеризують термін як «...слово чи словосполучення, що має спеціальне значення, яке виражає й формує професійне поняття й застосовується в процесі пізнання й освоєння наукових та професійно-технічних об'єктів і відношень між ними» [2, с. 5].

З точки зору С.В. Гринев-Гриневича термінологічна одиниця повинна відповідати низці вимог за якими вона може вважатися «ідеальним». Мовознавець зазначає, що термін має вивчатися за такими якостями:

1) зміст термінологічної одиниці і його значення: однозначність, відсутність полісемії, семантична несуперечність термінологічної одиниці, повнозначність;

2) форма і структура термінологічної одиниці: відповідність нормам мови, стислість, здатність до словотвору, вимога інваріантності, вмотивованість терміна.

3) особливості застосування та функціонування термінологічної одиниці: прийняття даного терміну фахівцями, інтернаціональність, сучасність, благозвучність [3, с. 40].

Багатокомпонентні термінологічні одиниці становлять значну частину науково-технічної термінобази через неможливість передати всі поняття за допомогою простих однокомпонентних термінів. Наявність багатокомпонентних термінологічних одиниць у науково-технічних терміносистемах пояснюється екстралінгвістичними чинниками, зокрема розвинутими інфраструктурами цих галузей.

М. П. Кочерган стверджує, що словосполученням вважається два або більше повнозначних слова, інтегрованих синтаксичним зв'язком, які є можуть бути як і частиною речення, так і існувати окремо [1, с. 121].

Таким чином, на основі аналізу теоретичних джерел можна зробити висновок про те, що термінологія є важливим прошарком лексики, і завдяки стрімкому утворенню нових науково-технічних термінів зумовлює збільшення вимог до адекватного перекладу для покращення обміну

інформації. Саме тому, науковці вивчають проблеми окремих терміносистем, а також утворення термінологічних одиниць, їх функціонування, семантику, структуру та переклад.

Література

1. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства. Видання 3-тє. Київ: Академія, 2001. 368 с.
2. Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах: учеб. пособие для филол. спец. вузов. Москва: Высш. шк., 1987. 104 с.
3. Гринев-Гриневиц С.В. Введение в терминоведение. Москва: Москов. Лицей, 1993. 309 с.

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ TED-ЛЕКЦІЙ НА ЕКОЛОГІЧНУ ТЕМАТИКУ

Лоп'янецька Роксолана

студентка 1 курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Сьогодні Інтернет став засобом впливу на світову аудиторію, з допомогою якого можна поширювати інформацію про всі важливі та нагальні проблеми людства. Одними з таких проблем стали глобальне потепління, забруднення атмосфери та виснаження водних ресурсів, зниження біорізноманітності тощо. Зокрема, одним із основних способів розповсюдження ідей, що повинні змінити світ, стала інформаційна платформа TED.

Враховуючи шалену популярність TED-лекції на екологічну тематику, дослідження лінгвопрагматичних особливостей таких виступів стають дедалі актуальнішими, адже секрети впливу лекторів TED на аудиторію

викликають неабиякий інтерес.

Загалом, лінгвопрагматику трактують як науку про використання мови, що займається вивченням значення, яке залежить від контексту, та значення, що надається мовцем [1, с. 24]. Свого часу Дж. Юла характеризував прагматику як науку про вивчення невидимого значення [2, с. 127]. Це можна пояснити тим, що в прагматиці перше місце завжди посідає саме використання мови та самі мовці, а не мова як система знаків та правил [1, с. 4].

Вивчаючи прагматичні особливості TED-лекцій на екологічну тематику, неможливо не звернути увагу на лаконічність викладу інформації. Яскравим прикладом може слугувати всім відомий виступ Грети Тунберг на тему глобального потепління [3]. У своїй промові Грета Тунберг використовує загальноживану лексику і всім відомі та однозначні терміни (*climate change, global warming, emissions, fossil fuels*, тощо). Це допомагає донести інформацію в стислій формі до кожного реципієнта, незважаючи на його рівень обізнаності у проблемі чи темі лекції.

Однак, у публічному мовленні важливо зуміти втримати увагу аудиторії та заставити дослухати виступ до кінця. Тут на допомогу приходять певна емотивність виступу. Спікеру необхідно налагодити зв'язок із аудиторією, йому варто проілюструвати свій зв'язок із темою свого виступу, показати своє занепокоєння певною екологічною проблемою. Недостатньо сухо розповісти заготовлену промову та навести статистику. Досить часто спікери використовують гумор, який дозволяє долати бар'єр між ним та аудиторією. Це зробила і Грета Тунберг у своїй промові:

'I think in many ways that we autistic are the normal ones, and the rest of the people are pretty strange [...]' [3].

Відверті зізнання також мають неабиякий вплив на аудиторію. Правдиві факти із власного життя спікера дозволяють йому проілюструвати

рівень свого занепокоєння, створити невидимий зв'язок із реципієнтами, викликати емоції:

'If burning fossil fuels was so bad that it threatened our very existence, how could we just continue like before? [...] To me, that did not add up. It was too unreal. So when I was 11, I became ill. I fell into depression, I stopped talking, and I stopped eating. In two months, I lost about 10 kilos of weight. Later on, I was diagnosed with Asperger syndrome, OCD and selective mutism.' [3].

Якщо говорити про заключну частину TED-лекції, то варто зазначити, що останні речення мають чітко передавати основну ідею виступу і провокувати на роздуми. Якщо багато спікерів звертаються до позитиву та до надії, то Грета Тунберг вирішила скористатись більш сильною стратегією – звернення до фактів, які можуть викликати дещо негативні емоції:

'Now we're almost at the end of my talk, and this is where people usually start talking about hope, solar panels, wind power, circular economy, and so on, but I'm not going to do that. We've had 30 years of pep-talking and selling positive ideas. And I'm sorry, but it doesn't work.[...] So instead of looking for hope, look for action. Then, and only then, hope will come.' [3].

Критикуючи пусті балачки, які не підтримуються ніякими діями, Грета намагається донести свою думку навіть до тих, хто не цікавиться проблемами глобального потепління, адже повідомлення із негативом чи критикою завжди швидше проникає в голови аудиторії, а відтак здатне викликати значно бурхливішу реакцію.

Таким чином, основними лінгвопрагматичними особливостями TED-лекцій на екологічну тематику є лаконічність викладу інформації, використання загальноновживаної лексики та зрозумілих термінів, а також емотивна складова промови, яка дозволяє налагодити зв'язок із аудиторією та якісніше донести основну думку спікера.

Література

1. Foundations of pragmatics. Handbooks of Pragmatics 1/ edited by W.

- Bublitz, A.H. Jucker, K.P. Schneider. Walter de Gruyter, 2011. 725 p.
2. Yule G. The Study of Language. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 294 p.
 3. Greta Thunberg “The disarming case to act right now on climate change”. URL: https://www.ted.com/talks/greta_thunberg_the_disarming_case_to_act_right_now_on_climate_change

МЕТАФОРИЗАЦІЯ СУЧАСНИХ НІМЕЦЬКОМОВНИХ СЛОГАНІВ У АВТОІНДУСТРІЇ

Луценко Марія

студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Невід’ємною частиною нашого сьогодення є реклама, яка активно проникає у всі сфери буття. Автоіндустрія не є винятком. Рекламний текст автомобільної продукції як комунікативне повідомлення з інформативною метою, є полем для наукових досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців.

Рекламний текст має бути лаконічним та чітким. Для досягнення мети та надання образності змісту, текст має містити засоби мовної виразності, які створюють асоціативний ряд у свідомості адресата. Наприклад, епітети, персоніфікації, гіперболи, а також метафори.

Функції, структура та роль метафор відрізняються у рекламних текстах своєю специфікою. «Метафора не лише повідомляє про предмети та явища, про які йде мова, або надає їм додаткових відтінків, але й служить засобом збудження у потенційного покупця бажаної емоційної реакції»[1].

Саме дослідження метафор у рекламних текстах різних аспектів життєдіяльності людини є актуальними для сучасності, адже спроба

визначити суть процесу метафоризації сягає корінням в античність. Проблема метафори досліджена недостатньою мірою. Довгий час її згадували як одну із фразеологічних одиниць.

Наразі вивченню аспектів метафоризації та рекламного тексту присвячені праці багатьох учених, таких як Н.Д. Арутюнова, В. Гак, В.Н. Телія, А. Ченкі, К.Б. Курганова, Ю.А. Максименко та інших.

Традиційними складовими елементами реклами є заголовок, основний рекламний текст та слоган [2].

Зазвичай, заголовок привертає найбільше уваги споживача, текст розкриває зміст продукту, закликає придбати продукт або скористатися послугами. Слоган лаконічно підтверджує особливості товару та уособлює суть та цінності бренду.

Der neue Caddy. Bereit für alles, was kommt.

Новий Caddy. Готовий до всього, що буде.

Варто зазначити, що засоби мовної експресивності в німецькомовних рекламних текстах поживляють його, надають образності й емоційності.

Wo das Leben spielt.

Там, де вирує життя.

Golf mit Rennsport-Genen.

Golf з генами перегонів.

Метафори допомагають запам'ятати певний образ товару, створюючи в свідомості одержувача особливий асоціативний ряд [3].

Отже, вміле використання засобів мовної виразності впливає позитивно на ставлення реципієнта до об'єкта реклами. Стилiстичні забарвлення зустрічаються у всіх структурних елементах рекламних текстів, особливо у заголовках та слоганах. Звісно, поняття метафоризації у німецькомовних рекламних автомобільних текстах потребує подальшого дослідження, адже не всі аспекти цієї теми достатньо вивчені.

Література

1. Хімич Р. Метафора як образно-функціональна одиниця англійської реклами [Електронний ресурс] / Р. Хімич, Л. Конопляник – Режим доступу до ресурсу: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/10492/1/7.%20khimich%20Konoplianyk_2012.pdf
2. Кравченко Т. С. Лексичні особливості німецькомовних текстів реклами автомобілів і способи їх відтворення в українському перекладі. [Електронний ресурс] / Т. С. Кравченко. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.docsity.com/ru/leksichni-osoblivosti-nimeckomovnih-tekstiv-reklami-avtomobiliv-i-sposobi-jih-vidtvorennja-v-ukrajinskomu-perekladi/5586539/>.
3. Качан Т. Р. Особливості перекладу англійськомовних рекламних текстів на українську мову [Електронний ресурс] / Т. Р. Качан. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/154940>.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Мазанович Мирослава

Студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

У величезному потоці новин з різних куточків світу зростають засоби масової комунікації, а газета стає одним із основних способів передачі та отримання даних про події в світі. В епоху глобалізації та інтенсивного розвитку міжнародних відносин публікації іноземних газет стають дедалі актуальнішими та цікавішими для сучасних читачів, а ЗМІ англійськомовного світу по праву вважаються головними провідниками медіа сучасності. [3, с. 52]

У вивченні англomовної газети науковці та перекладачі приділяють окрему увагу заголовкам, адже це перший сигнал, що спонукає нас звернути увагу на текст або відкласти його в сторону. Практично неможливо перебільшити вагомість газетних заголовків, адже вони є дуже специфічними структурними одиницями будь-якої публікації.

Журналісти англomовної преси прагнуть за допомогою заголовка пробудити у читача активність, залучити його до процесу співтворчості. У цьому вони бачать головну умову переростання мимовільної первинної уваги в свідому зосередженість. З цією метою вони широко використовують різні прийоми актуалізації мовних засобів, посилення смислового навантаження, пожвавлення заголовка, виявлення авторського ставлення до тексту газетного матеріалу.

Розглядаючи лексичний аспект англomовних газетних заголовків, можна відзначити, що багато авторів використовують великий відсоток абстрактних слів, хоча інформація, як правило, конкретна. Часто можна побачити аббревіатури, скорочення, складні слова, а широке вживання імен та назв в англomовних заголовках робить повідомлення конкретним і співвідносить дані з певними особами, установами чи районами. Також, слід відмітити, велику кількість не стільки емоційного, скільки оціночного та експресивного вокабуляру, а сила його впливу органічно пов'язана з блиском та образністю англійської мови. [2, с. 8-11] Для забезпечення саме виразності та образності зазвичай вживають слова в переносному значенні, неологізми, жаргонізми та слова іншомовного походження. На думку В. І. Заботкіної, англійська мова збагачується іншомовними елементами, основними «центрами притягання» яких є соціальне та політичне життя, побут, культура та науково-технічна діяльність. Крім цього добре розвинута індивідуальна словотворчість. [1, с. 92-97]

Семантична специфіка англomовного заголовка полягає в тому, що в ньому одночасно відбувається конкретизація та генералізація значення,

оскільки він пов'язаний із ситуацією об'єктивної дійсності, повідомляючи про факти, які відбуваються у світі. Заголовки англomовної преси представляють собою короткі речення або фрази, більшість з яких характеризується еліптичністю. Використання еліптичних речень і коротких фраз, опущення деяких елементів речень у заголовках пояснюється їхньою здатністю подавати матеріал у стислій формі, зосереджуючи увагу на найголовнішому аспекті повідомлення.

Проаналізувавши лексико-семантичні особливості заголовків англomовних газетних публікацій, можна констатувати, що заголовок - це назва статті, яка має особливий стиль написання і виконує важливі функції. Газетний заголовок (як друкованого, так і Інтернет-видання) є значимим елементом газетної статті, що створює цілісність і композиційну завершеність публікації. Англomовні заголовки написані лаконічно та стисло. Вони повинні читатися і сприйматися легко, так як націлені на широку різноманітну аудиторію. Але у той же час заголовок повинен бути виразним та інтригуючим, щоб привернути увагу читача.

Література

1. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. — М.: Высшая школа, 1990. 124 с.
2. Федорова М. Л. On some modern features of mass media language in English speaking countries / М. Л. Федорова. — Текст: непосредственный // Педагогика высшей школы. 2018. 36 с.
3. Яблонська І. В. Розуміння художнього тексту в рамках лінгвостилістики. // Актуальні проблеми філології та перекладознавства: Збірник праць та доповідей Всеукраїнської наукової конференції, Хмельницький, ХНУ: 2005. 320 с.

ГРАМАТИЧНІ МАРКЕРИ KIEZDEUTSCH

Максименко Діана

студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Поняття «соціоетнолект» є доволі новим у наукових колах, а тому є рідкісним для української лінгвістичної науки. Тракувати це поняття можна так: соціоетнолект – це різновид мови, що базується на засадах синтезу характеристик етнолекту через прив'язаність до певних етносів та соціолекту через його формування в окремому соціумі.

З початком формування турецьких та арабських діаспор у ФРН після 1961 року виникла проблема комунікації перших громад мігрантів, які майже не знали німецької мови, з німецькими громадянами. Але ця «проблема асиміляції» зіграла свою роль у контексті збереження культурних особливостей турецьких та арабських спільнот, які, своєю чергою, почали впливати на німецький соціум. Значна кількість німців турецького та арабського походження (близько 3 млн осіб станом на 2019 рік) стала рушійною силою синтезу нового соціоетнолекту, який базується на німецькій мові з додаванням турецької та арабської лексики (що дозволяє характеризувати Kiezdeutsch як етнолект) та є поширеним серед груп мігрантів та сучасної німецької молоді (що є визначає Kiezdeutsch як соціолект). Сучасний стан поширення Kiezdeutsch є предметом вивчення як німецьких науковців на чолі з Г. Візе [2], так й вчених турецького та арабського походження як, наприклад, А. Аль-Шахі [1].

Kiezdeutsch має свою систему граматичних правил, які мають свої закономірності. Відзначаємо, що усі правила Kiezdeutsch дозволяють носію німецької мови не сприймати цей соціоетнолект як чужорідний елемент [3]. Серед основних граматичних маркерів, характерних саме для цієї мовної креації виділяємо:

- 1) спрощення граматичних структур шляхом злиття двох основ: *lassma, musstu, ischwör*;
- 2) ігнорування або усічення означених, неозначених і присвійних артиклів;
- 3) спрощення системи відмінювання артиклів, рідше іменників (im Dativ Plural);
- 4) позиціювання двох членів речення в передньому полі речення: *Früher ich hab' Faxen gemacht*;
- 5) позиціювання присудка на першому місці в розповідному реченні: *Geh' ich schwimmen mit Freunde*.

Наведені граматичні особливості виявляють також ознаки розмовної німецької мови, але вже у трансформованому варіанті, який зазнав впливу турецької й арабської мов.

Через свою малодослідженість ця тема є актуальною та перспективною в аспекті подальших досліджень, зокрема Kiezdeutsch можна досліджувати не лише у граматичній площині, а й на лексичному рівні.

Література

1. Al-Shahi A. Middle East and North African Immigrants in Europe: Current Impact; Local and National Responses / A. Al-Shahi, R. Lawless. Oxford: Routledge, 2009. 312 с.
2. Wiese H. Kiezdeutsch – ein neuer Dialekt. Beilage “Aus Politik und Zeitgeschichte [Електронний ресурс] / Heike Wiese. 2010. Режим доступу до ресурсу: <https://www.bpb.de/apuz/32957/kiezdeutsch-ein-neuer-dialekt?p=1>.
3. Wiese H. Kiezdeutsch: Sprachvariation als Bedrohung [Електронний ресурс] / Heike Wiese. Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/de/kiezdeutsch-sprachvariation-als-bedrohung/a-4718224>.

РЕКЛАМА ЯК ОСОБЛИВИЙ РІЗНОВИД ІНСТИТУЦІЙНОГО ДИСКУРСУ

Масік Ігор

студент 2 курсу магістратури, ННІ іноземної філології

Житомирського державного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: к. філол. н., доц. (б.в.з.) Білюк І.Л.

Сьогодні реклама є не лише невід'ємною конституютою існування будь-якої спільноти, а й складовою її культури, адже вона впливає на формування системи цінностей та моделей поведінки суспільства.

Варто зазначити, що з позицій соціолінгвістики, зокрема дотримуючись поглядів В.І. Карасика, який виділяє два основних види дискурсу – інституційний (статусно-орієнтований), та неінституційний (персональний), що є особистісно орієнтованим, видається можливим вважати рекламу особливим різновидом інституційного дискурсу [3, с. 280].

Оскільки однією з принципових диференційних ознак інституційного дискурсу, що відрізняє його від особистісно-орієнтованого, є трафаретність спілкування, то саме реклама є певним організованим набором ситуацій спілкування, що є типовими для тієї чи іншої сфери [4].

Крім того, метою рекламного повідомлення є не лише привернути увагу потенційного споживача, але й спонукати його до конкретних дій – обрати рекламований продукт, тому нерідко завдання, яке ставлять перед собою рекламисти, впливає на спосіб подання інформації, який буде оптимальним саме для реалізації тієї чи іншої рекламної мети.

Варто зазначити, що реклама обов'язково передбачає наявність прототипних учасників – представників інституту та споживачів, продавця та покупця, які репрезентують певний соціальний інститут та ролі яких є чітко визначеними [2]. До того ж, реклама є орієнтованою на власну структуру, містить максимум мовленнєвих обмежень, вона зумовлена

контекстом і в ній домінують глобальні цілі організації, що також дає підстави вважати її саме інституційним різновидом дискурсу.

Оскільки на сучасному етапі комунікація учасників рекламного дискурсу відбувається дистанційно і часто є опосередкованою у часі та просторі, то вона здійснюється за допомогою рекламних текстів, що є прототипним жанром рекламного дискурсу і використовується в рекламних цілях. Фіксованість форми рекламного повідомлення, що є характерною ознакою інституційного різновиду дискурсу, досягається шляхом так званого «кодування», тобто адаптацією початкового тексту відповідно до комунікативних інтенцій адресанта і зумовлену цим часову затримку до переходу на етап повідомлення адресату. Однак, разом з тим, рекламний дискурс останнім часом демонструє тенденцію до навмисного відтворення побутового спілкування та залучення вербальних елементів, що є характерними для неінституційного різновиду дискурсу [1].

Отже, реклама є особливим різновидом інституційного дискурсу, серед головних ознак якої є трафаретність спілкування, чітко визначена мета рекламного повідомлення, наявність прототипних учасників та прототипного жанру. У перспективі дослідження розглянути комунікативно-когнітивний характер реклами.

Література

1. Аветісова Д. С. Англomовний рекламний дискурс у сучасному інформативному просторі / Д. С. Аветісова. – Запоріжжя: Гум. ун-т "ЗІДМУ", 2009.
2. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – Москва: Институт языкознания АН СССР, Волгоградский педагогический институт, 1991. – 495 с.
3. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2007. – 520 с.

4. Приходько А. Н. Таксономические параметры дискурса / А. Н. Приходько // Язык. Текст. Дискурс. Научн. альманах Ставроп. отд. РАЛК. / А. Н. Приходько. – Ставрополь: СГПИ, 2009. – (7). – С. 22–30.

ДИСКУРС У МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Матвієнко Євгеній

студент 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Для того, щоб зрозуміти поняття міжкультурного дискурсу, потрібно спочатку дати визначення власне дискурсу. Німецький словник Duden подає таку дефініцію: «Дискурс - це сукупність мовних складових, які фактично реалізують мовне висловлення».

Для кращого розуміння цього поняття варто розглянути погляди трьох найважливіших шкіл дискурсивного аналізу: англійської (британської), французької і німецької. Так, у англійців цей термін є частково самостійний, але водночас він співвідноситься з поняттям тексту і використовується для позначення мовних явищ. У цьому випадку поняття дискурсу вживається для автентичного, повсякденного спілкування. Французький дискурсивний напрям спрямований на розгляд цього поняття з суто наукової точки зору, емпірично-епістеміологічної, де основна увага акцентується на зв'язку мови і мислення. Провідними представниками цієї школи є М. Фуко і Г. Башляр.

Послугуючись найважливішими концепціями і положеннями названих шкіл і їх дослідників та концентруючись саме на філологічних засадах дискурсивного аналізу, тобто суто мовних особливостях й суспільній дійсності, варто назвати основні аспекти дискурсу:

1) Конкретні, імагінерні й віртуальні текстові корпуси; тексти зі спільною темою; тексти із взаємодією спільних висловлень, функцій, мети

та способу комунікації; ідеологічна гомогенність текстів; поліфонічний діалог між текстами; діалогічні і інтертекстуальні відношення у текстах; функціонально однотипні тексти; інтертекстуальність; інтермедіальність; трансмедіальність.

2) Комунікативна структура дії; організація дій; твір діючих людей; конвенційна позиція дії і діяльності; взаємозв'язок між дією, мисленням і мовленням у конкретних соціально-історичних контекстах; мовні наміри дії; стратегічна мета дії; структура відображення дійсності у комунікативній діяльності; комунікативна взаємодія; впорядкування текстів у реальній суспільній взаємодії; провідна функція дії;

3) Мовна комунікація на мікросоціальному рівні; вираження комунікативного досвіду; публічний комунікаційний і пізнавальний простір; форма соціальної практики; відношення між суспільними макро і мікроструктурами у тексті та мовленні; поєднання мовних форм, концептуальних і суспільних подій, система колективних символів; 4) Структура ідентичності; вироблення ментальних моделей; формування через спільні соціальні знання, норми, установок та ідеології; формування свідомості; комунікативна структура моралі; понятійна структура дійсності; визначення людських форм існування. Названі аспекти підкреслюють чотири види компетентностей, які мають особливе значення для поняття дискурсу: 1) зв'язок поняття дискурсу з поняттям тексту, враховуючи взаємодію текстів;

2) зв'язок поняття дискурсу з концепцією мовної дії, її прагматичної орієнтації;

3) звернення поняття дискурсу на суспільство, тобто вираження мислення у дискурсі членів суспільства;

4) наголошення на функції стимулювання до суспільних перетворень, тобто не її пасивне сприймання, а активне конструювання ментальних установок. Беручи до уваги думки провідних науковців, дискурс трактуємо

як процес мовленнєво-мисленнєвої організації інформації, тексту, висловлювання, оформленого відповідно до мовних норм та зануреного у реальну етнокультурну дійсність. Чи треба говорити про різні типи дискурсу? Багато дослідників погоджуються з цією думкою, розрізняючи, з одного боку, так би мовити, національні дискурси (наприклад, російський, англійський, іспанський і т.д.), а з іншої - у рамках одного національного дискурсу, наприклад, дискурс поетичний, естетичний, науковий, критичний, педагогічний, юридичний, політичний та інші [5, с. 41-50]. А В.В. Красних вважає, що, «безумовно можна говорити о «национальном» дискурсе (в предложенном понимании последнего термина» [4, с. 112].

Науковець при цьому дає чітке визначення російському дискурсу: «русский дискурс - это вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата, обладающая как лингвистическим, так и экстралингвистическим планами и осуществляемая на русском языке представителями русского национально-лингвокультурного сообщества». При цьому ж дослідниця говорить і про перехідні випадки, коли спілкування здійснюється, наприклад, російською мовою, але представниками різних національно-лінгвокультурних спільнот (іноземними студентами, наприклад). І знову ж таки наголошує, що у схожій ситуації не можна визначити дискурс як однозначно мононаціональний, оскільки навіть «при идеальной русской лингвистической форме выражения когнитивные аспекты, т. е. то, что стоит за речью, за лингвистической формой, за языковыми средствами, будут весьма различны и отличны от русских» [4, с. 114].

Враховуючи цей аспект, можна говорити про міжкультурний дискурс. Про міжкультурний дискурс говорять вже починаючи з 80-х років ХХ століття у Німеччині, хоча точного визначення не дають, говорять про «мультикультурні способи життя» [10, [10, с. 21], «мультикультурне суспільство», «сумарність наявних культур» [10, с. 21], «багатомірне,

децентроване, динамічне, множинне, різноманітне розуміння культури та суб'єкта, ідентичності та колективних ознак» [10, с. 22]. Роблячи огляд літератури за темою, ми все ж таки не знайшли наукового визначення поняття «міжкультурний дискурс», тому намагатимемося трактувати його на свій розсуд, враховуючи вищеописані особливості власне дискурсу. Отже, міжкультурний дискурс - це мовно-мисленнєва діяльність, яка відбувається між представниками різних лінгвокультур, включає як мовні, так і позамовні їх особливості, їхню схожість і відмінність та покликана забезпечити взаєморозуміння між учасниками різних лінгвокультур.

Посилаючись на вище розглянуті праці та враховуючи основні наукові здобутки, можна зробити такі висновки: 1) мова і культура перебувають у тісному взаємозв'язку, де мова, з одного боку, елемент культури, з іншого, культура проявляється умові через мовні одиниці, які насичені культурною інформацією.

2) МЖК - це комунікація між представниками різних лінгвокультур з урахуванням культурної специфіки мов інофонів, що передбачає постійний обмін, взаємозбагачення та взаємовплив мов і культур.

3) Поняття міжкультурності - це існування уміжпросторі, що передбачає взаємодію, взаємопроникнення та взаємообмін елементами своєї та чужої культур.

4) Міжкультурний дискурс - це мовномисленнєва діяльність, яка відбувається між представниками різних лінгвокультур, включає як мовні, так і позамовні їх особливості, їхню схожість та відмінність та покликана забезпечити взаєморозуміння між учасниками різних лінгвокультур.

5) Суть міжкультурної компетенції полягає у засвоєнні мовних та мовленнєвих умінь та навичок, посилаючись на міжкультурну прагматику; у знанні специфіки МЖК та особливостей національних особливостей народів, які беруть участь у процесі спілкування, враховуючи системний

характер мов та культур, що взаємодіють, що дозволяє успішному протіканню комунікації між різними лінгвокультурами.

Література

1. Арутюнова Н.Д. Истоки, проблемы и категории прагматики. Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XVI: Лингвистическая программа. М.: Прогресс, 1985. С. 3-42.
2. Гумбольдт В. Язык и философия культуры: пер. с нем. М.: Прогресс, 1985. 320 с.
3. Кибрик А. А. Финитность и дискурсивная функция клаузы. URL: http://ww.philol.msu.ru/-otipl/new/main/people/kibrikaa/files/Finiteness_discourse_clause@ITG3_2008.pdf.
4. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика і лінгвокультурологія: курс лекцій. М.: Гнозис, 2002. 284 с.
5. Морковкин В.В., Морковкина А.В. Русские агноним (слова, которые мы не знаем). М., 1997. 414 с.
6. Серио П. О языке власти: критический анализ. Философия языка: в границах и вне границ. Харьков: Око 1999. С. 83-100.
7. Телия В.Н., Графова Т.А. и др. Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности: коллективная монография / Институт языкознания. Москва: Наука, 1991. 214с.
8. Фуко М. Археологія знання / Пер. з фр. В. Шовкун. К.: Основи, 2003. 326 с.
9. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований. Тексти дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. тр. СПб: С. - Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. С. 11-22.
10. Arens, Hiltrud «Kulturelle Hybridität» in der deutschen Auf Minoritätenliteratur der achtziger Jahre. Band 12, 2. Auflage 2008, (unveränderter Nachdruck der 1. Auflage 2000), X, Stauffenburg Discussion. 244 S.

11. Bödeker, Birgit; Freese, Katrin (1987), Die Übersetzung von Realienbezeichnungen bei literarischen Texten: Eine Prototypologie, TEXTconTEXT 2/2-3, S. 137-165.
12. Chiellino, C. Interkulturelle Literatur in Deutschland. Stuttgart [u. a.]: Metzler, X 536, 2007, S. 13.
13. Ehlich, K. Sprache und sprachliches Handeln. Pragmatik und Sprachtheorie, Prozeduren des sprachlichen Handelns, Diskurs, Narration, Text, Schrift. 3 Bände. Berlin, New York: De Gruyter, 2007. 1688 S.

МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Матюшенко Олена

студентка 1-го курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Поняття «мова ворожнечі» бере свій початок ще з ХХ століття. Вперше словосполучення «hate speech» вжив у своїй книзі «HateSpeech: The History of an American Controversy» американський дослідник С. Волкер [3]. Попри те, що це явище виникло ще наприкінці ХХ століття, воно не втрачає своєї актуальності та є об'єктом дослідження науковців різних галузей наук (психологів, соціологів, політологів, юристів, журналістів й передусім мовознавців). З демократизацією суспільства, розширенням впливу ЗМІ та Інтернет-мережі, феномен мови ворожнечі набуває все більших обертів, виражається у нових формах та має як вербальні, так і невербальні способи реалізації у мовленні. Саме тому це явище вважається малодослідженим і вивчається мовознавцями в рамках соціо-, психо-, та прагмалінгвістики, а також когнітивної лінгвістики.

Незважаючи на актуальність та популярність дефініції «мова ворожнечі», на сьогодні не існує єдиного загальноприйнятого визначення. І попри те, що більшість країн мають нормативні документи, згідно з якими регулюються питання щодо прояву мови ворожнечі, трактування цього терміну в різних країнах відрізняється. У 2019 році Організація Об'єднаних Націй оприлюднила «Стратегію і план дій щодо мови ворожнечі», у якій зазначається, що єдиного міжнародно-правового визначення терміну «мови ворожнечі» не існує, а класифікації й ознаки того, що можна або варто віднести до критеріїв «ворожнечі/ненависті» й досі залишається суперечливим питанням. ООН трактує мову ворожнечі як будь-який вид комунікації (в усній чи письмовій формі), якому притаманний образливий або дискримінаційний характер стосовно будь-якої особи або групи осіб на підставі їх релігії, етнічної приналежності, національності, кольору шкіри, походження, статі або інших факторів ідентичності, що породжує й вкорінює нетерпимість і ненависть, а в деяких випадках може бути образливим і спричиняти конфлікти між людьми [2, с. 10].

«Критерії для визначення мови ворожнечі також є досить суперечливими через те, що міжнародні та регіональні документи передбачають різні стандарти» [1]. На нашу думку, однією з причин відсутності у світі загальноприйнятих критеріїв для ідентифікації того, що можна вважати мовою ворожнечі є те, що це явище є мінливим та таким, що постійно трансформується. Адже основним інструментом реалізації мови ворожнечі є мовлення, а мова є динамічною системою, яка постійно зазнає змін, розвивається та реагує на всі соціальні перетворення у світі, як позитивні, так, на жаль, і негативні. Саме тому, вважаємо доречним зауважити, що саме мовознавцям належить ключова роль у дослідженні та визначенні ознак мови ворожнечі, які можуть втілюватися у мовленні завдяки різним комунікативним тактикам та стратегіям, засобам вербальної агресії та прихованої (непрямої) агресії. Саме лінгвісти проводять наукові

розвідки щодо видів дискримінаційних комунікативних прийомів та досліджують причини, які впливають на виникнення нових форм вираження нетерпимості й ненависті, а також визначають основні семантико-тематичні групи, в яких найчастіше зустрічається цей феномен.

Отже, поняття «мова ворожнечі» є міждисциплінарним і саме це явище є об'єктом занепокоєння для науковців різних сфер, враховуючи його негативні наслідки та швидкі темпи масштабування. Єдиного загальноприйнятого трактування терміну «мова ворожнечі» та його критеріїв розпізнавання досі не існує. Цей феномен, який існує й активно розвивається у мовленні у всьому світі, має безліч перспективних векторів дослідження у розрізі різних галузей мовознавства, що може сприяти уповільненню темпів розповсюдження мови, з проявами будь-якої дискримінації та нетерпимості.

Література

1. Мова ворожнечі: які висловлювання не можна поширювати в ЗМІ. Центр демократії та верховенства права. 19.09.2017. URL: shorturl.at/gsxA9
2. United Nations strategy and plan of action on hate speech. Detailed Guidance on Implementation for United Nations Field Presences. United Nations Official Website. September 2020. 51 p. URL: shorturl.at/opyF0
3. Walker S. Hate Speech: The History of an American Controversy. Lincoln: University of Nebraska Press, 1994. 228 p.

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОНЯТТЯ «АТРАКЦІЯ» В ЛІНГВІСТИЦІ

Мельник Ольга

Студентка 2 курсу магістратури, ННІ іноземної філології

ЖДУ імені Івана Франка

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Чумак Л.М.

Останнім часом поняття «атракція» набуло значної популярності в сучасному науковому просторі. Функціонуючи на різних мовних рівнях, поняття «атракція» залишається багатоплановим явищем, а також має загальносистемний характер, який виявляється на всіх структурних рівнях мови. Саме тому, спостерігається довільне використання поняття «атракція», а відтак відсутність його уніфікації. Активні дослідження мовної атракції почалися в другій половині ХІХ століття. У своїй відомій праці «Про деякі випадки атракції» німецький філолог Я.Грімм стверджував, що явища фонетики й синтаксису схожі: як окремі звуки на певному місці, так і слова в реченні діють одне на одного. Для того, щоб охарактеризувати такі синтаксичні взаємовпливи автор використовує поняття «атракція» [6, с. 1].

Вагомим внеском в процесі дослідження мовної атракції стала теорія хвиль Й. Шмідта. Згідно цієї теорії, атракція розглядається як набуття однією мовою ознак іншої, з якою вона територіально межує [4, с. 134]. Така спорідненість мов виявляється на фонетичному, лексико-семантичному та граматичному рівнях.

Аналізуючи етимологічні процеси, Р.Ллойд зазначає, що деякі корені утворилися не так, як це передбачено, зсередини, а протягуванням подібних елементів ззовні, тобто сталисть деяких груп слів полягає не в етимології, а в дії фонетичної атракції [5, с. 145].

На думку І.О. Бодуена де Куртене, явище атракції слід досліджувати з позиції структурного підходу. Вчений вважає, що атракція розкриває свою дію у взаємозв'язку слів та речень. Саме тому, мовна атракція вважається, як характерною ознакою системності мови, яка простежується на всіх структурних рівнях мови [5, с. 146].

У сучасних лінгвістичних дослідженнях поняття «атракція» продовжує висвітлюватися в контексті структурного підходу. Увага дослідників спрямована на визначення поняття паронімічної атракції, що

тракується Н.Л. Дащенко, як явище лексичної семантизації лексичних та морфологічних одиниць, а саме поєднання формально подібних, але семантично випадкових слів [2, с. 8]. Наведемо декілька прикладів паронімічної атракції: *Homelette* (Homer+omelette), *Wellsday* (well+Wednesday), *mightier might* [2].

Поняття мовної атракції розглядається у працях Г.С. Щура, як виключення окремих слів із системи, яке може відбуватися як за лексично-семантичними, так і за граматичними ознаками [1, с. 102]. Такі різкі та водночас систематичні зміни значення, як, наприклад, поява нового лексико-семантичного варіанту та відмирання старого, призводять до того, що деякі слова або словосполучення можуть частково або повністю втратити початкове значення, яке, у свою чергу, було пов'язане з відповідною системою. Прикладом може слугувати лексична одиниця *stink* – зміна значення лексичної одиниці *stink* із сфери фізичного сприйняття “мати неприємний запах”, в сферу моральних якостей людини “бути нечесним”, лексична одиниця *see* – “бачити / розуміти” [2].

Сучасні лінгвістичні дослідження розглядають поняття «атракція» з позицій синергетичного підходу. Початок тенденції саме такого вивчення поклали такі дослідники як Ю.Леденьов, І.Герман, які визначають мовну атракцію, як механізм, який сприяє створенню зв'язності та цілісності не лише мови, а й мовлення у свідомості індивіда за допомогою різноманітних засобів мови.

Отже, поняття «атракція» має неоднозначну природу. Атракція – це складне, багатопланове явище, яке виявляється на всіх рівнях мовної структури. Саме тому, у лінгвістиці існують різноманітні підходи до інтерпретації цього поняття, як-от ареальний, структурний, синергетичний підходи тощо.

Література

1. Щур Г. С. Теория поля в лингвистике. М: Наука, 2009. 256 с.

2. Дащенко Н. Л. Паронімічна атракція в українській поезії 60-80 років ХХ століття: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня к. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». 1996. 20 с.
3. Наугольных Е. А. Паронимическая аттракция как элемент техники Дж. Джойса в романе «Поминки по Финнегану» // *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2018. № 4. С. 26-30. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/lingvo/2018/04/2018-04-04.pdf>
4. Полтавець Ю. С. Історія та вживання терміна "атракція" в мовознавчій традиції. *Вісник Маріупольського державного університету*. Серія: Філологія. 2012. Вип. 7. С. 132-138. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_2012_7_22
5. Стражева М. А. Інтерпретація поняття "атракція" в лінгвістичній літературі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2017. Вип. 26(1). С. 145-147. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2017_26%281%29_43
6. Grimm J. Über einige Fälle der Attraction. *Abhandlungen der Königlichen Akademie der Wissenschaften zu Berlin*. Berlin : Druckerei der Königl. Akademie der Wissenschaften, 1859. S. 1–31.

ЕТИМОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ

Нестеренко Надія

студентка 1 курсу магістратури, факультет іноземних мов

ЧНУ ім. Богдана Хмельницького

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Тесля В. А.

Мова сприймається не лише як засіб комунікації, але й як знаряддя впливу в процесі спілкування, вона посилює емотивні, прагматичні та волюнтативні інтенції мовця. Завдяки цьому мова усвідомлюється і трактується, як особливий засіб самоствердження, що зумовлює використання

незвичних та колоритних слів. А прагнення досягнути вищого рівня емоційності та експресивності у своєму мовленні підштовхує мовців до використання розмовної лексики – сленгу, який найбільш повно відповідає зазначеним вимогам [7, с. 102-108; 2, с. 12-14].

Мовознавці трактують сленг, як «живий мовний нерв», що вважається геніальним індикатором людського буття, адже він так тонко і точно передає найменші нюанси осягнення світу людиною. Крім того, мова має унікальну здатність матеріалізувати структури нашого мислення. Саме тому нервові запалення можуть свідчити про внутрішні негаразди в організмі людини і бути тривожним сигналом, що попереджує про небезпеку [4, с. 350; 7, с. 110-111].

Українські мовознавці роблять акцент на тому, що актуалізація ненормативної лексики може свідчити про негативні зрушення в культурному мовному пласті. Крім того, зазначається, що населення України недостатньо добре розуміє цей феномен та ще не має «культурного імунітету» до сленгу. Адже в динаміці внутрішніх процесів суспільство визначає образ мови на певному хронологічному зрізі, що передує мові. І навіть беручи до уваги той факт, що сленг презентує мову не з найкращого боку, усе ж це жива і справжня мовна стихія [3, с. 298; 4, с. 350].

Дослідники виокремлюють низку чинників, що зумовлюють виникнення та бурхливий розвиток сленгу. Серед них, зокрема, професійна орієнтація мовця; прагнення молодої людини до самовираження й визначення свого місця у світі; бажання приховати власні слова чи дії від конкретної групи людей, завуалювати їх. З точки зору психологів, виникнення сленгу в певних групах носіїв мови є результатом їх бажання бути дотепними, вражати співрозмовника свіжістю та яскравістю своїх висловлень, акцентувати певні моменти, наповнені особливим емоційним змістом [1, с. 32-38; 2, с. 13; 6, с. 48-52].

Можна узагальнити описане вище, сказавши, що сленг допомагає нам звучати автентичніше, цікавіше, уникнути звичних, затертих слів і виразів та яскравіше передавати емоції. Адже перш за все, вживаючи сленгову лексику, мовець намагається продемонструвати розкутість та відступ від мовних канонів [5, с. 348].

Отже, не лише чинники психологічного та соціально-символічного характеру мають значний вплив на формування сленгу, а й певні лінгвістичні чинники, пов'язані з реалізацією принципу мовної економії. Саме тому сленг сприймається, як певна лінгвістична категорія, що спирається на цілий комплекс психічних, соціальних та внутрішньомовних факторів та зумовлюється емотивною й естетичною функціями мови. [7, с. 112].

Література

1. Береговская Э.М. Молодежный сленг: Формирование и функционирование. Вопросы языкознания, 1996. №3. С. 32 – 41.
2. Обухова В. Специфіка молодіжного жаргону: комунікативний аспект. Гуманітарні науки: Науково-практичний журнал, 2007. №1. С. 10 – 15.
3. Романова О. О. Молодіжний сленг, як засіб самовираження студентів. URL: Nznuoaf_2013_35_94.pdf.
4. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. Харків: Фоліо, 2006. 350 с.
5. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг. Київ : Критика, 2005. 348 с.
6. Хомяков В. Три лекции о слэнге: Пособие для студ. англ. отдел. по спец. «Нелит. лексика и фразеология в совр. англ. яз.». Вологда, 1970. – 64 с.
7. Шульжук Н.В. Сленг як нелітературний пласт сучасної української лексики. Наукові записки. Серія «Філологічна», 2011. Випуск 21. С. 102–112.

FUNCTIONS OF VERBS IN FRAGRANCE ADVERTISEMENTS

Нетеча Єлизавета

студентка 2-го курсу, бакалавр, факультету іноземної філології

Кам'янець-Подільського університету імені Івана Огієнка

Науковий керівник: ст. викл. Никитюк С. І.

Nowadays, ads tell a story, keep the audience watching until the end, and, if they are impressive, make the audience fall for them and they go straight forward to a shop to see how they smell. Is it the puffery of its style, the overall atmosphere or a few words that have captured your attention?

We believe the way advertising text is composed is the key to draw customer's interest. Therefore, the article deals with the analysis of the verb structures use in the most successful and noticeable fragrance advertisements ever. People always try to simplify things and the advertisement approach isn't an exception. Having examined the most popular fragrance advertisements we've come to a conclusion that the most effective and widely used verb constructions are very simple ones. For instance in this magnificent Crystal Noir, Versace advertisement we can find prepositional phrases used the most, second place goes to participial phrases: "She has presence. She walks *with her head held high*, and she has that certain smile. She has an innate *ability to* always *be* sexy and confident. She has a sure *sense of fashion and elegance*, and she loves the lavishness, eccentricity and *glamour of haute couture spirit*. She's a Versace woman. She wants a sumptuous fragrance, the olfactory *equivalent of a long train on fabulous evening dress*. It *must be* a "red carpet" fragrance, *multi-faceted* like a diamond. It is a unique fragrance *inspired by the virtuosity and creativity of Versace* and its modern *interpretation of luxury* (Crystal Noir, Versace)" [1]. Despite a very gorgeous style of the advertising, the structures of the sentences are in simple Present Indefinite which makes it easier to read and comprehend. Besides that we can easily determine the target audience: women, because of

numerous references by adding a pronoun “she” almost in the beginning of every sentence. The next examples are more focused on the use of gerund and modal verbs that are creating a “strong” but also pleasing effect: “Love is a perfume you *cannot* pour onto others *without getting* a few drops on yourself” – Ralph Waldo Emerson. What do I wear to bed? Why Chanel No. 5 of course – Marilyn Monroe”. “My favourite part of my body? I like my lips – *for kissing*” [3], Scarlett Johansson advert for Dolce & Gabbana’s “The One”. Regarding the grammatical organization of advertising texts, the use of inversion and passive forms should be emphasized. Negative forms are rarely used because they create a negative impression of a product or service, therefore, one should avoid negative evaluation in an ad text, creating a positive image instead [1]. “Hello, ladies, look at your man, now back to me, now back at your man, now back to me. Sadly, he isn’t me, but if he *stopped using ladies scented* body wash and *switched to* Old Spice, he *could smell like* he’s me. Look down, back up, where are you? You’re on a boat with the man your man *could smell like*. What’s in your hand, back at me. I have it, it’s an oyster with two tickets to that thing you love. Look again, the tickets are now diamonds. Anything is possible when your man smells like Old Spice and not a lady. I’m on a horse (Old Spice – The Man, Your Man Can Smell Like)” [3]. This particular advertisement isn’t so popular without a reason. The work of inversion, combined with modal verbs and endless repeated actions that create a certain flow equals a popular and successful advertising that has nothing to do with an adequate or by any means a comprehensive context.

To conclude, it is important to use the verb in a proper semantic way with the most accurate meaning in order to leave an unforgettable impression on what has been said in the fragrance advertisements.

Reference

1. Cotter C., D. Shriffrin, D Tannen. Discourse and Media: The handbook of Discourse Analysis. *Blackwell Publishers*. 1996. 436 p.

2. A. Makarova, N. Soluyanova, M. Gozalova, eds. Verbal component of advertisement and the problem of its perception. *Russian State University of Tourism and Service, Moscow*. 2018. 16 p.
3. Hanna Ibraheem. The 5 best perfume adverts. *Get the Gloss*. URL: <https://www.getthegloss.com/gallery/the-10-best-perfume-adverts>

ЛЕКСИЧНА ДЕРИВАЦІЯ СКЛАДНИХ ІМЕННИКІВ В АНГЛОМОВНІЙ ТЕХНІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Ніколаєнко Юлія

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Борбенчук І. М.

Динамічний розвиток науки і техніки є однією із причин появи у мові нових лексем на позначення термінів, професій, послуг тощо. Лексична деривація в англійській мові є досить продуктивною, а утворення складних іменників відбувається за визначеними словотвірними моделями.

Згідно І.В. Арнольд, «складним словом називається об'єднання двох або більше основ, функціонуюче як одне ціле і що виділяється в складі пропозиції як особлива лексична одиниця завдяки своїй щільно-оформленості. [1, с. 264]

В англійській мові складні іменники утворюються за існуючими моделями, графічно записуються у вигляді формул, які вказують приналежність основ до частин мови, послідовність складових моделей компонентів та наявність афіксів. Словотвірна модель — це конкретні морфологічні особливості утворення слів одного словотвірного типу. Це схема, яка характеризується морфологічними відмінностями, що супроводжують дериваційний акт. [2]

Технічна лексика англійської мови представлена наступними моделями:

1. **N + N.** Наприклад: *an aircraft* повітряний літальний апарат; *a dataflow* потік даних; *a flightline* траєкторія польоту.
2. **Adj + N.** Наприклад: *blue-lines* лінії, що йдуть з півночі на південь.
3. **V + N.** Наприклад: *a hoverplane* вертоліт.
4. **Num + N.** Наприклад: *firstgeneration* перше покоління; *two-seater* двомісний літальний апарат.

Серед складних іменників можна виділити й такі, що утворені без з'єднувального елемента (*an aircrew* екіпаж літального апарату, льотний екіпаж), або з допомогою займенника (*freight-all-kinds* різні вантажі).

У семантичних відносинах між компонентами відображаються зв'язки, які існують між певними предметами і явищами реальної дійсності. Відповідно, можна виділити такі семантичні відносини: відношення мети (*a mail-plane* поштовий літак); відношення кількості (*fifth generation* п'яте покоління); темпоральні відношення (*day-long* цілий день); відношення засобів (*brolly-hop* стрибок з парашутом).

Отже, в англійській мові деривація складних іменників відбувається за такими словотвірними моделями, як N+N, Adj+N, V+N, Num+N. Семантика новотвору залежить від сутності та смислового навантаження компонентів, з яких він складається.

Література

1. Арнольд І. В. Стилїстика сучасної англійської мови. - М.: 2000. - 264 с
2. Загнітко А. П., Познанська В. Д., Омельченко З. Л., Мозгунов В. В. Словник-довідник. 1998. [Електронний ресурс] <http://litmisto.org.ua/?p=2544>

ПОДВІЙНА ПРИРОДА ЧИТАБЕЛЬНОСТІ

Оніпко Емілія

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Івашкевич Л.С.

Терміни «читабельність» або «легкочитність» використовуються вітчизняними вченими як варіанти перекладу англійського терміна *readability*.

Читабельність як властивість тексту вивчається ще з 1880-х років. Вона характеризує легкість сприйняття текстового матеріалу та визначається на основі кількісних параметрів, найбільш поширеними з яких є кількість слів у реченні, кількість знаків або складів у слові, кількість слів, що складаються з трьох і більше складів тощо [2].

Для того, щоб досягти розуміння терміна «читабельність», що виходить за рамки загальної мови, необхідно обговорити результати інших областей досліджень, що стосуються читання та читабельності текстів. Досліджують читабельність текстів дві дисципліни — лінгвістика й психологія. У лінгвістиці читабельність є предметом дослідження лінгвістики тексту. З погляду психології читання та когнітивної психології розглядаються розуміння тексту та зрозумілість тексту — а отже, і читабельність.

А. Ребер попереджає про неоднозначність представленого явища та характеризує дві протилежні думки: «1. Доступність і розуміння письмового тексту, що визначається аналізом низки факторів, включно з синтаксичною складністю, лексикою, вираженістю теми, зв'язністю тем. 2. Визначення того, наскільки читабельний текст, засноване на середньому рівні підготовки читачів, здатних його прочитати й зрозуміти» [3].

Індекс читабельності тексту, який визначається формулами читабельності на основі кількісних параметрів тексту, відображає ступінь

розуміння тексту читачем, а також складність тексту. Корелятором індексу читабельності є вік потенційного читача, який визначається не біологічним віком, а кількістю років навчання. Наприклад, текст з індексом 90-100 (читабельність, за Флешом) буде зрозумілий учневі четвертого класу, а текст з індексом 0-30 — випускнику коледжу. Розрахунки зроблені для системи освіти США.

Сьогодні існує більше двохсот різних формул читабельності для аналізу текстів різних мов [1].

Отже, підсумовуючи вищевикладене, можна констатувати, що читабельність характеризує і текст, і читача, і який зв'язок між підготовленістю читача й текстом.

Література

1. McLaughlin G. H. SMOG Grading - a New Readability Formula // Journal of Reading. 1969. № 12(8). P. 639-646.
2. Solnyshkina M. I., Harkova E. V., Kiselnikov A. S. Comparative Coh-Matrix Analysis of Reading Comprehension Texts: Unified (Russian) State Exam in English vs Cambridge First Certificate in English // English Language Teaching. Canada: Canadian Center of Science and Education, 2014. Vol. 7. № 12. P. 65-76.
3. Ребер А.С. Оксфордский толковый словарь по психологии. 2002 [Электронный ресурс]. URL: <http://vocabulary.ru/dictionary/487/word/chitabelnost>

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Панчук Євгенія

студентка 3 курсу, факультет лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл., к. філол. н. Скобнікова О.В.

Крізь століття та епохи простежується еволюція усіх аспектів життя

людини. Не залишається і остронь розвиток мови, її вдосконалення та збагачення. Зміни відбуваються завдяки різноманітним чинникам, наприклад, культурним, економічним або ж політичним. Саме вони сприяють тісному зв'язку між народами, а відповідно, і запозиченню лексики один в одного та обміну різноманітними реаліями, явищами та поняттями.

Т. Жеребило тлумачить термін таким чином: запозичення – це процес і результат переходу з однієї мови в іншу слів, граматичних конструкцій, морфем, фонем, який є одним з найбільш розповсюджених мовних контактів [2, с. 107]. Питання розподілу запозичення цікавило багатьох науковців, проте однією з найбільш вдалих, вважаємо класифікацію мовознавця І. В. Арнольд [1, с. 228]. Лінгвістка пропонує розділяти запозичену лексику за джерелами та епохами.

До поданої класифікації, перш за все входять кельтські запозичення, адже ці слова вживаються часто у мові, але чимало людей навіть не здогадуються про їхнє давнє походження. До даної групи запозиченої лексики входять слова *bald, crowd, flannel, slogan, whiskey*. До розподілу науковець відносить латинські запозичення, проте ділить їх на періоди відповідно до історичних подій: лексика, що надійшла у мову ще до завоювань британських земель англами і саксами (*wine, butter, wall*), лексика VI-VII століття, яка стосувалась здебільшого релігії, науки та мистецтва (*apostle, candle, theater, school, paper*), запозичення XV-XVI століття пов'язані з добою Відродження та розвитком латинської мови (*area, data, editor, medium, notorious, orbit, peninsula, series, urban*). Не залишилися осторонь і скандинавські запозичення, адже вони теж зробили свій внесок у мову [3, с. 253]. Зокрема, слова із [sk] відносять до скандинавського походження: *score, scowl, scrape, skill, skin, skirt, sky*. Крім того, І. В. Арнольд розділяє французькі запозичення на: старі (*capon, castle, prison*) та нові французькі запозичення (*attitude, ballet, belle, bouquet*,

brigade, buffet, cadet, caprice, chateau). У класифікації науковець згадує запозичення з грецької, італійської, голландської, іспанської, російської, української, німецької та багатьох інших мов.

Багато мов збагатили та урізноманітнили лексику англійської за багато століть, про що і свідчить класифікація І. В. Арнольд. Саме це зробило англійську мову такою, якою вона є зараз. Незважаючи на факт, що її словниковий фонд містить великий відсоток запозичених слів, вона не втратила своєї самобутності.

Література

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. Москва: Наука, 2012. 376с.
2. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов: Справочное пособие. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.
3. John Algeo. THE ORIGINS AND DEVELOPMENT OF THE ENGLISH LANGUAGE. (Sixth Edition). Wadsworth: Cengage Learning, 2010. 347 p.

КЛАСИФІКАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ДІАЛЕКТІВ

Паруха Аліна

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викладач Козко О.А.

Соціальні діалекти та сленг є невід'ємною частиною будь-якої культури та нації, саме тому ця тема є дуже цікавою та важливою для дослідження. Актуальність роботи полягає у необхідності виявити класифікацію соціалектів та їх специфіку.

Діалект відрізняються від літературної мови, тим, що він більш наближений до людей. Діалекти можна поділити на дві групи: територіальний та соціальний. На територіальних діалектах розмовляють

люди, котрих пов'язує певна територія. Як зазначає науковець Борисов О. Е. діалекти найчастіше виникають в сільському середовищі, проте і в місті виникнення діалектів не є новинкою. Соціальний діалект об'єднує певну соціальну групу, їх вид діяльності чи стиль життя. Професіоналізми, арго, сленг та жаргон також відносять до соціальних діалектів. Професіоналізми – слова та словосполучення, що використовуються певною професійною групою. Арго також один із різновидів соціальних діалектів та переважно використовується замкненими групами, його також називають мовою антисоціальних елементів суспільства. Терміни «арго» та «жаргон» вважаються синонімічними проте деякі науковці розділяють їх. Так науковиця Ставицька виділяє арго як потаємну мову відому лише людям, котрі належать до певної групи[2,с. 40], в той час як жаргон є ознакою великої кількості людей об'єднаних віком, професією чи видом діяльності, яка не є таємною. Тобто жаргон це вид усного мовлення, який виникає у відкритих групах людей яких поєднують спільні інтереси, професія або вік. Раніше у терміна «жаргон» було занижене значення проте у сучасній термінології вже не несе таке значення. Сленг – є схожим до жаргонізмів, проте його можуть використовувати різні групи суспільства незважаючи на їх вік, вид діяльності тощо.

Поняття «сленг» з'явилося в мовознавстві у середині ХХ років і за визначенням О. Селіванової, є нелітературною додатковою лексичною системою[1, с. 333]. Сленг використовується практично всіма групами населення, незалежно від професії, віку освіти тощо. Саме тому сленг швидко поширюється, популяризується та збільшується кількість лексичних одиниць сленгу. Він частіше за все має експресивну оцінку та заміняє уже існуючі поняття. Наприклад дієслово «чілити» є близьким за значення до «відпочивати». Характерними ознаками сленгу є експресивність і емоційна забарвленість, широке вживання, різноманітність та швидкоплинність. Вчений Партрідж окрім сленгу, арго та професіоналізмів виділяє

колоквіалізми та вульгаризми.[3] Колоквіалізми це слова, котрі є часто вживаними при неформальному спілкуванні, але недопустимі до офіційно-ділового стилю мовлення. Їх можна поділити на вигуки (*Уер*) слова звернення до особи (*Body! Bro!*) та скорочення граматичних конструкцій (*I'm gonna meet u*). Вульгаризми це грубі, лайливі вислови, котрі мають негативне забарвлення (*damn, bloody hell*).

Література

1. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О.Селіванова. – Полтава: Довкілля – К, 2006. – 716 с.
2. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: Соц. диференціація укр. мови / Л.Ставицька. – К.: Критика, 2005. – 464 с.
3. Partridge E. Slang: To-Day and Yesterday / Eric Partridge., – New York, 2015. – 469 с.

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Перевайло Олександра

Студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Василенко Л. О.

Фразеологізми – це інструменти в мовленні, які використовують для створення виразності та образності висловлення. Від звичайного словосполучення фразеологізм відрізняється тим, що він є семантично єдиним і виконує функцію надання емоційно-експресивного забарвлення повідомленню.

Варіацій визначень фразеології існує безліч. Фразеологізм – це мовна одиниця, компоненти якої втратили лексичну самостійність. Її специфічне значення формується після метафоричного переосмислення вільного словосполучення [1, ст. 4].

Явища фразеології та політики пов'язані тісніше, ніж може здатися на перший погляд. Ефективність повідомлення політика впливає на силу переконання його слухачів. Те, як народний обранець говорить, впливає не тільки на політичні процеси безпосередньо, але й на інформаційне поле народу.

Політичний дискурс – це вербальна комунікація в конкретному контексті та середовищі, яка найчастіше стосується соціальних аспектів життя, а ролі мовців у ній корелюються з їх політичною діяльністю. Соціокультурний контекст політичного дискурсу характеризується орієнтацією на масову аудиторію, об'єднану спільними цінностями і настановами, якими можна керувати; національно культурною специфікою; ідеологічністю [2, с. 185].

Оскільки повідомлення політиків в основному адресується народу, звичайно, у промовах переважають мовні одиниці, які близькі та зрозумілі людям. Цікавим явищем у сучасній публіцистиці є заголовки — цитати висловлювань окремих політиків, службовців, громадських діячів, які, незважаючи на чіткі норми політичного красномовства, рясніють образними, експресивними виразами та фразеологічними новотворами [3, с. 194].

Фразеологізми формують стереотипне або ж асоціативне бачення реципієнта. Використання фразеологізмів не завадить читачеві чи слухачеві зрозуміти, куди ж віднести суб'єкт висловлення, описаний фразеологізмом, до «білих» чи «чорних». Тобто, чи є характер висловлення схвальним, чи все ж критичним.

Отже, сучасна політика цікавить багатьох людей, жоден день середньостатистичного громадянина не минає без політичних новин. У політичних баталіях 21 столітті експресії вистачає, проте, якщо її раптом здається недостатньо, то фразеологізми можуть її компенсувати. Зв'язок фразеології та політичного дискурсу виник через необхідність актуалізації

соціальних питань, їх урізноманітнення, створення асоціацій та образів з незмінною метою – викликати зацікавлення нової аудиторії та втримати інтерес уже наявної.

Література

1. Білоноженко В. М. Фразеологічний словник української мови. Київ, 1993. 984 с.
2. Клименко І. В. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу. *Збірник наукових праць Української преси*. Київ, 2009. Вип. 19. С. 182–186.
3. Файчук Т. Г., Фіголь Б. О. Фразеологія суспільно-політичного електронного дискурсу. *Науковий журнал Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Київ, 2020. Вип. 1. С. 194 – 204

ВЗАЄМОДІЯ ЛІТЕРАТУРНОЇ КАЗКИ ТА ФАНТАСТИКИ В ДИТЯЧІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Перейма К.Б.

*студентка 1 курсу магістратури, групи ЛА-301мп,
факультету лінгвістики, КПП ім. Сікорського
Науковий керівник: к. філол. н., доц. Борбенчук І. М.*

Літературна казка є одним із найпопулярніших жанрів серед дитячих письменників, а вивчення її особливостей та природи були розпочаті науковцями в ХІХ ст.

У свій час О. Мещерякова дала визначення терміну, за яким «казка літературна (авторська) – тісно пов'язана з народною, але на відміну від неї, має автора. Саме авторська уява, його уявлення про добро і зло створює особливий світ літературної казки» [3, с. 432]. За Ю. Ярмишиною літературна казка є жанром «...літературного твору, в якому в чарівно-

фантастичному або алегоричному розвитку подій і, як правило, в оригінальних сюжетах і образах у прозі, віршах або драматургії розв'язуються морально-етичні або естетичні проблеми» [4, с. 142]. Л. Брауде трактує літературну казку як «авторський художній, прозаїчний або віршований твір, заснований або на фольклорних джерелах, або цілком оригінальний; переважно фантастичний, чародійний, що змальовує неймовірні пригоди вигаданих або традиційний казкових героїв і, в окремих випадках, орієнтований на дітей, твір, в якому неймовірне чудо відіграє роль сюжетотворчого фактора, служить вихідною основою характеристики персонажів» [2, с. 283].

Традиційна казка поступово перетворюється на явище мистецького феномену, де автор створює свій власний фантастичний світ, а тому сучасні дослідники відзначають зв'язок літературної казки та фантастики. Фантастика є формою відображення світу, при якій на основі реальних уявлень створюється логічна несумісна з ними картина Всесвіту, вона є «фантастична історія, або істота, або місцем, яке настільки дивне, що Вам здається, ніби воно лише в уяві» [5, с. 366]. Фантастична літературна казка будується за особливим принципом. Серед основних жанрових рис фантастичної літературної казки виділяють: 1) існування двох взаємопов'язаних світів; 2) пізнання героєм сутності буття, пошук відповідей на вічні питання; 3) пізнавальна сутність творів вміщує в собі історію героя (але не процес становлення його характеру), спрямовану на ініціювання пізнавальних процесів у читача-слухача; 3) сюжет часто має своєрідну параболічну форму; 4) наявність єдино направленого конфлікту, який може розкриватися через кілька конфліктних ситуацій [1, с. 211].

Відомими англійськими письменниками, у творчих доробках яких є фантастичні казки, варто відзначити таких, як Л. Керролл, Р. Кіплінг, О.Уальд, Б. Поттер, Дж. Баррі, К. Грем, Е. Несбіт тощо. Їхнім творам притаманні багатоплановість сюжетних ліній, перенесення в часі (минуле-

майбутнє), дія може відбуватися за межами нашого світу, в іншій реальності. У своїх творах автори уміло поєднують традиції народної казки із власними вигадками, додають фантастичних елементів, переосмислюють значення казки у свідомості людини. Досить часто ці казки написані не лише для дітей, а і для дорослих, які можуть поринути у незвичайний світ пригод, пережити пригоди разом із головними героями, переосмислити життєві орієнтири.

У підсумку можна зазначити, що літературна казка тісно пов'язана із фантастикою, а тому будується за особливим принципом і має характерні риси. Англійські письменники часто звертаються до цього жанру, оскільки казка має величезний потенціал та є засобом впливу на читача.

Література

1. Виноградова О.И. Фантастические повести А.Ф. Вельтмана в контексте русской прозы 20-х – 40-х годов XIX века: дис. ... канд филолог. наук: 10.01.01. / Белгород. гос. нац. исслед. ун-т. Белгород, 2013. 211 с.
2. Галич О., Назарець В., Васильев Є. Теорія літератури : Підручник.- К.,2001. 283-284 с.
3. Івашків О.В. Особливості англомовного казкового дискурсу / О.В. Івашків // Наукові записки. Сер.: Філологічні науки. – 2011. – Випуск 96 (1). 429-432 с.
4. Ярмиш Ю. У світі казки. – К., 1978. 142 с.
5. Longman Dictionary of American English. [Online] <https://www.ldoceonline.com/>

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СПОСОБИ ТЕРМІНОТВОРЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ

Півень Юрій

студент 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Ковальська Н.В.

Електроенергетика є однією з наукомістких і передових областей в сучасному світі. Вона займається виробництвом і передачею електроенергії, потреба в якій постійно зростає як у промисловій, так і в соціальній сферах. Специфіка електроенергетичної галузі має на увазі участь багатьох країн в різних проектах, наприклад, з розвитку нетрадиційних джерел енергії, підвищення надійності енергосистем або об'єднання великих енергосистем, що вимагає тісної взаємодії іноземних фахівців [3, с. 12].

Дана робота присвячена дослідженню загальних питань термінології і термінологічної діяльності в електроенергетичній галузі на матеріалі англійської та української мов. А саме структурним та семантичним особливостям та способам термінотворення термінології електроенергетики.

До питань термінології і термінологічної діяльності зверталися багато дослідників в різні періоди часу. Серед них К.Я. Авербух, Р.А. Будагов, І.І. Валуйцева, І.Г. Хухуні, Н.В. Васильєва, Б.Ю. Городецький, С.В. Гриньов-Гриневич, В.П. Даниленко, О.Б. Іванова, В.М. Лейчик, Ю.М. Марчук, А.А. Реформатський, А.В. Суперанська, Н.В. Подільська, Н.В. Васильєва, В.А. Татарінов, С.П. Хижняк та інші [4, с. 70].

Серед морфологічних способів термінотворення суфіксальний спосіб є найбільш продуктивним в обох мовах, так як з його допомогою утворюється найбільше термінів. Особливо це характерно для утворення іменників (*англ. isolator, disturbance, contingency, укр. квіткування, трансформатор, провідність*). В електроенергетичних термінах присутні

багато латинських і грецьких терміноелементів, які, в основному, є префіксами (*deration* – розвантаження, *asynchronous conditions* – асинхронний хід). Спосіб словотвору також можна вважати продуктивним. З його допомогою утворюється 9,5% англійських термінів і 8,5% українських термінів.

Незважаючи на те, що англійська та українська мови належать до різних мовних груп, результати дослідження синтаксичного способу утворення термінів мають схожі риси. Основні подібності полягають у переважанні двокomпонентних термінів-словосполучень; за допомогою синтаксичного способу утворюється 82% лексичних одиниць в англійській термінології (*booster transformer, contingency analysis, load flow balance, power system network analysis*) і 83% лексичних одиниць в українській термінології електроенергетики (*вольтододатний трансформатор, аналіз непередбачених обставин, баланс потоку, аналіз режимів електричної мережі*) [1, с. 55].

Серед семантичних способів утворення виділяються прийоми метафоризації і метонімічного перенесення. У термінології електроенергетики присутня велика кількість термінів-метафор. Останні зафіксовані в спеціалізованих електротехнічних словниках, а також використовуються контекстуально. Однак, існує розряд контекстуальних метафор, який використовується тільки в професійній комунікації, в деяких контекстах для створення певного ефекту або для того, щоб явище, що позначається терміном, було зрозуміло для більш широкого кола осіб (*clean energy, dirty ground, glitch, blink*) [2, с. 328].

Результати дослідження показують, що, якщо мова йде про створення ефекту або здатності метафор зрозуміло і чітко пояснити будь-які явища, то англійські терміни-метафори мають більшу образність в порівнянні з їх українськими еквівалентами.

Поява нових слів в електроенергетиці пов'язано з розвитком технологій і новими завданнями, з якими доводиться стикатися галузі в ХХІ ст. Для дослідження було відібрано 19 нових термінів (*digital substation* – цифрова підстанція, *virtual consumer* – віртуальний споживач та інші), які в останні двадцять років широко використовувалися фахівцями. Були проаналізовані нові поняття, що застосовуються і використовуються в галузі електроенергетики. Вони можуть вважатися неологізмами як в широкому розумінні, що задовольняють ряд критеріїв для виділення неологізмів (по «часу», з «мовного простору», по «новизні» самого слова і його структурної ознаки), так і у вузькому, оскільки вони позначають нові технології на сучасному етапі розвитку галузі. Вивчення форумів для спілкування фахівців і наукових статей з даної теми показало, що існує неоднозначне розуміння нових термінів, що заважає професійній комунікації.

Електроенергетичному терміну, який представляє спеціалізовану галузь знання, притаманні специфічні характеристики на відміну від загальноновживаної лексики. Наприклад, однією з таких характеристик є епонім. Були відібрані і проаналізовані 66 англійських термінів-епонімів з їх українськими еквівалентами зі словників. Всі представлені епоніми діляться на кілька семантичних груп: одиниці виміру (*volt* – вольт, *watt* – ват) і вимірювальні прилади (*wattmeter* – ватметр), ефекти (*Thomson effect* – ефект Томсона; *thermoelectric effect* – термоелектричний ефект), закони (*Ampere's rule* – правило Ампера) або обчислення (*Laplace transform* – перетворення Лапласа), електричні схеми або пристрої (*Gorev circuit* – контур Горєва), обладнання (*Le Blanc transformer* – трансформатор Леблана для переходу з 3-х фазного струму на 2-х фазний, *Miller oscillator* – ємнісний триточковий кварцовий генератор) [3, с. 14].

За трактуваннями Максимової Н.В., найбільш частотними словосполученнями є двоскладні, які складають 85% від всіх досліджуваних

термінів-епонімів. Найпоширенішою моделлю утворення епонімів є власна назва + загальна назва (*Rogowski coil* – *катушка Роговського*, *Buchholz relay* – *реле Бухгольца*). За цією моделлю утворені 70% термінів [4, с. 69].

Англійські терміни не завжди є епонімами в українській термінології, тобто не містять в своєму складі власну назву (*Becquerel effect* – *ефект Беккереля*; *фотогоальванічний ефект*). Присутні англійські терміни, які мають два значення, але тільки одне з них є епонімом в українській мові (*струми Фуко* – *Foucault's currents*; *eddy currents*) [4, с. 65].

В електроенергетичній термінології превалюють епоніми, запозичені з терміносистем фізики і математики. Як в українській, так і в англійській мовах переважають двокомпонентні терміни-епоніми.

Отже, сучасній електроенергетичній термінології як англійській, так і українській, властиве прагнення до систематизації своєї внутрішньої структури, єдності її значення і зовнішньої форми, що обумовлено специфікою галузі. Це прагнення реалізується в процесі упорядкування термінології, тобто стандартизації.

Література

1. Гінзбург М.Д. Щодо деяких фундаментальних понять електротехніки. Електроінформ, 2006. С. 54-55
2. Дерпак О. Термінологія з енергетики та її відображення у вітчизняній лексикографії. Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Агроінженерні дослідження, 2013. С. 321-329.
3. Максимова Н.В. Визначення неологізмів в електроенергетиці // Філологія: наукові дослідження. М.: 2019. С. 9-14.
4. Максимова Н.В. Проблеми впорядкування термінології в галузі електроенергетики // Вісник МГОУ. Сер.: Лінгвістика, 2018. С. 64-72.

ПОНЯТТЯ АЛЮЗІЇ В КЛАСИЧНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Піскова Діана

студентка 1 курсу магістратури, ННІ іноземних мов

ЧНУ ім. Богдана Хмельницького

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Корновенко Л.В.

Відомо, що кожен текст – немов окрема багатошарова і багатогранна система, тісно переплетена з позатекстовим контекстом. Системне багатство зумовлене не лише розкішшою уяви автора, а й культурними та ментальними особливостями [1]. Основою виникнення підтексту є взаємодія денотативних та конотативних значень слів, а також їх асоціативних зв'язків [2]. Автори докладають значних зусиль, аби їхні доробки були оригінальні, багатошарові, насичені яскравими метафорами та захоплюючими посиланнями, що зумовлює використання алюзій.

Низка вчених досліджує алюзії, їхню роль та функції, необхідність перекладу алюзій в творах літератури, а також створює багатогранні та деталізовані класифікації цієї фігури, наприклад: М.М. Бавдис, Ю.І. Беген-Герус, К.В. Білецька, Л.Д. Бурковська, В.О. Вострецова, А.Б. Кам'янець, О.М. Копильна, Г.В. Кузнєцова, Я.С. Курбала, Т.Є. Некряч, Н.Ю. Новохачової, О.Б. Ярема [див. наприклад: 1; 3; 5; 6]. Проте, попри численні наукові роботи та дослідження, це мовне явище все ще потребує достатньо прискіпливого вивчення та аналізу, особливо у контексті перекладу. Науковці розглядають алюзію як мовленнєвий засіб, стилістичний прийом, пов'язаний із використанням у тексті фольклорного, літературного, історичного, чи побутового факту, а також відомого афористичного вислову, крилатого слова, ідіоми [4]. Тобто, це прихована інформація, що ніби таїться поміж рядків і чекає допоки достатньо

обізнаний та ерудований адресат розпізнає її, а в результаті збудує певний асоціативний ряд, що сприятиме кращому розумінню контексту.

Нами зафіксовано чимало різноманітних класифікацій функцій алюзій, зокрема О.М. Дронова, К.М. Коваленко, П. Леннона, А.А. Тютенко та ін. Водночас лінгвіст О. Б. Ярема зазначає, що кожен з лінгвістів у межах специфіки свого напрямку дослідження виокремлює різні функції, більшість із яких перетинаються й різняться лише номінативно. Серед них здебільшого: естетико-пізнавальна (О.М. Дронова); функція підтексту (О.М. Дронова, О.О. Лавриненко, Б.Д. Лобжанідзе); оцінно-характеризувальна (О.М. Дронова, А. А. Тютенко, І.Б. Александрова, В.П. Гайдар); емотивно-експресивна (В. П. Гайдар, А.А. Тютенко) [6]. У сучасній лінгвістичній літературі можна знайти чимало трактувань алюзії як лінгвістичного явища, проте ми спираємось на думку О.О. Селіванової, яка вважає, що алюзія є виявом текстової категорії, інтертекстуальності, прийомом художньої виразності, що збагачує текстову інформацію, створюючи асоціації шляхом натяку на події, факти, персонажів інших текстів; це вияв безперервної діалогічності текстопородження, зокрема художньої творчості [5]. Отже, алюзія – надзвичайно багатообіцяюча та цікава одиниця мовлення, яка допомагає розширити межі пізнання й розуміння контексту, насичує текст інформативними елементами, урізноманітнює сюжетні лінії, а також підвищує рівень ерудованості та кмітливості не лише адресанта, а й адресата.

Література

1. Беген-Герус Ю. І. Алюзії або «великодні яйця» перекладу. EVEREST. Переклади : веб-сайт. URL: <https://everest-center.com/alyuziyi-abo-velikodni-uyajtsya-perekladu/>
2. Білецька К. В. Проблема відтворення алюзії у процесі перекладу

мультфільмів / К. В. Білецька // *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]*. Серія : Філологічна. 2013. Вип. 37. С. 54-56.

4. Словник тропів і стилістичних фігур / [автор-укладач В. Ф. Святовець]. К.: Академія, 2011. 176 с.

5. Лінгвістична енциклопедія / упоряд. О. О. Селіванова. Полтава Довкілля-К, 2010. 844 с.

6. Ярема О. Б. Типологія і функції алюзій / О. Б. Ярема // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2014. Вип. 12. С. 111-113.

ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Пономаренко Софія

студентка 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Мовленнєво-мисленнєва діяльність людини найповнішою мірою проявилася у такому лінгвістичному надбанні людства, як створення текстів. Згодом цей процес став об'єктом інтересу багатьох міждисциплінарних наукових досліджень.

На сьогоднішній день текст розуміється як цілісне комунікативне утворення, що відрізняється структурно-семантичною, композиційно-стилістичною і функціональною єдністю і характеризується певним набором категоріальних ознак (текстових категорій), таких як інформативність, завершеність, лінійність, інтегративність, рекуративність (повторюваність), що особливим чином проявляються на надфразовому рівні. Хоча текст зовнішньо представлений послідовністю лінійно розташованих речень, абзаців та інших фрагментів, він є якісно новим

утворенням, що не зводиться до суми складових його елементів. У даній трактовці текст виступає самостійним об'єктом лінгвістичного та лінгвостилістичного аналізів [1, с. 378-379].

Здійснюючи компаративний аналіз ключових понять лінгвістики тексту («текст», «дискурс», «твір»), можна з легкістю переконатися, що між ними існує іманентний зв'язок. Середовищем існування тексту є дискурс, а простором побутування твору є текст. Текст як об'єкт літератури корелює за змістом із грою, за формою – з ритуалом, як елемент культури постає важливим інгредієнтом конвенційних канонів і традицій. У текстах водночас можуть репрезентуватися реальні та ірреальні події, зберігатися традиції минулого, шляхом домислювання і фантазування, створюватися нові моделі картин світу [2, с. 8].

Аналіз наукових праць засвідчує, що текст є складною комунікативною структурою; засобом отримання, зберігання, перероблення й використання знань; комунікативною подією, яка пов'язана із сучасними інформаційними технологіями; фрагментом конкретної соціальної дійсності з визначеними локально-темпоральними межами, заданими соціальним змістом; основою успішного особистісного розвитку учнів і студентів тощо [3, с. 1].

Наголошено, що текст стає об'єктом психологічного дослідження за умови, коли його розглядають як центральну ланку в комунікативному ланцюзі "автор – повідомлення – реципієнт". Розуміння художнього тексту залежить також від його мовних особливостей, які сприяють побудові відповідних асоціативних зв'язків. Останні, в свою чергу, не є випадковими, вони значною мірою зумовлені культурою, соціальним станом людини та багатьма іншими факторами [4, с. 110].

Сприйняття мови – це процес розкриття суті, що криється за зовнішньою формою висловлювання. Суттєвим завданням сучасної психолінгвістичної методології є відшукування суті розуміння й

інтерпретації реальності, зокрема психічної реальності людини, її особистого емоційного досвіду, який фіксується в різних художніх текстах. Таким чином, використання психолінгвістичного аналізу художнього тексту є досить корисним і доцільним, оскільки з його допомогою можна дослідити, яким чином професійні перекладачі передають емоційну наповненість тексту іншими мовами. Психолінгвістичний аналіз тексту може включати різні види аналізу, зокрема контент-аналіз та психографологічний аналіз [5, с. 241].

Отже, в наукових колах питання багатоаспектного дослідження тексту залишається актуальною й досі. Особливо гостро тут можна відзначити художні тексти і їх віддзеркалення у психолінгвістичних дослідженнях й у розкритті ідейного змісту зокрема. До того ж існує безліч перспектив у проведенні даного виду досліджень.

Література

1. Савлук О. М. Характерні особливості художнього тексту як лінгвістичного феномену / О. М. Савлук // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. / О. М. Савлук, 2014. – С. 378-384.
2. Єщенко Т. А. Концептуальні виміри тексту, дискурсу і твору / Т. А. Єщенко // Лінгвістичний аналіз тексту: модульний курс: навчальний посібник / Т. А. Єщенко. – Донецьк, 2009. – 188 с.
3. Овсієнко Л. Текст як об'єкт вивчення лінгвістики й лінгводидактики / Л. Овсієнко // Теоретична і дидактична філологія. - 2014. - Вип. 17. - С. 114-131. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tidf_2014_17_12
4. Кирилюк О. Л. Головні аспекти психолінгвістичного дослідження мови творів В. Винниченка / О. Л. Кирилюк // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Філол. науки. – 2013. – С. 109–113.
5. Дячук Н. В. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. / Н. В. Дячук – 2016. – №10. – С. 241–244.

ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТРОПІВ

Прядка Олена

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: Присяжнюк Н. М.

В сучасному світі глобалізації, масштабних проєктів і суспільних техно-революцій суспільно-економічне та політичне життя завжди залишається в центрі уваги. Кожного дня події і явища в суспільстві потребують відображення та обговорення на національному або світовому рівні. Цей сектор суспільного життя обслуговує політичний дискурс – найбільш жвавий, яскравий та динамічний тип дискурсу.

На сучасному етапі особливу зацікавленість лінгвістів викликає політична полеміка як об'єкт дослідження. Її складниками є публіцистичний жанр и політичний дискурс.

Прагматика дискурсу в політичній рекламі дуже важлива в аспекті розшифрування авторського посилання до аудиторії, його вербальних та невербальних висловлювань, імплікативності тексту та його емотивності. Прагматика забезпечує комунікацію учасників (адресанта та адресата), вивчає їх взаємодію та ситуацію спілкування. Особливість політичних текстів публіцистичного дискурсу полягає у широкому використанні тропів, які виконують багато функцій і допомагають яскраво донести до учасників основну думку тексту [1].

Тропи сприяють експресивності, емотивності мовлення. Дослідження англійських та українських прикладів політичного дискурсу мас-медіа дозволило дійти висновку щодо ролі та частотності використання гіперболи та її вживання з іншими тропами.

Гіпербола є різновидом метонімії і служить для вираження свідомо збільшеної ознаки, що економить мовні засоби. Цей спосіб реалізує оцінку

функцію в мас-медіа, дає авторові змогу яскравіше виразити свої враження та надати додаткові відтінки контексту. В англомовній та українській політичній рекламі гіпербола є улюбленим тропом.

Наприклад, політичні передвиборчі промови тодішніх президента Д.Трампа та кандидата в президенти Д.Байдена, містять в собі багато гіпербол.

*“And there are many instances which will be reported very shortly. There’s **tremendous litigation** going on. And this is a case where they’re trying **to steal an election, they’re trying to rig an election, and we can’t let that happen.**”*

В цьому прикладі Д.Трамп підкреслює започаткування **величезних судових процесів** щодо підробки результатів виборів в Детройті та Філадельфії завдяки бажанню партії республіканців **вкрасти вибори, сфальсифікувати їх.**

Політична полеміка передбачає аналіз процесів взаємодії учасників комунікації як рівноправних учасників дискурсу, тому що вони перебувають в постійній інтеракції, впливаючи один на одного. Політичному дискурсу притаманні своєрідні ознаки, як агресивність, ідеологічність, театральність та перфоманс [2].

Політична полеміка завжди має високу експресивність, емотивність, високий словотвірний матеріал. В сучасному політичному дискурсі тропи грають величезну роль. Соціальні мережі глобально впливають на якість життя, суспільні процеси, в тому числі і політичні, а також на суспільні штампи мислення та поведінки.

Використання гіперболи забезпечує експресивність та емотивність тексту, притягує увагу читача до суспільно значущих подій та видатних персон, подає інформацію в жвавій полемічній формі. Тобто, гіпербола виконує багато функцій: емотивну, інформативну, прагматичну, комунікативну, контактано-встановлюючу, імплікативну, стилістичну, ігрову. Гіпербола виникає в публіцистичному дискурсі в контексті,

використовується поряд з іншими тропами, крилатими виразами, шаблонами. Гіперболізація сприяє створенню іронічного ефекту, сарказму, евфемізації.

Отже, гіпербола має великий прагматичний потенціал і відіграє важливу роль в створенні впливу на читача в політичній полеміці.

Література

1. Мірошниченко І.Г. Тропи як засоби лаконічності та виразності в стислих текстах українських мас-медіа. Наук.вісник Херс.держ.ун-ту, Серія: Лінгвістика. – 2018. – Вип. 34. – С. 61–65.
2. Селіванова О. *Сучасна лінгвістика: Термінологічна енциклопедія*. Полтава: Довкілля, 2006. – 716 с.

СЕМАНТИКА І ПРАГМАТИКА ДЕСТРУКТИВНОГО АНГЛОМОВНОГО ДІАЛОГУ

Прядун Тетяна

Студентка 1 курсу магістратури факультету іноземно філології

Волинського національного університету імені Лесі Українки

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Одарчук Н. А.

На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки важливим є вивчення форм міжособистісної взаємодії, оскільки сучасний стан мовознавства характеризується підвищеною зацікавленістю науковців до проблем комунікації та дискурсної поведінки її учасників. У зв'язку з цим актуальним є дослідження деструктивних форм мовленнєвої комунікації. Деструктивність належить до фундаментальних дискурсивних категорій, які відіграють значну роль в організації комунікативної взаємодії та визначають прагматику діалогу.

Вивчення механізмів деструктивного діалогу посідає важливе місце в сучасній комунікативній лінгвістиці. Його дослідження базується на теорії

дискурс-аналізу та теорії деструктивності А. Buss [5], Е. Fromm [3] та ін.). Мовленнєві акти з елементами деструктивності частково висвітлено в працях Т. А. Крисанової (дослідження висловлювань із негативною оцінкою адресата), Є. С. Смирнової (комунікативно-функціональний аспект висловлювань-ображення), Н. А. Одарчук (семантика і прагматика висловлювань відмови) тощо [4, с. 381].

У теорії комунікації термін «деструктивний діалог» трактується дуже широко: це «форми і особливості контактів, які негативно впливають на співрозмовника і ускладнюють взаємини спілкування» [2, с. 271]. Наприклад, це може бути маніпулятивне спілкування, авторитарний стиль, ускладнення відносин між комунікантами через ревності, заздрість, нарцисизм. Деструктивний характер може мати навіть мовчання, якщо воно має форму покарання співрозмовника, а також замовчування.

Основу деструктивного діалогу можуть складати деякі особистісні риси, зокрема лицемірство, хитрість, схильність до наклепів, мстивість, уїдливість, цинізм, святенництво тощо. Таке спілкування не обов'язково переслідує особисту матеріальну вигоду. Співрозмовник у такому спілкуванні може керуватися несвідомими мотивами самоствердження, зловтіхи, помсти, суперництва і т.д. До деструктивного діалогу відносять не тільки агресивно-конфліктне спілкування, а й маніпулювання та «інші форми впливу, що супроводжуються корисливими мотивами» [2, с. 280].

До феноменів, які підсилюють деструктивність в діалозі, безперечно, належить агресія. Навмисна агресія спричиняє шкоду партнеру. Як правило, її суб'єкт заздалегідь усвідомлює наслідки свого вчинку, отримуючи потім задоволення від досягнення мети. Вербальна агресія проявляється в агресивному змісті висловлювань і вираженні емоцій відповідною інтонацією та іншими невербальними компонентами мовлення [1].

На семантичному рівні розгортання деструктивної мовленнєвої комунікації забезпечується різними частинами мови: прикметниками (*false*,

sinister), прислівниками (*irreparably*), іменниковими словосполученнями (*babble of lies*), дієприкметниками (*exaggerated, staged*), а також сталими словосполученнями (*lameduck*), що виступають у функції означень і є маркерами раціональної негативної оцінки. Також у деструктивному діалозі співрозмовник використовує іронію, сарказм, гру слів. Варто зазначити, що в деструктивному діалозі логіка розвитку конфлікту як правило, призводить до того, що самі нейтральні одиниці мови сприймаються як образливі.

Отже, прагматична мета деструктивного діалогу полягає в прагненні травмувати співрозмовника, завдати йому психологічної або навіть фізичної шкоди, всіляко зменшити його особову значущість; деструктивний діалог кваліфікується як ініціативний, оскільки припускає наявність можливості вибору партнера по спілкуванню; за тривалістю – як такий що не має чітких меж; за стилем – агресивний; за співвідношенням форми і змісту він може бути прямим і непрямим.

Література

1. Волкова Я. А., Панченко Н. Н. Деструктивность в политическом дискурсе. *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 161–178.
URL: <http://journals.rudn.ru/linguistics/article/download/15154/14010>
2. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001. 544 с.
3. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности / пер. с нем. Э. Телятниковой. М.: АСТ МОСКВА, 2009. 635 с.
4. Черняк О. П. Деструктивні форми мовленнєвої взаємодії у комунікативному акті осуду. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики* : зб. наук. пр. / відп. ред.: Н. М. Корбозерова; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Логос, 2008. Вип. 13. С. 380-386.
5. Buss A. *Aggression Pays. The Control of Aggression and Violence*. NY, London, 1971. P. 18–35.

МОВНА ГРА ТА СЕМАНТИЧНА КОМПРЕСІЯ В РЕКЛАМНИХ СЛОГАНАХ

Рибачок Катерина

студентка 3 курсу бакалавру, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

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

Бездоганна реклама, яка впливає на вибір споживача, має в декількох словах містити неабияку кількість інформації. Саме тому сучасні рекламні тексти створюються за допомогою мовної гри як способу семантичної компресії. Під **семантичною компресією** розуміємо підсилення, наголошення або асоціативне посилення поточного значення, тобто семантичну концентрацію. Вона відбувається через графічні та друкарські процеси, повторення слів та морфем, фразеологізми та персоналізацію тощо. Суть компресії полягає в тому, що за рахунок скорочення тексту можна досягнути максимального інформаційного та експресивного наповнення рекламного тексту. Для того, щоб ефективно сприйняти компресію, не завжди необхідні фонові знання чи контекст. Семантична компресія допомагає адресату сприйняти і зрозуміти головну мету рекламного тексту. Зміст висловлювання чи зображення просто повторюється в іншій формі і тим самим посилюється.

Як було зауважено, **мовна гра** – це один із способів здійснення семантичної компресії. Л. Вітгенштейн, австро-англійський філософ, увів у науку термін «мовна гра», саме тому його ім'я пов'язане з формуванням теорії мовної гри. До того ж він досить успішно пояснив його значення: «Я називатиму «мовною грою» сукупність мови і діяльності» [1, с. 95].

Мовна гра – це мовно-ігрова зміна слів, яка може відбуватися шляхом перестановки або заміни графем (фонем), складів, морфем (наприклад,

паліндром/анаграма). Мовна гра може виникнути завдяки творчому словотвору (контамінації). Це так зване утворення нового слова внаслідок зближення, об'єднання частин двох подібних слів. Процес контамінації можна бачити на всіх рівнях мови, проте найактивніше він виявляється в сфері фразеології і в синтаксисі.

Мовна гра визначається як явище, яке не фіксується межами мовної системи. Спочатку адресат сприймає зіткнення двох протилежних контекстів як помилку стосовно загальних мовних правил. Хоча насправді мовна гра – це усвідомлене відхилення від системи мовних норм. Мета адресанта полягає в тому, щоб створити сугестивний ефект, тобто вплинути на адресата та викликати в нього певні уявлення й настрої. Крім того В. Санніков наголошує на тому, що будь-яке явище на фонетичному, орфографічному, стилістичному рівнях, наприклад, порушення орфографії, метонімія, перифраза тощо, потрібно визначати як мовну гру [2]. Х. Буссман пояснює мовну гру в рекламних текстах як «грайливу заміну слова з метою неочікуваних та дивуючих ефектів» [3]. Мовна гра часто базується або на творчій зміні слова, або на існуючій омонімії/полісемії в мові, які свідомо використовуються на фоні двох контрастних контекстів. Якщо реклама, яка містить мовну гру, може переконати адресата та вплинути на його вибір, то перлокутивна спроба була успішною. Отже, мовна гра в рекламі – це спосіб скорочення тексту шляхом відхилення автора від літературних норм, з метою максимальної інформативності.

Нами було проаналізовано 140 слоганів і таким чином визначено максимально частотні лінгвістичні засоби мовної гри, що слугують семантичній компресії для досягнення в рекламі основної мети: 16,7% – *метафора*, 13,3% – *алітерація*, 12,5% – *антитеза*, 10,9% – *персоніфікація*, 10,8% – *порівняння*, 10% – *рима*, 8,3% – *анафора*, 7,5% – *асонанс*, 5,8% – *неологізм*, 4,2% – *тризвук*.

Література

1. Вітгенштейн Л. Філософські дослідження / Л. Вітгенштейн. – К. : Основи, 1995. 311 с.
2. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников –М.: Школа «Языки русской культуры», 1999. 544 с.
3. Bußmann, Hadumod. Lexikon der Sprachwissenschaft, 2. Völlig neu bearb / Aufl. Kröner. Stuttgart, 2002.

ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ АБРЕВІАТУР В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТАХ

Савка Роман

студент 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., ст.викладач Скобнікова О. В.

Характерним для сучасних науково-технічних та науково-популярних текстів з комп'ютерних проблем є те, що в них аббревіатури позначають не лише спеціальні комп'ютерні терміни, а й більш поширену фразу, зокрема: *PC* – персональний комп'ютер; *IRC* – Інтернет-ретрансляційний чат; *WAN* – широкопasmово мережа тощо.

В даний час у науковій лінгвістичній літературі все частіше виникає питання, які комп'ютерні скорочення є найпоширенішими [4, с. 32]. Наведемо декілька прикладів.

EMF, emf, e.m.f. (electromotive force) – електрорушійна сила (електротехніка); *EMF (electromagnetic field)* – електромагнітне поле (електротехніка); *EMF (European Management Forum)* – Європейський форум з проблем управління (економіка, менеджмент).

ABB (activity-based budgeting) – операційно-орієнтоване розроблення бюджету (фінанси); *ABB (acid-base balance)* – кислотно-лужний баланс (біологія, медицина); *ABB (Asea Brown Boveri)* – АБВ, міжнародний

концерн, що спеціалізується у галузі електротехніки, енергетичного машинобудування та інформаційних технологій (енергетика, економіка).

AC, ac, a.c. (alternating current) – змінний струм (електротехніка); *AC, A/C, ac (air conditioning)* – кондиціонування повітря (електротехніка); *ac (account current)* – поточний рахунок (економіка); *AC (arc cutting)* – електродугова різка (машинобудування, механіка); *AC (aircraft carrier)* – авіаносець (авіабудування); *AC (analog computer)* – аналоговий комп'ютер (електроніка); *AC (Appeal Court)* – апеляційний суд (право) [1, с. 68].

Як бачимо з наведених прикладів, найбільш уживана аббревіатура часто має кілька варіантів графічного оформлення, щоб виділятися з-поміж інших лексичних одиниць [3]. Втім, візуальна різниця є мінімальною, тому розрізнення міжгалузевих омонімів можливе перш за все за умови врахування широкого контексту і визначення типу інституційного дискурсу, до якого належить спілкування фахівців (напр., науковий, воєнний, економічний дискурс тощо).

І. С. Белікова пропонує поєднані аббревіатури називати поєднанням фразових та нетрадиційних скорочень, що означає, що фрази використовують цифри та / або літери замість перших літер деяких чи всіх слів, їх вимова англійською мовою збігається з вимовою деяких слів, наприклад: 4 (чотири) замість для, як у реченні *W84M* – Чекай мене [3, с. 68].

Деякі з певних скорочень переводяться в усний вираз і потім можуть бути включені в одиниці загального користування.

Література

1. Алиева Г. Н. Что скрывают аббревиатуры? / Г. Н. Алиева Русская речь. – 2003. – № 5. – С. 69-70.
2. Балюта Е. Г. Лінгвістична характеристика комп'ютерної терміносистеми англійської мови / Е. Г. Балюта // Вісн. Запоріж. держ. ун-ту. Серія : Філологічні науки. – Запоріжжя, 2001. – № 3. – С. 15-17.

3. Беликова И. С. Особенности образования терминов-неологизмов в подъязыке компьютерной техники : дис. ... к. филол. наук : 10.02.04 / И. С. Беликова. – Омск, 2004. – 164 с.
4. Володькова С. И. Проблемы сокращений терминологических единиц в подъязыке информатики английского языка : дис. ... к. филол. наук : 10.02.04 / С. И. Володькова. – Омск, 2011. – 182 с.

**АНГЛОМОВНІ ТЕРМІНИ-СИНОНІМИ
В ФАХОВИХ МОВАХ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ЕКОЛОГІЇ:
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Савченко Ольга

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: кан. пед. н., проф. Коломієць С.С.

Проблема синонімії, вивчення якої триває стільки ж часу, скільки існує і філологія, ще далека від вирішення. Тому немає нічого дивного, що в застосуванні до термінів це питання викликає таке ж безліч різноманітних суджень, як і щодо синонімії лексичних одиниць в цілому. На сьогоднішній день мовознавці говорять про своєрідний «вибух» синонімії в термінології, обумовленому бурхливим розвитком наук [3, с. 70].

Термін (від лат. *Terminus* - «межа») означає «слово або словосполучення спеціальної наукової мови, яке створюється (приймається, запозичується) для точного вираження спеціальних понять і позначення спеціальних предметів» [1, с. 6]. Від звичайного слова або словосполучення термін відрізняється точністю семантичних кордонів.

Дослідженням термінів займається окрема галузь лексикології - термінологія. *Термінологія* - це своєрідна підсистема загальнолітературної

мови, яка підпорядковується всім закономірностям загальної мови людей, займаючи в ньому особливе місце.

Таке розміщення термінології призводить, з одного боку, до обов'язковості загальних тенденцій розвитку літературної мови, а з іншого - до певної свободи, самостійності в її функціонуванні. Між науковою термінологією і загальнолітературною мовою встановилося двостороннє взаємодія. З одного боку, загальна лексика постійно збагачує основну базу термінології, будучи її основним джерелом, з іншого - терміни часто детермінізуються. Для термінологічної лексики, в порівнянні з загальноживаною, характерні певні диференційні ознаки: системність, стилістична нейтральність, тенденція до однозначності в межах термінологічного поля, наявність точної дефініції, тенденція до відсутності синонімічних відповідностей і ін. [5].

Проблемі синонімії в термінології присвячено багато досліджень відомих вчених, однак на цей момент так і не склався однозначний погляд на сутність цього мовного явища. Дискусійними залишаються такі питання, як з'ясування кордонів термінологічної синонімії, визначення критеріїв синонімічності в термінології, співвідношення синонімії та варіантності.

Т. В. Михайлова пропонує розрізняти такі типи синонімів у термінології: 1) *абсолютні (електромонтер – електротехнік);*

2) *відносні, значення цих синонімів різняться відмінною семою (очисник – фільтр, спеціальна сема «пристрій для очищення», термін «фільтр» має вууже значення «очищення лише рідини або газу»);*

3) *комплексні (транспортер – конвеєр /абсолютні синоніми/, рольганг /відносний синонім до перших двох/)* [4, с. 11].

Класифікації термінів можуть базуватись на структурних особливостях синонімічних термінів. Зокрема, І. Кочан пропонує таку класифікацію синонімів у науково-технічній термінології:

1. Одноструктурні: а) терміни-варіанти, або словотвірні синоніми: нагрів – нагрівання, обмотка – обмотування; б) різнокореневі відповідники термінів: *вібрація – коливання – дрижання – тремтіння*; в) терміни, різні за походженням: *база – основа, затискач – клема*.

2. Різноструктурні: а) терміни, утворені аналітичним і морфологічним способами: *вибірنا здатність – вибірність, випромінювальний пристрій – випромінювач*; б) однокореневі терміни-синоніми, словосполука – композит: *запис звуку – звукозапис, телевізійна камера – телекамера* [2, с. 34].

У цьому разі, класифікуючи синонімні терміни, мовознавець бере за основний критерій поділу особливості структури слів.

Література

1. Головин Б. Н., Кобрин Р. Ю. Лингвистические основы учения о терминах. М.: Высшая школа. – 1987. – 103 с.
2. Кочан І. М. Синонімія у термінології // Мовознавство. – 1992. – № 3. – С.32-34.
3. Лаптев В. Д., Татаринов В. А. Новые пути описания терминологии // Терминологический вестник. М.: Московский лицей; Русский филологический вестник. – 2000. – № 1. – С. 68-71.
4. Михайлова Т. В. Семантичні відношення в українській науково-технічній термінології: Автореф. дис. к. філол. наук. – Х., 2002. – 20 с.
5. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.

НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІ

Сідорова Аліна

студентка 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сикорського

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

Невербальні засоби комунікації відіграють важливу роль у нашому житті. Ми користуємося ними у повсякденному житті, навіть того не усвідомлюючи. За допомогою невербальних засобів комунікації ми можемо чіткіше висловлювати свої думки, ставлення до співбесідника, почуття та емоції, а також краще розуміти співрозмовника навіть “без слів”. За мовою тіла можна розпізнати, чи зацікавлений співбесідник у ваших словах, щирий він по відношенню до вас чи намагається обдурити, приховує щось чи говорить відверто. Вважається, що невербальним засобам комунікації можна більше довіряти, ніж вербальним, адже невербальні засоби є несвідомими.

Детальне вивчення особливостей невербального спілкування почалося у 60-х роках ХХ століття і продовжується й зараз. Вчені дослідили, що 55 % інформації сприймається через жести, пози й міміку, 38 % - через тон голосу і інтонації. Дивує те, що лише 7 % інформації передають слова [2, с. 14].

Невербальні сигнали можуть бути набутими або вродженими. Вроджені сигнали можна спостерігати у малюка: посмішка, кивок головою у знак згоди, здатність смоктати, пожимання плечима, схрещування рук на грудях. Більшість невербальних сигналів є набутими і зумовлюються культурним середовищем.

Те, як людина реагує на невербальні сигнали залежить від знання особливостей невербальної комунікації, вміння розшифрувати невербальні сигнали та чутливості людини. Жінки краще сприймають невербальні сигнали, оскільки вони в більшості випадків чутливіші.

Слід зазначити, що виокремлюють гендерні особливості невербального спілкування. Так, наприклад, невербальні знаки, які використовує жінка, найчастіше сприяють створенню приємної атмосфери, налагодженню гарних відносин та отриманню зворотнього зв'язку від співбесідника (посмішка, контакт очима). Чоловіки ж намагаються показати

свою силу та владу за допомогою невербальних знаків (кам'яне лице, сидять з широко розставленими ногами) [2].

Кожна культура має особливу невербальну поведінку та знаки, які можуть бути неправильно інтерпритовані носіями іншої культури. Тому, необхідно вивчати невербальну мову так само, як і вербальну. Наприклад, відома американська посмішка, що означає доброзичливість та привітність по відношенню до іншої людини, може сприйматися у нас як насмішка або нещирість. У японській культурі посмішка має охоронну функцію, так як для них є типовим приховування поганих емоцій [2, с.18]. Підморгування в українців використовується для привертання уваги, англійці використовують цей самий мімічний жест замість вітання, а у східних країнах підморгування вважається поганою звичкою [3, с. 81-88].

Отже, невербальні засоби комунікації мають таке важливе значення, оскільки вони доповнюють слова та допомагають краще розуміти співрозмовника. Разом з вивченням мови країни треба ознайомлюватися з особливостями невербальної поведінки, щоб мати змогу уникнути неприємних ситуацій. Невербальні засоби є невід'ємною складовою успішної комунікації.

Література

1. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація / І. В. Ковалинська. – Київ: Освіта України, 2014. – 289 с.
2. Адамець С. Гендерні особливості невербального спілкування та його вербалізація [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://eprints.oa.edu.ua/5920/1/1.pdf>
3. Ольхович О. В. Невербальна комунікація як складова міжкультурної компетентності / О. В. Ольхович. Наукові записки. Серія “Філологічна”, 2009. – С. 81-88.

КЛАСИФІКАЦІЯ ЕВФЕМІЗМІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Синільніченко Оксана

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Бескетна О. О.

Упродовж останніх десятиліть вивчення мови, увагу вчених привертає така лексика як евфемізми. Мовознавці визначають поняття «евфемізм», способи їх класифікацій та особливості вживання, а також їхню роль у мовленні.

Проблемі теоретичного вивчення та обґрунтування евфемізації в мовознавстві приділяється значна увага. Чимало мовознавців займаються вивченням цього питання, зокрема Тхір В., Б. Ларіна, Решетарова І. та інші. Артющкіна Л., Кацев М. розробили класифікації евфемізмів.

Термін «евфемізм» походить із грецької мови. Він тісно пов'язаний із давньою філософією, адже ще Демокрит згадував про «евтімію» (фонематичний варіант терміна «евфемія») як про гарний душевний стан та задоволення, й тлумачився як промовляння слів, що мають добре передвістя, утримання від слів, які сповіщають про щось лихе (особливо при жертвоприношеннях) [1].

Історично евфемізми виникли під дією страху певних заклинань і магічної дії слова, що викликали заборони на певні слова, які мали право промовляти лише вожді та жерці. Під евфемізмом розуміють непрямі називання чогось жахливого, недоречного, часто навіть ганебного.

На сучасному етапі в англійській мові відбувається евфемізація багатьох мовних явищ, що насамперед пов'язано з необхідністю дотримання вимог політкоректності в спілкуванні. Цей процес упродовж останніх десятиліть відзначається особливою кількістю та пояснюється

здатністю евфемізмів бути потужним засобом формування нових суспільних стандартів [3, с. 10].

Вивченням класифікації евфемізмів у англійській мові займалися чимало вчених. Більшість мовознавців схильні до класифікації евфемічних одиниць, що охоплює три чинники: функціонально-прагматичний (функції евфемізмів, мотивація вживання, вплив на реципієнта), дистрибутивний (сфера використання) та лексико-семантичний (лексико-семантичні центри атракції евфемізмів у межах кожного розряду класифікації). Відповідно виокремлюють: загальноновживані (глибоко вкорінені у свідомості людини реліктові чи соціальні табу); арготичні, що служать для уникнення соціального табу в межах групи комунікантів; евфемізми «політичних некоректностей», що забезпечують ввічливість, тактовність [3, с. 15].

За тематичними групами евфемізми розподіляють на: евфемізми, пов'язані з дискримінацією (*black – African-American*); евфемізми, які позначають страшні та неприємні явища дійсності (*to die – to be no more*); евфемізми, пов'язані із впливом держави на життя людей; евфемізми, що вказують на вік та зовнішність людини (*ugly – plain*); дипломатичні евфемізми [2, с. 234].

Отже, евфемізми охоплюють усі аспекти культури і соціуму, позитивно впливають на ведення комунікації, допомагають уникати дискримінації та непорозумінь. Питання класифікації евфемізмів є актуальним, а тому вимагають подальшого вивчення.

Література:

1. Евфемістична лексика англійської мови як відображення цінностей англословних культур [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.phil4.gfh/delist?5hj.com/>.
2. Манютіна О.І. Лексико-стилістична класифікація евфемізмів та засобів евфемізації сучасної англійської мови / О.І. Манютіна // Буковинський журнал. – 2008. – № 1. – С. 233–239.

3. Решетарова І. В. Засоби евфемії в масмедійному дискурсі початку ХХІ століття [Текст]: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. філол. наук: спец. 10.02.15 / Решетарова Ірина Володимирівна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2010. – 20 с.
4. Тхір В.Б. Ономасіологічна нормотвірність соматичних евфемізмів в історії англійської мови // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: Зб. наук. праць. – К., 2004. – Вип. 9. – С.31–38.

ОСОБЛИВОСТІ ВИНИКНЕННЯ ТЕРМІНІВ-НЕОЛОГІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Смоловський Ілля

студент 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Присяжнюк Н.М.

Давно відомо, що наш світ невідмінно змінюється. Зміни наявні в будь-якій сфері знань і мовознавство не є виключенням. В ХХ столітті спостерігається бурхливий розвиток існуючих технологій та створення нових: комп'ютери, телефони а згодом і інтернет. В результаті з'являються безліч лексем що називають нові поняття.

Науковці дають різні визначення поняттю терміну, але думка дослідника В. П. Даниленка досить точно передає ідею більшості лінгвістів: «термін – це слово (чи словосполучення) спеціальної сфери застосування, яке називає спеціальне поняття». [1, с. 11–13] До основних ознак термінів можна віднести наявність дефініції, однозначність визначення в межах однієї терміносистеми та стилістичну нейтральність.

Неологізм в свою чергу – це слово або словосполучення, що створене для визначення нового (невідомого раніше) об'єкта або вираження нового поняття. Також слід зазначити, що неологізми – це мовні одиниці, які

з'являються в мові в процесі певних часових меж. Тобто слово, яке було новим сто років тому, для сучасної лінгвістики вже не є неологізмом.

Сучасна англійська мова багата на різноманітні способи утворення неологізмів. Основними можна назвати такі способи, як префіксальне і суфіксальне утворення нових слів, скорочення, складання основ (слів) тощо, Розглянемо докладніше найбільш поширені способи.

Афіксація є одним з найбільш продуктивних способів словотворення неологізмів в сучасній англійській мові. Під афіксацією розуміється приєднання префіксів і суфіксів до кореня або основи слова. E.g. *cybercash* (*cyber-*), *megabyte* (*mega-*), *hyperloop* (*hyper-*), *workaholic* (*-aholic/-aholic*), *nativism* (*-ism*)

Скорочення. Цей спосіб відображає тенденцію до раціоналізації мови і до економії мовних зусиль. E.g. *Internet – net*, *robot – bot*

Процес словоскладання – це з'єднання двох основ і більш в складне слово. Такі слова пишуться як через дефіс, так і разом. E.g. *checklist*, *framework*, *above-the-line*, *work-to-rule*

Отже, неологізми – це дуже цікавий об'єкт для вивчення в лінгвістиці. Огляд основних способів творення неологізмів дає нам зрозуміти, що поле для створення нових слів – безмежне. Завдяки стрімкому розвитку сфер діяльності людини тема вивчення неологізмів буде актуальна завжди.

Література

1. Даниленко В. П. Семантическая структура специального слова и ее лексикографическое описание. Свердловск, 1991. 155 с.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: Учбовий посібник. Вінниця. Видавництво «Нова Книга», 2001. 303 с.
3. Конверсія і функціональна трансорієнтація лінгвальних одиниць (на матеріалі неологізмів англійської мови). Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: матеріали V всеукр. наук. конф. (11 листопада 2005 року) / Харківськ. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Х., 2005.

СПОСОБИ ТВОРЕННЯ СЛЕНГІЗМІВ

(на основі студентського сленгу)

Ступнікова Софія

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Ковальська Н. В.

Вже не одне десятиліття лінгвісти, психологи, соціологи і культурологи досліджують такий феномен, як сленгізми. Це можна пояснити тим, що відбувається постійне поповнення лексичного складу мови. Сленгізми в тексті є одним з лінгвістичних засобів впливу на читача, формування його світогляду, поведінки, сприйняття та оцінки навколишнього середовища. Цим і пояснюються причини зростання популярності сленгізмів.

Багато учених займаються проблемою сленгізмів, такі як Горбач О., Ставицька Л. О., Мартос С. А., Пиркало С. В., Хімік В. В., Хомяков В. А., Швейцер А. Д. та інші. Крім того, зазначена проблема активно розроблялася і розробляється зарубіжними дослідниками, наприклад: Кротті Дж., Спірсом Р. А., Партріджем Е. та іншими [1].

Вивчення наукової літератури, а також дослідження конкретних проявів сленгізмів в побутовому мовленні носіїв англійської мови дозволили виділити основні їх властивості. Наприклад:

- Сленгізми – це слова та словосполучення, які перебувають за межами літературної лексики;
- Сленгізми – це емоційно забарвлена лексика, яка характеризується своєю фамільярністю;
- Сленгізми – це лексика, яка перш за все вживається в усному мовленні.

Поповнення словниково складу сленгізмів в більшій мірі відбувається за допомогою семантичної деривації. Вона може бути спрямована на використання мовного знака в новому значенні. Провідну роль в семантичній деривації відіграє метафорика. Поповнення студентського вокабуляру сленгізмів, створених на основі загальноживаної лексики, здійснюється за допомогою образів де і народжується метафора. Наприклад: *apple-polisher* – «підлесник»; *blank* – «ігнорувати кого-небудь»; *bunk* – «немодний».

Метонімічні переосмислення загальноживаної лексики також відбуваються в субстандартному студентському лексиконі: *pants* – «вигук несхвалення»; *arm* – «сила».

Одним із важливих аспектів поповнення студентської сленгової лексики є евфемія, навмисна заміна знака певного поняття описовим найменуванням або іншим знаком, яка використовується з метою уникнення «комунікативних конфліктів та невдач»: *altered* – «п'яний».

Для сленгізмів характерною ознакою є наявність емоційно забарвлених лінгвальних нововведень, побудованих на каламбурі, в основі якого є поєднання різних значень слова в одному контексті, або різних слів (словосполучень), подібних за звучанням. Формальні способи творення каламбуру є різноманітними. Це багатозначність слів і словосполучень; омонімія; схожість слів і словосполучень за звучанням: *Kipling* – «вигук схвалення». *If training-shoes provoke an excited exclamation of «Hey, man, they're Kipling!» the wearer can rest assured that their street-credibility is intact. Slur «ruddy hard» into Rudyard, and there you have it (Guardian, 26 September 1989) [3, 2].*

Отже, варто зазначити, що утворення нових сленгізмів, в більшій мірі, відбувається за допомогою механізму метафори, в якому відбувається переосмислення слів загальноживаної лексики. Другим за значенням засобом збагачення вокабуляру студентських сленгізмів є метонімія. А

також евфемія, яка допомагає співрозмовникам запобігти комунікативного дискомфорту. І ще одним не менш важливим способом словотворення сленгізмів є каламбур, який допомагає студентам висловити абсурдні значення слів більш вільно, створюючи при цьому комічний ефект.

Література

1. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка [Текст] = English Lexicology: [учеб. пособ. для студ. вузов, обуч. по пед. спец.] / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. – 3-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2001. – 288 с. – (Серия “Высшее образование”). – Библиогр.: С. 283-287.
2. Лежньов. С., Янсон В. Студентський сленг (на матеріалі англійської мови). Наукові записки. – Випуск 129. – Серія: Філологічні науки (мовознавство) – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. – С. 255-258.
3. Dictionary of Contemporary Slang / [Tony Thorne]. – A&C Black London, 2007. – 494 p.

POLITISCHE KORREKTHEIT IN DEUTSCH

Tymofieieva Anastasiia

Bachelor-Studentin, 4. Studienjahr, Fakultät für Philologie

NTU "Dnipro Polytechnik"

Beraterin: Khurtak I.V.

Ein sehr wichtiges Kriterium, das günstige und produktive Beziehungen sowohl auf internationaler Ebene als auch innerhalb des eigenen Staates innerhalb der Zivilgesellschaft kennzeichnet, ist heute ein hohes Maß an Toleranz und eine ziemlich korrekte Art, seine Position zu dem einen oder anderen Aspekt des Lebens auszudrücken. Und ein solches sprachliches Phänomen wie Euphemismen hilft, uns richtig und höflich auszudrücken. Eine der Arten von Euphemismen ist

die *politische Korrektheit*. S. Wierlemann definiert "politische Korrektheit" als "moralische Korrektheit, neue Zivilität, neue Etikette" [2, S.104]. D. Zimmer, der dieses Phänomen untersucht, sieht in politischer Korrektheit den Wunsch, die Opfergruppen sprachlich zu erheben, und ruft dazu auf, alles aus der Sprache auszuschließen, was in irgendeiner Weise ihre "Stigmatisierung" erwähnen könnte [3, S.133]. S. Ter-Minasova meint, dass der Ausdruck "politische Korrektheit" erfolglos ist, und schlägt vor, ihn durch einen angemesseneren Begriff "Sprachtakt" zu ersetzen [1, S. 216].

Aufgrund des Zustroms von Migranten aus den Ländern der 3. Welt und des Wunsches, mit ihren "offenen Grenzen ohne Fremdenfeindlichkeit und Rassismus" in Deutschland in die EU einzutreten, sprachen S. Wierlemann, und S. Ter-Minasova

und D. Zimmer mehr über sprachpolitische Korrektheit. Zuerst wurden Wörter wie Fremd- und Gastarbeiter unerwünscht, dann Asylant, Aus- und Umsiedler, und nach der englischen Sprache erschienen Euphemismen für die Namen von Nationalitäten und Nationalitäten: Afamerikaner, Imuit (nicht Eskimo), Sinti und Roma (statt Zigeuner). Wir möchten sagen, dass das Wort *Zigeuner* aufgrund der Volksetymologie eine negative Bedeutung erhielt: Ziehgauner und sogar Zieheinher – ein Hinweis auf einen wandernden Lebensstil [3, S.159]. Aber darüber hinaus hatte *Zigeuner* heute keine negative Konnotation (z.B. Zigeunerschnitzel, Zigeunermusik).

Es gibt solche Klassifikationen der politischen Korrektheit: rassenpolitische, ethnische, physische und geistige politische, zivilpolitische, sozialpolitische, professionelle politische, institutionelle politische, ethische politische.

Der Trend zur Verwendung von Euphemismen, insbesondere im politischen Bereich, ist derzeit recht stabil. Dies ist auf die aktive Zusammenarbeit zwischen Staaten in der Welt, eine breite Palette von Problemen in verschiedenen Tätigkeitsbereichen, die unterschiedliche ethnische Zusammensetzung dieser

Staaten und das unterschiedliche Wohl der Bürger zurückzuführen. Politische Korrektheit in Deutschland ist der Wunsch, neue Wege des sprachlichen Ausdrucks zu finden, um diejenigen zu ersetzen, die die Gefühle und die Würde eines Menschen verletzen, seine Rechte mit der üblichen sprachlichen Taktlosigkeit oder Geradlinigkeit in Bezug auf Rasse und Geschlecht, Alter, Gesundheit, sozialen Status, Aussehen, Vergangenheit des Landes usw. verletzen. Die wichtigsten Werkzeuge dafür sind Tabu und Euphemisierung.

Literatur

1. Ter-Minasova S. Sprache und interkulturelle Kommunikation: Slovo, 2000. 624 S.
2. Wierlemann S. Political Correctness in den USA und in Deutschland. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2002. 246 S.
3. Zimmer D. E. Deutsch und anders die Sprache im Modernisierungsfieber: Hamburg, 1998. 384 S.
4. Afrodeutsche, Farbige, Schwarze oder PoC – welche Bezeichnungen sind okay? URL: <https://www.rtl.de/cms/afrodeutsche-farbige-schwarze-oder-poc-welche-bezeichnungen-sind-okay-4432104.html>
5. Sinti und Roma in Deutschland URL: <https://www.dw.com/ru/sinti-und-roma-in-deutschland>

РЕП-ПІСНІ ЯК ДЖЕРЕЛО МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ

Хованець Світлана

студентка 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Соціокультурні реалії є чудовим прикладом взаємопов'язаності мови та культури народу. На них ми можемо натрапити будь-де: у ЗМІ, фільмах,

серіалах, текстах пісень та, звісно, в усному мовленні. Інколи, такі реалії є перешкодою для повного розуміння змісту представником іншої культури. Проте, безсумнівно, це — неймовірно велике поле для досліджень. Сьогодні різні культури активно взаємодіють між собою, та, відповідно, інтерес до соціокультурних реалій постійно зростає. Тексти реп-пісень містять величезну кількість таких реалій. У них часто трапляються рядки, фрази чи слова, незрозумілі для іноземних слухачів. Актуальність даної теми полягає у надзвичайній популярності такого музичного жанру, як реп, серед молоді усього світу. У цій роботі розглядатимуться соціокультурні реалії на прикладі текстів виконавців: Drake, Ariana Grande, Post Malone, Desiigner, Asap Ferg, Big Sean.

Визначення реалії охоплює багато значень, та, в загальному, соціокультурна реалія означає предмет, поняття або явище, яке є характерним для певної культури і непоширеним серед інших; а також лексичну одиницю, що позначає таке поняття.

За класифікацією В.С. Виноградова [1, с.79] існує шість категорій соціокультурних реалій.

1) Реалії побуту

Ця категорія включає в себе поняття, що стосуються їжі, одягу, грошей та ін. елементів щоденного життя.

Наприклад, рядок з пісні Ariana Grande «7 rings» «*Black card is my business card*» є елементом хизування, оскільки чорну карту банк American Express видає клієнтам, чий річний дохід перевищує мільйон доларів. Отримати її можна лише за спеціальним запрошенням. Чорна карта є своєрідним знаком приналежності до еліти. Drake також згадує про чорну карту: «*I need that black card and the code to the safe*».

У тексті Post Malone є фраза: «*Nothin' but old Ben-Ben Franklins*». Для досвідченого слухача очевидно, що йдеться про стодоларові купюри, на яких зображений Бенджамін Франклін.

2) Етнографічні та міфологічні реалії

«*See the igloo in my mouth*». Іглу — це традиційне житло ескімосів зі снігу. Тут іглу виступає синонімом слова *ice* (сленгова назва діамантів). Діаманти «*in my mouth*» — це натяк на грілзи, модну декоративну прикрасу, яку одягають на зуби. Популярним реперам їх виготовляють на замовлення, часто з різним дорогоцінним камінням, в тому числі з діамантами.

У рядку «*Ride with the mob, Alhamdulillah*» Asap Ferg підкреслює свій фінансовий та соціальний статус, асоціюючи та порівнюючи себе з арабськими шейхами. «*Альхамдулілляг*» — це ритуальний вигук, що використовується арабськими та іншими мусульманськими країнами.

«*Faith of a mustard seed, I kept growin'*». Big Sean звертається до біблійної притчі про гірчичне зерно.

3) Природні реалії (ландшафти, рослини, тварини)

Designer використовує метафоричну гру слів у рядку «*Gorilla, they come and kill you with bananas*» — автомата, а, відповідно, «горила» — зневажливе звертання до опонента, його «ототожнюють» із мавпою.

4) Реалії, що відображають державний устрій чи суспільне життя

«*You stuck in the friend zone, I tell her ... the fifth*». «*The fifth*» тут — п'ята поправка до Конституції Сполучених Штатів, згідно з якою громадянин має право мовчати, коли йому ставлять запитання.

5) Ономаністичні реалії (імена, прізвища, топоніми, згадки персонажів, які потребують додаткового пояснення)

Drake «читає»: «*I make sure that north-side eat*» («*Я хочу переконатися, що на північній стороні все добре*»). Північна сторона — це Канада.

«*Bills so big I call 'em Williams*» — гра слів. Слово «*bill*» означає «рахунок», але ім'я Білл (Bill) — це скорочена форма імені Вільям (William). У Дрейка дуже великі рахунки (*bill*), тому цим рахункам більше підходить назва «Вільям» (William), так як це повна версія для імені Білл (Bill).

6) Асоціативні

Ця категорія охоплює символіку, а також історичні, літературні, мовні та ін. алюзії.

Досить простий, на перший погляд, рядок «*Buy myself all of my favorite things*» з пісні «7 rings» обіграє текст пісні «Мої улюблені речі» з відомого мюзиклу Річарда Роджерса та Оскара Хаммерстайна «Звуки музики».

«*Never mind, I got the juice*» — це посилання на фільм «Авторитет» («Juice»), де знявся репер Тупак Шакур.

Отже, соціокультурні реалії є своєрідним «ключем» до кращого розуміння американської культури, а детальний аналіз реалій у текстах реп-пісень надає можливість ближче познайомитися із сучасною субкультурою хіп-хопу.

Література

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

NEAR-HOMONYMY AS A FACTOR IN LANGUAGE CHANGE

Хойна Дарина

студентка 2 курсу бакалаврату,

факультет іноземної філології, ВНУ ім. Лесі Українки

Науковий керівник: к. філол. н. Навроцька І.М.

Homonyms (homographs) are two words having the same spelling but different meanings. The word “homonym” comes from the prefix homo- meaning “same” and the suffix -nym meaning “name”. Therefore, a homonym is a word that has the same name as another word, meaning that the two words look and sound exactly alike. [6, p. 1].

Homonymic clash (sometimes called homophonic clash or homonymic conflict) is a term used to refer to the ambiguity arising from homonyms because

of the similarity in spelling and/or pronunciation. A very famous example is the sentence “*I’ll meet you by the bank*”, which may mean “*I’ll meet you by the financial institution*” or “*I’ll meet you by the riverside*”. Therefore, the word bank referring to embankment and the other meaning riverside are the cause behind this ambiguity [3, p. 180].

Linguists have traditionally recognised that homonymy, in addition to its synchronic language peculiarities, may also serve as an important factor influencing language change. When this influence is perceived, it leads to the loss of one of the words involved in a clash of homonyms. This is a reason why homonymy has engaged the attention of linguists for centuries and thoroughly been discussed [2, p.467].

However, the fact that the closely related phenomenon of near-homonymy may also be a factor in language change has, on the other hand, received comparatively little attention. Still, near-homonymy does affect the development of language, in two different ways. It may, in the first place, have the same effect as homonymy and lead to the extinction of a word. In other cases, where no loss is observed, it may determine the phonemic shape of a word in defiance of the regular sound changes in the language: in a clash of near-homonyms, the phonemic shape of one of the words involved may be borrowed to represent the meaning of a completely different one (thus producing full homonymy) [2, p.467].

Near-homonymy with its two-fold influence on language change deserves to be recognised as one more factor to be taken into account in tracing the always complicated historical development of the English language [2, p. 467–468].

Defining near-homonyms is somewhat problematic, because the question here is not of either-or but rather of more-or-less. It is probably safer not to go beyond a definition in general terms: near-homonyms are two or more words with similar phonemic shapes and, usually, different meanings. Languages may differ in terms of what is considered to be a similar phonemic shape. Interlingual

homonymy is a group of lexical units that occur in two different languages in similar or very close graphic and/or phonetic form and that have different semantics [4, p. 2]. The closest possible resemblance occurs when the canonical form is the same and there is a single difference in phonemes. An identical canonical form with a difference of two phonemes, or a unit difference in canonical form with the accompanying phonemic difference, would also constitute near-homonymy in most cases; and instances of greater difference are also found.

In rapid speech, confusion may arise through the difficulty in distinguishing between function words which have the same phonetic shape when occurring in unstressed context [2, p. 37–38].

The hypothesis of regular sound change requires that all exceptions should be accounted for as far as possible. In practice, to be sure, this is seldom possible; but there are cases where near-homonymy is the only possible explanation for an irregular sound change after all other explanations fail. Such cases constitute sufficient proof that near-homonymy is indeed a causative factor in language change. [2, p. 469].

Since it is generally accepted that homonymy can lead to the loss of a word, it follows that near-homonymy may have the same result. Nor is it necessary to suppose that development of full homonymy is an inevitable intermediate step. The development of homonymy from near-homonymy shows that in some cases a minimal distinction is not felt to be worth preserving, that it is regarded as no better than no distinction at all. Near-homonymy can result in the loss of a word even without the detour through homonymy, as J. Wright maintains [2, p. 473]. In other words, near-homonymy may be functionally equivalent to homonymy. And if the two are equivalent, they may lead to the same result.

It is worth mentioning that when some words have taboo homonyms, it means that their original meanings have gradually been dropped from the

language and they have kept the extended sense. An example of such words is *gay* that lost the meaning “bright, full of fun” and kept the other sense, i.e., “homosexual” which is thought to be an extension of the previous meaning, probably because of the belief that the homosexual males dress more gaily (=brightly) than straight ones [1, p. 153].

The phenomenon of near-homonymy seems to call into question the very concept of distinctiveness itself. Since phonemes are distinctive units, a minimum or near-minimum difference in phonemic shape is implied as sufficient basis for the formation of distinct units at other levels (morphemes and lexical units); and minimal pairs have long been used as the test of phonemic distinctions. In practice, things usually do work out this way. Otherwise the language would not function at all.

Finally, implications of the effects of near-homonymy for the concept of distinctiveness in language are to be further considered and investigated.

References

1. Allan, K. *Linguistic Meaning*. London: Routledge and Kegan Paul. 1986. Vol.1. 153 p.
2. Coates, W.A. Near-Homonymy as a Factor in Language Change. *LSA Bulletin*. Linguistic Society of America. 1968. Vol. 44. P. 467–479. <https://doi.org/10.2307/411714>
3. Fromkin, V., Rodman, R. & Hyams, N. *An Introduction to Language*. 7th ed. USA: Heinle, Thomson Corporation. 2003. 180 p. <http://www.wjh.harvard.edu/~pal/pdfs/pdfs/7th.pdf>
4. Ternová, A. Interlingual homonymy in genetically related languages. Available at: https://www.academia.edu/30911607/INTERLINGUAL_HOMONYMY_IN_GENETICALLY_RELATED_LANGUAGES
5. Wright, J. *Speaking English*. London: Oxford University Press. 1973. P. 37–38.
6. Your Dictionary. Available at: <https://examples.yourdictionary.com/examples-of-homonyms.html>

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ

Хоменко Анастасія

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ імені Ігоря Сікорського

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

Термін «прагматика», згідно з лінгвістичним енциклопедичним словником [2], уживають для позначення сфери досліджень у семіотиці та мовознавстві, яка вивчає функціонування мовних знаків у мовленні. Ввів термін у кінці 30-х рр. 20 ст. філософ Ч.У. Моріс [2], [5] у вигляді назви одного із розділів семіотики, розділивши її на семантику, яка вивчає відношення знаків до об'єктів, син тактику, тобто розділ про міжзнакові відношення, і прагматику, що досліджує відношення мовців до знаків. Прагматика загостила увагу лінгвістів на численних проблемах, які мали довгу історію вивчення в межах риторики та стилістики, комунікативного синтаксису, теорії і типології мовлення та мовленнєвої діяльності, теорії комунікації та функціональних стилів, соціолінгвістики, психолінгвістики, теорії дискурсу. [1], [2].

Серед питань, які відносяться до прагматичного напрямку дослідження мови, слід окремо відзначити вивчення тексту в динаміці та його співвіднесеність з автором. Кожен тип мовленнєвої поведінки корелює з певним аспектом прагматичного змісту. Незважаючи на відносність та дискусійний характер прагматичного компонента, розрізняють два типи даного явища: часткова текстова прагматика, тобто прагматика продуцента, що здійснюється в горизонтальній площині мовлення; і повна текстова прагматика – прагматика реципієнта, що є результатом прочитання всього тексту.

Відповідно до умов комунікації, слово, що виникло у свідомості комунікантів, набуває певного суспільно-соціального значення, не завжди прямо й безпосередньо пов'язаного з його номінативним значенням. За таких умов свого значення набуває залежність між значенням слова, ситуацією іменування, соціальними стосунками автора та читача. Останній із цих чинників виступає у якості основи для формування прагматичних конотацій [4].

Прагматичний аспект викликає плутанину через те, що між конотативним та прагматичним аспектами значення важко провести чітку та єдину межу. Вагомий внесок у виділення суто прагматичних аспектів дослідження мовних одиниць та категорій здійснив Ф. Бацевич, обґрунтувавши власну наукову позицію наступним чином: "Основою формування прагматичних аспектів (складників, елементів) одиниць і категорій різних рівнів мови є суб'єктивне ставлення людей (груп людей, етносів) до певних об'єктів (у широкому розумінні слова) дійсності і одиниць, які їх позначають" [3, с. 81]. Він підкреслює, що люди, які використовують у процесі лінгвістичної комунікації мовні знаки, не ставляться до них байдуже – вони по-різному реагують на ті чи інші мовні одиниці, а через них – і власне на самі денотати.

Отже, питання прагматичного аспекту мовленнєвої поведінки є досить заплутаним і потребує додаткового вивчення, адже важливо долати неоднозначності у мові. Задля успішної взаємодії між мовцями необхідно повністю розкрити значення поняття «прагматика».

Література

1. Арутюнова Н.Д., Падучева Е.В. Истоки, проблемы и категории прагматики. Вступительная статья //Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс. Лингвистическая прагматика. Вып. XVI. 1985. – С. 3-43.

2. Арутюнова Н. Д. Прагматика // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. - 2-е изд. - М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. – С. 389-390.
3. Бацевич Ф.С. Вступ до лінгвістичної прагматики : підручник / Ф.С. Бацевич. – К. : ВЦ "Академія", 2011. – 304 с.
4. Градова М. І. Прагматичний аспект одиниці номінації у художньому тексті [Електронний ресурс] / М. І. Градова – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/4._SVMN_2007/Philologia/19899.doc.htm.
5. Morris C. Writings on the general theory of signs. - The Hague: Mouton, 1971. – 486 p.

МОВНІ ЗАСОБИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ У ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ

Христенко Богдана

Студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: Бойченко М. К.

Тема політичної комунікації стає все більш популярною для вивчення, зважаючи на ситуацію в світі. Дослідниця Л. І. Мацько розглядає політичну промову як заздалегідь підготовлений виступ із позитивними та негативними оцінками та обґрунтуванням фактів, з накресленим планом [5, с. 4].

Політична промова - це текст, який має чітко окреслену структуру та несе в собі перформативну функцію [6, с. 58]. Важливим для політичної промови є довести слухачу точку зору політика-мовця. Для впливу на аудиторію, політик у своїй промові використовує безліч технологій, які реалізуються за рахунок вживання різноманітних мовних і позамовних засобів: спеціальна інтонація для привернення уваги аудиторії, порушення

правил узгодження часів, щоб підкреслити потрібний аспект, тощо [4, с. 376]. Політична комунікація відзначається мовними засобами впливу на всіх мовних рівнях.

Одним зі способів впливу на аудиторію є використання різноманітних стилістичних мовних засобів. С. Ю. Гуцол стверджує, що сучасна політична комунікація представляє метафору як прийом вираження полемічності та стилістичним засобом перенесення якостей одних об'єктів дійсності на якості інших [3, с. 3-6]. Окреме місце у політичній промові відіграють евфемізми, що використовуються для опису незручних понять або питань, пом'якшення неприємних повідомлень та переконання представників опозиції. [1, с. 93-94]. Також для вираження аргументації або маніпуляції використовуються засоби модальності. Вони сприяють виділенню особистості автора, його світогляду, наданню особливого настрою, а також з допомогою модальності виконується комунікативна функція впливу на свідомість адресата [2, с. 99-100].

У політичних текстах використовуються певні синтаксичні засоби. Прикладом є різні види повторів та синтаксичних паралелізмів, які надають промови ритм та зв'язність, а також найбільшу силу впливу при вербалізації патріотизму. Повтори використовуються для маркування значущості сказаного. Для полегшення розуміння теми аудиторією використовують прості речення [7, с. 163].

Отже, за допомогою мовних засобів полегшується вплив на аудиторію та потрібна інформація, яку надає нам політик, потрапляє у потрібне русло. Часто такі речі є непомітними, таким чином увага аудиторії відводиться від фактів, які можливо є не до кінця вивченими оратором, або від неправильно сказаних аргументів.

Література

1. Великорода В. Б. Семантичні та функціонально-прагматичні характеристики евфемізмів в англійській мові : дис. ... к. філол. наук : 10.02.04 / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2007. 239 с.
2. Гузак А. Модальні дієслова як засоби вираження суб'єктивної модальності в англійському політичному дискурсі (на матеріалі промов американських президентів та британських прем'єр-міністрів). *Науковий вісник Чернівецького університету*. Чернівці. 2013. № 668. С. 94-106.
3. Гуцол С. Ю. Метафора як спосіб символічного вираження внутрішнього досвіду особистості. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*. Київ. 2007. № 3 (21). С. 109–116.
4. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ: учебное пособие/ под ред. М. Н.Володиной. Москва: Академический Проект. Альма Матер, 2008. С. 374 – 393.
5. Мацько Л. І. Лінгвістична риторика. Наука і сучасність: Ч. 4. Київ: Логос. Збірка наукових праць. 1999. с. 3-16.
6. Остин Дж. Слово как действие. Новое в зарубежной лингвистике. *Прогресс*. Москва. 1986. № 17 . С. 22–129.
7. Ярова Л. Виразні засоби та стилістичні прийоми синтаксису в текстах міжнародних документів. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка*. Кропивницький. 2015. №138. С. 159-163.

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ЗАГОЛОВКІВ СТАТЕЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Цубера Ніна

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Заголовки займають особливе місце у газетах. Вони спрямовані привернути увагу читача, зацікавити, встановити певний взаємозв'язок з ним та змусити прочитати ту чи іншу статтю. Формування заголовків як основних засобів впливу спричинило виокремлення певних специфічних лексико-граматичних та стилістичних рис у заголовках як англомовних видань, так і українськомовних. Особливу роль у дослідженні цього питання приділили Арнольд І.В., Швейцар А.Д., Дубенко О.Ю., Федорова Ю.Г., Іванова О.О.

Оскільки лінгвісти приділяють неабияку увагу вивченню заголовків, існує велика кількість визначень цього поняття. Л. Манькова зауважує, що заголовок є частиною тексту, що називає його, дає первинну інформацію і займає стилістично сильну позицію [6]. В свою чергу, В. Іванов надає таке визначення цьому поняттю: «заголовок – це складова частина, постійний елемент газети – незмінний, повсякденний, завжди присутній у газетному номері» [4, с.109]. Існує безліч класифікацій визначення функцій заголовків, але більшість дослідників погоджується, що заголовок виконує такі важливі функції: інформативну, композиційну, рекламну, графічно-видільну та функцію впливу [3,7].

Так як стилістична картина британської та американської преси дуже різноманітна, то для неї характерне використання різноманітних стилістично-забарвлених одиниць. У статтях соціально-економічного характеру заголовки з такими стилістичними особливостями використовуються найчастіше з метою вплинути на ставлення читача до певної ситуації, сформуванню його позицію. Одними з найбільш популярних стилістичних-забарвлених засобів, що використовуються у соціально-економічних статтях таких видань як “The Economist”, “Financial Times”, “The Guardian”, “Business Week” видань є алітерація, рими, метафори, епітети, метонімія та алюзії [1].

Як зауважує О.Дубенко, особливе місце у англомовних заголовках соціально-економічного характеру займає алітерація, яка сприяє виконанню функції атрактивності. Ця особливість зовсім не притаманна заголовкам українських видань і застосовується рідко. В англійських виданнях можна помітити, натомість, такі приклади: «Toxic taxes», «Friend or Foe?», «Challenger for new Chancellor». Рідше використовується рима: «Hiring and Firing», «Double Trouble», «The Battle in Seattle» [2, с. 105].

Типовим для заголовків статей соціально-економічної тематики є використання автором епітетів, завдяки яким у заголовку реалізується функція впливу. Найчастіше у заголовках зустрічаються епітети з негативним значення, що пояснюється тим, що вони найбільше приваблюють читача [5, с.35]. Прикладом може бути заголовок “The rise of dirty politics in Europe” (*The Economist*).

Метафора служить для передачі образності та експресії, вона виконує оцінну функцію: Moving out of Benefits Street (*The Economist*). Метонімія, суть якої полягає у перенесенні значення одного слова на інше, яке схоже за суміжними рисами, також застосовується у англомовних заголовках. Наприклад, Beirut is still arguing over its post-war reconstruction (*The Economist*). Ці вищезгадані стилістичні засоби у перекладі найчастіше передаються засобами мови при перекладу при наявності у ній синонімічних метафоричних чи метонімічних еквівалентів [5, с.35].

Алюзія на вже відомі факти та події також користується попитом у заголовках соціально-економічного характеру. В залежності від типу газети, її змісту та мети змінюється характер алюзії та тип образності [8, с. 132]. Яскравим прикладом використання такого стилістичного засобу є наступний заголовок: «Eritrea’s gulag state is crumbling» (*The Economist*)

Отже, заголовки є ідентифікаторами статті, вони займають ключове місце у концептуальній комунікації суспільства та їхній інформатизації. Для вдалої передачі змісту статті у заголовках англомовних статей соціально-

економічної тематики широко використовуються стилістичні ресурси різних рівнів, що зумовлюють інтерес читача до прочитання статті.

Література

1. Гонтаренко А.С. Англomовні газетні заголовки та їх переклад українською мовою/А.С.Гонтаренко//. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна. –2014. Вип. 45. – С. 217-219
2. Дубенко О. Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів / О. Ю. Дубенко. – Вінниця: Нова Книга, 2005. – 224 с
3. Зайцева В. В. Метонімічні перенесення в структурі газетного заголовку. Журнал «Український смисл», 2012. [Електронний ресурс] / В. В. Зайцева. <https://ukrsense.dp.ua/index.php/USENSE/article/view/50>
4. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети: Курс лекцій / В.Ф.Іванов – К.: Знання, КОО, 2000. – 222 с.
5. Іванова О.О. Лінгво-стилістичні особливості перекладу англійських газетних текстів українською мовою / О. О. Іванова // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. – 2012. – Вип. 25. С. 34-36.
6. Манькова Л. А. Специфіка заголовков в різних газетних текстах / Л. А. Манькова. // Ученые записки ТНУ. - 2005. - №4. - С. 1-4.
7. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. — 383 с.
8. Шаповалова Г.В. Лексико–стилистические особенности заголовков в современных украинских печатных СМИ / Г.В. Шаповалова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2011. – Т.24 (63). – №4. – Часть 1. – С.204–210.

НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ КІНОФІЛЬМ ЯК ОСОБЛИВИЙ ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Чайковська Христина

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Василенко Л.О.

Кіноіндустрія є найпоширенішим масовим видом мистецтва, який займає особливе місце в житті людини. Завдяки фільмам люди можуть мріяти, дивуватись та розвиватись. Таким чином, це призвело до того, що чимала кількість дослідників по всьому світу прагне розглянути кінотекст крізь призму лінгвістики та літературознавства.

Однак, незважаючи на широкий спектр досліджень, єдиного загальноприйнятого визначення для поняття «кінотекст» не існує. У словнику театру Патріса Паві термін «сценарій» розглядається у двох аспектах: кінематографія та театральне мистецтво. У театрі сценарій вживається вкрай рідко, здебільшого для відкритих імпровізацій, а у кіноіндустрії - для подачі вказівок для акторів щодо їхніх дій та манери гри на сцені [3]. Дослідник С. Філд стверджує, що кіносценарій – це «історія, яку можна розповісти за допомогою картинок, описів та діалогів, яка має місце в контексті драматичної структури» [5, с. 15], тобто розповідь для якої характерне використання допоміжних засобів, які увиразнюють та підсилюють наповнення твору.

Варто відмітити, що кінотекст вважається різновидом креолізованого тексту. Вперше термін використали А. Сорокін та Є. Тарасов, які трактували це поняття як текст, який складається із двох різнотипних частин – вербальної (словесної) та невербальної (яка належить до інших систем) [4, с.180]. Дослідниця Є.Є. Анісімова, визначає креолізований текст як особливий лінгвовізуальний феномен, текст, в якому вербальна та

образотворча складові формують візуальне, структурне та функціональне ціле [1, с.17].

На даний момент науково-популярні фільми не користуються таким шаленим попитом у аудиторії, як художні, однак вони вартують уваги, адже їх можна використовувати в освітніх цілях.

Науково-популярні кінофільми передають інформацію з наукових, культурних або технічних сфер людських знань. Візуальна інформація в таких фільмах представлена знаками-індексами, які здійснюють імітацію об'єкта, що присутній в реальному житті. Вміст інформації передбачає все те, що ми можемо побачити навколо нас. Звукова частина виражається також знаками, які фіксують різноманітні звуки навколишнього середовища [2, с.44].

На думку Є.Є. Анісімової [1, с. 9] для науково-популярних кінофільмів характерне таке поєднання лінгвістичної та нелінгвістичної системи: *Головний вербальний текст + одна ілюстрація/ декілька ілюстрацій/ підписи.*

Отже, кінотексти є новими явищами в галузі лінгвістики, які викликають інтерес у багатьох дослідників. Їх дослідження є актуальними, особливо науково-популярних кінотекстів, адже вони мають свою когнітивну цінність. Для них характерно використання вербальних і невербальних компонентів, що відповідають за інформаційне наповнення твору та його візуальний вигляд.

Література

1. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва: Академия, 2003. 128 с.
2. Григорьева Г.Е., Анферова Е. А. Стратегия закадрового перевода научно-популярных фильмов. Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков: сб. науч. тр. Пермь 2020. Выпуск 16. С. 42-48.

3. Патріс П. Словник театру. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. 641 с.
4. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Москва: Высшая школа, 1990. С. 180 -186.
5. Field S. Screenplay: The Foundations of Screenwriting. New York: Bantam Della Division of Random House, Inc, 2005. 338 p.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Черноус Анна

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Козко О.А.

Політична діяльність є діяльність мовна, а слово - головне знаряддя політика. Мова політичного дискурсу характеризується ясністю та яскравістю, а в деяких випадках - образністю, ефективністю та маніпуляцією.

Політичний дискурс являє собою складне й багатогранне поняття. Перш за все, науковці звертаються до тлумачення «дискурсу» у латинській мові, де слово показує певну еволюцію свого значення. Спочатку воно означає «розмову», «бесіду», а пізніше перекладається як «аргумент», «пояснення», «логічне мислення». Нині чіткої та загальноприйнятої дефініції «дискурсу» в мовознавстві немає, проте слід відмітити широку популярність цього терміна на сучасному етапі розвитку науки про мову.

Досліджувати політичний дискурс вчені почали у 50 рр. ХХ ст. шляхом аналізу лінгвістичного контексту громадської думки. Дискурс у різноманітних аспектах розглядався у працях Т.ван Дейка, Р. Барта, Н. Ферклоу, П. Серіо, Ю. Габермаса, а також у дослідженнях вітчизняних

авторів О. Шейгал, Г.Почепцова, О.Баранова. Багато досліджень було присвячено вивченню дискурсу, автори якого інтерпретують це явище в наукових системах настільки різноманітно, що сам термін «дискурс» став ширшим за термін «мовлення».

Так, наприклад, П. Серіо визначає аж 8 трактувань поняття дискурс, одне з яких пояснює його, як «еквівалент поняттю «мовлення», тобто будь-який конкретний вислів» [1, с.26-27]. А Т. ван Дейк розглядав дискурс як суттєву складову соціокультурної взаємодії, характерними ознаками якої є інтерес, цілі та стилі [2, с. 103].

На думку О. Шейгал, мова політики, політична комунікація, політичний дискурс – терміни, які в більшості робіт взаємопов'язані. Вона ототожнює терміни “політичний дискурс” та “політична комунікація”, а мову політики розглядає як структуровану сукупність знаків, які утворюють семіотичний простір політичного дискурсу. У межах лінгвістичних досліджень науковець виділяє дескриптивний, критичний та когнітивний підходи до вивчення політичного дискурсу.

Також О. Шейгал, розглядаючи функцію політичного дискурсу, доводить, що основною його задачею є – боротьба за владу, заволодіння нею та її збереження. Дана функція є глобальною по відношенню до мови, так як комунікативна функція охоплює мову в цілому. [3, с. 9].

Отже, ми можемо зробити висновок, що незважаючи на численні праці у сфері дослідження політичного дискурсу, цей вид дискурсу все ще потребує ґрунтовного аналізу. Дане питання є надзвичайно актуальним, адже розуміння дискурсу має велике значення, оскільки воно стосується не тільки міжкультурного спілкування, але й допомагає орієнтуватися в інформаційному потоці. Ми розуміємо політичний дискурс як мовленнєві утворення (усні чи письмові), пов'язані зі сферою політики, що реалізуються вербально та невербально, а найважливішою функцією

політичного дискурсу є функція політичної пропаганди, переконання та впливу.

Література

1. Серио П. Как читают тексты во Франции // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса / Составитель П.Серио. – М.: Прогресс, 1999. – С. 12-53.
2. Дейк Т.А. Язык, познание, коммуникация / Т.А. Дейк // Пер. с англ. – М., 1989. – 312 с.
3. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.

ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ МЕТАФОР

Чупровська Віталія

студентка четвертого курсу, групи ЛА-371

факультет лінгвістики, КПП імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол.н., ст.викл. Скобнікова О.В.

Існує багато різних класифікацій метафор. Відповідно до структури метафору поділяють на просту (базується на актуалізації одної або кількох ознак) і розгорнуту (складається з декількох метафорично вжитих слів, що створюють єдиний образ). За морфологічною структурою можна виділити іменникову (має переважно емоційно-оцінне забарвлення), прикметникову (виражає пасивну ознаку предмета чи явища) та дієслівну (виражає активну ознаку предмета) метафори [1, 27]. Відповідно до семантичного значення виділяють такі види метафори: 1) номінативна метафора – власне перенесення назви; 2) образна метафора, що служить для розвитку синонімічних засобів мови; 3) когнітивна метафора, що виникає в результаті перенесення значення; 4) генералізуюча метафора що, стирає в лексичному значенні слова кордони між логічними порядками і стимулює виникнення

логічної полісемії. До класифікації за впливом на адресата входять стерті метафори, що втратили свою метафоричність, фразеологічні метафори, що знаходяться у широкому вжитку, та оригінальні метафори, які вражають своєю новизною. Також дослідники розрізняють види метафор за способом їх становлення й існування: фіксовані, тобто ті, які через постійне вживання почали сприйматися як висловлювання з прямим значенням, Дж. Лакофф називає ці метафори мертвими. Прикладом може бути класична для європейської культури метафора «коріння» – як така, що передбачає жорстко фіксовану конфігурацію і генетичну осьову структуру – метафора осілої культури матріархату. Тоді як номадична культура описана метафорою «кореневища цибулини» як скритого стебла, який може прорости в будь-якому напрямі [3, 120]; онтологічна метафора – метафора, в якій абстракція, як, наприклад, подія, діяльність, емоція, або ідея, представлені як що-небудь конкретне: об'єкт, субстанція, ємність, або особа-суб'єкт. Слава у нас представляється як насипана висока могила. Материнство – це метафора Воскресіння [2, 77]. Метафори можна класифікувати згідно ступеня їх несподіваності. Тому зовсім несподівані метафори називають істинними метафорами. А ті, що часто використовуються – метафорами-кліше. Істинні метафори належать до мовленнєвої діяльності; а метафори-кліше – до мови, як системи, вони властиві мові. Характеризуючи «стерту» метафору тільки лише через пасивність зв'язку зіставлення, можна легко помилитися у її «розпізнанні». Суть «стертої» метафори скоріше в тому, що процес зіставлення нібито виходить за рамки її використання. Так, одним із розповсюджених прикладів «стертої» метафори є словосполучення *ніжка стільця, вушко голки / chair leg, eye of a needle*.

Очевидно, що у даному випадку зіставлення відбувається в результаті механізму антропоморфізації у мовній свідомості людини, але дана аналогія не активізується кожного разу при використанні цього вислову. Іншими

словами, важливим є номінативний характер більшої кількості «стертих» метафор. Розширюючи понятійну систему на вербальному рівні, людина фіксує у мові нові об'єкти чи явища, нормалізуючи метафору. Так, у мові знаходить своє виявлення та закріплення те, як людина «використовувала» своє тіло для орієнтації у просторі, тобто сприймала оточуючу дійсність через відчуття тілесності.

Література

1. Гак В. Г. Метафора: универсальное и специфическое / В. Г. Гак // Метафора в языке и тексте. – М. «Наука», 1988. – С. 11 – 26.
2. Краткий словарь когнитивных терминов [Под общ. ред. Е. С. Кубряковой, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина]. – М.: МГУ. – 1996. – 245 с.
3. Lakoff G. Les metaphors dans la vie quotidienne (trad. française de Conceptual Metaphors in Everyday Language / George Lakoff, Mark Johnson. – Chicago : University of Chicago Press, 1980) / George Lakoff, Mark Johnson. – Paris : Editions de Minuit, 1985. – 256 p.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ-УСІЧЕНЬ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Шапран Юлія

*Студентка 2 курсу магістратури, ННІ іноземної філології Житомирського державного університету імені Івана Франка
Науковий керівник: к.філол.н., доц. Чумак Л.М.*

Лексичне багатство мови відображає рівень розвитку людства, а саме мовні тенденції, що відбуваються в її системі. Мова є найбільш цінним джерелом формування і прояву менталітету людей, завдяки чому люди здатні висловлювати свої думки, враження: інформувати, пояснювати,

надавати оціночні судження про навколишній світ, апелювати до різноманітних потреб через використання лексичних одиниць.

Сучасна англійська мова переживає так званий «неологійний бум» [3, с. 4]. Кількісне зростання словникового складу зумовлює раціоналізацію мови, економію номінативних та словотворчих зусиль [4].

За визначенням А. Рея, «неологізм – це одиниця словникового складу, слово, елемент слова або фраза, значення якої передбачає ефективне функціонування в специфічній моделі комунікації і яка не мала ні матеріальної форми, ані лінгвістичної форми на попередньому щаблі розвитку словникового складу мови» [5, с. 97]. Згідно з точкою зору лінгвіста, неологізм підлягає розгляду як такий, що належить до однієї зі сфер використання мови, або мові взагалі, чи як притаманний предметно-специфічному використанню, що може бути спеціальним і загальним.

Механізми скорочення відіграють провідну роль у формотворенні редукованих варіантів існуючих у мові слів та словосполучень. Серед науковців не існує єдиної думки щодо скорочення як прояву абсолютно словотворчого процесу. Результатом словотворчого процесу, на думку О. С. Кубрякової, О. А. Земської, П. М. Карашука, є похідні одиниці, створені за конкретними словотвірними моделями. Інші мовознавці (Р. З. Гінзбург, Г. Марчанд, С. С. Хідекел) вважають скорочення процесом словотворчості, а не модельованим створенням найменувань.

Типологію скорочень складають: ініціальні (редуковані до початкової літери) та односкладові одиниці, при цьому останні за способом їхньої редукції поділяються на скороченні слова зі збереженням початкового складу слова (апокопу), збереженням кінцевого елемента з опущенням початкового (аферезу) та редукцію початкового та кінцевого елементів слова [1].

Скорочення використовуються з метою економії мовних засобів, що пришвидшує та полегшує сучасну комунікацію, зокрема у різних сферах

молодіжного спілкування. З чотирьох видів скорочень (абревіатур, акронімів, усічень, слів-злитків – телескопізмів) переважають усічені слова [2].

Основним типом усічень на сучасному етапі розвитку словникового складу англійської мови є апокопа. При цьому усіченню піддається ціла морфема, наприклад: *anchor* (anchorman) – “a man who narrates or coordinates a newscast in which several correspondents give reports” [<https://www.thefreedictionary.com>], *virch* (virtual reality) [<https://www.urbandictionary.com>]. Найбільш продуктивним є тип фінального усічення першого компонента: *cigaretiquette* (**cigarette** + **etiquette**) – “one who asks for a cigarette” [<https://www.urbandictionary.com>]. Менш типовими є ініціальні усічення другого елемента, наприклад *airtel* (air + hotel), *shrink* (headshrinker) – “a psychologist (derogatory)” [<https://www.urbandictionary.com>].

Аналіз лексичних неологізмів-усічень показав, що чітких фонологічних і орфографічних правил, що уможливили б передбачити, де саме і як твірне слово буде усічене не існує. Проте такі англійські лексичні одиниці активно поповнюють словниковий склад сучасної англійської мови та використовуються як рівноцінні одиниці, що замінюють їх відповідні твірні лексеми та цілі словосполучення, лексичне значення яких є загальноживаними.

Література

1. Ткачик О. В., Роговська Н. В. Шляхи поповнення лексичного складу сучасної англійської мови // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» імені Ігоря Сікорського. – 2017. – № 9. – С. 36–40.
2. Омельченко Л. Ф., Жихарева О. О. Прагматичні характеристики англійських телескопізмів URL: http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/VZhDU/2010_51/vip51_3.pdf

3. Зацный Ю.А., Бутов В.Н. Новая общественно-политическая лексика и фразеология английского языка. - Запорожье: Запорожский гос. университет, 2000. - 200 с.
4. Кубрякова Е.С. Словообразование // Общее языкознание. Внутренняя структура языка / Отв. ред. Б.А. Серебренников. М., 1972. С. 344–393.
5. Rey A. Semantics / A. Rey. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1995. – 184 p.

ГЕНЕРАТИВНА ГРАМАТИКА

Швець Віталій

студент 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Розглядаючи питання генеративної граматики, потрібно виокремити поняття цього лінгвістичного напрямку. За оксфордським лінгвістичним словником Пітера Хюе Метьюза, *генеративна граматика* – це набір правил, які точно вказують, що в мові може бути реченням, а що ні. Поняття сформульоване Ноамом Хомським в 1950-х роках, як абстрактний засіб, інтерпретований як “породження” набору *рядків* або послідовностей одиниць: “речення” собою являє такий *рядок*, а “мова” це послідовність *рядків* [1, с. 88]. Генеративізм набув своєї популярності після виходу наукової праці Н. Хомського “Синтаксичні структури”, 1957 року, яка спричинила революцію в тогочасній філології. На зміну структуралізму прийшла генеративна лінгвістика.

Н. Хомський в “Синтаксичних структурах” каже, що мова – це множина речень, кожне з яких має кінцеву довжину і побудовано з кінцевої множини елементів. Основна задача, на його думку, це зрозуміти, які речення є граматично правильні, а які не є такими. Під граматично

правильними реченнями розуміються ті, які є правильними безпосередньо для носія мови. Стверджується, що множина граматично правильних речень не може бути ототожнена з кількістю отриманих філологом висловлювань. Граматика відображає поведінку носія мови, який в мовному досвіді може генерувати незліченне число нових речень [3, с. 310-313].

Як відомо, людство має можливість засвоїти та передавати з покоління в покоління *знання* рідної мови. Теорія генеративної граматики має за ціль знайти відповідь на важливе питання: з чого складається це *знання*, яким чином воно так філігранно та швидко засвоюється в ранньому дитинстві, чому глобальні, типологічні відмінності мов, ніяким чином не перешкоджають їхньому швидкому засвоєнню. Тому, генеративна граматика займається вивченням мовного апарату, який дає можливість дитині освоїти мову вже до п'яти років [4, с. 14].

Зрозуміло, що генеративну граматику, чи лінгвістику, неможливо назвати основною, провідною галуззю вивчення лінгвістики. Як й інші теорії, ця має свої недоліки та питання, на які генеративна граматика не може дати остаточної відповіді. Генеративна граматика має десятки напрямлень. І як в будь-якій природничій науці, приближення до “ідеальної” теорії призводить до появи емпіричних даних та нових питань. Тому, вивчаючи мову та її походження, треба розглядати її в контексті різних теорій та напрямів, лінгвістична граматика може бути однією з них.

Література

1. P.H. Matthews The Concise Oxford Dictionary of Linguistics, 2000. – P.88
2. N. Chomsky Syntactic Structures, New York Berlin: Mouton de Gruyter, 2002. – P. 132.
3. В.М. Алпатов История лингвистических учений: Учеб. Пособие. - 4-е изд., испр. и доп. - Языки славянской культуры, 2005. – P. 368.

4. Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления / Под ред. А.А. Кибрика, И.М. Кобозевой и И.А. Секериной. Изд. 2-е, испр. и доп. - М.: Едиториал УРСС, 2002. - 480 с.

ФУНКЦІЇ ЕВФЕМІЗМІВ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Шевченко Євгенія

Студентка 3 курсу, ЛА-82

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: Бойченко М. К.

Явище евфемії існує ще із стародавніх часів та вживається у різних типах дискурсу, проте особливу популярність його використання набуло у сучасному політичному дискурсі. Вагомий внесок у розвиток цієї проблематики зробили А. М. Кацев, Л. П. Крисін, В. І. Заботкіна, Г. Г. Кужим, В. П. Москвін [3, с. 70].

Без евфемізмів не може існувати жодна газета чи друковане видання, оскільки за законами політкоректності заміна неналежної, грубої лексики є необхідною [5, с. 177]. Політичні евфемізми вживаються у текстах політичної комунікації, адресатом яких є масова аудиторія, з метою пом'якшення негативних асоціацій, пов'язаних з деякими фактами, часто за рахунок спотворення сенсу самого описуваного факту [1, с. 9].

Мотиви створення політичних евфемізмів різні. Найбільш частотними є необхідність приховування проблем в соціальній сфері з метою уникнення конфлікту; використання евфемізмів для «збереження обличчя у суб'єкта політики»; прагнення завуалювати дії, що порушують права людини, різного роду аморальні вчинки з метою уникнути засудження громадськості; бажання уникнути образи суб'єкта з нижчим соціальним статусом або іншої расової приналежності [2, с. 12].

Політичні евфемізми — це ефективний інструмент для політичних лідерів, який дозволяє контролювати кількість та якість передачі інформації, що допомагає прославити або приховати ганебні мотиви, уникаючи публічного звинувачення [6, с. 120].

Евфемізм як комунікативний засіб, змістом якого є певний ідеологічний ключ, може полярно змінювати сенс висловлювання, припускати і програмувати заздалегідь необхідний результат комунікативної взаємодії [4, с. 180].

Отже, явище евфемії набуло великого поширення у політичній сфері. Основними функціями евфемізмів у політичному дискурсі є пом'якшення, приховування або маскування дійсності. Використання евфемістичних одиниць дозволяє представляти політичні події та їх наслідки у вигідному світлі, однак основною метою вживання евфемізмів в соціальних відносинах є уникнення комунікативних конфліктів та невдач.

Література

1. Баскова Ю. С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: на материале русского и английского языков : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. філ. наук : 10.02.19. Краснодар, 2006. 24 с.
2. Кипрская Е. В. Политические эвфемизмы как средство камуфлирования действительности в сми : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. філ. наук : 10.02.19. Ижевск, 2005. 18 с.
3. Корнелаєва Є. В. Лінгвістична природа евфемізмів. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2019. №5. С. 70–75.
4. Рябова М. Ю. Коммуникативные функции эвфемии в политическом дискурсе. *Грамота*. 2014. №5. С. 177–181.
5. Свицова А. А., Сулопарова М. М., Дудина Е. Д. Эвфемизмы в политическом дискурсе (на примере публикаций the new york times). *Грамота*. 2014. №9. С. 176–179.

6. Study on the features of english political euphemism and its social functions. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1081477.pdf> (дата звернення: 24.02.2021).

ФУНКЦІЇ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ

Шемет Андрій

Студент 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. вик. Усик Г.М.

Дискурсивні студії є актуальним напрямком дослідження сучасної лінгвістики. Дискурс є об'єктом розвідок прагма- та психолінгвістики, лінгвостилістики; існують також структурно-лінгвістичний, лінгвокультурний та когнітивно-семантичний підходи до його вивчення. Протягом багатьох років існує проблема визначення слова дискурс. Різні вчені, з різних областей, таких як літературознавці, лінгвісти, соціологи, філософи, не можуть дати чітке визначення даному терміну. Дуже багато праць цьому терміну присвятив Мішель Фуко, Бахтін М., Карасик В., Колеснікова І. та інші.

Неоднозначні погляди вчених на дискурс та його функції зумовлюють актуальність дослідження. Метою дослідження є узагальнення існуючих положень щодо функцій англомовного дискурсу.

На думку Карасика В., дискурс – це комунікативно-когнітивне явище, оскільки, з одного боку, структура дискурсу відображає особливості комунікативного прояву мовної особистості, утому числі – її комунікативної компетенції, а з іншого боку, дискурс – це когнітивне явище, у ньому представлені концепти, які взаємодіють між собою [1, с. 15].

Щодо функцій дискурсу існує велика різноманітність думок. Оскільки дискурс нерозривно пов'язаний з мовою як системою і будується на його

основі, можемо припустити, що функції дискурсу і функції мови співвідносяться один з одним. У питанні виділення функцій мови дослідники також демонструють різноманітність думок, в залежності від обраного підходу до проблеми. Основними функціями мови прийнято вважати комунікативну, когнітивну і емоційну, проте цей перелік постійно розширюється і доповнюється [2].

Типовими показниками стилістично-забарвлених текстів є лексичні маркери, серед яких вирізняються узуальні й оказіональні лексичні та фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки. Лексичні та фразеологічні одиниці виконують експресивну й інформаційну функції у мовленні. Вони покликані пожвавити виклад, зацікавити читача, надати матеріалу емоційного заряду. Особливої уваги заслуговує функція оцінки, яку виокремлюють як різновид функції впливу. При осмисленні мови необхідно не лише зрозуміти, оцінити задум адресанта з точки зору його змісту й авторської думки та наміру, але й оцінити спрямованість цього задуму, його корисність [3, с.15].

Оскільки питання про функції дискурсу не має однозначної відповіді серед мовознавців і поки залишається відкритим. Функції дискурсу є уточненням і конкретизацією мовних функцій, та кожен з видів дискурсу характеризується наявністю провідних функцій, що визначають його сутність.

Отже, відповідно мети комунікації, обставин, стилю мовлення пропонується виділяти такі функції мови, а відповідно і дискурсу: комунікативна (референтна, денотативна – спрямована на референт); емотивна (експресивна – характеризує адресанта); фатична (встановлює контакт); метамовна (характеризує код повідомлення); конотативна (апелятивна – спрямована на адресата); поетична (акцентує увагу на самому повідомленні).

Література

1. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. праць*. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
2. Колеснікова І. А. Лінгвокогнітивні та комунікативно-прагматичні параметри професійного дискурсу: *автореф.* дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук: спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / І. А. Колеснікова. К., 2009. 33 с.
3. Потапенко С. І. Орієнтаційний простір сучасного англомовного медіа-дискурсу: *автореф.* дис. д-ра філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / С. І. Потапенко. К., 2008. 32 с.

LAVENDER LINGUISTICS AS A NEW BRANCH OF MODERN LINGUISTIC STUDIES

Shynkarenko Artem

Master's student, group LA-01mp, Faculty of Linguistics,

Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Academic adviser: PhD in Philology, Assoc. Prof. V. Marchenko

In the last two decades a new subfield of linguistics called “lavender linguistics” has been emerging. The modern scientific direction made it possible to analyze specific features of speech in communities whose members differ in their sexual orientation and/or gender identification. For the most part, these studies are getting more common and recognized in the USA and Europe, while in Ukraine and CIS countries the subject of sexuality still cause much controversy. Although it should be noted that gender linguistics, which may be called the “predecessor” of lavender linguistics, is at a quite high level in Ukraine, due to the remarkable works of such scientists as L. Stavytska [3], Y. Melnyk [2], N. Borysenko et al. [1].

“Gayspeak”, a term synonymous to “lavender linguistics”, already existed in XX century and denoted the elements of queer communication, however it was advanced by a professor W. Leap, who was the first to coin the term “lavender linguistics” in 1995. Before his detailed study of the language use in LGBTQ community, A. Livia and K. Hall, while examining the gender speech variation in the 1970s, assumed that “there is still considerable room for linguistic research based on sexual orientation, rather than gender” [9, p. 61].

The color lavender has been long associated with LGBT community [10, p. 178]. Besides, according to K. Jay and A. Young, the reason lavender symbolizes homosexuality might lie in the process of obtaining the color: lavender is a product of mixing pink (the color symbolizing girls) with light blue (the color symbolizing boys) [5, p. 54]. In addition, G. Legman in his glossary of American gay slang in 1941 suggests “lavender” as a synonym for the word “homosexual” [7, p. 1150].

Such spoken or written language practices as speech patterns and pronunciation, specific vocabulary or alternative lexicon (Polari) are referred to as the subjects that lavender linguistics deals with. In 1995 in the work called “Beyond the Lavender Lexicon”, W. Leap gave more examples of subjects that are under the study specifying that “there is more to lesbian and gay communication than coded words with special meanings, and more to lesbian and gay linguistic research than the compilation of dictionaries or the tracing of single-word etymologies” [8, p. 55]. Accordingly, lavender linguistics also deals with overly accentuated pronunciation using a wide vocal range, melismatics and fricatives, as well as insults, irony, sarcasm and sexually erotic references in the form of stylistic devices to create imagery and additional expressive effect [4, c. 3].

The fact that should not be missed is that lavender linguistics incorporates various language levels, ranging from phonetic to textual and discursive. It also covers the paraverbal and nonverbal codes, a set of behaviors that are socially

recognized as homosexual or signal alternative sexual orientation. Its multidimensionality is also beginning to appear in recent studies by Polish linguists who are very interested in such terminology, as well as in the textualization of LGBTQ discursive language [6].

In essence, the emergence of a particular type of linguistics emphasizes that the relation between biological sex, gender, self-identification and performativity is much more complex and multifaceted than the interpretations produced by the social sciences and humanities, which in most cases support the heteronormativity. This branch of linguistics is extremely important in the context of modern issues of tolerance, since by signing a number of conventions and laws, society continues to “misinterpret” or deliberately distort the facts when talking about gender and sexuality.

References

1. Борисенко Н. Д. Гендерний аспект уживання засобів модифікації прагматичного значення. *Вісник Київського Лінгвістичного університету*. Серія “Філологія». Т. 6, № 1. К.: Видавничий центр КНЛУ, 2003. С. 110-114.
2. Мельник Ю. П. Об’єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці. *Вісник Житомирського державного університету*. 2009. №45. С. 110-114.
3. Ставицька Л. О. Гендерна лінгвістика: українська перспектива. *Українська мова*. 2004. № 3. С. 58–66.
4. Шилин В. А. Концептуальна метафора в языкe англоговорящего гей-сообщества. *Научно-практический электронный журнал аллея науки №3 (19)*. Симферополь, 2018. С. 70-81.
5. Jay K., Young A. *Lavender Culture: The Perceptive Voices of Outspoken Lesbians and Gay Men*. NYU Press, 1978. 530 p.
6. Kita M., Czy potrzebna jest lawendowa lingwistyka? [w:] *Polonistyka Na Początku Xxi Wieku: Diagnozy Koncepcje Perspektywy*, Tom III. Katowice, 2018. S. 61-73.

7. Legman G. "The Language of Homosexuality: An American Glossary", in George W. Henry ed., *Sex Variants. A study of homosexual patterns, vol. 2.* New York : Paul B. Hoeber, 1941. 1149-1179 pp.
8. Leap W. *Beyond the Lavender lexicon: Authenticity, Imagination and Appropriation in Lesbian and Gay Languages.* Buffalo, New York : Gordon & Breach, 1995. 360 p.
9. Livia A., Hall K. *Queerly Phrased: Language, Gender, and Sexuality.* New York : Oxford University Press, 1997. 480 p.
10. Swann J., Deumert A., Lillis T., and Mesthrie R. *A Dictionary of Sociolinguistics.* Edinburgh : Edinburgh University Press, 2004. 384 p.

BESONDERHEITEN DER WORTBILDUNG VON DEN ZUSAMMENGESETZTEN SUBSTANTIVEN DER MODERNEN DEUTSCHEN SPRACHE

Шинкарюк Інна

студентка 3 курсу бакалаврату,

факультет іноземної філології, КПНУ ім. Івана Огієнка

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Яремчук І.М.

Zusammensetzung der Wörter ist eine von den wichtigsten Arten der Wortbildung im Deutschen. Die Relevanz dieses Artikels besteht darin, die Merkmale der Organisation des Wortbildungssystems der modernen deutschen Sprache im Allgemeinen zu identifizieren und den Platz der Wortbildung von Substantiven darin zu bestimmen. Gegenstand des Artikels sind die Besonderheiten der Zusammensetzung des modernen Deutsch.

Die Zusammensetzung ist also eine solche Wortbildungsart, wo ein Wort durch die Verbindung von zwei Wurzeln bzw. Wortstämmen mit oder ohne Bindeelement sowie durch das Aneinanderrücken von syntaktischen Strukturen gebildet wird [1, s. 57].

Zusammengesetzte deutsche Substantive sind das Markenzeichen der deutschen Sprache. Die Bildung komplexer Substantive im Deutschen vermeidet eine übermäßige Wiederholung des Genitivs und vereinfacht die Verwendung schwieriger deutscher Grammatik in der Sprache.

Das moderne Stadium in der Entwicklung der Linguistik ist durch ein verstärktes Interesse an der Erforschung der Wortbildung gekennzeichnet. Man stellt die Fragen zum Status von Wortbildungseinheiten, zur Wortbildungsbedeutung usw.

Unter Wortbildung versteht man also sprachliche Prozesse, mit deren Hilfe nach bestimmten Wortbildungstypen neue Wörter gebildet werden[2, s. 195]. Das ist ein Teil der Linguistik, die alle Aspekte der Erstellung, Funktionsweise, Struktur und Klassifizierung von Ableitungen und komplexen Wörtern untersucht. Die Frage der Wortbildung untersuchten zu verschiedenen Zeiten in ihren Werken solche Gelehrten und Linguisten wie Baudouin de Courtenay, L.V. Schcherba, B.B. Vinogradov, F. Fleischer, M.D Stepanova, Jacob Grimm, F. Becker, V.G Chugaeva, V. Henzen, E. Mater, I. Erben und andere.

Wenn man die Methoden der Wortbildung in der deutschen Sprache betrachtet, ist es möglich, produktive und unproduktive Wege der Wortbildung zu identifizieren. Die produktiven Wege der Wortbildung umfassen: Substantivwortzusammensetzung, Suffixierung und Präfixierung. Für meine Forschung entdeckte ich die folgenden Modelle der Zusammensetzungen, die im modernen Deutsch verbreitet sind, zum Beispiel:

Substantiv + Substantiv (Totenglocke, Hubschrauberlandeplatz)

Adjektiv + Substantiv (Schönwetterfront, Linksabweichler)

Verb + Substantiv (Wachtraum, Studierzimmer)

Partikel + Substantiv (Übermensch, Wohlstand)

Substantiv + Adjektiv (dornenvoll, straßengerecht)

Adjektiv + Adjektiv (feuchtfröhlich, einzigartig)

Verb + Partizip/Adj. (sehgestört, wandermüde)

Adverb+adverb (frühmorgens)

Subst.+Verbpartizip (furchterweckend, leidgeprüft)

Adjektiv + Verb (kleinkriegen, fernsteuern)

Verb + Verb (klopfsaugen, saugbohnern) [3, s.208].

So drücken die erste Komponente das Verhältnis der Stelle aus, an der das Objekt durch die zweite Komponente (Bergbahn) markiert ist, zeitliches Verhältnis (Nachtlied), Verhältnis von Werkzeug zu Handlung (Faustkampf), Material zu Objekt (Bleistift)

Also, in unserer Arbeit haben wir unsere Ziele erreicht: die Wege der Wortbildung von den zusammengesetzten Substantiven beschrieben und analysiert. Im Verlauf unserer Arbeit die Relevanz des von uns betrachteten Problems aufgezeigt, nämlich bewiesen, dass die Kenntnis der Gesetze, Methoden und Mittel der Wortbildung nicht nur zur Überprüfung des gesamten Wortschatzspektrums von a beiträgt bestimmte Sprache in theoretischen Begriffen, hat aber auch direkte praktische Kenntnisse für die Beherrschung einer Fremdsprache. Es gibt viele Merkmale in der Grammatik der deutschen Sprache, von denen, das wichtigste die dominierende Position der Wortzusammensetzung unter den Methoden der Wortbildung für alle Teile der Sprache ist.

Literaturverzeichnis:

1. Гінка Б.І. Лексикологія німецької мови: лекції та семінари. Навчальний посібник для студентів-германістів. Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ Тернопільського педагогічного університету імені В.Гнатюка, 2005. 220 с.
2. Огуй О.Д. Лексикологія німецької мови. Lexikologie der deutschen Sprache: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Вінниця: Нова книга, 2003. 416с.
3. Sowinski B. Deutsche Stilistik. Beobachtungen zur Sprachverwendung und Sprachgestaltung im Deutschen, Fischer Taschenbuch Verlag, 2009. 341 s.

НЕЙТРАЛІЗАЦІЯ ПОВНОЇ ОМОНІМІЇ НА ПРИКЛАДІ ГЕОГРАФІЧНИХ НАЗВ

Янюк Дар'я

Студентка 2 курсу бакалаврату,

факультет іноземної філології ВНУ ім. Лесі Українки

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Навроцька І.М.

Омонімія – явище, характерне для багатьох мов, а особливо для англійської. Омонімами вважають слова, що мають однакове звучання та вимову, проте різняться значеннями. Наприклад, “*book*” – “something to read”, “*book*” – “the act of making a reservation”. Вивчаючи англійську мову, студентам доводиться стикатися з проблемою диференціювання омонімії, адже вона стає перешкодою до розуміння ключових термінів, понять чи явищ [2, с. 112].

На думку швейцарського лінгвіста Ж. Жильєрона, омонімія є патологічним мовним явищем. Він вважав, що існування двох однакових слів однієї частини мови призводить до зникнення одного із них. Це явище може бути спричинене наявністю діалекту (говору), що порушує мовну чіткість та семантичну цілісність, внаслідок чого відбувається мовне руйнування [4, с. 8].

Географічні назви становлять цікавий матеріал для дослідження явища омонімії. На перший погляд схожі за вимовою та написанням назви сіл *Saxton* та *Raxton* до 16 століття були об'єднані лексемою *Saxton* (названі на честь засновника Вільяма Кекстона/*William Saxton*), яка була закріплена за ними з часів заснування – 1476 року. Однакова вимова й написання призвели до змін задля зручності спілкування, а також в процесі мовної адаптації назви [5, с. 5].

Іншим прикладом слугують два містечка *Kilworth*, які знаходяться у Великій Британії. Спочатку назви відрізнялися написанням (*Kilworth* –

Kilwotf давньоім.), але згодом стали повними омонімами. Це спричинило труднощі в диференціації назв, зокрема у контексті економічних та політичних подій. Задля уникнення непорозумінь відбулась деомонімізація, в процесі якої топоніми почали розрізняти за допомогою вказівки на географічне положення [1, с. 167]. Завдяки цьому назви містечок набули сучасного вигляду – *North ma South Kilworth. “David Ellson, North Kilworth, Leicestershire, steam thrashing machine keeper, April 18, at 11”* [3, с.7].

Отже, нейтралізація омонімії у власних назвах є невід’ємною властивістю, що демонструє діахронічний розвиток та удосконалення мови. Це явище не лише допомагає вивчити та пізнати мову в етимологічному плані, але й слугує хорошим диференціантом для носіїв мови, адже набагато спрощує розуміння та сприйняття неоднозначної інформації. У такий спосіб можна уникнути зайвих збігів та розширень значень слів (тому що деякі слова не зникають повністю, а лише дещо видозмінюються), а також урізноманітнити семантичний тезаурус.

Література

1. Арнольд И.В. Лексикология современной английской речи / И.В. Арнольд. – М.: Высшая школа, 1973. 167 с.
2. Мостовий М.І. Лексикология английской речи. Підручник для студентів інститутів та факультетів іноземної мови / М.І. Мостовий. – Харків: Основа, 1993. 112 с.
3. Newspaper “Leicester”, Leicestershire, England 13 Apr 1867, Sat, P. 7.
4. Wright, J. Speaking English. RELC Journal, 1973. Vol. 5 № 2, P. 89-91.
5. Yule, G. The Study of Language. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 273 p.

СЕКЦІЯ № 2.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

Бернадіна Анастасія

студентка 5 курсу, факультет лінгвістики,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: д.пед.н., проф. С. В. Федоренко

Сьогодні політична ситуація в Україні вимагає посиленої уваги наукової спільноти до різноманітних аспектів перекладу документів, які ставлять за мету підтримку миру та безпеки, економічних та інформаційних факторів оборони нашої держави.

Розвиток військової термінології відображає вплив зовнішніх і внутрішніх чинників функціонування української держави в сучасних умовах. Технологічні інновації, своєю чергою, забезпечують швидке та безперервне поповнення термінологічної лексики військової фахової мови.

Актуальність досліджень відтворення офіційних англomовних документів НАТО українською мовою викликана нагальною потребою у їх всебічному перекладознавчому аналізі з метою виявлення закономірностей, специфіки та основних труднощів перекладу для подальшого використання цих текстів українськими фахівцями військової справи [3, с. 132]. У воєнному галузевому перекладі велике значення надається точності перекладу, тому що перекладений матеріал може бути основою для прийняття важливих рішень, проведення воєнних операцій та ін. [1, с. 223].

Військову лексику розподіляють на три основні групи: 1) *військову термінологію*, що позначає поняття, безпосередньо пов'язані з військовою справою, збройними силами, способами ведення озброєної боротьби тощо;

2) *військово-технічну термінологію*, що охоплює науково-технічні терміни;
3) *емоційно-забарвлену військову лексику (сленг)*, представлену словами і словосполученнями, що переважно вживаються в усному розмовному мовленні англомовних військовослужбовців і є фактично стилістичними синонімами відповідних військових термінів.

Склад сучасної англійської військової і військово-технічної термінології не є сталим. Він безперервно змінюється за рахунок виходу слів з ужитку, зміни значень, безперервного поповнення новими термінами, наприклад, у зв'язку з реорганізацією видів збройних сил, виникненням нових зразків озброєння і бойової техніки, розробкою нових методів ведення війни тощо [2].

З огляду на складність розуміння і перекладу, військові терміни відносять до трьох груп: 1) *терміни, що позначають реалії іноземної дійсності, ідентичні реаліям української дійсності*, напр.: *field hospital* – польовий госпіталь, *chief of staff* – начальник штабу; 2) *терміни, що позначають реалії іноземної дійсності, відсутні в українській дійсності, проте вони мають загальноприйняті українські термінологічні еквіваленти*, напр.: *Air National Guard* – національна гвардія ВПС, *Territorial Army* – територіальна армія; 3) *терміни, що позначають реалії іноземної дійсності, відсутні в українській дійсності і не мають загальноприйнятих термінологічних еквівалентів в українській мові*, напр.: *alert hangar* – ангар термінового вильоту [4].

Визначальною рисою англомовних військових документів, офіційних документів НАТО в тому числі, на лексичному рівні є активне вживання скорочень (наприклад: *FA* – *Field Artillery*, *MG* – *machine gun*).

Вивчення фактичного матеріалу дозволяють дійти висновків, що в переважній більшості випадків нові терміни в документах НАТО відтворюються українською мовою шляхом лексичного еквівалента, калькування, описового перекладу, транскодування, транслітерації тощо.

Наприклад: *contributor* – «контрибутор» (з оказіонального вживання переходить в узус), правильно – «країна, що надає сили та засоби» (описовий переклад); *eventual neutrality* – «евентуальний нейтралітет», правильно – «нейтралітет під час конфронтації» [5, с. 381].

Отже, аналіз англomовної термінологічної лексики військової фахової мови засвідчив наявність у них значної кількості військових лексичних елементів (одно- і багатокomпонентних термінів, абревіатур і скорочень, термінологічних стійких сполучень, неологізмів). Основними прийомами відтворення військової лексики англomовних документів українською мовою є: переклад лексичним еквівалентом, трансформаційний переклад, безперекладне запозичення (транскрипція / транслітерація), описовий переклад, калькування та ін.

Література

1. Василенко Д. В. Військова лексика англійської мови ХХ – початку ХХІ століття. Горлівка : Вид-во ГДПШМ, 2009. 220 с.
2. Все про НАТО [Електронний ресурс]. URL : <http://www.ukraine-nato.gov.ua/nato/ua/736.htm>
3. Качалова Т. Невоенная проблематика в деятельности НАТО. *Мировая экономика и международные отношения*. 1998. № 3. С. 130–134.
4. Кияк Т.Р. Функції та переклад термінів у фахових текстах [Електронний ресурс]. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/1545/1/84.pdf>

МЕТАФОРА В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОМУ ТЕКСТІ ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Бідненко Лідія

студентка I курсу магістратури,
факультет лінгвістики, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Матковська Г. О.

Метафора для більшості людей відноситься до незвичайної мови і виступає засобом вираження у поетичному і риторичному аспекті мови та літератури. Ми не звикли розглядати метафору у сфері нашого повсякденного спілкування. Однак метафора таки належить до звичайної мови, а зокрема до того, що стосується слів, а не просто мислення або діяльності [2, с. 11]. З цієї причини переважна більшість людей упевнені, що здатні обійтися і без використання метафор у буденному житті. Проте наразі побутує думка про те, що наше повсякденне життя пронизане різного роду метафорами і висвітлюється як у мові, так і у наших думках та діяльності.

Старогрецький філософ Арістотель у своїй роботі «Поетика» дав поштовх до вивчення метафори. Арістотель зазначав те, що метафора є особливістю образного мислення усіх людей, а не тільки одним із засобів прикрас у мові та літературі [1, с. 170]. Естетика слова є тим поняттям, яке беруть до уваги дослідники, які займаються вивченням метафори. Вони вважають, що мова наділяється красою, чарівністю, експресією та виразністю саме завдяки метафорі.

Такі американські вчені, як М. Л. Джонсон та Дж. Лакофф написали «Метафори, якими ми живемо», що є основною у дослідженні метафори. У ході дослідження понятійної системи, вони довели те, що метафора не може обмежуватися лише однією сферою мови [3, с. 142]. Лінгвісти довели те, що способом мислення людей є метафора, а самі процеси мислення людей є метафоричними.

Щодо науково-популярних текстів, варто зазначити те, що у них йдеться про наукові знання і про те, як їх можна втілити у життя [5]. Специфіка науково-популярних текстів полягає у тому, що вони створюються для широкого кола читачів, тому для того аби його зрозуміти, знання термінів не є обов'язковими. У разі появи нової інформації у такому

тексті, то вона подається як «зрозуміла». Цей прийом подачі матеріалу може бути досягнутий шляхом емоційності прикладів та ілюстрацій, а не логікою розумових операцій. У разі використання специфічної лексики у науково-популярному тексті, її пояснення можна знайти у самому тексті або у примітках.

Значне місце у науково-популярних текстах посідає використання різного роду метафор. Беручи до уваги психологічний аспект, варто зазначити, що вживання метафори у науково-популярному тексті допомагає автору визначити та представити невідоме явище або поняття через уже відоме шляхом відтворення подібності зовнішніх характеристик [5]. У ході дослідження виявлено велику кількість різних метафоричних конструкцій. Це є підставою для ствердження того, що автори англійськомовних науково-популярних текстів намагаються привернути увагу та зацікавити інформацією значну кількість читачів різних освітніх рівнів.

У ході аналізу стратегій перекладу було виявлено існування чотирьох основних стратегій, які сприяють відтворенню метафори з англійської мови на українську. Найвідоміші стратегії перекладу метафори розробив англійський вчений Пітер Ньюмарк. До таких основних стратегій входять: дослівний переклад метафори, перефразування метафори, деметафоризація, заміна метафори та еквівалентна відповідність метафори [4, с. 121].

Отже, метафори посідають значне місце у нашому повсякденному житті та проявляються у мові, наших думках та діяльності. Метафори є способом мислення людей, а процеси нашого мислення є метафоричними. Метафоричні конструкції відіграють важливу роль у англійськомовній науково-популярній літературі, оскільки допомагають автору відтворити невідоме явище або поняття через уже відоме за допомогою зображення певної подібності зовнішніх характеристик у таких явищах. За допомогою

експресивності метафори можна привернути увагу читачів та зацікавити їх інформацією поданою у науково-популярному тексті.

Література

1. Аристотель. Риторика: Аристотель и античная литература. М.: Наука, 1978. 229 с.
2. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
3. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago: Chicago University press, 1980. 242 p.
4. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Prentice Hall, 1981. 200 p.
5. Лагута Т. М. Науково-популярні тексти під час навчання фахової мовленнєвої діяльності, 2019 URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6228/2/12lagnau>.

СТИЛІСТИЧНА АДАПТАЦІЯ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

Вальчук Вікторія

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

В сучасному світі реклама супроводжує нас всюди: на вуличних вивісках, поверхнях транспорту, упаковках товару та, звісно, в інтернеті. Глобалізація економічних процесів зумовлює збільшення кількості міжнародних компаній, готових розвиватися на українському ринку, тому все більш актуальною стає послуга перекладу рекламних текстів і зокрема слоганів.

Рекламний слоган як один із основних структурних елементів рекламного тексту через свою лаконічність, яскравість та часте

використання гри слів є найбільш складним матеріалом для перекладу. В ньому відображається національно-культурна ментальність адресата та адресанта рекламного повідомлення, тому стає очевидною важливість максимальної відповідності між текстом оригіналу та мови перекладу [4, с. 194].

Однак, враховуючи специфіку рекламних текстів, відповідність оригінального та перекладеного слогану полягає у досягненні прагматичного завдання (впливу на споживача), а не еквівалентності мовних одиниць. Таким чином, прослідковуємо необхідність стилістичної адаптації при перекладі. Під стилістичною адаптацією розуміємо використання мовних засобів для досягнення особливих цілей [2, с. 155]. Перекладач змушений шукати специфічні засоби для передачі змістових і стилістичних складових оригіналу. Тільки у такому випадку досягається прагматична еквівалентність, що визначає комунікативний ефект реклами [1, с. 488].

Найбільш яскравими прикладами стилістичної адаптації (а саме – адаптації розмовного стилю) вважаємо слогани, які перекладачі писали заново, враховуючи особливості повідомлення мовою оригіналу. Розглянемо приклади:

1. *«All heroes start somewhere» – «П'ятеро космічних волоцюг»*

Для перекладу слогану кінострічки «Вартові галактики» [3] перекладач застосовує свої екстралінгвістичні знання про її сюжет. Аби зацікавити україномовних глядачів та виділитися серед конкурентів, перекладач змінює слово з позитивною конотацією «heroes» (англ. «герої») на «волоцюги», що має негативну конотацію. Крім цього, він використовує прикметник «космічні» зі словом «волоцюги», і завдяки такому нетиповому поєднанню викликає інтерес до фільму. Також він додає кількісний числівник «п'ятеро» на початку слогана, що не лише натякає на кількість головних героїв, але й неминуче привертає увагу потенційних глядачів

фільму;

2. «*Protects you like a man. Treats you like a woman*» – «Ефективний захист і ніжний догляд»

У цьому рекламному слогані дезодоранту для жінок [5] автори намагалися передати характеристики товару через асоціації чоловіка як опори та захисту і жінки як особи, що потребує особливого ставлення та захисту. Оскільки українською мовою досить складно пояснити ефективність товару за допомогою таких самих асоціацій, перекладач передає ідейний зміст слогану за допомогою контрасту прикметників «ефективний» та «ніжний»;

3. «*Hungry? Why Wait?*» – «Не гальмуй – снікерсуй»

Один із найяскравіших прикладів вдалого перекладу рекламного слогану, що запам'ятовується, є слоган шоколадного батончика «Снікерс» [5]. Враховуючи його спрямованість на молодшу цільову аудиторію, перекладач винайшов неологізм «снікерсуй» і зробив компанію більш близькою до молоді.

Отже, для стилістичної адаптації англомовні слогани часто доводиться переписувати заново. Фахівці чинять так з метою досягнення бажаного впливу на споживача та врахування національної специфіки, менталітету, особливостей різних цільових аудиторій. Перспективи подальшого дослідження способів стилістичної адаптації рекламних слоганів вбачаємо у детальному розгляді перекладацьких трансформацій, до яких вдаються спеціалісти для передачі прагматичного потенціалу слоганів, що допоможе у підготовці кваліфікованих перекладачів рекламних текстів.

Література

1. Бондаренко. О. М. Особливості перекладу рекламних текстів (стилістичний аспект). / О.М. Бондаренко // Наукові праці історичного факультету ЗДУ. Запоріжжя: Просвіта, 2007. Вип. 21. С. 488-490.
2. Стародєдова, Л. В. Стилістичні особливості рекламних текстів.

Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету, №28. – 2010. – С. 155-159.

3. Кіноріум. "Вартові Галактики" [Електронний ресурс] / Кіноріум – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.kinorium.com/599262/>.

4. Сомова Е. Г., Абрамова Г. А. Стилистические трансформации в переводных рекламных текстах // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. - 2018. - №4 (227). - С. 112-115.

5. Snickers, Lady Speed Stick [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.textart.ru/baza/slogan/list.html>

ВІДОБРАЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ГРАМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФАХОВОЇ ЛЕКСИКИ СПОРТИВНОЇ ТЕМАТИКИ

Винник Анастасія

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

В умовах розвитку різноманітних сфер життєдіяльності, постає необхідність перекладу вузькогалузевих текстів, насичених професійною лексикою. Одним з прикладів професійної лексики є фахова мова сфери спорту.

Професійна комунікація, як лінгвістичний феномен, знаходиться у фокусі багатьох сучасних дослідників. Значний внесок у дослідження теоретичних та практичних засад фахових мов зробили Л. Гоффманн, Т. Рьолке, Т. Шіпан, В. Шмідт, Т. Кияк та інші. На сьогодні зарубіжні та українські науковці використовують кілька рівнозначних термінів для

позначення мови професійної комунікації. У британській та американській літературі вживають термін «*language for special purposes*» (LSP) для позначення професійно-маркованої лексики. В українській лінгвістиці, науковці послуговуються терміном «фахова мова», або «професійна мова» [1, с. 16].

Одним із прикладів «професійної мови» або ж «фахової мови» є спортивна мова. Наразі, мова спорту набуває актуальності з огляду на популяризацію видів спорту та актуальності спортивної тематики. Спортивна термінологія значна за своїм обсягом і різноманітна за тематикою. Практично кожен вид спорту, поруч із загальними спортивними термінами, має свою специфічну термінологію, що пояснює наявність безлічі лінгвістичних робіт, присвячених термінології різних видів спорту як на матеріалі однієї мови, так і в порівняльному аспекті.

Мова спортивної комунікації складається з професійних одиниць, які можуть відрізнятися за формою, змістом і функціонуванням. Термінологія безсумнівно виступає ядром спортивної системи одиниць. Вона складається з загальнонаукових, міжгалузевих, галузевих і вузькогалузевих термінів. На думку О.І. Гурєвої, найчисленнішу групу спортивної терміносистеми складають вузькогалузеві одиниці [2, с. 71].

Спортивний сленг вживається як в професійній сфері, серед спортсменів-професіоналів, так і серед любителів, уболівальників і фанатів. Спортивний сленг використовують навіть спортивні ЗМІ (в пресі, відеорепортажах і на радіопередачах), бажаючи спростити свій репортаж або статтю, надати їм влучності та яскравості.

В ході аналізу було з'ясовано, що спортивна лексика характеризується певними особливостями, до яких можна віднести наявність великої кількості тематичних груп; наявність загальноспортивних термінів, термінів, властивих кільком видам спорту, та вузькогалузевих термінів, що відносяться лише до певних видів спорту; активним є процес

термінологізації загальноновживаних слів; перехід з розряду професіоналізмів в розряд офіційних термінів.

Фахова спортивна лексика становить перекладацьку проблему. При перекладі фахової спортивної лексики основною проблемою є переклад термінологічної лексики, термінів-метафор, сленгізмів, яким притаманна конотативна та денотативна семантика, структурні особливості та виконання певних функцій в тексті. При перекладі фахової спортивної лексики, здійснення адекватного та еквівалентного перекладу зазначених одиниць є достатньо складним, отже, питання перекладу фахової спортивної лексики все ще є предметом дискусій.

В ході дослідження особливостей перекладу фахової лексики спортивної тематики, було з'ясовано, що при перекладі фахової спортивної лексики основною проблемою є переклад термінологічної лексики, термінів-метафор, сленгізмів, які виконують конотативну та денотативну семантику, структурні особливості, функції в тексті. Було виокремлено два класи одиниць фахової спортивної лексики згідно двох типів перетворювальних одиниць літературної мови: 1. шляхом перетворень одиниць фахової спортивної лексики з літературної мови при збереженні формальної сторони; 2. одиниці, утворені шляхом перетворення змістовних сторін при збереженні формальної сторони літературної мови.

Література

1. Барнич І.І. Поняття «фахова мова» і «термінологія» в німецькій і українській мовах. Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис», 2018. №3. С. 16-20.
2. Голованова Е.И. Введение в когнитивное термоведение. Москва: ФЛИНТА, 2011. 224 с.

**СПОСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІДЕЇ В СФЕРІ МАРКЕТИНГУ:
КОМУНІКАТИВНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ МАТЕРІАЛІВ)**

Гасюк Олена

студентка 5 курсу магістратури, факультет лінгвістики

КІІ ім. Ігоря Сікорського

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

Багатогранну сутність реклами – соціального, психологічного, лінгвістичного, естетичного та власне економічного явища – засвідчує розмаїття підходів до її визначення. Так, згідно з чинним українським законодавством, реклама – інформація про особу чи товар, поширена в будь-якій формі та в будь-який спосіб, призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів та їхню цікавість щодо таких особи чи товару [4, с. 181].

З позицій нової концепції ринку, якість продукту визначається рівнем його споживчих властивостей, його здатністю вирішувати проблеми споживачів; якість повинна вимірюватись, виходячи з оцінок саме споживачів [1, с. 138].

Зростання рівня культури та освіти з кожним днем робить споживачів все більш розбірливими і вимогливими. На думку американського вченого А. Фейгенбаума, сьогодні для 80% покупців якість товарів важить стільки ж або навіть більше, ніж ціна, тоді як на початку 70-х років такої думки дотримувалися лише 30% споживачів [2, с. 34]. У цих умовах у більшості підприємців склалося розуміння того, що найкращий спосіб швидше продати товари – це поліпшувати їхню якість.

Вибір конкретних засобів просування значною мірою визначається базовою маркетинговою стратегією компанії: стратегією проштовхування або стратегією притягнення. Вибір конкретної стратегії пов'язаний із відповідями на запитання: «Де в каналі збуту підприємству необхідно

спробувати вплинути на рішення про купівлю?» або «Як підприємство розподілятиме ресурси?»».

Наочним прикладом ефективного комунікативного процесу є метод, який застосувала Таїландська асоціація розвитку населення та населених пунктів. Вона виготовила футболки із зображенням Вінстона Черчілля, який робить свій знаменитий жест — здіймає два пальці у вигляді латинської літери "V". Під зображенням Черчілля автори розташували надпис: "Зупинись на двох".

Споживач не завжди уважно вдивляється в рекламний ролик чи плакат або прислуховується до рекламного оголошення. Часто він сприймає рекламу мимохідь — кидаючи побіжний погляд на плакат, неуважно дивлячись телевизор або слухаючи радіо. Реклама має миттєво проникати в свідомість споживача.

При перекладі реклами необхідний особливий творчий підхід, перекладач повинен визначати, чи підійде вихідна рекламна концепція та її оформлення для цільової культури. Особливої актуальності набуває при цьому перекладацька «скопос-теорія» (загальна теорія перекладу, концепція К. Райс і Х. Фермеєра.) «Скопос-теорія виходить з того, що переклад – це перш за все вид практичної діяльності, а успіх будь-якої діяльності визначається тим, якою мірою вона досягає поставленої мети.

Критерієм успішної діяльності перекладача виступає досягненням ним мети комунікації, яку задає відправник перекладу [3, с. 81-82]. Цікаво, що теорією, в основі якої лежить функціональний підхід, допускається парадоксальна ситуація, коли текст оригіналу взагалі не існує, і перекладач самостійно створює свій текст, керуючись знаннями мети чи вказівками замовника.

Література

1. Загнітко А.П. Словник-довідник маркетингової термінології / А.П. Загнітко, Д.П. Шапран, І.Х. Баширов. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 160 с.

2. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник / В.Я. Кардаш. – К.: КНЕУ, 1997. – 156 с
3. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода / В. Н. Комиссаров – М. : ЧеРо, 1999 – с.81-82.
4. Про рекламу: Закон України від 26 липня 2018 р. №2484 – VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИКИ З КОЛІРНИМ КОМПОНЕНТОМ

Горбань Катерина

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

У лінгвокультурі важливе місце займають слова, які передають чуттєву інформацію, в першу чергу, візуальну. Так, Кау стверджує, що хоча сприймання кольору в різних культурах можуть відрізнятися, колірні символи є однією з найбільш репрезентативних, якщо не універсальних, людських символічних систем [1, с. 7]. За минулі роки був розроблений ряд методів вивчення концепту "колір", хоча, наразі, не існує єдиного терміну для позначення слів з колірним компонентом. Та найчастіше в інших мовах еквівалент цим виразам відсутній, а при буквальному перекладі втрачається сенс. Крім того, значення кольороназв може залежати від контексту, а тому вони можуть мати додаткові значення, окрім словникового. Згідно з Xing, кожна кольороназва має три види значень: вихідне значення, розширене значення і абстрактне значення [2, с. 88]. Що стосується початкового значення, то це етимологічне значення кольору. Розширене значення визначається як значення, розширене від початкового значення через

метафору, і, нарешті, абстрактне значення, що посилається на значення, яке було ще далі абстраговано від розширеного значення. У зв'язку з цим кольороназва вважається одним з найскладніших для перекладача викликом. Найчастіше переклад кольоропозначення здійснюється не за денотативним значенням, тому що культурно-детерміновані конотації, пов'язані з денотатом, нетотожні, а іноді і полярні. Тому перекладач повинен підібрати таке слово, яке буде в перекладі викликати таке ж почуття кольору, як і в оригіналі. Для цього перекладач оперує багатим словотвірним апаратом - прикметниками, що позначають відтінки кольорів, морфологічними засобами, двоскладовими іменами прикметниками і порівняльними оборотами або використовує лексичні трансформації чи описовий переклад. Правильне розуміння значення кольороназв перекладачем безумовно залежить від екстралінгвістичних знань. Адже перекладач є головним пізнавачем, що відповідає за конструювання сенсу з ментальної стимуляції. Виступаючи, з одного боку, як адресант і адресат одного і того ж тексту, перекладач повинен бути експертом одночасно обох лінгвокультур. Та з іншого боку, вміти відтворити зміст в перекладі без істотних втрат та передати одержувачу перекладеного тексту так, щоб він міг реконструювати його самостійно. Цей процес розумового моделювання надзвичайно складний, і перекладачі обмежені безліччю різних факторів.

Отже, переклад кольороназв є досить складним завданням і в кожному конкретному випадку від перекладача вимагається глибоке розуміння імпліцитно виражених колірних смислів, поділюваних усіма членами лінгвокультурної спільноти і заснованих на її культурних та історичних цінностях. Слід також зазначити, що при відсутності ясності контексту в процесі перекладу кольоропозначень перекладач може легко помилитися. Тому при виборі стратегії перекладу колірної лексики необхідно враховувати соціокультурний фон оригіналу. Перекладач повинен володіти екстралінгвістичною інформацією, а також знати факти реальної дійсності

для коректної інтерпретації досліджуваних значень мовних одиниць і виключення перекладацьких помилок, а саме – нівелювання кольоропозначення.

Література

1. Kay, P. and C. K. McDaniel. The linguistic significance of the meanings of basic color terms. *Language*, Vol. 54, No. 3, 1978. Pp. 610-646
2. Xing, J. Z. Semantics and pragmatics of color terms in Chinese. *Studies of Chinese linguistics: Functional approaches*, ed. by Janet Zhiqun Xing, Hong Kong: Hong Kong University Press. 2009. 88 p.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Григорчук Віолетта

студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.пед.н., ст. викл. Ващило О.В

Термін «реklamний текст» з'явився ще в стародавньому світі. Саме тоді поява писемності призвела до появи рукописної реклами. В епоху середньовіччя провідну роль продовжувала займати усна реклама: спеціальні оповісники, ярмарковий фольклор. Вже в ХХ ст. розпочався період високого розвитку реклами.

Вчені пропонують різні трактування поняття «реklamний текст». На думку Г. Кука, рекламний текст – це просування товарів та послуг для продажу через знеособлені засоби масової інформації [2, с. 14]. А. Селдон визначає рекламний текст як публічне сповіщення, призначене для поширення інформації, з метою стимулювання збуту товарних товарів та послуг [3, с. 240]. Д.М. Добровольська розглядає рекламний текст як пристрій, що привертає увагу. Реклама винайдена для того, щоб привернути

увагу споживача та створити сприятливий клімат для товару [4, с. 28].

При перекладі рекламних текстів перекладачі стикаються з певними труднощами. Складність відтворення англомовних рекламних текстів зумовлена як структурними відмінностями між українською та англійською мовами, так і певними культурними традиціями мови оригіналу та мови перекладу. При перекладі слоганів не тільки одна мова замінюється іншою, відбувається зіткнення різних культур, традицій, поглядів і способів мислення. [1, с. 34].

Багато вчених погоджуються з класифікацією перекладацьких перетворень, а саме: лексичних, граматичних та стилістичних, проте на практиці вони можуть поєднуватися між собою, набуваючи характер складних перекладацьких трансформацій. Лексичні перетворення є найбільш вживаними в написанні рекламних текстів. В. Карабан визначає лексичні перетворення або трансформації, як «специфічні зміни лексичних елементів мови оригіналу для забезпечення адекватності». Їх використовують у випадку, коли словникові відповідники відсутні в мові перекладу, або не передають адекватний зміст прагматичних, стилістичних та семантичних характеристик перекладу. [6, с. 205]

Особливу групу перекладацьких трансформацій становлять прийоми перекладу, які перетворюють як лексику, так і синтаксичні структури оригіналу. Такі трансформації називаються лексико-граматичними трансформаціями. Найпоширенішим із них при перекладі експресивних засобів в рекламному тексті є отримання антонімічного перекладу, описового перекладу та метод компенсації. [4, с. 29].

Отже, в наукових колах проблема перекладу англомовних рекламних текстів завжди стояла достатньо гостро, оскільки існує безліч особливостей перекладу, перетворення, які впливають на кінцевий результат. З одного боку, переклад рекламних текстів потребує від перекладача навичок для лексико-семантичного забарвлення тексту, використання перекладацьких

трансформацій, а з іншого, не лише знання мови, а і культури, вміння привернути та зосередити увагу. Рекламний текст не схожий на інші види перекладу, він потребує вербальних та невербальних засобів.

Література

1. Дзера О.В. Соціокультурні та лінгвокогнітивні виміри біблійного інтертексту в просторі сучасного перекладознавства. Нац. лінгвіст. ун-т. – К.: Логос, 2018. – 36 с.
2. G. Cook. The discourse of advertising. London: Psychology Press, 1992. – 272 p.
3. A. Seldon. Advertising in a free society. The Institute of Economic Affairs, London: Page Bros, 2014. – 206 p.
4. Добровольська Д.М. Методологія дослідження перекладу рекламного тексту. Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. – Філологія. – 2016. – №1, С. 28-32.
5. Дячук О.В. Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. – К.: Логос, 2011. – 233 с.
6. Карабан В.І Посібник-довідник з перекладу англійської літератури на українську мову. – К.: Темпус, 2011. – 307 с.

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ЗІ СПЛЬНИМ СЕМАНТИЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У СФЕРІ ПОЛІТИКО-ДИПЛОМАТИЧНОГО СПІЛКУВАННЯ

Даценко Ольга

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

В сучасній лінгвістиці існують тенденції розвитку нової лексики, а особливо фразеологізмів. Відповідно, зростає і цікавість до вивчення цього предмета, введення нових методик вивчення та залучення науковців до пошуку нових проблем і аспектів.

Англійська мова є міжнародною і важлива не тільки в повсякденному житті, а й в різних політико-дипломатичних комунікаціях. Тому при перекладі офіційних політичних документів можна зіткнутися з виразами, сенс яких відразу важко зрозуміти, не дивлячись на розуміння контексту в цілому. Ці вирази є фразеологізмами, які необхідно правильно перекладати згідно з правилами дипломатичного спілкування та обов'язково звіряючи зі словником. Адже незначна похибка при перекладі офіційного листа чи документа може призвести до фатальних наслідків для країни через непорозуміння.

Певний інтерес серед вітчизняних перекладознавців до текстів офіційно-ділового стилю почав зароджуватися в середині ХХ століття. Значний внесок у дослідження питання еквівалентності перекладу зробили такі науковці: В. Н. Комісаров, Я. І. Рецкер, А. Д. Швайцер, В. С. Виноградов, О. В. Шевцова та інші.

Все частіше з'являється необхідність у вивченні дипломатичної мови, як певної підсистеми мови, яка має свою стилістику, семантику, свою динаміку, яка допомагає відображати в дипломатичній мові зміни в політичній сфері діяльності. Вивчення мовних засобів сучасної дипломатії, вочевидь, дозволить спостерігати за успішністю дипломатичної комунікації.

[1]

Процес дипломатичної комунікації прийнято називати дипломатичним дискурсом. Дипломатичний дискурс розглядається як один з видів інституціонального дискурсу, а саме як стабільна система статусно-рольових відносин, які існують в комунікативному просторі дипломатичного інституту. [2]

Певними ознаками, за якими можна відрізнити дипломатичний дискурс, є наявність конкретних учасників спілкування, специфічних цілей комунікації та жанрова особливість. Політико-дипломатичний дискурс відноситься до офіційно-ділового стилю.

Сфера політико-дипломатичного спілкування характеризується використанням значної кількості фразеологізмів.

В ході дослідження особливостей перекладу політико-дипломатичного дискурсу було виявлено, що без якісного перекладу фразеологізмів тексти політико-дипломатичного дискурсу втратять значну складову, яка виконує велику кількість дискурсо-формуючих функцій. Також, при неякісному перекладі фразеологізмів, втрачається сенс тексту дипломатично-політичного дискурсу, який може бути дуже важливим для тієї чи іншої події. Саме тому, настільки важливо відтворювати фразеологізми максимально адекватно.

Література

1. Божеску М.Г. Сучасні дослідження політичного дискурсу. Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Луганськ, 2013. – № 14. С. 6-11.
2. Кожетева С. А. Дипломатический дискурс как особый вид институционального дискурса. Серия «Современные лингвистические и методико-дидактические исследования», 2012. С. 54–63

РОЛЬ КОНТЕКСТУ У ПІДБОРІ ОКАЗІОНАЛЬНИХ ВІДПОВІДНОСТЕЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Демянюк Ольга

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Сучасна лінгвістика ретельно вивчає нові лексичні номінативні одиниці. Значна кількість неологізмів припадає на суспільно-політичні тексти, промови та висловлення. Це зумовлено активністю вжитку на світовій арені суспільно-політичної лексики, яка постійно розвивається і разом з тим виникає необхідність класифікувати та семантизувати нові лексеми. Оказіональні відповідності відносяться до окремого лінгвістичного явища. Через складність визначення функціонування в лексичній системі мови та специфіку використання й перекладу, вони є окремим та самобутнім джерелом інтересу вивчення серед науковців.

Вивченням okazіоналізмів займаються такі відомі сучасні вчені-мовознавці як О.Земська, О.Ликов, Г.Вокальчук, Л.Павленко, В.Чабаненко. Також О.Александрова, Т.Анісімова, О.Габінська, Е.Ханпіра досліджують функції okazіональних відповідностей та їхню взаємодію з контекстом.

За умови, коли наявний контекст не дозволяє перекладачеві використати одне з словникових значень слова, він змушений відмовитися від використання регулярного відповідника та підібрати okazіональний відповідник. Якщо подивитися на походження слова «okazіоналізм», яке перекладається з латині від «*occasion*» як «випадок», то очевидним буде сказати, що подібні лексичні одиниці утворюються в індивідуалізованому контексті відповідно до певного випадку конкретним автором. Вони мають лише текстове значення [1, с. 45].

Okazіоналізми в суспільно-політичних текстах вживаються для створення емоційно-експресивного ефекту та виокремлення певної суспільно-політичної реалії [1, с. 87].

Головну роль у підборі okazіонального відповідника відіграє контекст. Саме в ньому може бути закладено метафоричне значення, прагматичний фактор. Оскільки okazіоналізми належать до конкретного контексту і є

залежними від нього, то саме контекст визначає ступінь лексичної об'єктивації [2, с. 35].

Наприклад, зі статті The Gardian: *“On one side is the Trumpist base, on the other establishment conservatives – and experts are frankly not sure what lies ahead”* словосполучення «Trumpist base» може перекладатися різними способами, усталене словникове значення відсутнє [3]. Варто розуміти, що в центрі уваги політична постать Дональд Трамп. Дериват утворений від прізвища політичного діяча, а отже, має оказіональний характер та експресивну конотацію. Виходячи з контексту, такі варіанти перекладу як «база прихильників Трампа», «опорний пункт трампістів», «база трампістів» може бути обраний перекладачем. У двох останніх варіантах перекладацька трансформація калькування зберігає експресивне забарвлення.

Отже, контекст відіграє вирішальну роль при підборі оказіонального відповідника. За допомогою контексту можна зрозуміти про яку суспільно-політичну реалію йде мова; можна визначити прагматичний чинник. Чим ширший контекст, тим кращий підбір ситуативного новотвору. Саме контекст допомагає розкрити семантичне значення оказіоналізму. Актуальність та інтенсивність вжитку таких слів залежить від екстралінгвістичних чинників, таких як роль явища, політичної постаті або поняття в суспільно-політичному житті країни чи світовій політиці.

Література

1. Колоїз Ж. В. Українська оказіональна деривація / Ж. В. Колоїз. К. : Акцент, 2007. 311 с.
2. Янков А. В. Соціально-політичні неологізми та оказіоналізми в американському варіанті англійської мови: структура – семантика – функціонування : дис. к. філол. наук : 10.02.04 / Янков Анатолій Вікторович. Львів, 2004. 276 с.

3. Електронне джерело. Режим доступу: <https://www.theguardian.com/us-news/2021/jan/17/trump-republican-party-fracture-division>

СПОСОБИ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Добродомова Інна

Студентка 4 курсу бакалавру, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: доц. Беззубова О.О.

Кінець ХХ – початок ХХІ сторіччя вирізняються активним розвитком науки та техніки. Науково-технічний прогрес зумовив появу великої кількості нових термінів в різноманітних галузях науки та відповідно релевантність науково-технічної літератури. Поняття «науково-технічна література» позначає збірники та статті з різних проблем науки і техніки; учбову науково-технічну літературу; науково-популярну літературу з різних галузей техніки; технічні тексти та супровідну документацію.

Основною одиницею науково-технічної літератури виступає технічний текст, що містить спеціалізовану лексику, аббревіатури та терміни. Технічний текст характеризується передусім логікою, зрозумілістю викладу й точністю. Технічний текст визначають як тематично, стилістично та семантично організовану, логічно структуровану та завершену єдність, що характеризується широким використанням спеціальної термінологічної лексики та складністю граматико-синтаксичної будови, сферою застосування якої служить науковотехнічний та офіційно-діловий стилі [7, с. 147].

Для адекватного перекладу технічного тексту важливим є розуміння контексту речення та змісту всього тексту. Необхідним є вибір правильного методу перекладу. Переклад комп'ютерної термінології, що є складовою

комп'ютерного дискурса, може здійснюватися за допомогою таких методів, як [3]:

- транслітерація або транскрипція. Причому під час перекладу для такого прийому в українській мові не використовується подвоєння літер, наприклад: *der Prozessor* – процесор, *der Puffer* – буфер, *der Assembler* – асемблер [2, с. 32];
- калькування або лексичне копіювання. Під час перекладу комп'ютерних текстів вживаються повні семантичні кальки. Наприклад: *Festplattenspeicherplatz* – дискова пам'ять, *Bildererkennung* – розпізнання зображення, *Handhabungsverfahren* – процедура управління процесом [2, с. 33];
- описовий переклад. Важливим для використання такого прийому перекладу є знання предметної сфери тексту. Наприклад: *deluxe* – розширена версія пакета програм, що містить додаткові програми або можливості, *freeware* – безкоштовне програмне забезпечення, *outscriber* – вихідний пристрій відтворення даних [3].

На прикладі уривку тексту із інструкції експлуатації ноутбука Lenovo V330/V130 хочемо виділити терміни і з'ясувати методи їхнього перекладу:

«*Wenn Sie zum ersten Mal ein USB-Gerät an einen bestimmten USB-Anschluss Ihres Computers anschließen, wird Windows automatisch den Treiber des entsprechenden Geräts installieren. Sobald der Treiber installiert wurde, können Sie das Gerät entfernen bzw. erneut anschließen, ohne dass weitere Schritte erforderlich sind*» [5, с. 8].

«*При першому підключенні пристрою USB до одного з USB-портів комп'ютера ОС Windows автоматично встановлює драйвер для даного пристрою. Після установки драйверів пристрій можна підключати та відключати без будь-яких додаткових дій*» [6, с. 8].

При перекладі комп'ютерних термінів із даного уривку використано метод транслітерації (*Treiber, Windows*) та лексичного копіювання (*USB-Gerät, USB-Anschluss*).

Слід наголосити, що одним з найбільш поширених способів словотворення у німецькій мові є словоскладання. Нові слова та терміни у своїй переважній більшості «створюються за рахунок утворення композитів». Це пояснюється тим, що нові слова створені за допомогою засобів, які вже є в мові та найбільш оптимальні для передачі інформації [1, с. 60].

Залежно від кількості компонентів, термінологічні сполучення можна поділити на дво-, три- та чотирикомпонентні. Найбільш розповсюдженим типом складних комп'ютерних термінів є двокомпонентні терміни. Наприклад: *die Adressierung + das System = das Adressierungssystem, die Bewegung + der Sensor = der Bewegungssensor*. Трьохкомпонентні терміни представлені такими термінами: *zwei + der Komponent + der Toner = der Zweikomponententoner, der Sprung + vorher + die Sage = die Sprungvorhersage* [1, с. 61].

Порівнюючи німецьку та українську мови, слід зазначити, що словоскладання не є провідним способом словотворення в українській мові. До того ж, морфологічний склад німецьких іменникових термінів відрізняється від українських більшою різноманітністю [1, с. 62].

Для адекватного перекладу науково-технічної термінології важливу роль відіграє співвідношення між буквральним та термінологічним значеннями визначення. Також важливим є знання законів словотвору німецької мови. Основними процесами, котрі спостерігаються на сьогодні у термінології, є тенденція до інтенсифікації процесу запозичення, інтернаціоналізація, яка веде до утворення гібридних термінів, а також аббревіація, яка полегшує спілкування між фахівцями [4, с. 106].

Отже, технічні тексти характеризуються стислістю, чіткістю викладу та формулювань думок, речень. Комп'ютерні тексти мають специфічну граматичну будову речення, стилістичні особливості, які відповідають певним цілям та завданням. Для науково-технічної літератури властива наявність термінів, різних видів скорочень та інших лексичних одиниць, які не представлені в термінологічних словниках. Саме точна передача нових термінів українською мовою представляє складність перекладу технічних текстів та комп'ютерних текстів, зокрема.

Література

1. Рибалка О. А. Специфіка перекладу термінів у сфері комп'ютерних технологій (на матеріалі англійської та німецької мов) / О. А. Рибалка. – 2018. С. 1-84.
2. Патріарх В. О. Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. Способи перекладу лексичних одиниць в галузі комп'ютерних технологій (на матеріалі англійської, німецької та української мов) / В. О. Патріарх. 2010. С. 30–35.
3. Особливості перекладу комп'ютерної термінології [Електронний ресурс]. – 8. – Режим доступу до ресурсу: http://www.dut.edu.ua/ua/news-1-525-7959-osoblivosti-perekladu-kompyuternoї-terminologii_kafedra-inozemnih-mov.
4. Юмрукуз А. А. Особливості перекладу німецьких термінів у галузі робототехніки. / А. А. Юмрукуз. // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. 2016. №10. С. 102–107.
5. Lenovo V330/V130 Bedienungsanleitung. // Copyright Lenovo. 2017. P. 1–38.
6. Lenovo V330/V130 Руководство пользователя. // Copyright Lenovo. – 2017. С. 1–39.

7. Дерді Е. Т. Технічний текст як лінгвістичне явище та об'єкт перекладу / Е. Т. Дерді. // Вісник Житомирського державного університету. 2013. С.146–149.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОЇ ЮРИДИЧНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Захарченко Тетяна

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед.н., ст.вик. Ващило О.В.

Термінологія юридичної галузі англійської мови - це чітко структурована, складна, розгалужена система термінів у галузі права, яка постійно поповнюється новими термінологічними одиницями, вдосконалюючи та поглиблюючи свій усталений понятійний апарат. Стилiстична диференціяція термінології в правовому полі базується на широкому застосуванні: судовий процес, законодавство, юриспруденція та освіта, нотаріус, діловодство, юридична журналістика, юридична інформація [1, с. 170]. Саме тому актуальним видається дослідження особливостей перекладу англomовної юридичної документації.

Юридична термінологія є важливою складовою сучасного англо-американського правового дискурсу. Основна складність у перекладі термінів юридичного дискурсу полягає у розкритті та передачі професійних реалій з використанням української мови [2, с. 45].

Існує низка способів перекладу юридичної термінології, зокрема лексичні, граматичні, синтаксичні та морфологічні трансформації. До лексичних перекладацьких трансформацій за В. Комісаровим [3, с. 190] відносять:

- переклад за допомогою лексичного еквівалента (наприклад: legal case - судова справа, common law - загальне право);
- калькування - відтворення не звуку, а комбінаторного складу слова чи фрази, коли компоненти слова (морфема) або фрази (лексема) перекладаються відповідними мовними елементами (наприклад, accomplice of attempt - співучасник у замаху на життя);
- транскрибування - формальне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою фонем мови перекладу (наприклад: securitization - секюритизація, lex scripta - лекс скрипта (писаний закон));
- транслітерація - формальне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу (наприклад solicitor - солісітор, barrister - баррістер);
- описовий переклад - це лексико-граматична трансформація, при якій лексична одиниця мови оригіналу замінюється фразою, яка дає своє пояснення або визначення (наприклад: official accusation - офіційне звинувачення (у здійсненні злочину)) [3, с. 191];
- приблизний переклад - переклад, за якого зберігається основне значення слова (наприклад: police photographer - судовий фотограф, notary public - державний нотаріус);
- переклад із допомогою аналога - одного із декількох можливих синонімів (наприклад: claim - позов; праводомогання; претензія; вимога, notice - попередження, повідомлення);
- переклад шляхом створення неологізму, неологізм у юридичній лінгвістиці передбачає наявність слова чи словосполучення, якого не існує в правовій системі мови перекладу (наприклад: stay-in - пікетування; has-been - політичний діяч, який утратив свій вплив) [3, с. 191].

На думку вчених, найпоширенішим методом перекладу юридичних термінів, що використовуються в публіцистичних текстах, є переклад з лексичним еквівалентом, постійної рівнозначної відповідності мікроодиниці

перекладу з мінімальною залежністю від контексту. Передумовою передачі таких термінів є здатність перекладача правильно аналізувати структуру терміна, виявляти граматичні труднощі та створювати перекладацький еквівалент, обираючи відповідний метод перекладу.

Література

1. Белякова Е.И. перевод с португальского, Чудо в Пираниясе, 1979. 170 с.
2. Петухов С.В. Особенности перевода английских и русских юридических текстов на современном этапе / С.В. Петухов, О.А. Бурукина // Третьи Федоровские чтения. Университетское переводоведение. СПб., 2002. С. 44-72.
3. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М.: Международные отношения, 2001. 216 с.

ПРЕДСТАВЛЕННЯ ІДІОСТИЛЮ АВТОРА В ТЕКСТАХ РІЗНИХ ЖАНРІВ: СТИЛІСТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ

Зейкан Марія

Студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.філол. н, доц. Глінка Н.В

Основною метою художнього перекладу є збереження ідіостилю. Ідіостиль (індивідуальний стиль) - система змістовних і формальних лінгвістичних характеристик, властивих творам певного автора, яка робить унікальним втілений в цих творах авторський спосіб мовного вираження.

Термін «ідіостиль» співвідносимо також з терміном «ідіолект». В теорії художньої літератури відмінність між ними в загальному вигляді полягає в наступному. Під ідіолектом певного автора розуміється вся

сукупність створених ним текстів у вихідній хронологічній послідовності (або послідовності, санкціонованої самим автором, якщо тексти піддавалися переробці).

Поняття ідіостилю та ідіолекту, які по-різному визначаються дослідниками і, відповідно, «потрапляють в різні ряди співвідношень з поняттями мови, тексту і «мовної особистості» знаходяться в останнім часом в центрі інтересу лінгвістичної поетики» [1, с. 175]. Це пов'язано зі зростаючою увагою, що приділяється питанням індивідуальної мовної творчості.

В наш час погляди на те, що таке ідіостиль, розрізняються досить широко. Так, В. В. Івановим висловлювалася думка, що «20 століття характеризується розвитком «семіотичних ігор», провідних в результаті до появи у одній творчій особистості декількох мов».

Подібний погляд на ідіостиль заперечувався С. І. Гіндіним, який стверджував, що за широким «діапазоном мовних перевтілень» творчої індивідуальності завжди можна побачити «структуруючий стрижень творчості», в чому вбачається характерна риса англійської поетичної традиції і її представників, «які прагнуть зберігти свою індивідуальність» [2, с. 97].

У творчості певного автора виділяються тексти, між якими встановлюється відношення семантичної еквівалентності за різними текстовим параметрами: способу структурування ситуації, єдності концепції, композиційних принципів, подобою тропеїчеських, звуковий і ритміко-синтаксичної організації. «Ставлення, яке виникає між ними, за аналогією з тим, яке виникає між текстами різних авторів, може бути названо автоінтертекстуальним». Зазвичай серед різних текстів знаходиться один, який виступає в ролі метатекста (того, що пов'язує всі інші тексти), або автоінтертекста по відношенню до решти; в деяких інших випадках ці тексти становлять текстово-метатекстовий ланцюжок, взаємно інтегруючи

смишли один одного. Іншими словами, один текст пояснює інші тексти. Зрозуміло, що це і є процес смислопородження.

Визначення індивідуальних особливостей стилю письменника практично неможливо без зіставлень: 1) з літературною мовою його часу як нормою, на тлі якої виявляються специфічні риси своєрідності, в тій чи іншій мірі, що відхиляються від неї; 2) з індивідуальними стилями інших письменників-сучасників або також і попередників. Жодне серйозне дослідження стилю письменника без цих зіставлень не обходиться.

Отже, ідіостиль – складна багатогранна система, яка є способом відображення реальності такою, як її бачить автор, ідіолект – це сукупність текстів, створених в певній хронологічній послідовності у відповідності до єдиної системи метатропів. Ідіостиль – поняття значно ширше, ніж ідіолект, який є лише його основним компонентом.

Література

1. Виноградов, В. В. О языке художественной прозы. - М., Л.: Гос. Издательство, 1930. – 175 с.
2. Григорьев, В. П. Грамматика идиостиля: В. Хлебников. - М.: 1983. - С. 54 - 105.
3. Довганчина Р. Г. Ідіостиль в теоретичних розробках перекладознавців: Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vknlu_mtmk/2011_1/53.pdf].
4. Иванов, В. В. О языковых причинах трудностей перевода художественного текста // Поэтика перевода. - М: 1988. – 115 с.

**ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ
АНГЛОМОВНИХ КІНОСЦЕНАРІЇВ СЕРІАЛУ «ТЕОРІЯ БРЕХНІ»
(«LIE TO ME») ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ
ПЕРЕКЛАДІ**

Ілясевич Анастасія

студентка 1 курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

З другої половини ХХ століття дослідження мовної діяльності дозволили по-новому поглянути на цілий ряд мовознавчих проблем. Серед них – проблема породження і сприйняття мовних висловлювань, якою займається психолінгвістика. Термін "психолінгвістика" увійшов у науковий обіг з 1954 року після опублікування в США колективної роботи під цією назвою під редакцією Ч.Е.Осгуда і Т.А.Себеока. Психолінгвістика, часто звана теорією мовної діяльності, вивчає процес мовлення з точки зору змісту, комунікативної цінності, адекватності мовного акту даному комунікативному наміру, виникла з потреби дати теоретичне осмислення ряду практичних завдань, для вирішення яких чисто лінгвістичний підхід, пов'язаний з аналізом тексту, виявився недостатнім.

Психолінгвістика, як наука, оформилася на початку 50-х рр. нашого століття, але передумови для її виникнення були вже давно. Найчастіше різні автори простежують коріння психолінгвістики в працях В. Гумбольдта і В. Вундта [1, с. 68]. Так, Л.О. Калмикова зазначає, що союз мовознавства і психології триває вже понад 100 років. Вона аналізує психологічно орієнтовані синтаксичні теорії у лінгвістиці, трактуючи концепції як закономірні ланки наукової еволюції з урахуванням сучасного їм теоретичного "контексту" [3, с. 23].

Психолінгвістика – це комплексна наука, яка відноситься до дисциплін

лінгвістичних, оскільки вивчає мову, і до дисциплін психологічних, оскільки вивчає її в певному аспекті – як психічний феномен. А раз мова – це знакова система, яка обслуговує соціум, то психолінгвістика входить і в коло дисциплін, які вивчають соціальні комунікації, в тому числі оформлення і передачу знань [2, с. 39].

Психолінгвістика та перекладознавство є пов'язаними дисциплінами. Визнання того факту, що переклад – це особливий вид мовної діяльності, дозволяє розглянути його з позицій психолінгвістики. Об'єктом психолінгвістики є мовна діяльність, а об'єктом теорії перекладу – особливий вид мовної діяльності – переклад, тому завдання цих дисциплін багато в чому перетинаються [3, с. 46]. Проаналізувавши фази становлення обох н., можна зробити висновок про те, що існуючи і розвиваючись паралельно, на певному етапі в рамках обох дисциплін вчені, фахівці стали займатися вирішенням суміжних завдань і пошуком відповідей на близькі по проблематиці питання.

Опис процесу перекладу за допомогою психолінгвістичних моделей включає два взаємопов'язані аспекти:

- 1) загальна характеристика моделі з зазначенням можливої сфери її застосування (Пояснювальна сила моделі);
- 2) типи перекладацьких трансформацій, що здійснюються в рамках даної моделі [6, с. 4].

Найбільш поширеними, в даний час, моделями процесу перекладу є: семантична, ситуативна (денотативна; формальна), трансформаційна, психолінгвістична, комунікативна, інформативна. Такий підхід дозволив розробити психолінгвістичну модель перекладу, в якій для моделювання процесу перекладу використовуються положення психолінгвістики про структуру мовленнєвої діяльності [4, с. 112–113]. Як і в будь-якій людській діяльності, у мовній діяльності людини виділяється кілька етапів.

Відповідно до мети мовного акту у мовця формується внутрішня програма майбутнього повідомлення, яка потім розгортається в мовне висловлювання. Цей процес виглядає наступним чином:

- 1) виникає мотив, який спонукає до дії;
- 2) з'являється мета, яку людина прагне досягти для задоволення мотиву за допомогою мовного твору;
- 3) створюється внутрішня програма майбутнього висловлювання;
- 4) формується висловлювання у внутрішній мові;
- 5) здійснюється вербалізація висловлювання в усній або письмовій мові [6, с. 81].

При створенні тексту перекладу перекладач, так само, здійснює мовну діяльність, тому процес перекладу повинен проходити через ті ж її етапи, але з однією істотною відмінністю: внутрішня програма перекладача не генерується їм самим і складає згорнутий зміст оригіналу [6, с. 3].

Психолінгвістичні прийоми, використовувані в роботі професіонала перекладацької діяльності, значно підвищують ефективність подібної роботи з іноземними партнерами, які зазвичай висувають до спеціалістів максимально високі вимоги

Продовжуючи аналіз перекладу з позицій психолінгвістики, в зв'язку з цим можна додати, що переклад набуває статус не просто лінгвістичного або культурного явища, як особливої психічної або розумової діяльності суб'єкта, але є поєднанням усіх факторів. Поза всяким сумнівом, список тем, актуальних для перекладознавства, до вивчення яких могли б бути залучені концептуальний апарат і методи дослідження психолінгвістики, міг би бути продовжений. До таких тем можна віднести питання, пов'язані зі знаком, образом світу, еквівалентність і адекватність, концептом і багато інших. Встановлення більш тісних зв'язків між теорією перекладу і психолінгвістики відкривають широкі перспективи для обох дисциплін.

Література

1. Залевская А.А. Введение в психолингвистику: Учебник. 2-е изд. испр. и доп. Москва: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2007. 560 с
2. Засєкін С. В. Психолінгвістичні універсалії перекладу художнього тексту: монографія. Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лєсі Українки, 2012. 272 с.
3. Калмикова Л.О. Психологія мовлення і психолінгвістика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: ПереяславХмельницький педагогічний інститут, в-во “Фенікс”, 2008. 245 с.
4. Клименко В.В. Психологія творчості. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 480 с.
5. Куранова С. І. Основи психолінгвістики: навч. посіб. Київ: ВЦ Академія, 2010. 208 с
6. Пастрик Т. В. Психологічні особливості формування продуктивного білінгвізму у майбутніх перекладачів : автореф. дис. ... к. психол. наук : 19.00.07. Київ: Ін-т психології АПН України ім. Г. С. Костюка, 2017. 19 с.

CULTURAL ADAPTATION IN TRANSLATION

Kahanovskyi Oleksii

*1st year student of Master's degree, Physics and Technology Institute
Institute of Physics and Technology, National Technical University of
Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»*

Scientific advisor: Medkova O.M.

Dwelling on phenomenon related specifically to translation studies and not to translation practice is being analysed, as well as so-called transcreational approach to translation. According to E.D. Malenov “within the framework of the transcreational approach, translation is considered as a tool for reconstructing the ideas and images of the original in the context of the receiving culture” [1]. The emergence of the transcreational approach to translation testifies to the so-called “transcreational turn” which, according to E.D. Maleonova has emerged in

modern translation studies. The author explains that cultural distance which influences the translation process, determines the use of such creative practices in translation as transcreation, transadaptation and transculturation.

Here are the definitions of these concepts proposed by E.D. Maleonova: “Transcreation in translation means a strategy of creative rethinking of a segment of the original text with the subsequent creation of a new text by means of the target language, taking into account the polymodal and culturally specific context of the work, characteristics of the communicative situation, technical and legal restrictions, the intended reaction of the recipient ... Using transadaptation, the translator changes various elements of cultural, visual, auditory and other codes in order to better integrate the original work into the matrix of the host culture. The maximum immersion of the original work in the receiving culture is achieved through the use of a transculturation strategy - a complete change of the work in the process of its translation and the creation on its basis of a new product of creative activity, which is often not perceived by the bearers of the receiving culture as an alien object” [1].

It follows from the above definitions that these "strategies" differ primarily in the depth of what is traditionally called pragmatic, or cultural, adaptation in translation studies. At the same time, it is hardly possible to agree that only during the process of transcreating, to take into account the characteristics of the communicative situation and the intended reaction of the recipient is necessary. It is believed that there is an indispensable condition for the successful implementation of any translation, regardless of the "strategies" used, which the translators have agreed on long ago. Behind the term "transadaptation" special types of translation, namely audiovisual translation and what practitioners call "localization" are seen, that is, translation of websites, computer games, etc. For transculturation in translation theory, the conventional term "rewriting" was proposed (although without an emphasis on taking into account cultural differences). V.N. Komissarov defines "rewriting" as the activity of a translator

"to create a parallel text in TL, which is not a translation of a foreign language original, does not claim to be and does not function as a translation, but seems to be based on the original, the existence of which served as an impulse, cause or guideline for creating the text in another language [2]. It turns out that the transcreational approach is an attempt to describe studies described in translation, but in other terms. The question still remains if entities are not multiplied unnecessarily.

This question arises in connection with the observed attempt to present some types of translation as so culturally oriented that they seem to cease to be types of translation, but turn into a kind of special activity of the translator, again different from the translation itself. One of the differences between the new entities and the actual translation is seen as the degree of transformation of the resulting text under the influence of the cultural distance factor and, in addition, such a factor as the special needs of the recipient of the translated text and the way of using the PT. In our opinion, these factors are equally significant in all communication situations with the use of translation and must be taken into account by the translator. The "cultural turn" in translation studies which took place back to the 1980s and led to the recognition of the need to adapt the text to the host culture, as we have seen, did not require the allocation of new entities and the creation of new concepts to denote them.

References:

1. E. D. Malenova, "Creative practices in translation," *Translation and culture: interaction and mutual influence*, 2018, vol. 3, pp. 53-55.
2. V.N. Komissarov, "New Trends in Translation Studies," *Information and communication aspects of translation*, 1997, vol. 1, pp. 62-77.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Каменюк Діана

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Бескетна О.О.

В сучасних реаліях роль газети активно стає другорядною. На її місце виходить інтернет. Проте, періодичні видання ідуть в ногу з часом та дають змогу читачам насолоджуватись газетними статтями у новому електронному форматі. Тому газети, хоч і втрачають популярність у друкованому вигляді, залишаються актуальними для молодшого покоління завдяки веб – доступності.

Роль газет важко переоцінити. Вони покликані забезпечувати людей актуальною інформацією в усіх сферах життя: соціального, економічного, політичного, творчого і т. д. заголовки ж є гідом у світі новин. Їх завдання привернути увагу читача до важливої події, адже саме заголовок змусить читача прочитати статтю або прогорнути сторінку.

Заголовки мають свій унікальний стиль, що часто викликає складнощі при перекладі, адже у заголовках використовуються різні стилістичні, лексичні та граматичні прийоми, переклад який потребує відповідної компетентності перекладача та великий об'єм фонових знань. [1].

Заголовок – найважливіший засіб рубрикації та елемент структурної формалізації, що відображає тематику та основну ідею виділеної частини документу в гранично стислій, короткій та лаконічній формі; виступає як важлива одиниця повідомлення, що передає певну інформацію[2].

Часто в ролі заголовків виступають односкладні речення в різних варіаціях. Застосовується ряд художніх засобів, що в певній мірі

ускладнює здійснення якісного перекладу. Не менш важливими є лексико-граматичні особливості, які також ускладнюють процес перекладу. [3, с.39]

Зустрічаються також заголовки – двоскладні або складні речення. Кожний вид речення-заголовка потрібно всебічно аналізувати аби виконати релевантний переклад. Кожний окремих вид заголовка виконує свою функцію та переслідує певну ціль у наданні інформації і їх потрібно адекватно передати в українському відповіднику.

Є різні думки щодо питання класифікації основних способів передачі заголовків. Так, Л.Б. Бойко виділяє 4 основних способи передачі заголовків: аутентичне відтворення, повноеквівалентний переклад, частковоеквівалентний переклад та повна заміна [4, с. 10].

1. аутентичне відтворення (передача заголовку у тому ж вигляді, в якому він існував у мові оригіналу);

2. повноеквівалентний переклад;

3. частковоеквівалентний переклад;

4. повна заміна одного заголовку на інший під час перекладу з мови оригіналу на рідну мову;

Інші автори розглядають і пропонують інакші підходи до вирішення цієї проблеми. Саме тому це питання є актуальним і вимагає подальшого вивчення.

Література

1. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) / А.В. Федоров. – 5-е изд. – СПб., М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.
2. Нелюбин Л. Толковый переводоведческий словарь. - 3-е издание, переработанное. — М.: Флинта: Наука, 2003.
3. Коваленко А.М. Заголовок англomовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика: Дис. к. філол. наук/ Київськ. нац. лінгв. ун-т. - К. - 2002. - 187 с.

4. Бойко Л.Б. Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями: автореф. дис. ... к. филол. наук / Л.Б. Бойко. – ОГУ им. И.И. Мечникова. – О., 1989. – 14 с

ВИКОРИСТАННЯ ДІАЛЕКТИЗМІВ У ТЕКСТАХ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Кіпалас Є.В

Студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст.викл. Василенко Л.О.

Публіцистичний стиль є одним із основних функціональних стилів національної літературної мови, призначений для передавання масової інформації [4]. Основна комунікативна функція текстів публіцистичного стилю – інформаційна, хоча такий текст може також виховувати в читачів і слухачів почуття національної гідності, розширювати їх світогляд, з'ясовувати певні суспільно-політичні моменти тощо.

Основу мови публіцистичного стилю складає книжково-повсякденна лексика, що являє собою поєднання елементів лексики і синтаксичних структур різних стилів. Для публіцистичного дискурсу характерне широке використання суспільно-політичної лексики, а також лексики, що позначає поняття моралі, етики, медицини, економіки, культури, слів з області психології, слів, що позначають внутрішній стан, переживання людини та ін.

Одним із лексичних засобів, якими послуговуються публіцистичні тексти є також діалектизми як лексико-стилістичний та національно-специфічний мовний феномен. Визначаючи поняття «діалектизму», учені протиставляють говіркові мовні явища кодифікованим одиницям літературної мови. Діалектизм (від грец. *διάλεκτος* – наріччя, говір)

розглядається як позанормативний елемент літературної мови, що має виражену діалектну віднесеність [1, с. 146]. Під діалектизмом розуміють елемент загальнонародної мови, що має виражену діалектну віднесеність [3, с. 83].

У загальному вжитку діалектом називають просторічну форму мови людей низького статусу, що живуть в сільській місцевості. Діалекти зазвичай асоціюють з селянством, робочим класом, та іншими недостатньо престижними верствами населення. Діалект також часто відносять до форм мови, якими говорять в ізольованих частинах світу і які не мають письмової форми. Діалектами також називають деякі відхилення від мовних норм та стандартів [7, с. 55].

Найвідоміші сучасні діалекти Великобританії: стандартизований, кокні, скауз, джорді, естуарна англійська, пітматік, макем і бруммі. Одна з найбільш серйозних спроб класифікацій діалектів англійської мови була зроблена А. Елісом. На думку автора, англійські діалекти можна розділити на 5 великих груп: північні, центральні або середні, західні, південні та східні. Крім цих груп у Сполученому Королівстві доцільно виділяти шотландський, валлійський та ірландський діалекти англійської мови.

Діалектизми не просто є важливим елементом словникового складу сучасної англійської мови, однак вони також проникають і в мову ЗМІ, використовуються у публіцистичних текстах. З точки зору сприйняття й перекладу текстів діалектизми становлять очевидну трудність навіть для носіїв мови, адже житель одного регіону Великобританії не обов'язково знатиме та розумітиме діалект іншого регіону своєї країни.

Для перекладача ж робота над перекладом текстів публіцистичного стилю, які містять діалектну лексику означає вимоги до фонових знань у цій лінгвістичній сфері, адже інакше виникне перекладацька і пізніше комунікативна невдача.

Для перекладу діалектизмів у публіцистичних текстах можуть використовуватися прийоми генералізації / конкретизації значення, а також стилістичні прийоми експресивації та логізації. Наприклад, у наступному прикладі при перекладі застосовується генералізація та логізація значення діалектного слова:

Grockles: the second-home-owning out-of-towners ruining the West Country [8] / *Приїжджі: іногородні власники дач руйнують захід країни.*

Діалектизм *grockle* позначений у словнику Collins Dictionary як «*Southwest England dialect: a tourist, esp. one from the Midlands or the North of England*». Це ємний діалектизм, який вміщує у собі вказівку на рід занять, походження людини. Оскільки діалектизми є безеквівалентною лексикою, перекладач має вдаватися до компенсаторних можливостей перекладу. У цьому випадку використовується прийом логізації, тобто заміни емоційно-експресивної або етномаркованої мовної одиниці стилістично нейтральним її відповідником у мові перекладу, що усуває або послаблює естетичну функцію першотвору [5, с. 32]. Слово *приїжджий*, безумовно, не має етнокультурного забарвлення, воно більш нейтральне у порівнянні з англійським *grockle*, а значення його генералізоване.

У різних діалектах англійської мови існують також окремі слова, які часто вживаються в певних місцевостях Англії, але невідомі літературній мові: *holme (island)*, *thwaite (clearing)*, *tot (bush)*, *tuckle (much, great)* тощо [2]. Такі діалектні слова можуть проникати й у мову ЗМІ, наприклад, у газеті The Guardian використовується діалектне слово *tuckle* у заголовку *Makar's a tuckle of an honour* [8]. Перекладаємо цей заголовок таким чином: *Макар – це велика честь.*

У цьому випадку використовуємо кальку як прийом перекладу, однак при цьому невідворотно відбувається й логізація діалектизму, оскільки при перекладі він втрачає свою етнічну специфіку. Загалом, одними із найбільш вживаних прийомів перекладу є використання функціонального аналогу,

кальки, іноді – описового перекладу. Як правило, перекладачеві доводиться вдаватися до прийомів логізації та генералізації значення діалектизму, оскільки така лексика є безеквівалентною.

Література

1. Гриценко П.Ю. Діалектизм. Українська мова: енциклопедія. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2004. С. 146-147.
2. Козлітін Д.О. Загальнонаціональна англійська мова та її діалекти. Англійська мова. Офіц. сайт. URL: <http://www.psyh.kiev.ua/>
3. Муромцева І.В. Українська мова. Енциклопедія. Київ: Вид-во «Майстер-клас», 2011. 400 с.
4. Шумейко О.А. Функціональні стилі української мови. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/16961/3/Shumeyko_25-39.pdf
5. Anderman G.M., Rogers M. Translation Today: Trends and Perspectives, Multilingual Matters, 2003, 232 p.
6. Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/>
7. Nikolenko A.G. English Lexicology. Theory and Practice. Vinnytsya: Nova Knyha, 2007. 525 p.
8. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international/>

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ МЕТАФОРИЧНИХ ТЕРМІНІВ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Кліщук Марія

студентка 4 курсу бакалаврату,

факультет лінгвістики КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. пед. н., ст. викл. Ващило О.В.

На сьогодні метафоризація є одним із найбільш продуктивних способів творення термінів. Поняття метафоричного терміну С.С. Гусев визначає як мовну одиницю, утворену шляхом перенесення значення, що

базується на асоціації за схожістю та вживається у певній сфері [2]. Метафора у складі терміну допомагає легше зрозуміти нове поняття, оскільки містить аналогію із добре відомим об'єктом.

Термінологія галузі економіки є однією з найбільш динамічних. Велика частина економічних термінів була утворена шляхом образного переосмислення об'єктів, які оточують людину щодня. Вивченням метафори в економічних текстах займались Д. Макклоскі [7], В. Хендерсон [6], Ф. Бурс [5] та інші. У своїх роботах вони зазначали, що метафоричні терміни сприяють кращому розумінню абстрактних економічних явищ.

Незважаючи на те, що метафора полегшує розуміння читачам, вона значно ускладнює роботу перекладачів. Часто при перекладі українською мовою неможливо зберегти образність, тоді перекладачі вдаються до описового перекладу. Наприклад, термін «*cold turkey strategy*» перекладають як «*політика рішучих змін*», при цьому зооморфний образ втрачається [3]. Проте описовий переклад збільшує форму лексичного вираження.

Для перекладу нових або маловідомих метафоричних термінів мовознавці часто вдаються до калькування. Наприклад, для «*golden parachute*» у словниках зустрічаємо переклад «*золотий парашут*», за яким надається пояснення: угода між менеджером та компанією, згідно з якою, у випадку звільнення, менеджер може отримати велику суму. Часто при перекладі економічних метафоричних термінів шляхом калькування перекладач повинен надати їх пояснення. Наприклад, перекладаючи термін «*free-rider problem*» як «*безбілетник*», варто пояснити, що такий термін вживається для опису ситуації, коли хтось хоче отримати бажаний результат, але не докладає власних зусиль для цього [4].

Транскрибування використовується, якщо термін семантично віддалений від оригінального значення. Наприклад, термін «*bucket shop*», що позначає нелегальний бізнес, втратила своє історичне значення, тому тепер його перекладають як «*бакет шоп*» або ж описово [2]. Часом для

збереження конотації, однакової в обох мовах, перекладачі перекладають метафоричні терміни буквально: «*white-shoe firm*» – «*фірма білого черевика*» (респектабельна брокерська фірма, яка не займається підозрілою діяльністю).

Отже, нами було розглянуто способи перекладу англійських метафоричних термінів в економічній галузі, а саме калькування, транскрибування, описовий та буквальный переклад. Кожний із цих способів має свої переваги та недоліки, тому перекладачеві варто серйозно підійти до вибору перекладацької стратегії аби забезпечити найбільш точний та адекватний переклад.

Література

1. Великобритания: Лингвострановедческий словарь / Сост. А. Р. У. Рум. Москва: Рус. язык, 2000. 560 с.
2. Гусев С. С. Наука и метафора. Ленинград: ЛГУ, 1984. 172 с.
3. Дорнбуш Р., Фішер С. Макроекономіка. / Пер. з англ. В. Мусієнко та В. Овсієнко. Київ: Освіта, 1996. 814 с.
4. Новый Англо-Русский толковый словарь по финансовому менеджменту. Режим доступа: <https://slovar-vocab.com/english-russian/new-financial-management-vocab/golden-parachute-1109674.html>
5. Boers, F., & Demecheleer M. A Few Metaphorical Models in Economic Discourse. *ESP Journal*, 1997. 130 p.
6. Henderson, Willie. *Metaphor in Economics*. 1982. 237 p.
7. McCloskey, D.N. *Metaphors Economists Live By*. *Social Research*. Режим доступа: <https://www.jstor.org/stable/40971092?seq=1>

АНГЛОМОВНІ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНІ ТЕРМІНИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ

Ключка Анатолій

студент 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Електротехніка почала стрімко розвиватись ще за часів Ніколи Тесли і Томаса Едісона та їхньої «війни струмів». Галузь не втратила свої темпи розвитку і дотепер. Для нашого дослідження важливо те, що швидкий науково-технічний прогрес сприяє збагаченню та розвитку фахових мов. Виключенням не стала і галузь електротехніки та її фахова мова. Очевидно, що за останні роки значно збагатився україномовний сегмент електротехнічної літератури. Крім того, якість такої літератури з погляду філології невпинно покращується з року в рік. Проте, не в останню чергу завдяки глобалізації, переважна більшість фахових знань представлена англійською мовою. За таких умов постає необхідність виконання якісних перекладів англійськомовних матеріалів українською.

Відомо, що фахова мова налічує надзвичайно велику кількість термінів, слів чи словосполучень, які лаконічно і точно описують предмет, процес чи явище. В. І. Карабан зазначає, що термін – мовний знак, що репрезентує поняття спеціальної, професійної галузі науки або техніки [1, с. 315]. М. І. Мостовий вважає, що термін – це слово або словосполучення з історично умотивованим чи умовно закріпленим значенням, що відбиває одне поняття у спеціалізованій галузі знання чи виробництва [2, с. 86]. На думку термінолога Е. Ф. Скороходько, термін – це слово чи усталене словосполучення, яке виражає спеціальне поняття науки, техніки або іншої галузі людської діяльності, та має дефініцію, яка розкриває ті ознаки цього поняття, що є релевантними саме для цієї галузі [3, с. 7].

Переклад англомовних термінів, зокрема і електротехнічних, зазвичай виконується наступними способами [4]: транскодування: *transistor* – транзистор, *diode* – діод, *etc.*; калькування: *component connector* – компонентний роз'єм, *induction relay* – індукційне реле, *etc.*; описовий переклад: *sqelch control* – схема безшумного налаштування, *idle generator* – генератор в режимі холостого ходу, *etc.*; трансформаційний переклад: *automation devices* – автоматика, *earth fault* – замикання на землю, *plug adaptor* – перехідник, *etc.* Переклад багатокomпонентних термінів виконується одним, або комбінацією вищезазначених способів. Слід звернути увагу на те, що переклад таких термінів здійснюється справа наліво. Структура англомовного терміну така, що головне слово розташоване в крайній правій позиції. Україномовна термінологічна група найчастіше має ключове слово в крайній лівій позиції. Наприклад, *induction heating installation* – установка індукційного нагріву, *reversing switch lever* – важіль перемикача реверсу, *etc.*

Так, для здійснення якісного перекладу важливо зберегти всі властивості терміна. Для цього необхідно чітко розуміти його структуру, значення, і на підставі вищезазначеного обрати найбільш доцільний прийом перекладу.

Література

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури / В. І. Карабан. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 576 с.
2. Мостовий М. І. Лексикологія англійської мови: Підруч. для ін-тів і фак. іноз. мов. / М. І. Мостовий. – Харків: Основа, 1993. – 256 с.
3. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу): Монографія / Е. Ф. Скороходько. – К., – 2006. – 98 с.
4. Ижбулатова В. Е. Особенности перевода терминов (на примере текстов электротехнической тематики) [Электронный ресурс] / В. Е.

Ижбулатова – Режим доступу до ресурсу: <https://docplayer.ru/30057145-Osobnosti-perevoda-terminov-na-primere-tekstov-elektrotehnicheskoy-tematiki.html>

СПОСОБИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Кобець Катерина

студентка 4 курсу (заочне відділення), факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Проблема перекладу неологізмів є досить поширеною, це пов'язано з тим, що нові слова найчастіше ще не зареєстровані в словниках. У зв'язку з цим частотними є випадки, коли перекладачеві необхідно самому встановити значення нової лексичної одиниці, у чому і полягає творча сторона роботи перекладача.

Для перекладу неологізмів можна використовувати ті ж прийоми перекладу, що і для перекладу літературної лексики. Основними прийомами перекладу є: семантична модифікація (опис, коментар, змішаний переклад, антонімічний переклад, нульовий переклад), транскрипція, транслітерація та калькування [1; 3; 5]. Насамперед, є два основних шляхи перекладача: прямий або буквальный (непрямий переклад). У численних випадках, коли немає еквівалентного перекладу неологізмів з англійської мови на українську, вітчизняні та зарубіжні дослідження пропонують наступні перекладацькі трансформації [1; 3; 5].

Концепція В.М. Комісарова [4, с. 99] передбачає такі види трансформацій як лексична, граматична, а також комплексна. Лексичними трансформаціями він називає перекладацьке транскрибування, калькування,

транслітерацію, модуляцію деякі лексико-семантичні заміни, генералізацію та конкретизацію.

Л.С. Бархударов [2, с. 105] назвав чотири типи перетворень, що мають місце в ході перекладу тексту: перестановки, заміни, опущення та додавання. Прийоми, що використовуються при перестановці – це зміна порядку розташування компонентів складного речення, а також зміна місця слів і словосполучень. Лінгвіст виділив такі прийоми перестановки: заміна компонентів речення, частин мови та словоформ, синтаксичні заміни в структурі складного речення, компенсація, генералізація та конкретизація, об'єднання та членування речень, заміна причини наслідком (і навпаки), антонімічний переклад.

До лексичних трансформацій, найбільш часто застосовуваних в процесі перекладу відносяться: калькування та лексико-семантичні заміни: конкретизація, генералізація, модуляція, перекладацьке транскрибування і транслітерацію. Граматичні трансформації (морфологічні, синтаксичні) включають: членування та об'єднання речень, синтаксичне уподібнення (дослівний переклад) і граматичні заміни (заміни підлягають форми слова, частини мови, члени речення). Лексико-граматичними трансформаціями вважають контекстальну заміну, антонімічний переклад, метафоризацію або деметафоризацію, компенсацію, експлікацію (описовий переклад / імплікація) ідеоматизацію або деідеоматизація та ін.

Таким чином, переклад неологізмів характеризується певними особливостями та складнощами, з якими зіштовхується кожен перекладач, працюючи з текстом.

Література

1. Аракин В.Д. Практический курс английского языка. 3 курс: Учебник для вузов. Москва: Владос, 2010, 431 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения, 1975, 240 с.

3. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Посібник для перекладацьких відділень вузів. Вінниця: Нова книга, 2003, 248 с.
4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва: Высш. шк, 1990, 253 с.
5. Швейцер А.Д. Перевод как акт межкультурной коммуникации. Актуальные проблемы межкультурной коммуникации: сб. научных трудов. Москва: Моск. гос. лингв. ун-та. Вып. 444, 1999, 199 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ БІБЛІЙНИХ ТА РЕЛІГІЙНИХ МЕТАФОР УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ В АНГЛОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТВОРАХ

Коваленко Рімма

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Козко О. А.

Художні засоби відіграють важливу роль у літературі і метафора займає одне з ключових місць серед них. Вона знайшла своє застосування в ЗМІ, політичних текстах та навіть під час моделювання штучного інтелекту. Нею стали цікавитися різні науки, такі як: філософія, психологія, лінгвістика тощо. Першим вченим, що почав досліджувати метафору, як засіб впливу на людей в мові, був Аристотель. Він вважав, що саме метафора надає емоційного забарвлення та посилює аргументацію [1, с. 348]. Проте, не всі вчені поділяли його думки.

Метафора досить суперечливе явище, та остаточної її дефініції не визначено. Проте, поширеним визначенням в лінгвістиці є наступне: «Метафора — уподібнення одного явища до іншого на основі семантичної близькості стану, дій, властивостей, які характеризують ці явища, в

результаті чого слова чи словосполучення, які були призначені для пояснення даних об'єктів вживаються для найменування інших об'єктів на підставах умовної тотожності приписуваних їм предикативних ознак» [2, с. 177].

В лінгвістиці існує декілька трактувань щодо класифікації метафор. Повна її класифікація складається з семантичної, структурної та функціональної класифікацій. Окрім того, існує інше класифікування, наприклад, за змістом, стилістичним забарвленням чи специфікою культури, а також науковці виокремлюють концептуальну метафору.

Проблемою передачі метафоричності займалися як вітчизняні, так і закордонні вчені. Багато лінгвістів пропонують свої класифікації засобів перекладу цього тропа, наприклад, П. Ньюмарк до способів перекладу метафори відносить: 1) дослівний переклад; 2) переклад метафори порівнянням; 3) заміна метафори еквівалентом; 4) збереження аналогічного метафоричного образу з додаванням пояснення; 5) перефразовування [5, с. 292].

Релігійні метафори поділяються на дві загальні групи: перша — це біблійна метафора; друга — метафора, яка була безпосередньо створена людиною в її релігійній діяльності [3, с. 71].

Що стосується художнього тексту, то біблійні метафори тісно пов'язані з проблемою інтертекстуальності. Біблійні та релігійні метафори застосовуються задля створення не тільки нових художніх образів, але, й щоб змінити зміст художнього тексту. Адже, метафоризація біблійного тексту викликає у реципієнта асоціації з релігійними традиціями [4]. Та завдяки знань першоджерел, читач може «розкодувати» образ закладений в персонажа.

Щодо перекладу біблійних та релігійних метафор, то складність полягає в тому, що окрім семантичного наповнення, такий вид метафор

представлено специфічними групами лексики, наприклад, як: ритуалізм, архаїчні елементи, використання фразеологічних чи клішованих виразів.

Отже, для якісного перекладу біблійних та релігійних метафор, перекладачеві необхідно володіти ґрунтовними фоновими знаннями сфери біблійних текстів та релігійних обрядів, оперувати біблійними та релігійними поняттями.

Література

1. Аристотель. Поетика. Риторика. – С. – Петербург: Азбука, 2000. – 348 с.
2. Глазунова, О. И. Логика метафорических преобразований / О. И. Глазунова. – СПб: Питер, 2000. – С. 177-178.
3. Шевченко Л. Семантична трансформація слів у текстах Нового Заповіту / Л.Л.Шевченко // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 70–75.
4. Lotman Yu. M. Stat'i po semiotike kul'tury i iskusstva [Articles on semiotics of culture and art]. Saint Petersburg: Akademicheskii proekt, 2002
5. Newmark Peter. A Textbook of Translation. Harlow: Pearson Education Limited, 2008. 292 p.

ТРАНСКОДУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ КІБЕРНЕОЛОГІЗМІВ ЯК СПОСІБ ПОПОВНЕННЯ СЛОВНИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Козак Ірина

Студентка другого курсу, факультет лінгвістики

НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»

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

У зв'язку з динамічним розвитком усіх аспектів оточуючого нас життя виникає потреба в постійному вдосконаленні лексики нашої мови. Значне місце в поповненні лексичного запасу у сучасному світі займає сфера кібернетики. Кібернетика – наука про керування складними динамічними

системами, процесами збору, перетворення та передачі інформації в живих організмах і технічних комплексах [1, с. 5]. Її стрімкий розвиток спричинив появу в українській мові таких термінів, як «комп'ютер» чи «інтернет». Отже задля успішної комунікації та передачі інформації про інформаційні технології, про принципи їх функціонування та взаємодії виникає потреба у створенні неологізмів, тобто номінацій нових реалій.

Згідно з визначенням у тлумачному словнику української мови, неологізм – нове слово або вислів, що з'являється у мові [2]. Категорія неологізмів є дуже змінною, деякі з них засвоюються мовою, інші – не приживаються і майже ніколи не повертаються до лексичного складу мови. Однак, навіть при їх короткочасності вживання, більшість встигають утворювати стилістичні групи. Об'єктом даного дослідження є способи утворення в українській мові кібернеологізмів. До кібернеологізмів варто відносити слова, які пов'язані з комп'ютерною сферою вживання. Їх особливість полягає в тому, що утворюються вони зазвичай завдяки транскодуванню термінів з англійської мови на українську, зберігаючи вихідне звучання, а іноді і форму.

Транскодування – це такий спосіб перекладу, коли звукова чи графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу. [3, с. 282] Внаслідок такого перекладу слово звучить майже ідентично до оригіналу, хоча в деяких випадках можлива адаптація. Наприклад, «google» подане в Longman Dictionary як дієслово, що означає «шукати в пошуковій системі Google». Не дивлячись на те, що в українській мові існує слово «шукати», котре все ж могло б замінити англійський відповідник, розглянувши детальніше значення терміну, сенс слова «шукати» здається дещо розмитим і неточним. Тому коли виникає потреба створити відповідник англ. «google». Перекладачі скористались транскодуванням і утворилось слово «гуглити». Як можна помітити, новоутворене «гуглити» за звучанням та написанням не є абсолютно

ідентичним до «google». Переклад був виконаний завдяки адаптивному транскрибуванню (коли форма слова в вихідній мові дещо адаптується до фонетичної чи граматичної структури мови перекладу) [3, с. 282].

Якщо порівняти слова «bot», «browser», «cache», «mas-media» з їхніми українськими відповідниками «бот», «браузер», «кеш», та «мас-медіа», можна помітити, що звучання не відрізняється. Такий спосіб перекладу неологізму буде називатись транскрибуванням. Іноді слово можна транслітерувати, як наприклад «printer» – «принтер», «scanner» – «сканер».

При перекладі методом транскодування неологізм зазвичай супроводжується описовим перекладом, що подається в дужках. [3, с. 283] Якщо транскодовані кібернеологізми уже закріпилися в мові, а їх значення доступне і зрозуміле, то немає необхідності подавати додатковий опис в словниках. Оскільки при транскодуванні транскодоване слово має одне значення, то такий спосіб перекладу доцільно застосовувати в тих випадках, коли в мові перекладу необхідно створити чітко однозначний термін [3, с. 283].

Отже, в наш час активної інформаційної революції кожна новоутворена реалія спричиняє появу в мові кібернеологізму. Спершу це новоутворені англіцизми, але з поширенням новітніх технологій у всьому світі, виникає потреба перекладати їх багатьма мовами. Основним способом перекладу кібертермінів з англійської мови на українську є транскодування, яке значно збільшує лексичний запас нашої мови, а також слугує зв'язною ланкою між українцями та англійцями, роблячи віртуальний світ максимально доступним і зрозумілим для кожного.

Література

1. Анисимов А. В. Вопросы кибернетики. Прикладные аспекты лингвистической теории /А. В. Анисимов. – М. : 1987. – 157с.
2. Словник української мови: в 11 томах, 1974. – 348 с.
3. Карабан В. Переклад англійської наукової і технічної літератури.

Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми : навчальний посібник / Карабан В. І. – Вид. 5-те, випр. – Вінниця : Нова Книга, 2018. – 656 с.

4. Longman Dictionary of Contemporary English [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/hater>.

5. Українська мова: Енциклопедія, 2000. – 752 с.

6. Лук'янюк В. Словник неологізмів [Електронний ресурс] / Володимир Лук'янюк. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/mySIS.pl?showSISid=46609864-6427&pageSISid=&action=showSIS>.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЩОДО ПЕРЕКЛАДУ ПОСІБНИКІВ КОРИСТУВАЧА ДО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Корнійчук Дана

студентка 3 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н, доц. Івашкевич Л. С.

Мануал або посібник користувача — це документ (зазвичай у форматі книжки), який містить інструкції щодо встановлення, використання, експлуатації, обслуговування, переліку деталей, підготовлює до ефективного використання обладнання, машини або програмного забезпечення [3]. Простіше кажучи, мануал був створений для того, щоб користувачеві було зрозуміліше, як використовувати певний продукт. Згідно з думкою впливового автора у сфері бізнесу — *Тая Кісселя* [4], переклад посібників або мануалів є необхідним для розвитку економіки в сучасному світі, адже кожен продукт/товар потрібно продати в різних куточках світу, жителі яких є носіями різних мов. І для того, щоб

користувачі з будь-якої країни змогли зрозуміти та оцінити цей продукт, нам і необхідний переклад різних видів мануалів.

Переклад посібника до програмного забезпечення є різновидом технічного перекладу, а найважливішою особливістю технічного перекладу є його точність. Оскільки такий переклад передбачає використання великої кількості термінології, слів та виразів технічного спрямування, метою остаточного перекладу є його точність та зрозумілість читачеві.

На сучасному етапі розвитку перекладацької індустрії можна виділити основні тенденції, які спостерігаються при такому виді перекладу [1]:

1. Використання стайлгайдів (з англ. *style guide*) — набір стандартів для написання, форматування і дизайн документів.
2. Використання САТ-інструментів (з англ. *Computer-assisted translation, CAT-Tools*) — програми для автоматизованого перекладу текстів з використанням комп'ютерних технологій. Суть використання такої програми полягає в тому, що комп'ютер допомагає перекладачеві автоматизувати переклад, виконати його швидше та якісніше.
3. Використання термінологічних баз, словників автодоповнення, глосаріїв та інших джерел для перекладу.

При перекладі посібника до програмного забезпечення можуть виникнути такі труднощі [2]:

1. Дотримання мовних норм; знання цільової та вихідної мов на відповідному рівні; як знайти лексичний еквівалент слова або виразу в мові перекладу тощо.
2. Дотримання науково-технічного стилю.
3. Особливості та підходи до перекладу термінології.
4. Вміння користуватися джерелами, різними видами словників, стайлгайдамаи.

5. Вміння донести читачеві зміст посібника до програмного забезпечення, використовуючи просту та зрозумілу мову.

Якщо перекладач зумів подолати всі ці труднощі, а його переклад приніс користь користувачеві, то такий переклад можна вважати вдалим.

Отже, стандарти у перекладі посібників до програмного забезпечення залежать від стану розвитку технологій, зокрема машинного перекладу. Щоб такий переклад вийшов якісним, необхідно: володіти цільовою та вихідною мовами на відповідному рівні; вміти користуватися термінологією, джерелами, сучасними САТ-інструментами (словниками автодоповнення, термінологічними базами, глосаріями); донести переклад кінцевому читачеві чітко та зрозуміло.

Література

1. “How to translate your technical manual,” Онлайн *Sunderland Translations*, 11.06.2011. [Online]. Режим доступу: <https://sunderlandtranslations.com/how-to-translate-your-technical-manual/>.
2. Luciane Baretta, “Translating Manuals”, *Cadernos de Tradução*, січ.1997, С. 449-451. [Online]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/307695796_Translating_Manuals.
3. Editorial Team “Technical Manual: What, Types & How to Create One?”, Онлайн *Bit AI*, жовт. 2020. [Online]. Режим доступу: <https://blog.bit.ai/technical-manual/>.
4. Ty Kiisel. “5 Reasons You Need a Documented Operations Manual,” Онлайн *Ondeck*. [Online]. Режим доступу: <https://www.ondeck.com/resources/5-reasons-you-need-a-documented-operations-manual>.

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ КЛІНІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Кучерявенко Марія

Студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Сучасний рівень розвитку технологій надає людству не тільки можливість робити все більше відкриттів у кожній сфері своєї діяльності, але й поширювати нові знання так швидко, як ще ніколи до цього. Медицина — одна із найважливіших природничих н., адже має безпосередній вплив на тривалість та якість людського життя, й поширення її нових здобутків — результатів клінічних випробувань ліків, вакцин або дослідження протікання хвороби, має першочергове значення. Важливим етапом цього є, звісно, переклад. Медичний переклад відноситься до науково-технічного перекладу, проте має навіть вищі вимоги до адекватності та точності, ніж будь-який інший науковий текст, адже йдеться про людське життя та здоров'я.

Перекладу науково-технічної літератури та, зокрема, медичної присвячено численна кількість статей, посібників, підручників та інших наукових робіт. Проте більшість дослідників погоджуються на тому, що одним із найскладніших аспектів перекладу наукового тексту є переклад термінів, які становлять суттєву його частину[1]. Дослідженню саме медичної термінології присвячені роботи О.Мунтян, М.Навальної, Н. Космакової та Н.Місник.

Медичним термінам притаманні наступні характерні особливості: системність, наявність дефініцій, стислість, точність; більшість термінів мають латинські або грецькі корені, що робить їх інтернаціонально зрозумілими; нові медичні терміни нерідко утворюються через терміні-епоніми [2]. Однак у той же час терміносистема клінічних досліджень

поповнюється новими одиницями більш активно ніж, наприклад, анатомічна термінологія, та має більше перетинів із терміносистемами інших наук (генетики, фізики, мікробіології, фармацевтики, інформаційних технологій тощо); і тому характеризується наявністю синонімів, полісемічних термінів, значення та правильний переклад яких залежить від контексту[3]. Наприклад, *hay fever* навіть в англійській мові має ряд синонімів: *pollen disease*, *pollen allergy*, *allergic coryza* і в українському перекладі матиме наступні синонімічні варіанти *алергія на пилок*, *поліноз*, *алергічний риніт*, *сезонний алергічний ринокон'юнктивіт*. Абревіатура OD у галузі офтальмології буде розшифровуватися як *doctor of optometry* або *optometrist* та перекладатися як *оптометрист* або *офтальмолог* (в залежності від контексту), проте у галузі медицини швидкої допомоги може означати *overdose* (*передозування*), а у стоматології — *over-denture* (*частковий або повний накладний протез зуба*).

Переклад медичних текстів, зокрема у галузі клінічних досліджень, потребує від перекладача надзвичайної ретельності, високого рівня точності та даєкватності перекладу і, нерідко, додаткових знань у сфері медицини або вміння ефективно працювати із допоміжною літературою та словниками.

Література

1. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Частина 2. / В.І. Карабан. – «Нова книга». – 2001. – 300 с.
2. Макаренко Ю. Г. До проблеми перекладу медичних термінів в науковому англійському медичному тексті [Електронний ресурс] / Ю. Г. Макаренко, І. В. Ткаченко – Режим доступу до ресурсу: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/1269/1/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D0%B2.pdf>

3. Калашник В.С. Проблеми перекладу медичної термінології / В.С. Калашник, М. Пилипенко, І. Корнейко // Людина та образ у світі мови : вибрані статті. — Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2011. – С. 328 – 333

КОНЦЕПТУАЛЬНІ МЕТАФОРИ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Лемешук Катерина

Студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Метафора як лінгвістичне явище досліджується вже давно. Вперше цей термін було згадано в “Поетиці” Арістотеля в розділі “Про мистецтво поезії”, де зазначалось, що «метафора – це перенесення слова зі зміненим значенням з роду на вид, або з виду на вид, або за аналогією» [1, с. 61]. Концептуальну метафору активно досліджували в кінці ХХ – на початку ХХІ століття. Вагомий внесок в ці дослідження зробили Дж. Лакофф, А. П. Чудінов, В. М. Телія, Н. Д. Артюнова, Р. Якобсон, Л. В. Кульчицька, А. Ортега-і-Гассет.

Одною з найвагоміших у дослідженнях метафори можна назвати теорію концептуальної метафори Дж. Лакоффа. Згідно з його дослідженнями метафора - це несвідома структура, що допомагає в усвідомленні складних абстрактних понять за допомогою зрозумілих концептів з простою структурою [2, с. 332].

А. П. Чудінов, що займався дослідженнями метафори виділяє її наступні функції: когнітивна, комунікативна, прагматична та естетична [3, с. 53].

Існує безліч класифікацій метафор. Наприклад, П. Ньюмарк виокремлює такі типи: метафори-кліше, мертві метафори, лексичні, інноваційні, авторські метафори [5, с. 85].

При перекладі дуже важливо коректно перекласти метафору. Саме тому багато вчених займались цим питанням. Наприклад, Ларсон виокремлює наступні способи перекладу метафори: збереження метафори, порівняння еквівалент, збереження метафори з поясненням, передача значення без метафоричної образності [4, с. 93].

Отже, концептуальна метафора – це унікальне явище, яке допомагає в мовленнєво-розумовій діяльності людини та пізнанні світу. Переклад концептуальних метафор – це справжній виклик для перекладача, зважаючи на розбіжності у метафоричних системах різних мов. Як правило, образи, притаманні одній мові, не знаходять відголоску в іншій. Найпоширенішими способами перекладу англійських концептуальних метафор є: повний переклад зі збереженням образу, заміна образу в мові оригіналу образом мови перекладу та демегафоризація.

Література

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. Москва: Наука, 1988. 338 с.
2. Денисова С. П. Дискурс у комунікаційних системах. Київ : Міжнародний університет, 2004. 344 с.
3. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. (Глава 1-2) / А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2003. 248 с.
4. Larson M. L. Meaning-based Translation: A Guide to Cross-language Equivalence. London : University Press America, 1984. 250 с.
5. Newmark P. About Translation. Clevedon: Philadelphia Multilingual Matters, 1991. 184 p.

МЕДИЧНИЙ СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ: ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАД

Луцина Аліна

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к.пед.н., ст.вик. Ващило О.В.

Дослідженням проблеми медичного сленгу займалися: Л.П. Зосимова (2004), Л.С. Бейлінсон (2016), М.І. Барсукова (2016), С.А. Мішланова (2009), А.А. Панова (2008), І.А. Іванчук (2015), Б. Фрімон (2005) та інші. О.В. Кудоярова вивчаючи семантичні аспекти медичного сленгу, вважає, що медичний сленг має зростаючий словниковий запас, завдяки використанні метафор [3, с. 20].

Не зважаючи на наявність значного доробку з цього питання, проблема вивчення медичного сленгу англійської мови, зокрема, дослідження особливостей його функціонування та перекладу українською мовою, залишається актуальною і на даний час. Це зумовлюється постійним поширенням нових медичних термінів, адже мова швидко розвивається. З кожним днем набір сленгізмів англійської мови збагачується.

Якісний переклад медичного сленгу є дуже важливим проте, важким, адже він вимагає від перекладача знання не тільки англійської мови, але й латини. Переклад має бути точним, адже йде мова про захворювання та діагнози, що мають бути завжди правильними. Для перекладу медичного сленгу часто використовують метафоричність [3, с. 21]. В основу метафоричного переносу загалом вкладена зовнішня схожість, тобто схожість із зовнішніми ознаками захворювань(колір, форма, час). Наприклад: *pinkeye* – *рожеве око* (*гострий контагіозний кон'юктивіт*); *black measles* – *чорний кір* (*геморагічний кір*). Метафоричне переосмислення слів виконує значну роль у медичних сленгізмах. Медичний сленг полегшує

сприйняття тяжких медичних термінів та надає мовленню емоційно-експресивного забарвлення. В професійному медичному сленгу існує достатня кількість сленгізмів, що поширюється тільки між медичними працівниками. Таким чином, медичний сленг приховує зміст повідомлення від сторонніх та сприяє уникненню складних термінів для полегшення взаєморозуміння між медичним персоналом [4, с. 381].

Література

1. Ахманова О.С «Словник лінгвістичних термінів». К., 1957. – 608 с.
2. Захарченко, Т.Е. Английский и американский сленг/Т.Е. Захарченко. – М.: Изд-во АСТ, 2009. – 133 с.
3. Кудоярова О.В. Дискурсотворча роль теми у професійному конфліктному спілкуванні англомовних медиків (на основі персонажного мовлення). Автореф. дис. ... к. філол. наук: 10.02.04 / Харківськ. нац. ун-т імені В.Н. Каразіна. – Харків, 2007. – 20 с.
4. Хомяков, В.А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия /В.А. Хомяков. – Вологда: Министерство просвещения ОСФСР Вологодского гос. пед. ин-та, 1971. – 381 с.

НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ З РОБОТОТЕХНІКИ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Мартинюк Наталія

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Карачун Ю.Г.

Словниковий склад мови тісно пов'язаний з історією, культурою і життям народу-носія. Тому мова – це суспільне явище і для неї притаманний постійний розвиток, адже будь-які зміни в суспільстві знаходять безпосереднє відображення в словниковому складі мови

суспільства. Поява нової лексики у сучасній англійській мові є свідченням активного процесу її поповнення словникового складу.

Е.В. Бреус визначає неологізм як «нововведений або вжитий із новим значенням мовний вираз» [1, с. 104]. Л.Г. Верба вважає, що «неологізм – це є слово, значення якого з'являється в певний період часу в мові і його новизна усвідомлюється мовцями» [2, с. 95]. За визначенням В.І. Заботкіної, неологізми – «це нові слова або фразеологічні одиниці, утворені власними засобами мови або запозичені, які з'являються в мові в конкретний період її розвитку у зв'язку зі змінами умов життя суспільства, а також у зв'язку з досягненнями в науці та техніці, з метою виразити нові поняття, відтінити нові сторони наявних понять, виразити старі поняття в тих випадках, коли виникає необхідність у більш удосконаленій формі вираження цього поняття або вираження емоційно-естетичної оцінки вже наявного поняття» [4, с. 19]. Тому, дослідження способів перекладу неологізмів в сфері робототехніки є досить актуальними через стрімкий розвиток цієї галузі.

Свій важливий внесок в цьому питанні зробили такі видатні вчені та дослідники України та зарубіжжя як: Е.В. Бреус, Л.Г. Верба, В.В. Виноградов, Т.М. Данкевич, В.І. Заботкіна, І.В. Козаченко, В.І. Карабан, Ю.С. Шкуліпата інші.

Основна складність, що виникає під час перекладу неологізму – передача значення нового слова. Перекладач вперше зустрівши неологізм не має уявлення про поняття яке він передає чи окреслює. Тому його значення найчастіше визначається контекстом, особливо під час письмового перекладу де контекст є доволі інформативним. Науковець Т.М. Данкевич виокремила два етапи перекладу неологізмів з англійської мови на українську:

- з'ясування значення неологізму (коли перекладач або звертається до останніх видань англійських тлумачних чи енциклопедичних словників, або з'ясовує значення нового слова, зважаючи на його структуру і контекст);

- власне переклад (передача) засобами української мови, а саме: транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, пряме включення [3, с. 342].

У свою чергу І.В. Козаченко вважає «опис та пояснювальний описовий переклад найпоширенішим способом передачі нових утворень іншою мовою» [5, с. 166], оскільки у процесі перекладу виникає необхідність використовувати контекстуальні заміни або опис. Транскрибування та транслітерацію Ю.С. Шкуліпа об'єднує терміном «транскодування», визначаючи його як «передачу звукової чи графічної форми слова мови оригіналу за допомогою літер мови перекладу» [7, с. 92]. Неологізми, що відносяться до без еквівалентної лексики викликають особливі труднощі для перекладача.

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що в сучасній науковій літературі чимало дослідників виокремлюють такі основні способи перекладу неологізмів: транслітерація та транскрипція (транскодування), калькування; описовий спосіб, пряме включення, приблизний переклад. Транслітерація базується на передачі графічного зображення, а саме на передачі букв та використовується для передачі власних іменників. Наприклад: *processor* – процесор; *decoder* – декодер; *server* – сервер. Транскрипція базується на фонетичному принципі, тобто на передачі українськими літерами звуків англійських найменувань. За допомогою транскрипції передається звукова форма іншомовного слова. Здебільшого даний спосіб найчастіше використовується для перекладу власних назв та термінів. Переклад неологізмів за допомогою калькування полягає в заміні складових частин морфем чи слів одиницями оригіналу – їхніми лексичними відповідниками мовою перекладу, водночас зберігається незмінна внутрішня форма лексичної одиниці. Нерідко в процесі перекладу транскрипція і калькування використовується одночасно, наприклад: *control panel* – панель управління; *artificial neural network* – штучна нейтронна

мережа; *network neighborhood* – мережеве оточення. Описовий спосіб здійснюється шляхом пояснення суттєвих елементів неологізму. Його часто порівнюють з тлумаченням слова. Такий переклад має істотний недолік – багатослівність. Цей спосіб можна застосовувати як для тлумачення значень у словниках, так і для перекладу неологізмів у конкретному тексті [8]. Популярним останнім часом є спосіб прямого включення, який використовує написання англійського слова в оригінальній (початковій) формі. Такий спосіб використовують, коли жоден з вищезазначених методів не передає необхідного значення поняття, що перекладається. Частим є явище використання слів що складаються з двох частин. Перша частина подається англійською мовою, і слово зберігає свою оригінальність, а друга частина – українською мовою [5, с. 167]. В.Н. Комісаров визначає приблизний переклад як «використання граматичної одиниці мови перекладу, яка у даному контексті частково відповідає без еквівалентній граматичній одиниці мови оригіналу» [6, с. 249]. Під час такого перекладу зберігається основне значення слова, проте в українській мові слово відрізняється від мови оригіналу лексичним фоном. Іноді під час здійснення перекладу неологізму перекладач має труднощі у знаходженні відповідного слова українською мовою, через те, що соціокультурні та історичні умови життя народу, мовою якого здійснюється переклад, не потребували певного слова чи поняття. Неологізми в англійській мові здебільшого утворюються з наявних слів без жодних змін їхнього написання чи вимови.

Отже, жоден з проаналізованих способів перекладу не є універсальним та самостійним та не забезпечує абсолютно адекватного перекладу. Під час здійснення перекладу перекладачу необхідно враховувати до якого типу слів воно належить (термін, назва, скорочення) та контекст в якому дане слово використовується для того щоб найбільш точно передати зміст неологізму що перекладається, водночас зберегти його

стилістичні характеристики та зробити переклад якомога зрозумілішим для сприйняття українськомовним реципієнтом.

Література

1. Бреус Е. В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский / Е. В. Бреус. – Москва: УРАО, 2000. – 208 с.
2. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов / Л. Г. Верба. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 248 с.
3. Данкевич Т. М. Переклад авторських неологізмів в англійській мові / Т. М. Данкевич. // Мова і культура. – 2013. – №17. – С. 341–346.
4. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – Москва: Высшая школа, 1990. – 124 с.
5. Козаченко І.В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови / І. Козаченко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 25. Том 2. – С. 166-168.
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.
7. Шкуліпа Ю.С. Основні способи перекладу неологізмів публіцистичного стилю з англійської мови українською / Ю.С. Шкуліпа // Актуальні проблеми філології. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – С. 91-93.
8. Особливості перекладу неологізмів англійської мови [Електронний ресурс] // Young Scientist. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3.1/35.pdf>.

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ У ПЕРЕКЛАДІ

Мазур Діана

студентка 2 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Серед проблем сучасної лінгвістики не раз поставало питання інтерпретації та рецепції художніх творів у перекладі, адже можна стверджувати, що від сприйняття тексту перекладачем та відтворення інформації, що пройшла крізь призму його/її уявлень, залежить наскільки якісно та доступно буде донесена думка автора.

Художнє мислення перекладачів і перекладачок є дуже різним, адже існує специфіка світовідчуття і світосприйняття і ми не можемо стверджувати, що така специфіка не може бути обумовленою гендерною ідентифікацією.

Розглянемо проблему з психоаналітичного аспекту — відмінності у психіці, що пов'язані зі статтю наштовхують на феміністичну теорію. Її представники окреслювали певні особливості у мові жінки, що проявляються у слововживанні, експресії, і разом з тим у художній творчості, тобто виборі тексту для перекладу, його тематики, жанру, стилю [3, с. 275]. Жінка перекладач набагато чуттєвіше сприймає світ, інтерпретація оригінального тексту на підсвідомому рівні буде проходити крізь призму її власного “Я”, ставлення до навколишнього, до чоловіка, які в свою чергу ніколи не будуть ідентичними до чуттєвості чоловіка, його ставлення до свого “Я”, до навколишнього і до жінки. Пізніше, Елейн Шовалтер (американська дослідниця) запровадила новий термін “гінокритика”, відмінний від феміністичної теорії. Вона висловила думку, що феміністичний аналіз “зосереджує свою увагу на жінці як читачеві чоловічих текстів,... розглядає «жінку-як-знак» в історичному та

суспільному контексті... Гінокритика ж зосереджується на постаті жінки-письменниці і шукає конструктивні засоби для аналізу жіночої літератури” [2, с. 510].

Такі теорії дозволяють досліджувати переклад з різних сторін. Найбільше це відноситься до ситуації, коли автор оригіналу та перекладач є представниками різних гендерів. І паралельно можна проводити порівняння перекладів одного твору, створених у межах однієї мови, проте інтерпретаторів різної статі. Для прикладу порівняймо уривок з оригінального тексту “Макбету” Вільяма Шекспіра з перекладами Лесі Українки та Бориса Тена.

*“...Second Witch: When the hurlyburly's done,
When the battle's lost and won...” William Shakespeare [5]*

*“...2-а відьма: Коли в бою якась одна
Здолає іншу сторона ” Переклад Бориса Тена [1]*

*“: “2-а Відьма: Коли перешумить війна,
І щастя, й горе дасть вона ” Переклад Лесі Українки [4]*

Звернімо увагу на переклад репліки 2-гої відьми. Можна побачити, як Леся Українка інтерпретує “*hurlyburly*” використовуючи емоційні слова “*горе, щастя*”, в той час, коли Борис Тен звів сенс до закінчення війни “*Коли в бою якась одна/Здолає іншу сторона*”. Певні відхилення чи невідповідність текстів оригіналу та варіативність тлумачення можна пояснити унікальним характером психіки автора перекладу, тому що він під час своєї праці заглиблюється не просто всередину тексту, а всередину самого себе.

Відповідно, можна замислюватись над проблемою деформації стилю, художньо-образної структури, тощо, які можуть бути спричинені психогендерною ідентичністю автора оригіналу та його інтерпретатора. Згадані вище питання є досить актуальним й дотепер, а також потребують

подальшого дослідження, що дозволить краще зрозуміти сутність відхилень та втрати символізму у перекладі.

Література

1. Вільям Шекспір “Макбет”. Переклад Бориса Тена [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ae-lib.org.ua/texts/shakespeare__macbeth__ua.htm.
2. Зубрицька М. Елейн Шовалтер // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. Марії Зубрицької. — Львів:Літопис, 1996. — С.535
3. Літературознавча компаративістика. Навчальний посібник/Ред. Р.Т.Гром’як., упоряд.: Р.Т.Гром’як, І.В.Папуша. — Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ ТДПУ, 2002. — 331 с
4. “Макбет” Вільям Шекспір. Переклад Лесі Українки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.l-ukrainka.name/uk/Transl/Shakespeare.html>.
5. “Macbeth” William Shakespeare [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://liteka.ru/english/library/57-macbeth#5>.

TRANSLATION VS LOCALIZATION?

Mankovskyi Oleksii

1st year student of Master's degree, Institute of Physics and Technology

National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Scientific advisor: Medkova O.M.

In recent years, such a service as localization has become widespread in the translation market. Many translation companies try to attract clients by claiming that they also do localization in addition to translation. Localization is presented as a kind of activity, although it is included in the structure of the translator's

activity or in the sphere of his responsibility (though perhaps not always), but fundamentally different from the so-called "proper translation". In this case, the translation itself is considered as a reproduction of the content of the original text, and sometimes its formal features, by means of the translating language. The distinction between "translation" and "localization" in practical translation activities has become such a stable phenomenon that, by the will of the developers of the professional standard, which was originally supposed to be called "Translator", was reflected in its name - "Specialist in the field of translation and localization".

An analysis of the information presented on the Internet shows that the translation production process is divided into certain stages. When it comes to translating websites, computer games, etc., the first step is to create an internationalized text. Internationalization (often the term "globalization" is used instead of this term) is an adaptation of the text for the international market. "The goal is to eliminate all cultural identity so that the product can easily adapt to any linguistic environment or country. If regional features were not completely removed at the initial stage, this should be corrected during localization" [1]. As a result of internationalization "a product localized in many languages is created, in which, without references to the source text, a universal, international version is simply used and the necessary changes are made based on the target audience, as well as the cultural and social situation of the scene" [2]. Thus, internationalization precedes localization. Essentially, localization is seen as a cultural adaptation of the text.

It is quite obvious that in the modern translation environment, which is often represented by subjects who do not have a good command of the basics of translation studies, a naive idea of translation has developed as a mere reproduction of the content of the original text by transferring the meanings of words. In fact, such a strict distinction between translation and localization, at least in the theoretical aspect, seems to us artificial, far-fetched. True translation

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, КПІ 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 И. В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект / И.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,

«Безеквівалентна лексика» – це слова або словосполучення, які є відсутніми в певній культурі та мові і слугують для вираження понять. Слова, які відносяться до особливих культурних елементів, до таких, які характерні лише для однієї культури і відсутні в іншій, а також слова, які не мають перекладу на іншу мову одним словом, не мають еквівалентів за межами мови, до якої вони належать. Головна проблема перекладу безеквівалентної лексики - це відсутність єдиної її класифікації, проте за базу всіх наявних класифікацій покладено предметний принцип. Тому безеквівалентна лексика потребує глибоких знань лінгвокраїнознавства при перекладі її на іншу мову і творчого підходу. [3, с. 251] Український мовознавець М. П. Кочерган говорить про спільність понять “безеквівалентність” та “лакуна” і зазначає, що у науковій літературі ці терміни часто вживаються як синонімічні і трактуються як слова, що відсутні в певній мові. Вчений також вважає, що безеквівалентна лексика становить не більше 6-7% загальної кількості активно вживаних слів [5, с. 171-172].

Безеквівалентна лексика викликає найбільше труднощів при перекладі. Вона досить часто зустрічається в публіцистичних текстах, адже саме цей стиль найбільш чутливо реагує на зміни, що відбуваються у суспільстві, на прогрес у науковотехнічній сфері. І саме ці зміни знаходять своє відображення у словниковому складі мови. Зіставлення словникового складу будь-якої іноземної мови та рідної мови показує, що в іноземній мові поряд з мовними одиницями, які мають один або декілька відповідників у мові перекладу, є такі лексичні і граматичні одиниці, для яких у мові перекладу не існує прямих відповідників [2, с. 11].

Переклад не може бути повним аналогом оригіналу, основне завдання перекладача полягає у створенні тексту, максимально наближеному до

оригіналу за семантикою, структурою. У такому випадку потрібно застосовувати перекладацькі трансформації. Безеквівалентна лексика існує в кожній мові. При розгляді явища безеквівалентності мовознавці намагаються відмежувати його від інших, або, порівнюючи з поняттями «лакуна», «реалія», «фонова лексика», «екзотизм», «варваризм», «національно маркована лексика», «етнографізм», «локалізм» та ін., щоб дати визначення поняттю «безеквівалентна лексика» [4, с. 252]. Під час перекладу частіше за все видозмінюється не лише безеквівалентна лексика, а й оточуюче її речення. Це обумовлено наступними факторами: особливостями синтаксису мови перекладу, нормами сполучуваності слів у мові перекладу і контекстом, який виступає одним із найважливіших засобів перекладу, тому що він дуже часто уточнює значення реалії. В одному випадку перекладачеві доводиться додавати деякі слова, які необхідні для розуміння тексту, в інших – перекладач може опустити кілька слів для розуміння значення реалії. Серед основних способів відтворення безеквівалентної лексики прийнято виділяти: 1) «транскрибування», яке передбачає відтворення реалії зі збереженням фонетичної структури одиниці оригіналу або з максимальним наближенням до неї; 2) «еквівалент», тобто переклад безеквівалентної лексики відповідною лексичною одиницею в мові перекладу, яка передає семантику одиниці оригіналу; 3) «описовий переклад», який базується на пошуку описового звороту, завдяки якому передається значення реалії шляхом опису властивостей, якостей предмета, який вона позначає; 4) якщо реалією виступає «фразеологізм», застосовується переклад за допомогою фразеологічного аналогу, тобто рівноцінної заміни фразеологізму в мові перекладу [1, с. 140].

Література

1. Способи перекладу безеквівалентної лексики в текстах американської преси [Електронний ресурс]: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v21/part_1/40.pdf
2. Переклад безеквівалентної лексики у публіцистичних текстах [Електронний ресурс]: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nzfn_2016_2_4.pdf
3. Особливості перекладу безеквівалентної лексики [Електронний ресурс]: <https://eprints.oa.edu.ua/4824/1/94.pdf>
4. Безеквівалентна лексика: проблеми визначення [Електронний ресурс]: http://dspu.edu.ua/native_word/wp-content/uploads/2016/04/2012-34.pdf
5. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти/ М. П. Кочерган. – К.: Академія, 1999. – 172 с.

**ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ДОСЯГНЕННЯ КОМІЧНОСТІ
ТА ЇХ ПЕРЕДАЧА ПРИ ПЕРЕКЛАДІ
(НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛУ «THE BIG BANG THEORY»)**

Міщенко Світлана

Студентка 4 курсу, група ЛА-72, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: викл. Козко О.А.

Комічність у текстах та її переклад є дуже широкою та різноманітною темою, і кожен елемент дослідження заслуговує на належну увагу. Актуальність роботи полягає у необхідності виявити лексично-стилістичні засоби досягнення комічності та їх передачу при перекладі. Мета дослідження полягає у системному аналізі комічного тексту.

Поняття «комічності» не має єдиного чіткого визначення, проте має основні різновиди комічного, запропоновані вченим Ю.Б. Боревим: іронія, гумор, сатира та сарказм. [1]. Для реалізації гумору використовують засоби трьох рівнів: фонетичного, лексико-семантичного та граматико-семантичного. До фонетичного відносять: оноματοпію, алітерацію, омонімію та співзвучність. Лексико-семантичний рівень містить в собі наступні засоби: каламбур, полісемію, неологізм, зевгму, парадокс, алегорію, метонімію та персоніфікацію. До граматично-синтаксичного рівня відносять: повторення, інверсія, риторичні вигуки, еліпсис та алогізм.

Переклад комічних елементів є складним процесом. Він потребує від перекладача фонових знань мови перекладу: культуру, історію, менталітет. Також важливим моментом є виявлення жарту, адже через розбіжності між двома різними культурами та нечіткої визначеності гумору, перекладач дуже легко може не помітити жарт.

Для перекладу гумору існують такі засоби перекладу: аналог – заміна жарту на більш зрозумілий для цільової аудиторії. (*Penny: Until I fell in love with one jerk!* – Пенні: Доки я не закохалась в одного козла!), цілісне перетворення – повна заміна лексичної одиниці шляхом пошуку синоніма (*Penny: Holly smokes!* – Пенні: *Здуріти!*), часткова заміна – відбувається, коли для передачі правильного сенсу жарту, потрібно замінити елемент (*Sheldon: A little messy? The Mandelbrot set of complex numbers is a little messy.* – Шелдон: Множина комплексних чисел, маленький безлад, тут хаос.), буквальний переклад – прямий переклад жарту, іноді робляться помітки задля його роз'яснення. Цей метод хоч і використовується часто, проте не є бажаним. (*Penny: Maybe, it's all for the best. I always say when one door closes, another one opens.* – Пенні: Можливо це й на краще. Я завжди кажу, одні двері зачиняються інші відчиняються.), опущення – вилучення слів без втрати основного змісту. (*Leonard: Come on, you know how it is with breakups.* – Леонард: Ну ти ж знаєш як це буває.), транскрибування -

переклад слова за допомогою графічної або звукової форми. (*Penny: Am I just an idiot who picks giant losers?* – Пенні: *Я що, ідіотка, яка вічно зв'язується з лузерами*) та повне вилучення гумористичного компоненту – найрідкісніший варіант, проте іноді він застосовується.

Отже, до основних видів комічності належать: іронія, гумор, сатира та сарказм. Серед засобів реалізації гумору є засоби на трьох рівнях: фонетичний, лексико-семантичний та граматико-семантичний. Задля перекладу гумору використовують такі перекладацькі засоби: аналог, цілісне перетворення, часткова заміна, буквальний переклад, опущення, транскрибування та повне вилучення гумористичного елементу.

Література

1. Борев Ю. Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю. Б. Борев. – М. : Искусство, 1970. – 239 с.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Моспіна Оксана

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. вик. Ковальська Н.В.

Найпершим елементом статті, який свідчить про її зміст та дозволяє вирішити, читати цю статтю або ні, є заголовок. Він несе у собі не тільки інформацію, але і емоцію, що привертає увагу читачів. На думку лінгвіста С. Потапенка, назва тексту слугує рекламою для нього [4]. Навіть психологічні дослідження показують, що близько вісімдесяти відсотків читачів звертають увагу тільки на заголовок [1, с. 108]. Саме тому заголовок є особливо важливим складником публіцистичних текстів. Лише за

допомогою декількох слів автор має відобразити зміст і привернути увагу читачів, тому що заголовок є обличчям тексту і впливає на його популярність.

Перед перекладачем же стоїть завдання виконати правильний, якісний адекватний переклад назви. Для отримання такого перекладу використовуються усі доступні лексичні та синтаксичні виражальні засоби, які дозволяють на виході отримати емоційно забарвлені заголовки, наповнені метафорами, метонімією, грою слів і т.д. Тексти у публіцистичному стилі орієнтовані на масову аудиторію, тому заголовки повинні бути лаконічними, влучними і зрозумілими, без нагромадження і складної лексики.

Кожен заголовок має свої функції. Науковці А. Попов [3, с. 96 - 99] та З. Тураєва [5, с. 54] виділяють у заголовків три основні функції: номінативну, інформативну і рекламну. В. Іванов зазначає інші властивості заголовка: максимальна інформованість, самотність та оригінальність, об'єктивність зображення змісту тексту, виразність почуттів та думок, структурна завершеність [2, с. 109].

Під час перекладі важливо також враховувати структуру заголовка мовою оригіналу та дотримуватися традицій мови перекладу. Необхідно звертати увагу на орфографію, лексичні, граматичні та стилістичні особливості заголовків.

Головна складність із якою стикається перекладач – це подвійність перекладу. Як і завжди, потрібно обирати між еквівалентністю та адекватністю і чимось жертвувати. Самі автори часто зіштовхуються із труднощами під час створення такого заголовку, який би влучно передавав зміст тексту, а також приваблював, інтригував читача. Така ж проблема, або навіть складніша, стоїть і перед перекладачем. Досить часто навіть доводиться давати тексту абсолютно не таку назву, як в оригіналі. Саме

тому вивчення структури заголовку безпосередньо пов'язане з вивченням інших мовних дисциплін: фразеології, стилістики, лексикології, фонетики.

Підсумовуючи усе сказане, можна дійти висновку, що основна мета заголовка як початкового елемента – це привертання уваги читача. Таким чином, головними його функціями є як номінативна та інформативна, так і атрактивна. Кожен заголовок має свої лексичні, граматичні та стилістичні особливості, які слід враховувати при перекладі. Перекладач може ставити перед собою різні цілі і обирати між еквівалентним та адекватним перекладом.

Література

1. Абрамичева Е.Н., Фомина Е.В. Особенности и трудности перевода газетных заголовков (на материале англоязычных газет) // Вісник СевНТУ. Вип. 102: Філологія: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2010. С. 124-129
2. Іванов В.Ф. Техніка оформлення газети: курс лекцій / В. Ф. Іванов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 222 с.
3. Попов А.С. Синтаксична структура сучасних газетних заголовків і її розвиток. – М.: Наука, 1966. – С. 95-126
4. Потапенко С.І. Структура заголовків англomовних газетних повідомлень: досвід лінгвокогнітивного аналізу / С.І. Потапенко // Вісник КЛУ. Серія «Філологія». – К., 2003. – Т.6. – №1. – С. 128-125
5. Тураєва З.М. Лінгвістика тексту: структура и семантика. – М.: Просвещение, 1986. С. 1-126

ЯВИЩЕ КОМПРЕСІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТЕКСТІВ

ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ

Нагнибіда Валентина

студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики

У зв'язку з бурхливим розвитком передових технологій та поширенням науково-технічної інформації стрімко зростає значення науково-технічного перекладу. Технічна література характеризується спеціальною термінологією, аббревіатурами, скороченнями, інтернаціональними словами на лексичному рівні. На граматичному рівні технічна література має такі ознаки: наявність довгих речень, вживання багатокomпонентних атрибутивних словосполучень, означень (утворених шляхом стяжки цілих синтаксичних конструкцій), пасивних конструкцій, зворотів та ін.

Явище компресії при перекладі текстів галузі механічної інженерії українською мовою надає перекладачу-практику додаткові фахові знання щодо створення адекватного тексту перекладу. Словникове визначення поняття «компресії» є наступним: «економія мовних засобів для вираження того ж змісту» [4, 85]. Визначаючи компресію ведуть мову про компресію у процесі синхронного перекладу, мовленнєву компресію, компресію тексту, яка, в свою чергу, визначається, як: «перетворення вихідного тексту з метою надати йому більш стислої форми» [4, 85]. В.І. Карабан розуміє компресію як «будь-яке скорочення кількості елементів речення або вилучення елементів речення при перекладі» [3, 270], наголошуючи на тому, що перш за все причинами компресії можуть бути особливості граматичної будови мови перекладу, проте він не виключає стилістичні та прагматичні чинники також.

Компресія може проявлятися на різних рівнях мови. Прикладом компресії можуть бути: фонетична редукція та стягнення слів завдяки апокопам та синкопам, різні типи аббревіації слів та словосполучень, складні слова, синтаксичні сегменти, які репрезентують більші частини речення, поглинання декількох видів понять, що представлені різними словами,

однією родовою назвою.

За основу дослідження перекладу текстів галузі машинобудування взято класифікацію засобів синтаксичної конденсації, що була запропонована Б. П. Дюндиком. Б. П. Дюндик під заміною розуміє скорочення кількості знаків плану вираження, що використовується з метою усунення надлишкових елементів та повторів мовного ланцюга, що в свою чергу призводить до скорочення загальної довжини висловлювання, не викликаючи, однак, перебудови його структури і передаючи всю повноту інформації [6: 142]. В. П. Кобков має трохи іншу точку зору і зазначає, що при заміні зв'язність тексту передбачає необхідність повторювати одні й ті ж смислові одиниці [7: 71].

Отже, слід зазначити, що явище мовної економії на синтаксичному рівні виражається завдяки величезній кількості засобів, серед яких заміна, еліпсис, синтаксична редуція, номіналізація, граматична неповнота. При перекладі конденсованих за допомогою цих засобів структур українською мовою часто доводиться вдаватися до таких перекладацьких трансформацій як розгорнення, конкретизація, роз'яснювальний переклад.

Слід пам'ятати, що перекладацький вибір при застосуванні компресії в перекладі науково-технічних текстів тісно пов'язаний із адаптацією тексту до цільової мовної культури. Це виражається у вилученні нерелевантної інформації для українських користувачів. Варто зазначити, що не завжди певні перекладацькі рішення в бік компресії можуть мати позитивні наслідки в понятійному плані, адже вилучатися можуть важливі сегменти змісту вихідного тексту, які пов'язані із технікою безпеки, що є неприпустимим для здійснення якісного тексту перекладу.

Література

1. Дюндик Б. П. Использование нулевых форм и нулевых заместителей в синтаксисе английского предложения // Вопросы германо-роман.

- языкознания и методики преподавания иностр. яз.: материалы межвуз. конф. Вост.-Сиб. зоны, (28-30 янв. 1970). ИГПИИЯ, 1972. С. 142-148.
2. Карабан В.І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську. Навчальний посібник-довідник для студентів вищих навчальних закладів освіти / В.І. Карабан, Дж. Мейс. Вінниця: НОВА КНИГА, 2003. 608 с.
3. Кобков В. П. Замещение, опущение и совмещение как способы сжатия текста без утери информации // В помощь преподавателям иностранных языков. Новосибирск : Наука, 1974. Вып. 5. С. 70-73.
4. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта: Наука, 2003. 320 с.

ОСОБЛИВОСТІ НАУКОВОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕМАТИКИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Новик Анна

Студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Василенко Л. О.

У сучасному світі в процесі отримання й обміну інформацією переклад став незамінним компонентом інтернаціоналізації економіки. Економічні установи та підприємства задля власного успішного розвитку змушені працювати на міжнародній арені, в іншомовному просторі, що значною мірою активізувало практику професійного перекладу в галузі економіки, торгівлі, фінансів і діяльності міжнародних організацій. З цієї причини мультинаціональні компанії, котрі прагнуть до міжнародної експансії, уже не одне десятиліття пропонують власну документацію багатьма мовами, малий і середній бізнес, щоб завоювати ринки в нових царинах бізнесу, також активно переходить на багатомовність.

Наразі багато навчальних закладів по всьому світу відкрили спеціальність «Переклад»/«Перекладознавство». В Україні зазначений фах можна вивчати як у класичних філологічних вищих закладах, так і в галузевих. Однак, орієнтуючись насамперед на чинні стандарти освіти, а не на запит ринку праці, більшість навчальних закладів не виокремлюють економічного перекладу в окремий фах, надаючи йому, у кращому разі, статус «спецкурсу». Не вистачає й підручників, які акцентували б специфіку та комплексність саме цього виду перекладу, розглядаючи взаємозв'язки між різними компонентами письмового й усного економічного перекладу, як: термінологія, порівняльний аналіз, нові технології, документація тощо.

Переклад у галузі економіки належить до прагматичного, але це не знижує його складності, а лише підкреслює специфічність. Однак для розуміння особливостей саме економічного перекладу такого загального поділу недостатньо, оскільки в обох групах можна виокремити численні види текстів різної проблематики, з різними семантичними, синтаксичними та стилістичними закономірностями, котрі вимагають, відповідно, застосування різних методів перекладу. У складенні детальнішої класифікації науковці так і не дійшли згоди, орієнтуючи свої пропозиції на власні дослідницькі цілі. Відмінність таких класифікацій полягає в тому, що вони ґрунтуються на різних критеріях виокремлення тексту.

Продуктивною для поділу саме економічних текстів вважається типологія текстів, запропонована німецькою дослідницею Катариною Райс, котра акцентує на функціональному спрямуванні тексту. Беручи за основу визначення Карла Бюлера, що мова є насамперед «опис», «вираження» та «звернення», дослідниця виділяє чотири основні групи текстів перекладу. У першій групі провідною є функція опису (повідомлення інформації), тексти орієнтовані на зміст; у другій функція вираження (емоційні чи естетичні переживання), тексти орієнтовані на форму; у третій – функція звернення (заклик до дії), тексти орієнтовані на певну реакцію у відповідь; у четвертій

групі текстів поєднано функції опису й вираження, сюди належать матеріали, що зафіксовані в письмовому вигляді, але надходять до одержувача в усній формі та сприймаються ним на слух (аудіо-медіальні тексти) [2, с. 207].

Наведені класифікації й типології текстів перекладу свідчать про те, що сучасна наука має певний досвід теоретичного вивчення питання і його практичних досліджень. Аналізуючи наявні наукові теорії перекладу, важливо, на мою думку, акцентувати увагу не на їх розбіжності, а смислового взаємного доповненні репрезентованих типологій, котрі, виділяючи певну характерну рису перекладу, у сумі дають змогу більш повно та рельєфно визначити його особливості. Як результат – визнання необхідності визначення категорії тексту задля вибору методу перекладу, оскільки саме вид тексту є провідним фактором і критерієм процесу перекладу та його оцінки.

Щодо практики перекладу в галузі економіки, то тут особливого значення набуває поділ на письмовий та усний переклад. Це дві різні кваліфікації перекладачів, які вимагають від них різних форм підготовки (що засвідчується в Європі різними дипломами) і ставлять перед фахівцями різні завдання. Так письмовий перекладач має перекладати фіксований (зазвичай письмово) текст з мови-джерела на цільову мову. Особливості його роботи полягають у тому, що задля її виконання він може користуватися різними допоміжними засобами (фахові, мовні словники та довідники, інтернет-ресурс) чи консультаціями інших фахівців, перекладач не обмежений жорсткими часовими межами, може повторити чи відкоригувати переклад. Письмовий переклад вимагає від фахівця таких суб'єктивних якостей, як : уміння зосереджуватися, аналізувати й оцінювати текст, з яким працює, приймати рішення щодо вибору різних варіантів перекладу. Для успішного результату йому також необхідно визначитися з метою, функцією та стратегією перекладу. Завдання усного перекладача –

відтворити нефіксований текст, як правило, проголошений, синхронно чи послідовно цільовою мовою. Особливості його роботи полягають у тому, що вона вимагає екстремальної концентрації, усний переклад практично неможливо повторити чи відкоригувати (окрім поодиноких винятків), під час його виконання не користуються допоміжними засобами, велику роль відіграє особистий контакт. Усний перекладач має володіти такими якостями й уміннями: грамотна й фонетично добре артикульована мова, багатий словниковий запас в обох робочих мовах, знання фонду стійких конструкцій і кліше, уміння швидко знаходити їх, швидкість реакції, хороша оперативна пам'ять, уміння зосередитися, розумова та фізична витривалість. [1]

Отже, економічний переклад – це окремий вид перекладацької діяльності, провідними завданнями якого є такі: адекватно відтворити зміст тексту з урахуванням відмінностей в економічних реаліях і терміносистемах різних країн, зберегти фахову семантику. Ця діяльність буде успішною лише за умови її організації на високому науково-теоретичному та практичному рівнях, до створення якого має долучитися перекладознавство.

Література

1. Корунець І.В. Вступ до перекладознавства: [підручник] / І.В. Корунець. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 512 с.
2. Райс К. Классификация текстов и методы перевода / К. Райс // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М., 1978. – С. 202–228.

ФАХОВА ТЕРМІНОЛОГІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ СФЕРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Омельченко Наталія

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

Педагогічна лексика представляє особливий інтерес серед науковців та освітян. Актуальність даної роботи полягає в особливостях фахової термінології педагогічної сфери, у тому, що процес її формування досі триває. Педагогіка розвивається, з'являються нові терміни в цій галузі. Саме через це зацікавленість лінгвістів до педагогічної термінології зростає. Проблеми становлення, семантики та розвитку фахових термінологічних одиниць вивчали вітчизняні та зарубіжні дослідники. Серед них О. О. Суперанська, Б. Б. Комаровський, В. В. Краєвський, В. В. Макаєв, Д. Д. Лотте, І. М. Кантор та інші.

І. М. Кантор в роботі «Концептуально-термінологічна педагогіка» (1980) зауважує: «Педагогічна термінологія позначає поняття педагогічної діяльності як науки» [1, с. 32]. І. В. Бевз (1996) в свою чергу визначає педагогічний термін як «слово або фразу, що позначає спеціальні концепції теорії виховання та навчання» [2, с. 26].

Термінологія педагогічної сфери тематично різноманітна, вона включає терміни для позначення педагогічних парадигм, систем, методів і засобів навчання, учасників педагогічної діяльності, типів навчальних закладів і т. д. Специфіка педагогічної термінології полягає в тому, що вона використовується не тільки вузькими групами професійних викл.ів, а також широким колом носіїв мови. Водночас термінологія педагогічної сфери постійно збагачується та вдосконалюється, а також продовжує розвиватися як невід'ємна частина загальнолітературної мови.

Для ефективного перекладу педагогічних термінів перекладач повинен не тільки добре володіти методами та прийомами перекладу, але й знати механізми, що контролюють процеси утворення термінів. Знання основних методів утворення термінів дозволяє уникнути помилок у визначенні властивостей вихідного терміну та виборі варіантів його

перекладу [5, с. 96].

Оптимальним способом перекладу є виявлення у мові, на яку перекладають, еквіваленту для терміну мови оригіналу. Використання певної термінологічної одиниці мови перекладу для перекладу певної одиниці мови оригіналу визначається встановленням між ними відносин перекладацької еквівалентності. Таким чином, ці термінологічні одиниці утворюють перекладацькі відповідності. Наприклад, teacher (вчитель), skills (навички), reading (читання), writing (письмо). Зазвичай терміни-еквіваленти різних мов вже існують на момент перекладу, тому їх виявляють і знаходять, а не створюють, як це відбувається з новими термінами-неологізмами. Такі прийоми, як аналог, синонімічні заміни та описовий переклад використовуються лише тоді, коли в мові немає відповідного терміну для перекладу [3, с. 32].

Одним з ключових питань, пов'язаних з проблематичністю адекватного перекладу педагогічних термінів є питання про неоднозначність терміну і необхідності уточнення значення при перекладі спеціального тексту за допомогою контексту [4, с. 20].

Отже, фахова термінологія педагогічної сфери розширюється та розвивається, а разом із цим з'являється проблема адекватного перекладу через появу великої кількості неологізмів та неможливості через це підібрати коректний еквівалент у мові перекладу.

Література

1. Володіна М. Н. Когнітивно-інформаційна природа терміну. – 2000. – 128 с.
2. Караман С. О. Словник-довідник з української лінгводидактики / С. О. Караман, О. М. Горошкіна, О. В. Караман. – Київ: Ленвіт, 2014. – 320 с.
3. Нікітіна Ф. Семантичні та словотвірні проблеми сучасної термінології. – К.: КДУ, 1978. – 32 с.
4. Рожанківський Р. Зведення правил унормування української фахової

мови / Р. Рожанківський // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». – 2002. – № 453 – С. 203-209

5. Чередниченко О. І. Теорія і практика перекладу / Олександр Іванович Чередниченко. – Київ: Либідь, 2005. – 320 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФІЛЬМОНІМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Панчук Євгенія

студентка 2 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Сучасний розвиток кіноіндустрії неабияк змінив хід роботи перекладачів. Дедалі більше з'являється нових фільмів та їх жанрів, форматів. Водночас не стоїть на місці і ріст кількості перекладачів, які бажають проявити свої навички та творчість саме у цій царині.

Переважна кількість фільмів, які надходять у прокат і користуються величезною популярністю серед глядачів, є англомовними. Згідно з визначенням Є. В. Книш, «фільмонім – це висловлювання, що репрезентує ситуацію, змодельовану фільмом, її вербально закодованим чином» [2, с. 8]. Важливим завданням для перекладача є не лише надати дослівний переклад, а правильно зрозуміти і передати задуманий сюжет. Не варто забувати і про відмінність мов та культур, тому, щоб уникнути непорозумінь або ж неточностей варто зважати на всі деталі. Насамперед на назву, адже «як назвеш корабель, так він і попливе». Саме вона несе в собі стислий зміст фільму, дає потенційному глядачеві певний натяк та прогноз щодо майбутньої кінострічки. Створення саме такого цікавого і правильного

заголовку, що може привернути увагу, вимагає чималих зусиль та творчих здібностей від перекладача.

Основні стратегії перекладу назв фільмів це – прямий переклад, трансформація назви або ж заміна назви фільму. Серед численної кількості фільмів можна навести чималу кількість прикладів дослівного перекладу назви без втрати будь-якої важливої інформації. Наприклад, «The Boy in the Striped Pyjamas» – «Хлопчик у смугастій піжамі», «Pirates of the Caribbean» – «Пірати Карибського моря», «Everest» – «Еверест». До того деякі перекладачі дещо трансформують назву за допомогою розширення когнітивної інформації із заміною певних лексичний елементів [1. с. 15]. Це фільми «This Means War» – «Отже, війна», «What to Expect When You're Expecting» – «Чого чекати, коли чекаєш на дитину», «Love Actually» – «Реальне кохання».

Чимало сучасних перекладачів під час перекладу фільмонімів основним своїм завданням вважають донести зміст фільму якомога зрозуміліше, тому враховують особливості та потреби українського глядача. Для того, щоб назва відображала у собі певний сенс фільму, фахівці вдаються до повної її заміни, компенсуючи змістове значення, при тому зберігаючи основну ідею, так званій, «меседж» фільму. Прикладом такої стратегії є «Die Hard» – «Міцний горішок» [3, с. 176-186], «The Fast and the Furious» – «Форсаж» та «50/50» – «Життя прекрасне».

Отже, перекладаючи фільми варто враховувати усі культурні та мовні реалії, а, власне, назва фільму має бути безпосередньо зв'язана та максимально наближена до сюжетної лінії. Правильний переклад назви відіграє значну роль в сучасній кіноіндустрії, адже саме від вдалого перекладу, привабливого та цікавого заголовку фільму залежить його успіх, популярність акторів і творців фільму, безпосереднє визнання кінострічки.

Література

1. Гарбовський Н. К. Теорія перекладу. Москва, 2004, 109 с.

2. Кныш Е. В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке. Дис. к.ф.н. – Одесса, 1992. – 190 с.
3. Комиссаров В.Н. Теория перевода: лингвистические аспекты, Москва: Высшая школа, 1990, 250 с.

ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Русалкіна Анна

студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

На сьогодні перед сучасними українськими лінгвістами дуже гостро постає проблема передачі прагматичних особливостей при перекладі англомовних науково-технічних текстів. Ця проблема є відносно новою тому що саме поняття прагматика з'явилося нещодавно.

Вперше термін «прагматика» в 20 столітті вводить Ч. У. Морріс, американський філософ, та визначає її як розділ семіотики, який досліджує відношення між мовними знаками та мовцями [5]. Пізніше Дж. Юль, британський лінгвіст, наголошує, що прагматика стосується більш глибоко осмислення текстів та вивчає суть, яку мовець намагається донести до інтерпритатора [6: 3]. Тобто, ми робимо висновок, що прагматика висвітлює взаємодію тексту, автора та читача.

Вивчаючи прагматику науково-технічних текстів, між вченими починається дискусія щодо того чи відносити тексти до аргументативного, чи до інформативного мовленнєвого акту. А. Д. Белова визначає, що аргументативний дискурс має на меті аргументацію фактів задля зміни світогляду читача, а інформативний – висвітлення інформації, та наголошує на тому, що науково-технічні тексти відносяться до аргументативного

мовленнєвого акту [1: 109 – 234]. На противагу цьому, С. Мойсеєнко переконана, що науково-технічні тексти мають все ж таки інформативний характер, адже не кожен текст може змінити світобачення читача, але кожен текст може надати більше інформації щодо теми [3].

Більш того, серед прагматичних особливостей, які є важливими при перекладі, виділяють риторичні норми наукового спілкування. Серед них можемо виокремити:

- 1) принцип мовленнєвої ввічливості та кооперації;
- 2) етикетизація;
- 3) принцип відносного характеру дійсності [3; 6; 7].

Таким же чином, лінгвісти вважають, що структурні слова та вирази в науково-технічних текстах є важливими при дослідженні прагматики перекладу, адже саме за ці слова та вирази полегшують сприймання інформації читачем. К.Джейкоб у своєму дослідженні виділяє 4 головні групи:

- 1) адитивні, які повторюють або додають інформацію;
- 2) адверсативні, які вказують на те, що існує на противагу інша інформація;
- 3) каузальні, які вказують на причини та наслідки;
- 4) синтагматичні, які допомагають виділити порядок подання інформації [4].

До того ж, одним із головних прагматичних аспектів перекладу вважають іллокутивну силу переконливості, яка полягає в тому, щоб у читача не виникало сумніви щодо правдивості інформації.

Отже, при перекладі науково-технічних текстів важливим є перш за все визначити чи є текст інформативним мовленнєвим актом, чи аргументативним. По-друге, серед прагматичних аспектів є важливим не забувати про риторичні норми наукового спілкування. Більш того, для надання тексту вірогідного характеру необхідно зберегти іллокутивну силу

переконливості. А також, варто пам'ятати, що автор використовує структурні слова та вирази, які є не менш важливими для вірного сприйняття перекладу читачем. Ці прагматичні аспекти допомагають того ж прагматичного впливу на читача, який був задуманий автором. І як результат, наші висновки можна надалі використовувати для модернізації електронних перекладачів, які створені на базі нейронних мереж.

Література

1. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев, 1998. – 443 с.
2. Мойсеєнко С. Прагматичні особливості англомовного науково-технічного дискурсу – Режим доступу: [http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/02_pub\(7\).pdf](http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/02_pub(7).pdf)
3. Jakob K. Effective Transition Terms in Academic Papers – Режим доступу: <https://wordvice.com/common-transition-terms-used-in-academic-papers/>
4. Morris Ch. The Pragmatic Movement in American Philosophy 1970. – 210 p.
5. Yule G. Pragmatics. Oxford, 1996. – 138 p.
6. Zufferey S. Acquiring Pragmatics. Abingdon, 2015. – 215 p.

СМИСЛОУТВОРЮЮЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНИХ РЕАЛІЙ В ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Сагір Анастасія

студентка 3 курсу гр. РП-18-1 соціально-гуманітарного факультету

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

Науковий керівник: ст. викл. кафедри перекладу Євтушенко Н.І.

Порівняльний аналіз перекладів багатьох художніх текстів виявляє недоліки передачі культурно-історичних реалій (КІР) засобами мови перекладу, що виливаються у порушення асоціативного поля, історичного часу, метасенсів та інших особливостей оригіналу. Особливість перекладу культурно-історичних реалій полягає у тому, що вони класифікуються як безеквівалентна лексика, тому передаються описово, різного роду трансформаціями, транслітерацією та іншими методами або опускаються взагалі [2, с. 57]. Проте у зв'язку з тим, що КІР є функціонально значущими й смислоутворюючими одиницями тексту, гострої актуальності набула проблема їх збереження та адекватного зображення під час перекладу. Очевидною постає необхідність визначення критеріїв та створення моделі адекватного перекладу КІР.

Власне смислоутворюючий потенціал КІР реалізується у тому, що вони: 1) здатні «занурити» реципієнта у стан рефлексії та змусити освоювати реальність художнього тексту, 2) створюють фон, на якому розгортається дія, певний специфічний національно-історичний і географічний простір, маркований рядом «культурних прикмет», 3) існують одночасно на усіх рівнях розуміння та зберігають структуру змістовності тексту (сми́слів і змісту) [1, с. 43]. Необхідно зазначити, що КІР мають перекладатися мовою приймальної культури так, щоб усі ці функції були збережені, тому елементи-реалії обов'язково семантизуються перекладачем (визначається їх значення, референційна, денотативна, конотативна та ін. функції), після чого він може вийти на когнітивний тип розуміння (опанувати деякі етнокультурні особливості мови оригіналу, у тому числі конотативні, емоційні та стилістичні відтінки, необхідні для подальшого сприйняття смислів художнього тексту) [4, с. 81].

Отже, для визначення найбільш адекватного засобу трансляції КІР необхідно визначити її характеристики: чи є вона «чужою» для обох мов, чи сучасною і внутрішньою для обох мов, при чому власною для мов оригіналу

та перекладу, та яку функцію вона виконує у системі змістовності художнього тексту. Адекватний перекладацький спосіб обирається з урахуванням усіх особливостей КІР, її зв'язків і відношень з іншими елементами тексту та таким чином, щоб зберегти або компенсувати функцію КІР в тексті перекладу відповідно до стилістичної інтенції її використання у вихідному творі. У «досконалому» перекладі КІР має належати до того ж самого сегменту, що й в оригіналі, що, з очевидних причин, не завжди можливо [4, с. 107]. Звертаючись до локальних та хронологічних параметрів КІР, перекладач може пропонувати різного роду зміни (наприклад, заміна архаїзму або історизму сучасною реалією), проте головною умовою під час пошуку засобу перекладу є збереження смислового навантаження КІР [3, с. 159].

Розробка алгоритму перекладу КІР може бути корисна під час перекладу інших значущих у художньому тексті безеквівалентних одиниць (приказки, прислів'я, «гра слів» тощо), тому потенціал досліджень у цій сфері невичерпний. Результати досліджень можуть бути використані не лише у практиці перекладу, а й у перекладознавстві під час навчання передперекладацької інтерпретації, аналізу художніх текстів та створення їх адекватних перекладів.

Література

1. Богатырёв А. А. Элементы неявного смыслообразования в художественном тексте. Тверь: Твер. гос. ун-т, 1998. 101 с.
2. Жигалина В. М. Причины возникновения неудачных переводческих решений. Лингвистика и филологическая герменевтика: сб. науч. тр. Тверь: Твер. Гос. ун-т, 2003. С. 53-60.
3. Латышев Л. К. Курс перевода: эквивалентность перевода и способы её достижения. М.: Международные отношения. 1981. 248 с.

4. Прошина З. Г. Теория перевода (с английского языка на русский и с русского языка на английский). Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2008. 276 с.

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ В АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТАХ

Санжарівець Анна

Студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Газети, на сьогоднішній момент, все ще залишаються актуальним, а онлайн-видання отримують все більший вплив на людей як засіб масової інформації. Газета відноситься до публіцистичного стилю, зазвичай в якій реалізується функція впливу та інформативності. У публіцистичних текстах зустрічаються такі тематики: моральні, філософські, політичні, економічні, філософські, питання культури та освіти, повсякденного життя.

Важливішою складовою газетних статей є, звісно, заголовки. Він відображає головні ідеї журналістського тексту. За допомогою влучного заголовка можна привертати увагу потенційних читачів, інтригувати, зацікавлювати. Головною функцією заголовка є лаконічне та яскраве попередження читача про зміст тексту і, як наслідок, полегшення сприйняття тексту [1]. Проте через невдалий заголовок до важливої та цікавої інформації матеріал можуть не помітити читачі.

Колесніченко А.В вважав, що важливість заголовка пов'язана з тим, що ймовірність його прочитання – понад 90 %, оскільки око автоматично помічає на смузі всі слова, написані великим жирним шрифтом. І якщо увагу читачів залучити за допомогою заголовка не вдалося, стаття, швидше за все, виявиться непрочитаною. Ще більша роль заголовків в інтернет-

виданнях, де читачі орієнтуються тільки за назвами і не бачать повних текстів доти, доки не відкриють відповідну статтю. Саме тому дуже важливо перекласти заголовок, щоб зберегти усі функції заголовку у повній мірі [2].

При перекладі заголовків англomовних газет українською необхідно враховувати, що для таких видань характерне переважання словесних заголовків. Наприклад: FLOODS HIT SCOTLAND; JOHNSON SENDS MESSAGE;

Важливою проблемою є переклад імен, в яких дієслівний присудок знаходиться в особистій формі і в ньому немає підмета. Дослівно такі назви неможливо перевести, дієслово можна зберегти тільки відновивши пропущену тему, тому часто доводиться дуже уважно читати всю статтю. Тому словесні назви цього типу найкраще переводити за допомогою змістовних фраз.

Також проблемою можуть стати різні скорочення, які дуже часто зустрічаються в заголовках і роблять їх важкими для розуміння. Найчастіше ці ярлики потім розшифровуються в тексті замітки або повідомлення

Якщо при перекладі ми стикаємося з абрeвіатурами або відомими нікнеймами, ми повинні враховувати, що стиль нашого шрифту абсолютно чужий і що в обох випадках ми повинні переводити ім'я повністю і замінювати ніки на прізвища [3].

Таким чином, ми розглянули найбільш важливі особливості перекладу заголовків англomовних газет. Вочевидь, проблематика перекладу у тім, що у заголовках припускається порушення мовних норм, завше перекладачу не достає знань про реалії та культурні особливості мови з якої перекладають. Ми, як перекладачі, маємо розуміти усі особливості тексту, і тоді переклад буде якісним.

Література

1. Рудницкая И. А. Прагматическая направленность газетного заголовка / И. А. Рудницкая // Сб. науч. трудов Моск. гос. пед. ин-та иностр. языков им. М. Тореза. – М., 1981. – Вып.177. – С. 157–179.
2. Колесниченко А. В. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Александр Васильевич Колесниченко // Издательство Московского университета. – 2008. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.evartist.narod.ru/text28/0034.htm>.
3. Комисаров В. Н. Пособие по переводу с английского языка на русский / В. Н. Комисаров, Я. И. Рецкер, И. В. Тархов., М.: Высшая школа, 1965. – 268 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ІНОЗЕМНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ

Сень Алла-Марія

*студентка 3 курсу бакалаврату кафедри прикладної лінгвістики
спеціальність «Філологія»*

Національний університет «Львівська політехніка»

Науковий керівник: ст. викл. кафедри ПЛ Брига Т.Р.

Свої початки реклама бере ще з середини 50-х рр. ХХ ст. та є невід'ємною частиною стосунків споживач-виробник, яка має на меті нелегку задачу: не лише проінформувати потенційних клієнтів про наявність продукту, але й зацікавити, показати його переваги та переконати, чому саме він вартий уваги на ринку.

Надзвичайно допоміжним та дієвим інструментом для успішного просування й популяризації певної пропозиції чи продукту слугує рекламний текст – слоган компанії, який містить різноманітні лексичні, стилістичні особливості, а деколи і маніпулятивного характеру, які би привернули увагу споживача та змусили його обрати саме запропонований

товар. [2, с.70-77] Рекламний текст володіє невід'ємною для успішності продукту комунікацією споживач-виробник, він також має на меті довести, що саме дана пропозиція є неповторною та необхідною.

Особливої уваги вартує проблема у процесі інтерпретації реклами з мови-джерела у мову-мету, так як у випадку невдалого перекладу рекламного тексту виробник може втратити потенційного клієнта, адже слоган втратив свої комунікативні особливості та ймовірні маніпулятивні методи впливу на споживача.

Дана тема є надзвичайно актуальною, адже тенденції комунікації через рекламу, її стилістичні, комунікативні та прагматичні особливості швидкоплинно змінюються та є досить різноманітні за характером, починаючи з реклами на білбордах та закінчуючи просуненням блогерів та їхніх пропозицій в Інстаграмі чи інших соціальних мережах.

Цікавий приклад невдалого перекладу з англійського оригіналу на українську мову пропонує Добровольська Д. [1, с.122]

Авторка детальніше описує проблему неврахування фонетичних особливостей мови-реципієнта та неувважності перекладачів при роботі з ними. [3, С.129-133] Слоган мінеральної води компанії F&K Waterhouse було інтерпретовано без дотримання специфіки перекладу та врахування омонімії Blue Water *blu:vota, результатом якого є «блювота».

Внаслідок вищезгаданого невдалого перекладу, який вплинув на лінгвокультурні та психологічні аспекти споживача, склався далеко не успішний імідж компанії як виробництва, що начебто пропонує потенційним клієнтам придбати не зовсім чисту воду.

Узагальнюючи тему особливостей перекладу комерційних слоганів варто ще раз звернути особливу увагу на те, що основна мета рекламного тексту – це донести споживачу ідею, використовуючи різноманітні концептуальні структури та методи маніпуляції споживачем, а згодом враховувати усі ці особливості у процесі інтерпретації слогану з іноземної

мови та не втратити стилістичні особливості виразу.

Література

1. Добровольська Д. М. Проблеми перекладу англomовних рекламних слоганів українською та російською мовами / Д. М. Добровольська // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія «Лінгвістика». – 2015. – Вип. 22. – С. 120-123.
2. Ісакова Є. П. Граматична організація текстів рекламного і інструктивного характеру в ергономічному аспекті / Є. П. Ісакова // Проблеми семантики слова речення та тексту: зб. наук. статей. – К.: КДЛУ, 1999. – №2. – С. 70-77.
3. Шукало І. М. Англomовні метафоричні рекламні слогани та їх переклад українською мовою / І. М. Шукало // Філологічні трактати. - 2012. - Т. 4, № 2. – С. 129-133.

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ КВАЗІСПЕЦІАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ НА МАТЕРІАЛІ СЦЕНАРІЮ ФІЛЬМУ «ЗОРЯНІ ВІЙНИ»

Таран Діана

Студентка 4 курсу, факультету лінгвістики, групи ЛА-73

НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»

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

Аналіз перекладацьких трансформацій у межах кінодискурсу є досить актуальним дослідженням у сфері перекладу. Умови контексту не завжди дають можливість знайти еквівалент, тому перед перекладачем стоїть завдання передати значення за допомогою трансформацій. Ми проаналізували найрозповсюджені трансформації при перекладі квазіспеціальної лексики жанру наукової фантастики на матеріалах оригінального сценарію «Зоряні війни: IV епізод» та його українського дубляжу. Під «квазіспеціальною лексикою» мається на увазі шар лексичних

новотворів, який номінує об'єкти та явища, що існують винятково в авторському фантастичному світі [1, с. 74]. Цей шар лексики, більша частина якої складається з неологізмів і термінів, відноситься до безеквівалентної. Серед всіх трансформацій нами було виділено найпоширеніші: транскодування, калькування, експлікація та експресивація.

Транскодування. Цей спосіб перекладу відбувається шляхом відтворення звукової (транскрипція) та графічної (транслітерація) форми слова засобами мови перекладу [3, с. 13]. Так, наприклад, прийомом транскодування перекладено такі слова як *Jedi* – джедай, *droid* – дроїд, *Alderaan* – Альдераан, *Tatooine* – Татуїн, *Darth Vader* – Дарт Вейдер, *Jawa* – Джава, *clone* – клон, *Sith* – сітх, *blaster* – бластер.

Калькування полягає в передачі денотативного значення лексичної одиниці без збереження звукової або орфографічної форми, але з відтворенням структурної її моделі [3, с. 9]. Приклади: «*He was the best star-pilot in the galaxy, and a cunning warrior...*» [2, с. 37] – *То був найкращий зорепілот у галактиці, а який воїн...*; «*Your fathers lightsaber.*» [2, с. 38] – *Світловий меч твого батька.*; «*Dangerous to your starfleet, Commander, not to this battle station!*» [2, с. 41] – *Загроза для вашого зорефлоту командире, не для цієї бойової станції.* «*Only Imperial stormtroopers are so precise.*» [2, с. 43] – *Лише імперські штурмовики уміють так стріляти.*»

Експлікація (описовий переклад) полягає в описі засобами мови перекладу певного поняття, тим самим розширюючи його значення [3, с. 11]. Приклад: «*And I am See-Threepio, human-cyborg relations, and this is my counterpart, Artoo-Detoo.*» [2, с. 22] – *А я С-3РО сприяю спілкуванню людей з кіборгами, а це мій колега Р2Д2.*

Експресивація. Цей спосіб перекладу відбувається шляхом заміни нейтральної лексичної одиниці її стилістично-забарвленим відповідником, що надає перекладу емоційне забарвлення [3, с. 33] Приклади: «*That*

malfunctioning little twerp» [2, с. 12] - Бракований курдуплик; «*Well, not unless you can alter time, speed up the harvest, or teleport me off this rock!*» [2, с. 22] – Та ні, хіба що вплинеш на час, прискорши жнива і **телепортуєш мене з цієї діри**; «*Don't be too proud of this technological terror you've constructed*» [2, с. 42] – Не перебільшуйте можливостей **цього техномонстра**; «*Don't try to frighten us with your sorcerer's ways, Lord Vader*» [2, с. 42] – Не треба лякати нас своїми **чаклунськими штуками**, Лорде Вейдер.

Особливості наукової фантастики визначають її складність як явища мистецтва і ця специфіка залишається предметом дискусії. Не дивлячись на певні труднощі перекладу, квазіспеціальна лексика має сприйматися як характерне мовне явище жанру наукової фантастики, і відсутність слова в словнику не може бути перешкодою для його перекладу.

Література

1. Шайнер Г. Фантастизми та терміни в науково-фантастичному тексті; принципи взаємодії [Електронний ресурс] / Г. Шайнер, Н. Вільховченко // 4 Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. № 43. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v43/part_2/21.pdf
2. Lucas G. Star Wars: Episode IV - A New Hope [Електронний ресурс] / George Lucas // JOURNAL OF THE WHILLS – Режим доступу до ресурсу: <https://imsdb.com/scripts/Star-Wars-A-New-Hope.html>.
3. Practical Course of Translation from English into Ukrainian: навч. посіб. / Людмила Науменко, Анжела Гордєєва. – Вінниця: Нова. Книга, 2011. – 136 с.

ГЕНДЕРНА ОСОБИСТІТЬ ПЕРЕКЛАДАЧА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПЕРЕКЛАД

Третяк Ольга

студентка 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Термін «гендер» означає певні відмінності між представниками жіночої та чоловічої статі, деякі розбіжності у їх емоційних та ментальних властивостях в умовах їх соціальної репрезентації.

Останнім часом проблемі гендеру у перекладознавстві приділяють все більше уваги, адже це – важливий фактор за обставин прогресу та функціонування суспільства. До недавнього часу проблематика визначення гендерних категорій знаходилася на периферії суспільної самосвідомості, сприймалась частіше як другорядний соціальний та психологічний фактор у лінгвістиці [1, с. 53].

В умовах сучасного розвитку загалу, стрімкі зміни його тенденцій у боротьбі проти вияву стереотипів, базованих на статі особи, та сексизму відбиваються у мові. Недооцінка саме гендерного чинника при перекладі може мати серйозні наслідки, навіть призвести до відторгнення тексту перекладу культурою даної мови і несприйняття його носіями [2, с. 156].

Текст перекладу безпосередньо зазнає впливу від гендерно маркованої культури отримувача, але при цьому він залежить ще й від контролю перекладача, який є представником певної статі з притаманними їй культурно та суспільно зумовленими характеристиками. Стиль перекладача базується на його схильності до використання певної лексики, наданні їй емоційної забарвленості та вибору граматичних форм. Тому важливим критерієм адекватності перекладу є гендерна неупередженість створюваного перекладачем дискурсу. А оскільки жоден переклад не може бути гендерно нейтральним, то «гендер оригіналу», проходячи через

гендерно зумовлену призму свідомості перекладача, або затьмарюється «гендером перекладача» або, навпаки, заступає останній. [3, с. 412].

Серед перекладачів жіночої статті спостерігається тенденція надмірного використання емоційно забарвленої лексики для передачі душевного стану героя, зловживання книжними кліше та вставними конструкціями. Цьому протиставляється стриманий переклад чоловіків, які надають перевагу використанню менш експресивної, стилістично нейтральної лексики.

Жіночому розуму властиві операції індуктивного характеру. Жіноча мова містить велику концентрацію емоційно-оцінної лексики, а чоловіча лексика частіше стилістично нейтральна. Часто жінки схильні до інтенсифікації, насамперед, позитивної оцінки. Чоловіки ж схильні до негативної оцінки, вживаючи стилістично знижену, лайливу лексику та інвективи; вони набагато частіше вживають сленг, нелітературну та ненормативну лексику, саме тоді жінки притримуються слів з нейтральним стилістичним забарвленням [4, с. 95].

О.Паненко описала проведений нею дослід, результати якого дозволяють сказати, що перекладачі-чоловіки мають тенденцію до значного скорочення тексту, надають перевагу стилістично зниженій лексиці, яка робить мову грубішою, часто вживають вставні слова, які мають значення констанції, а саме: «очевидно», «звичайно», «звісно». Перекладачі-жінки схильні до використання вигуків типу «ой!», «ай!», «ах!», книжної лексики, фразеологізмів та евфемізмів. Ці чинники демонструють, що жінки та чоловіки схильні по-різному інтерпретувати текст та перекладати його. Прискіпливе вивчення тексту, що має за мету досягнення гендерної нейтральності, наближає перекладача до адекватного перекладу.

Отже, перекладач та гендер, що проявляє себе певною мірою через його особистість, безпосередньо впливають на переклад. Перекладач-чоловік та перекладач-жінка по-різному відтворюють текст, вдаючись до не

схожої за характером лексики та мовних засобів. Адекватний переклад не має свідчити про те, хто його автор – чоловік чи жінка, окрім того, він має найменшою мірою відбивати особисті переконання та характер перекладача. З цього випливає, що дії перекладача мають безпосередньо гарантувати дотримання гендерного балансу.

Література

1. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании: введение в гендерные исследования / Е. Горошко. – Харьков: ХЦГИ, 2001. – Ч. 1.
2. Васильєва Е. В. Значення гендерних маркерів при перекладі офіційно-ділових промов. Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2010.
3. Комов О.В. гендерний аспект перекладу. Актуальні проблеми слов'янської філології. – 2011. – Випуск XXIV. – Частина 1.
4. Паненко О. Гендерные особенности перевода. URL: <https://docplayer.ru/42238568-Gendernye-osobennosti-perevoda.html> (дата звернення: 03.05.2020).

ВИДИ ЛЕКСИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

Чепенко Інна

студентка 4 курсу факультету лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Котвицька В. А.

На сьогодні в лінгвістиці не вщухає, але й помітно зростає науковий інтерес до вивчення шляхів подолання труднощів перекладу, з якими стикається будь-який перекладач, адже повністю правильно відтворити зміст й адекватно перекласти текст іншою мовою, не втрачаючи змісту, іноді дуже

важко. Саме через це перекладачі змушені, що ми називаємо: вдаватись до перекладацьких трансформацій.

Багато видатних вчених займались дослідженням різних типів перекладацьких трансформацій: Я. Й. Рецкер, В. Н. Комісаров, О. Л. Семенов, Л. К. Латишев, О. Д. Швейцер, А. М. Фітерман, Т. Р. Левицька та ін.

Л. К. Латишев у своїй праці «Курс переклада» визначає лексичні трансформації як «відхилення від словникових відповідностей» [1].

Існує п'ять основних типів лексичних трансформацій: 1) конкретизація; 2) генералізація; 3) прийом лексичного додавання; 4) прийом опущення; 5) калькування.

Конкретизація – це заміна слова або словосполучення вихідної мови (далі – ВМ) з більш широким значенням словом або словосполученням мови перекладу (далі – МП) з більш вузьким значенням: *Gerät ausschalten, wenn nicht gesaugt wird.* – *Вимикайте пилосос навіть за невеликих пауз у прибиранні.*

Прийом генералізації протилежний конкретизації, тому що він полягає в заміні одиниці ВМ, що має більш вузьке значення, одиницею МП з більш широким значенням: *Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihre Gemeindeverwaltung oder Ihren Händler.* – *З усіма питаннями звертайтеся до організації торгівлі, яка продала Вам холодильник.*

Наступний прийом – лексичне додавання. Введення додаткових слів обумовлюється низкою причин: відмінностями у структурі речень, відсутністю відповідного слова або відповідного лексико-семантичного варіанта даного слова: *Tippen Sie in der oberen rechten Ecke des Startbildschirms auf.* – *Щоб додати віджет на робочий екран, натисніть у правому верхньому куті екрану.* Дане додавання можливе тільки завдяки контекстній інформації.

Опущення – явище, протилежне додаванню. При перекладі опущенню піддаються найчастіше слова, які є семантично надмірними, з точки зору їх смислового змісту. Усунення семантично надлишкових елементів вихідного тексту дає перекладачеві можливість здійснювати те, що називається «компресією тексту», інакше кажучи, скороченням його загального обсягу [2]: *Flaschen mit Flüssigkeiten, die gefrieren können, nicht im Gefrierraum lagern, da die Flaschen beim Gefrieren platzen.* – *Пляшки з замерзаючими рідинами не слід зберігати в холодильнику, оскільки вони можуть лопнути.* Опущення *beim Gefrieren* викликано тим, що воно повторює зміст раніше сказаного в реченні.

Калькування – спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин – морфем або слів (у випадку стійких словосполучень) їх лексичними відповідниками у МП. Суть калькування полягає у складанні нового слова або сталого поєднання у МП, що копіює структуру вихідної лексичної одиниці: *das Mobilnetz (mobile network)* – *мобільна мережа.*

Таким чином, перекладацькі трансформації необхідні, щоб дотримати «правильність» мовних норм, щоби мова перекладача сприймалась як «адекватна й грамотна мова».

Література

1. Латышев Л. К. Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения. М., 2011. 248 с.
2. Львовская З. Д. Современные проблемы перевода / З. Д. Львовская; пер. с исп. В. П. Иовенко. М., 2008. 224 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ПРАВОВИХ ДОКУМЕНТІВ

Черниж Анастасія

Студентка 4 курсу, група ЛА-73, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Василенко Л. О.

Документи відіграють важливу роль у суспільстві. Завдяки ним зберігається та передається різноманітна інформація у просторі й часі. Особливої уваги заслуговують правові документи, які фіксують значні факти, дії чи події, а також регулюють правовідносини.

Завдяки інтеграції України до Європейського Союзу виникає потреба в розширенні міжнародного ділового спілкування. Щоб забезпечити співпрацю держав, їхніх юридичних та фізичних осіб на належному рівні необхідно грамотно перекладати правові документи.

Взаємозв'язок мови та права має певні особливості, що цікавлять не тільки юридичних осіб, а й кваліфікованих мовознавців. Перекладом правових документів займалися ще з давніх пір під час укладання договорів між державами. Даний вид перекладу має цілу низку особливостей, які має брати до уваги кожен перекладач правового документа.

До основних особливостей правових документів належать: відсутність емоційного забарвлення, зв'язність та послідовність, а також точність і простота викладу матеріалу, насиченість юридичною лексикою, зокрема, юридичними термінами та фразеологізмами [2, с. 10]. Варто зауважити, що юридичні фразеологізми не допустимо перекладати за допомогою калькування. Наприклад, «bad actor» слід перекладати як «закоренілий злочинець», а не «поганий актор» [5, с. 268].

Особливої уваги заслуговують юридичні терміни, що є ключовими словами у будь-якому правовому документі. В той час, коли в одній галузі права вони синонімічні, то в іншій різняться за значенням [5, с. 269].

Основним способом перекладу юридичних термінів є пошук еквівалентного відповідника. Однак, за його відсутності у мові перекладу, перекладач може використовувати інакші прийоми перекладу, такі як: калькування, транскодування та лексико-семантичну заміну.

Задля вдалого перекладу правових документів кожен перекладач має володіти правовою термінологією, мати базові знання у галузі права тих країн, між якими відбувається правова комунікація. Чеські лінгвісти В. Матезіус та В. Прохазка вважають, що передача тексту, не лише зміна мови, а й зміна культури [4, с. 183].

Для перекладача текст оригіналу та перекладу є рівноправними формами одного повідомлення, тому він повинен зберегти ту адекватність під час перекладу. Ось чому кожен перекладач правових документів має володіти «юридичної грамотністю» як мовою оригіналу так і мовою перекладу [1, с. 45].

Підсумовуючи зазначене вище, можна визначити, що процес перекладу обов'язково передбачає перетворення тексту, яке залежить від розуміння перекладача. При цьому юридичний переклад є більше актом міжкультурної комунікації, ніж актом міжмовної комунікації, оскільки в перекладацький контакт вступають різні правові системи і правові культури, відмінності між якими зумовлюють багато проблем при їх інтерпретації. У перспективі – поглиблене дослідження особливостей перекладу юридичних текстів іншими мовами.

Література

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанровостилістичні проблеми / В. І. Карабан. – Вінниця: Нова Книга, 2004. – 576 с.
2. Кравченко С.П. Мова як фактор правоутворення та законотворення: автореф. дис. ... к. юрид. наук. Одеса, 2000. 20 с.

3. Сніца І., Шумило І. Особливості перекладу юридичних текстів. *Філологічний дискурс*. 2016. №4 С. 266-272
4. Рецкер Я. И. Пособие по переводу с английского языка на русский язык / Я. И. Рецкер. – Минск: ТетраСистемс, 1982. – 256 с.
5. Циткіна Ф. О. Термінологія й переклад. Львів: ВЛІ, 1988. 35 с.

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕРМІНІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД

Чупак Маргарита

студентка 4 курсу, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Ковальська Н.В.

Переклад термінології вважається однією з найскладніших проблем у галузі лінгвістики та перекладознавства, через те, що терміни мають відношення до лексики, котра розвивається швидкими темпами, має попит у фахівців різних сферах та вимагає особливої уваги.

Відсутність комплексного наукового опису перекладацьких аспектів терміносистеми галузі економіки призводить до нагальної необхідності створення сучасних лексикографічних джерел української фінансової лексики, зокрема укладання перекладних словників.

Велика кількість термінів складаються з препозитивних атрибутивних словосполучень, тобто таких, котрі містять означення і означуваний компонент і означення займає в словосполученні початкову позицію [2].

Щоб правильно розуміти та перекладати той або інший термін потрібно визначити його словотвірну та морфологічну структуру, семантичні відмінності загальноживаних слів. Терміни поділяються на такі структурні типи:

- 1) звичайні терміни (прості кореневі слова);
- 2) похідні терміни;

- 3) складні терміни;
- 4) терміни-словосполучення.

Однак, слово-термін є непохідним, його основа завжди є сталою та містить головне значення слова. Похідне слово-термін містить у своєму складі одну кореневу та одну (чи більше) афіксальну морфему: *acceptance, disaffirm, defamation, voidable ma inuit*. Серед афіксів можна виділити два типи:

- 1) власні (внутрішні засоби мови);
- 2) запозичені [3, с.10].

Щоб правильно перекласти утворені афіксальним шляхом терміни потрібно розуміти та знати продуктивні афікси в підмові фінансів та вміти правильно ділити слово на компоненти. Так, процес перекладу складних термінів відбувається завдяки двом основним процедурам – аналітичній та синтетичній. Під час перекладу словосполучень велику роль має аналітичний етап – процес перекладу окремих його компонентів.

В залежності від кількості та характеру на рівні компонентної еквівалентності в основному користуються трансформаціями, що зачіпають граматичну структуру висловлювання. Потрібно також пам'ятати те, що для перекладу окремих слів і словосполучень необхідно знайти:

- 1) наявні в іншій мові однозначні еквіваленти;
- 2) варіантні контекстуальні відповідності;
- 3) адекватні заміни [1, с.71].

Однак, єдиної класифікації трансформацій немає. Більш того, важливо мати повноцінний опис системи таких відповідностей для конкретної пари мов, щоб максимально полегшити та прискорити роботу перекладача. Розуміння відповідностей є головним інструментом перекладача для швидкого підбору необхідного варіанту перекладу в умовах, коли час, відведений на переклад обмежений. Що особливо актуально у процесі синхронних та усно послідовних перекладах.

Література

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Л.: «Просвещение», 1973.-303 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод.- М.: Международные отношения, 1975.-190 с.
3. Лотка О.М. Англomовна термінологія фінансово-економічних взаємин: Автореферат дисертації на здобуття ступеню к. філол. наук. 10.02.04/Київський національний університет ім. Т. Г. Шевченка. – К., 2000. - 20 с.

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ-НЕОЛОГІЗМІВ

Чупровська Віталія

студентка четвертого курсу, групи ЛА–371 факультет лінгвістики.

кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

КПІ імені Ігоря Сікорського

Науковий керівник: ст. викл. Ковальська Н. В.

У зв'язку зі значним розвитком науково-технічної сфери та все більшою популяризацією української мови за останні роки, надзвичайно гостро постало питання щодо технічного перекладу англійської літератури українською мовою. Така праця потребує особливої обізнаності, як і у царині лінгвістики, так і безпосередньо у сфері, до якої належить текст. Технічні тексти характерні значним вмістом термінології, серед якої все більше виникає термінів-неологізмів. Останні викликають особливі труднощі при перекладі, оскільки потребують певного творчого підходу. Все викладене вище свідчить про актуальність цієї лінгвістичної розвідки.

Метою цієї роботи є систематизація теоретичного матеріалу щодо особливостей перекладу неологізмів з англійської мови на українську зі застосуванням, перш за все, описового перекладу, уточнення передачі

значення нового слова в контексті та підкреслення необхідності застосування творчого підходу при перекладі термінів-неологізмів.

Нерідко, через прискорене видання різноманітної літератури, трапляються функційно-невдалі українські перекладацькі еквіваленти, неадекватні для використання [3]. Основним чинником, що впливає на виникнення нових одиниць, є необхідність номінації нових явищ з дотриманням мовної економії [1]. Зазвичай, терміну приписують певну нейтральність та чіткість. Проте, часто для адекватного перекладу науково-технічного тексту необхідно застосовувати аргументовану суб'єктивну (авторську) думку [2]. Серед труднощів, при перекладі термінів-неологізмів варто виділити, перш за все, контекстуальність термінів. Найнебезпечнішим, проте, на жаль, широко поширеним шляхом перекладу термінів-неологізмів є калькування. До цього призводить відсутність сформованої повноцінної терміносистеми [4]. І, хоча, термін у мові-реципієнті часто є лаконічним, рідко доцільним. У такому випадку краще знехтувати стислістю, та піти шляхом застосування описового або авторського перекладу. Оскільки надмірне засмічення мови словами іншомовного походження робить її звучання «пластмасовим», штучним, неприродним. Серед вимог до описового перекладу (за В.І. Карабаном), найкритичнішими є точна передача змісту позначеного неологізмом поняття при простій синтаксичній структурі словосполучення та не надто докладному описі. Наприклад: telebanking – фінансова служба, яка дозволяє клієнту проводити банківські операції через домашній комп'ютер [5]. Саме інтерпретація перекладачем термінів-неологізмів у вихідному тексті допомагає якісно передати ідею мовою перекладу. А це безумовно потребує певного творчого процесу [2].

Отже, створення грамотного перекладу науково-технічної літератури – це завжди баланс між чітким дотриманням стилістичних норм, кліше та

терміносистеми цього виду текстів та творчим процесом, що включає переосмислення, інтерпретацію та контекстуальне вживання термінів.

Література

1. Бондар Л. А. Механізми перекладу англійських термінів-новоутворень українською мовою / Л. А. Бондар // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. - 2011. - Вип. 6. - С. 81-87.
2. Васецька О. І. Уваги до проблеми авторських термінів. // Журнал «Українська мова» – №4 (72) 2019 – С.105-111
3. Войтович Я. Про неадекватні терміни-неологізми в перекладах на англійську мову. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія “Проблеми української термінології”. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 593. – С. 33-37
4. Навагіна, А., Кондратенко, А. (2016). Актуальні проблеми перекладу сучасних науково-технічних текстів (Doctoral dissertation, Полтава: ПолтНТУ).
5. Рабійчук Л., Лемешко О. Особливості перекладу англійських неологізмів на українську мову. // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського Серія “Філологія (мовознавство)”. – 2014. – Вип. 20. – С. 277-282.

ОСНОВНІ СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Шумка Христина

студентка 2 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

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

Сьогодні спостерігається невпинний процес комп'ютеризації різних сфер знань. У зв'язку з цим комп'ютерну лексику використовують не лише програмісти, а і люди, які не мають жодного відношення до даної сфери. Спеціальна комп'ютерна лексика проникає не лише в професійне спілкування, але і в літературну мову і закріплюється в ній на довгі роки. Таким чином, проблема перекладу комп'ютерної термінології є дуже актуальною.

Для перекладу комп'ютерної термінології використовують різні способи перекладу. Основні з них:

1. Калькування.
2. Транскодування.
3. Описовий переклад.
4. Еквівалентний переклад.

Калькування – це один із найпоширеніших методів перекладу комп'ютерної технології. Калькування – це переклад лексичних одиниць оригіналу, шляхом заміни їх складових частин лексичними відповідниками у мові перекладу. Даний спосіб часто використовують для складних термінів. Наприклад: *hot keys* – *гарячі клавіші*; *network neighborhood* – *мережеве оточення*; *control panel* – *панель управління*; *disk storage* – *дискова пам'ять*; *artificial neural network* – *штучна нейронна мережа*.

Транскодування використовується в передачі звукової та графічної форми слова вихідної мови засобами абетки мови перекладу. Транскодування поділяється на **транслітерацію** (*indicator* – *індикатор*, *operator* – *оператор*; *processor* – *процесор*) **транскрибування** (*browser* – *браузер*; *site* – *сайт*; *toner* – *тонер*) **змішане транскодування** (*on-line* – *он-лайн*; *chat* – *чат*; *interface* – *інтерфейс*) **адаптоване транскодування** (*card* – *карта*; *profile* – *профіль*; *matrix* – *матриця*).

Описовий переклад або ще називають **експлікація** (від лат. *explicatio* – роз'яснення) це трансформація при якій лексична одиниця мови-оригіналу

замінюється словосполученням, яке дає пояснення або визначення цієї одиниці [1]. Наприклад: *non-mouse program* – програма, для використання якої не потрібна комп'ютерна мишка; *freeware* – безкоштовне програмне забезпечення; *crossfade* – перехід від одного звукового запису до іншого; *native mode* – режим роботи у власній системі команд; *nucleus* – ядро операційної системи;

Еквівалентний переклад використовується коли наявний відповідник у мові перекладу. Наприклад: *error* – помилка; *keyboard* – клавіатура; *memory* – пам'ять; *mode* – режим; *screen* – екран.

Отже, для перекладу комп'ютерної термінології використовують калькування, транскодування, описовий та еквівалентний переклад. Комп'ютерна термінологія є доволі динамічною і потребує постійного дослідження спеціалістів.

Література

1. Трофимова З. С. Словарь новых слов и значений в английском языке. / З. С. Трофимова – М. Павлин, 1993. – 304 с.
2. Англо-український тлумачний словник з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування / уклад. Е. Пройдаков, Л. Теплицький. – Вид. 2-ге. – К. : Вид. дім «СофтПрес», 2006.
3. Єнікєєва Є. М. Особливості перекладу комп'ютерних термінів на українську мову // Вісник СумДУ. / Є. М. Єнікєєва – 2001. – №5 (26).

АНГЛОМОВНІ ЕМФАТИЧНІ КОНСТРУКЦІЇ

В ТЕКСТАХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ:

ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Янгаличева Дарина

Студентка 4 курсу бакалаврату, факультет лінгвістики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Кожна мова має лексичні і граматичні засоби, які забезпечують підсилення висловлювання. Такі засоби в лінгвістиці називають емфатичними. Доволі часто емфаза зустрічається в ораторському (політичні промови), а також в художньому і публіцистичному стилях.

Термін емфаза, як зазначає тлумачний словник, з'явився в кінці XVII століття (від грец. – напруженість мови, посилення її емоційної виразності, виділення якогось елемента за допомогою інтонації, повторення, звертання, запитань тощо) [1, с. 75]. Можна зазначити, що термін емфаза розуміється і в більш широкому значенні – як підсилення загальної емоційності, експресивності мовлення [3, с. 43]. Емфатичне забарвлені вислови набувають ознак інтенсивності та експресивності, які є характерними рисами емфатичних конструкцій.

До основних граматичних конструкцій належать:

- a) Інверсія – порушення звичайного порядку слів;
- b) Конструкція з *it* на початку речення;
- c) Конструкція *Condensed Relative*, в якій неозначені займенники *who, what, whatever, whoever, whomever* виступають в ролі підмета;
- d) Конструкції з використанням ступенів порівняння прикметників та прислівників;
- e) Заперечні емфатичні конструкції, створені двома запереченнями *not i until* [4, с. 169].

До лексичних емфатичних конструкцій відносять:

- Конструкції з підсилювальним дієсловом *do*;
- Конструкції *what a..., such a..., neither...nor, either...or, so very (much), more than ever, too...to ect*;
- Прийоми експлетиву – вживання вставних емфатичних слів (мовні одиниці типу *indeed, to be sure, without doubt, undoubtedly*);
- Емфатичні повтори [3, с. 116].

Вказаний вище перелік емпатичних конструкцій не є вичерпним. Переклад їх не може бути зведений до простого формулювання, а є процесом творчим і часто обумовленим [3, с. 56].

Одним із засобів вираження лексичної емпізи в англійській мові є дієслово *do*. *I do so recognize that change cannot happen overnight (R. Reagan)* – Безсумнівно, я усвідомлюю, що зміни не відбуваються так швидко. В цьому випадку виділяється дієслово з метою підкреслення впевненості політика в тому, про що він говорить.[5, с. 85]

Вживання вставних емпатичних слів(прийом експлетиву): *There is a difference, however, between leading a coalition of many nations and submitting to the objections of a few (F. Roosevelt)*. – Однак існує різниця між управлінням багатонаціональною коаліцією й підкоренням протестів меншості. В цьому реченні емпатичне *however* означає протиставлення, яке витікає з контексту і перекладається допустовим *однак*. [5, с. 85]

Непрості випадки перекладу становлять англійські вставні конструкції із запереченням: *And whatever you voted for, you did not vote for failure (R. Reagan)*. І за що б ви не голосували, ви не голосували за провал. При відтворенні українською мовою емпатичної конструкції вжито два заперечення. Тому частину *and whatever you voted for* перекладається як і за що б ви не голосували, яке надає стилістичного забарвлення.[5, с. 86]

Часто емпатичні повтори вживаються з антитезою для вираження більшої емоційності: *American are a free people, who know that freedom is the right of every person and the future of every nation. The liberty we prize is not American's gift to the world it is God's gift to humanity (B. Obama)*. - Американці – вільні люди, які знають, що воля – це право кожної людини і майбутнє кожної нації. Свобода, яку ми так високо цінуємо, - це не дар Америки світу, це дар Бога всьому людству. Під час перекладу зберігається емпатична конструкція.[5, с. 86]

Під час перекладу з використанням присвійних займенників

застосовуються різноманітні трансформації (додавання, заміна): *Yesterday is not our's to recover, but tomorrow is our's to win or to lose (B. Obama).* - Ми не можемо змінити минуле, але саме від нас залежить чи вдасться нам змінити наше майбутнє на краще, чи ні. [5, с. 87]

З аналізу наведених прикладів робимо висновок, що в англійській мові існує велика різноманітність засобів вираження емпізи. Така різноманітність може представляти труднощі для розуміння тексту і його перекладу, тому лінгвісти використовують різні трансформації та інші перекладацькі засоби.

Література

1. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. – К.: Вища школа, 1985. 75 с.
2. Карабан В. І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську мову. – Вінниця: Нова Книга, 2003. – 608 с.
3. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова – Полтава: Довкілля – К., 2006. – с. 116.
4. Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики / Ю. М. Скребнев. – Москва: Издательство иностранной литературы, - 1975. – 142 с.
5. Фадєєва О. В. Проблема відтворення емпітичної функції під час перекладу англомовних текстів. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун-ту. Сер.: Філологія. 2019.- с. 83-88.

**ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ
ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У УЧНІВ ЗОШ**

Дімітрієва Марія

студентка 2 курсу магістратури, інститут філології

КНУ ім. Тараса Шевченка

Науковий керівник: к. пед. н., доц. Кожедуб Л. Г.

«Єдина можливість змусити людину зробити що-небудь – це зробити так, щоб вона сама захотіла зробити це» – Д. Карнегі.

Викликати у учнів загальноосвітніх навчальних закладів інтерес та зацікавлення до вивчення іноземної мови можливі у тому випадку, якщо знайти вдалий підхід до учнів та підвищити їхню мотивацію до навчання.

У своїй праці «How to teach English» («Як викладати англійську»), Джеремі Хармер окреслює важливість питання мотивації учнів. Він також засвідчує, що учні діляться на декілька груп. Тому до кожного типу учнів потрібно знаходити окремий підхід. Крім того, на учителі також лежить відповідальність за навчальний процес та створення відповідних умов для навчання. Учитель має зацікавити учня та знайти до нього належний підхід [5].

Інтерес, як важливий компонент внутрішньої мотивації характеризується трьома основними ознаками: позитивною емоцією стосовно діяльності; наявністю пізнавального компонента цієї емоції; наявністю безпосереднього мотиву, який є продуктом самої діяльності [4].

Основними методами формування пізнавального інтересу є: дискусія, диспут, включення учнів у ситуацію особистого переживання успіху в навчанні, в інші ситуації емоційно-моральних переживань (радісті,

задоволення, здивування тощо), метод опори на здобутий життєвий досвід, метод пізнавальної, дидактичної, рольової гри, використання цікавих для учнів прикладів, парадоксальних фактів, проведення дослідів, цікаві аналогії [3]. Крім того, спонукання до розбору нової лексичної чи граматичної теми може викликати і вдалий підбір епіграфу до уроку.

Амонашвілі у своїй праці «Основи гуманної педагогіки» описує такі засоби стимулювання і мотивації пізнавальної діяльності школярів, як: варіювання стимулювання учня (відмова від монотонної манери викладу, вільна поведінка викладання у класі); залучення інтересу за допомогою захоплюючого початку, мало відомого факту, оригінального або парадоксального формулювання проблеми; педагогічно грамотне підведення підсумків заняття або певних частин (граматичних, лексичних); використання пауз або невербальних засобів комунікації (погляду, міміки, жестів); майстерне застосування системи позитивних/негативних підкріплень; постановка питань, що підводять учня до узагальнення навчального процесу; використання ілюстрацій та прикладів та інші [1].

Артюшина М. В. описує такі методи психологічного впливу викл.а, як метод сугестії (навіювання) – опосередковане формування думки про необхідність навчання через підсвідомість студентів, а саме: періодичний повтор думки; висування вимог до бажаної емоційної реакції («Думаю, ви зі мною погодитесь, що ...»); впевненість поведінки; виразне, розміряне мовлення. Метод переконування: прийом «так, але...», прийом «бумерангу» (відповідь запитанням на запитання, аргументом на аргумент; прийом трьох «Так»; дотриманням черговості аргументів: сильні – середні – найдужчі (правило Гомера); виявлення суперечностей в аргументах опонента. Метод самопросування: демонстрація своїх можливостей; розкриття своїх особистих цілей. Метод зараження: висока енергетика власної поведінки; артистизм у виконанні дій; залучення партнерів; виконання дій, що інтригують; поступове нарощення інтенсивності дій; індивідуалізований

погляд в очі; погляд і тілесний контакт. Метод пробудження імпульсу до наслідування: публічна популярність; демонстрація високих зразків майстерності; особистий магнетизм; заклик до наслідування.

Підсумовуючи, зазначимо, що існують різні шляхи мотивації учнів до вивчення іноземної мови, але, насамперед, вмотивувати учнів до вивчення предмета можна шляхом уникнення одноманітності, шаблонності в роботі, використання методів навчання, які збуджують пізнавальний інтерес і стимулюють самостійне мислення школярів [2].

Література

1. Амонашвілі Ш. О. Основи гуманної педагогіки. Кн 6: Педагогічна симфонія. Ч. 1 – М.: Амріта-Русь, 2016. – 315 с.
2. Артюшина М.В. Методи і прийоми мотивування і стимулювання навчальної діяльності студентів / М.В. Артюшина // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2013. – Вип. 3. – С. 25-32.
3. Форми, методи та засоби навчання: інтернет-платформа. URL <http://www.pedahohikam.net/nervs-403-7.html> (дата звернення: 20.02.21).
4. Щукіна Г. І. Педагогічні проблеми формування пізнавальних інтересів учнів / Г. І. Щукіна. – М. Педагогіка, 1998. – 208 с.
5. Jeremy Harmer. How to teach English – Harlow: Pearson Education Limited, 2010. – 290 p.

PECULIARITIES OF TEACHING TECHNICAL ENGLISH

Zarovska Anna

1st year master's student, Institute of Physics and Technology,

Igor Sikorsky KPI

Scientific adviser: Medkova O. M.

Foreign languages, in particular English, is one of the tools for the development of specialists in various fields. It is difficult to overestimate its

importance for students of non-language disciplines, especially for students of technical specialities.

For such students, technical English is an integral part of the learning process. The advantages of studying this discipline are as follows [1]:

- you can read professional literature in the original;
- you can communicate with the international community of colleagues;
- you will have good competitiveness in the international market.

These advantages correspond to the didactic principle of connection of learning with life [2]. At the same time, didactic principles such as the principle of conscious learning and scientific learning are of limited importance. It is possible to neglect certain purely scientific linguistic approaches in favour of the formation of subconscious speech skills. The same applies to the principles of clarity and systematicity. When we talk about clarity, we do not mean the visual perception of information, but simply examples of its use. Systematicity concerns consistent study and practice.

One of the innovative methods of learning foreign languages is the project method. It perfectly combines all the above principles and allows you to effectively solve the problem of personality-oriented approach in teaching students a foreign language [3]. The application of project methodology increases students' interest in foreign language communication by developing their intrinsic motivation. The project methodology allows:

- to provide active practice for each student, to form necessary abilities and skills in this or that kind of speech activity, and also linguistic competence at the level defined by the curriculum;
- to give students the opportunity to think, solve problems, focus on the content of their statements, which is necessary for the formation of communicative competence;
- to acquaint students with the foreign language context related to their speciality.

Thus, the teaching foreign languages to students of technical disciplines has its own characteristics. One of the innovative teaching methods that meets these features is project work.

Literature

1. Колотай К.О. Актуальність методики викладання англійської мови за професійним спрямуванням. *Збірник наукових матеріалів LIX міжнародної науково-практичної інтернет – конференції «Актуальні проблеми сучасної науки»*. Дніпро, 2021. С. 142-144.
2. Методика викладання іноземних мов та їх аспектів у вищій школі: підручник / О.Б. Тарнопольський, М.Р. Кабанова. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. 256 с.
3. Танана С.М. Інноваційні підходи до викладання іноземних мов в умовах удосконалення вищої освіти. *SCIENCE, RESEARCH, DEVELOPMENT*. Переяслав-Хмельницький, 2020. С. 25-27.

ПРОБЛЕМА НЕДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ ЦЬОМУ ЯВИЩУ

Комар Юлія

Студентка I курсу магістратури, факультет лінгвістики,

КПІ імені Ігоря Сікорського

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

У період інформаційної революції питання плагіату як об'єкту академічної недоброчесності особливо гостро постає не тільки в академічному середовищі, а й в суспільстві загалом. Темою тез статті є дослідження явища плагіату та шляхів його запобігання у вищих навчальних закладах.

Відповідно до Статті 69 Закону України «Про вищу освіту», академічним плагіатом є оприлюднення (частково або повністю) наукових

результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження та/або відтворення опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання. [1]

Згідно з Статтею 50 Закону України «Про авторське право і суміжні права», плагіат є порушенням авторського права і (або) суміжних прав, що дає підстави для захисту таких прав, у тому числі судового. [2]

Інституційних норм та санкцій нині стає недостатньо для того, щоб забезпечити регулювання наукових крадіжок. Адже, незважаючи на їх наявність в українському законодавстві, про їхню дієвість складно говорити. Більше того, сьогодні студенти вважають, що максимальне покарання, яке вони можуть отримати за копіювання наукових результатів інших осіб – це зауваження від викладача; про відповідальність за такі дії частина ніколи навіть не чула. Тому варто розпочати з підняття правосвідомості кожного з нас. Донести цінність авторства та показати чим може закінчитись плагіат на прикладі скандальних ситуацій, які трапляються з відомими людьми. Більше того, важливо пояснити те, що кожен їх крок, слово та думка – це важливо. Таким чином, вони проявляють свою індивідуальність, креативність та показують реальну картину знань.

Звісно, слід зазначити і те, що не у кожній науковій галузі є надцікаві теми – часто переважає теорія. Для того, щоб посприяти покращенню у цьому напрямку, варто змінити форму завдань. Замість банального реферату виокремити для студентів реальні задачі з життя. За допомогою цього студенти обов'язково звернуться до теорії, проаналізують дане завдання і співставлять одне з одним. В результаті, це не тільки підвищить рівень академічної доброчесності, а й допоможе відкритись студентам з креативної сторони. Ще одним рішенням є ознайомлення здобувачів освіти з світовим досвідом вирішення цієї проблеми: переглядати новини за цією темою, спостерігати за актуальними науковими експериментами. Завдяки світовим

напрацюванням можна зробити внесок у вирішення проблеми пов'язаної з академічною доброчесністю.

Отже, академічний плагіат – це оприлюднення наукових результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження або відтворення опублікованих текстів інших авторів без відповідного посилання. Недотримання академічної доброчесності деструктивно впливає як на окремого студента, так і на систему освіти загалом. Проте існують методи подолання цієї проблеми, які кожен учасник навчального процесу має взяти до уваги та реалізувати.

Література

1. Закон України "Про вищу освіту". Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Закон України «Про авторське право і суміжні права». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>

ВИКОРИСТАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ УЧБОВИХ ПРЕЗЕНТАЦІЙ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Савицька Аліна

студентка 4 курсу, факультет електроенергетики НТУ «Дніпровська політехніка», спеціальність: філологія, переклад

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

Зараз актуальною є проблема підвищення мотивації студентів у вивченні іноземної мови. Знання іноземних мов служить основою міжнаціонального спілкування, з кожним роком ця тенденція лише зростає. Існує велика кількість сучасних платформ, за допомогою яких можна покращити навички володіння різними мовами. Крім того, можна обрати спосіб навчання: з викл.ем або самостійно. Задачею викл.а є навчити людину вільно розмовляти, розуміти іноземців та обговорювати з ними

будь-які теми за інтересом, і в подальшому мати можливість використовувати за фахом навички володіння іноземною мовою.

Опанування інноваційних підходів, які викликають інтерес учнів до вивчення іншої мови розглядається як необхідний компонент загальнокультурного розвитку, рівня освіченості і прилучення до світової культури. В даний час в науці представлена велика кількість підходів до розвитку мовних здібностей людини, що реалізують ту чи іншу психолінгвістичну модель переробки і засвоєння інформації.

Для цього їм необхідно знати, за якими об'єктивними закономірностями протікає процес оволодіння / засвоєння іноземних мов. Н.Д. Гальскова стверджує, що необхідність цього положення підтверджується також тим, що процес навчання іноземних мов розглядається як сукупність навчальної діяльності вчителя і діяльності учня по засвоєнню мови, що вивчається.

Одним із важливих інноваційних методів викладання іноземних мов є використання комп'ютерів та презентацій. Було розглянуто переваги використання програмних інструментів, які виступають в якості засобів розробки мультимедійних презентацій з іноземної мови та експериментально доведена ефективність їх використання для пояснення нового навчального матеріалу. За словами Н. Клевцової, використання гіпертекстової моделі викладу інформації сприяє його лаконічності, при цьому воно не втрачає таких своїх якостей, як гнучкість і адаптивність, а в якості комп'ютерної підтримки для здійснення пояснювально-ілюстративного методу пропонується використовувати мультимедійну навчальну презентацію. Використання цих засобів дозволяє студентам більше зануритися не лише в сам процес вивчення мови, а й засвоювати матеріал візуально, що викликає більший інтерес та мотивацію до пізнання. Крім того, при поясненні матеріалу поряд з наочною демонстрацією засвоєння відбувається набагато швидше, а отже і темпи вивчення мови

значно зростають, даючи результат ще з початкового етапу.

Можна зробити висновок, що сучасний вчитель повинен не лише опанувати навички та методи викладання іноземних мов, а ще й бути усвідомленим у роботі з комп'ютером та постійно покращувати свої знання у області іноземних мов та сучасних методів викладання і використання інноваційних методів.

Література

1. Гальскова Н.Д. «Современная методика обучения иностранным языкам» М.: АРКТИ, 2003. 52 с.
2. Клевцова Н. И Автореферат диссертации «Методико-дидактические принципы создания и использования мультимедийных учебных презентаций в обучении иностранному языку» Курск, 2003. 11 с.