

**Збірник наукових матеріалів**  
**XXXV Міжнародної науково-практичної**  
**інтернет - конференції**  
*el-conf.com.ua*



**«СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ**  
**ДОСЛІДЖЕНЬ»**

**28 жовтня 2019 року**

**Частина 11**



**м. Вінниця**

Світові тенденції сучасних наукових досліджень, XXXV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. – м. Вінниця, 28 жовтня 2019 року. – Ч.11, с. 68.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей XXXV Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції «Світові тенденції сучасних наукових досліджень», 28 жовтня 2019 року, які оприлюднені на інтернет-сторінці [el-conf.com.ua](http://el-conf.com.ua)

Адреса оргкомітету:  
21018, Україна, м. Вінниця, а/с 5088  
e-mail: [el-conf@ukr.net](mailto:el-conf@ukr.net)

Оргкомітет інтернет-конференції не завжди поділяє думку учасників. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

## ЗМІСТ

### *Філологічні науки*

<i>Kolumbet V., Sydoruk H.</i> IDIOMS: THEIR USING IN LIFE, MAIN POINT, CLASSIFICATION.....	4
<i>Кривчук В.М., Сидорук Г.І.</i> ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ .....	7
<i>Круглій. О.Ю.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ .....	11
<i>Литовченко М.В., Сидорук Г.І.</i> НЕОЛОГІЗМИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ .....	14
<i>Личик В.В., Сидорук Г.І.</i> ПЕРЕКЛАД ЖАРТІВ. КОМПЕНСАЦІЯ ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ПРИЙОМ .....	19
<i>Лукавська А.Б.</i> ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНІ СЛОВА В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	23
<i>Мадрига І.Я.</i> СЕМАНТИЧНІ ОЗНАКИ ПАРЕМІЙ З ФІТОНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ .....	29
<i>Микитюк О.В.</i> СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОЇ ХРИСТІЯСЬКО-БОГОСЛОВСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	35
<i>Проскурін І.А.</i> СООТНОШЕНИЕ ПРОЕКТИВНОГО И КОНЦЕПТУАЛЬНОГО АСПЕКТОВ В СОДЕРЖАНИИ СТИХОТВОРЕНИЯ И.А.БУНИНА «ОСЫПАЮТСЯ АСТРЫ В САДАХ...».....	39
<i>Рибчук Ю.І.</i> ДИСКУРС АНГЛОМОВНОЇ КАЗКИ.....	41
<i>Руденко А., Сидорук Г.І.</i> КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПЕРЕКЛАД ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ АГРАРНОГО ДИСКУРСУ .....	46
<i>Сольонова І.Л.</i> РИТМІЗАЦІЯ ЗВУКОВОГО ПОТОКУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ .....	52
<i>Стасик Н.Р.</i> ОПИСОВИЙ СПОСІБ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТВОРІВ ДЖЕКА ЛОНДОНА .....	54
<i>Ступницька Н.М.</i> СПЕЦИФІКА ПРОСТОРОВО-ЧАСОВИХ ВІДНОСИН У РОМАНІ О.І. СОЛЖЕНЩИНА «В КОЛІ ПЕРШОМУ».....	59
<i>Янчук Н.В.</i> ПРАВИЛЬНІСТЬ МОВЛЕННЯ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ МОВНОКОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦЯ .....	64

## IDIOMS: THEIR USING IN LIFE, MAIN POINT, CLASSIFICATION

***Kolumbet V., Sydoruk H.***  
*National University of Life and  
Environmental Sciences of Ukraine,  
Kyiv*

In the process of forming the English language we may see how much it changes. Plenty of words and constant phrases have been accumulated in it, many of them having become idioms, which made it possible to decorate the speech and give it emotional color. Many idioms appeared in professional speech, as all types of human activity have its lexis, its specific terms which sometimes get into metaphoric usage in live language. Hunters, sailors, farmers in their need to express their emotions about a crew, threat, order or warning could find bright word-combinations, colorful metaphors connected with circumstances of their activities. Afterwards, some of these phrases got a wider sense and were used in similar situation in other spheres, often with humor. Over time, the most expressive and striking phrases got into the literary language, becoming a common heritage.

Idioms are used in professional way by workers and all humanity without any shortcuts, in everyday life, for humor or any other emotional expressions. While studying the origin of many English idioms we understand that all of them reflect different directions and topics: nature observation, body parts, people's activity, weather conditions, food. With the help of idioms information aspect of the language is complemented by a sensitive-intuitive description of the world. Thus, in a famous proverb *Rome was not built in a day* or *All roads lead to Rome* the city of Rome is mentioned. We know what important part of world's history this city occupied then, therefore it is not a surprise that it played a significant role in people's lives, and this fact was reflected in the language.

Idioms always carry meanings that cannot be understood just by the literal meanings of the words that make them up and shortly speaking, the words do not tell us what they mean, but the context usually is helpful. Mostly people use idioms

without knowing their origin or the way they are reflected in their speech. Let's look at some examples of idioms directions and topics.

**Natural phenomena:** A Breath of Fresh Air: Something new and innovative, especially in contrast to a stagnant state of affairs: *I need to take another **breath of fresh air** and maybe than I could back to work.*

Cold Day in Hell (A condition for something that would be extremely unlikely to occur): *There'll be **a cold day** in hell before I'm coming back to you.*

On Thin Ice (In a risky situation, especially in an interpersonal relationship): *We do not swear in this house. – Damn. – You walk **on very thin ice!***

Three Sheets to the Wind (Very drunk): *You should be **three sheets to the wind** already.*

**Fruit idioms:** Cool as A Cucumber (Calm and composed even in difficult or frustrating situations; self-possessed): *I rushed to the emergency room, but you were **cool as a cucumber** the whole time.*

Go Bananas (To become irrational or crazy): *Only let's not **go bananas** or anything.*

To be A Peach (Someone or something that is wonderful, impressive, or attractive): *Would you **be a peach** and bump this, please?*

**Body's part idioms:** Break a Leg (Good luck): *"**Break a leg!**" the director called to the lead actor.*

Face the Music (Meet, stand up to unpleasant consequences, for example criticism or punishment): *I still don't sure for what I've been screamed, but I had **to face the music** from my mum today.*

Head Over Heels (Deeply in love with someone (something): *I **have been head over heels** about my girlfriend since the day I met her in the park.*

**Food idioms:** Don't Cry over Spilt Milk (Get upset over something that has happened and cannot be changed): *It was your choice and I know that was hard for you, but **don't cry over spilled milk**, honey.*

Use Your Noodle (To use brain): *You'll really have **to use your noodle** to solve your studding problems.*

Big cheese (Someone important, boss): *I'm going to interview some **big cheese** today, wish me luck!*

One more idiom *it's not my cup of tea* means that you are not interested or you don't really care about what the subject of the conversation is. In America they use a similar idiom *it's not up my alley*: *Listening to jazz **isn't really up my alley***. Currently among youth one can hear such an expression *and that's the tea*, which means that it is clear fact that nobody can fight against. One of the most popular idioms is *you are the clown*, that means all your preparations, words or actions are stupid and you failed in your expectations.

Idioms are divided into the most common, common and familiar ones. Let's talk about difference between them.

**The most common** idioms are used in everyday conversation, on TV, in movies and shows, and we may use them to make our speech sounds more like of a native speaker: ***No pain, no gain*** - You have to work for what you want.

*Pull yourself together* – To calm down.

*Cutting corners* - Doing something poorly in order to save time or money.

**Common idioms and expressions** are used quite regularly, you won't hear them often but for native speaker they'll be familiar, so if the context fits you can use them: *A picture is worth 1000 words – better to show than tell.*

*Kill two birds with one stone* - Get two things done with a single action

*There are other fish in the sea* - *It's ok to miss this opportunity. Others will arise.*

**Familiar idioms and proverbs** are easily understood by native English speakers, but they are not usually used in everyday conversation: *There are clouds on the horizon* - *Trouble is coming.*

*You can't make an omelet without breaking some eggs* - *There's always a cost to doing something.*

*Curiosity killed the cat* - *Stop asking questions.*

When you look at all this list of idioms it is not difficult to understand that they have their important place in English language. For non-native speakers it is hard to

understand some idioms – they take their meanings too straightly, unlike native English speakers, who would use idioms in their ordinary life. Learning idiomatic expressions also teaches non-native speakers the culture of people, which is much appreciated in interpreter's work. What is more important – knowing idioms helps non-native speakers who learn English and are going to use it in professional way to become more fluent, and sound more natural.

---

УДК 811.111

Філологічні науки

## ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ

**Кривчук В.М.,**

*студентка гуманітарно-педагогічного факультету*

**Сидорук Г.І.,**

*кандидат філологічних наук,*

*доцент кафедри романо – германських мов і перекладу*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України,*

*м. Київ, Україна*

Безеквівалентна лексика виступає унікальним засобом відображення національно-культурної своєрідності мови на лексичному рівні. Характерні риси розвитку країни зберігаються у лексичному складі мови у вигляді національної лексики, яка не має аналогів та еквівалентів в інших мовах. Переклад безеквівалентної лексики – це частина великої і важливої проблеми передачі національно – історичної особливості нації[1,с. 106].

Метою роботи було детально розглянути проблеми, які виникають при перекладі без еквівалентної лексики.

Актуальність даної теми полягає в тому, що нині все частіше з'являються невідомі раніше безеквівалентні слова, переклад яких потребує додаткових знань. Незважаючи на те, що в останні роки виросла зацікавленість і прагнення лінгвістів досліджувати проблеми перекладу безеквівалентної лексики – вона все одно ще належить до найменш вивчених лінгвістичних одиниць, а тому її переклад завжди становить велику складність.

Безеквівалентні лексичні одиниці – це специфічні слова та сталі словосполучення однієї мови, які не мають повних або часткових відповідників серед лексичних одиниць мови-перекладу. Не можливо точно встановити час, коли безеквівалентна лексика перейде у сталу загальноживану. Так до української мови ввійшли і таким чином втратили свою безеквівалентність такі англійські слова, як спікер – *speaker*, стриптиз – *strip-tease*, уїкенд – *week-end*[2, с. 96 – 97]. До безеквівалентної лексики відносять:

1. Маловідомі власні та географічні назви, назви установ та організацій, газет, суден та інші, які не мають постійних відповідників у лексичному складі мови-перекладу. Наприклад – *Kiev, the Crimea*, маловідомі прізвища та назви населених пунктів – *Hanema, Guerin, Tarbox* (з роману Дж. Апдайка «*Couples*»). Але до цієї групи не відносяться власні та географічні назви, які мають сталі відповідники в українській лексиці – *John, Dickens, London, the Thames*[2, с. 94].

2. Слова-реалії – лексичні одиниці, які позначають предмети, поняття, ситуації, які не існують у практиці людей іншої культури. До цієї групи відносяться слова на позначення матеріальної та духовної культури, властиві лише даному народу – суспільні явища, торгові та суспільні заклади, назви національних блюд, одягу, взуття, танців, видів усної народної творчості та інше. Наприклад: *drive-in*(авто кінотеатр), *a kharakternick*(характерник)[2, с. 95].

3. Випадкові лакуни (семантичні лакуни) – лексичні одиниці на позначення конкретного поняття, які не мають відповідників у лексичному складі мови-перекладу з історично-культурних або соціальних причин: *glimpse* (швидкий погляд), *beauty sleep* (сон до опівночі)[2, с. 95– 96, 5].

4. Терміни – *radial* (радіальний), *simultaneous* (симультанний, одно значний), *aberrant* (аберрантний, відхилений від норми). Головні переваги термінів – короткість та однозначність. Застосування термінологічних запозичень забезпечує зберігання цих характеристик.

5. Аббревіатури – *vet* (ветеринар), *BSA* (асоціація бойскаутів).

6. Складні слова, для перекладу яких потрібен описовий переклад: *lifemanship* (вміння долати труднощі, виживати), *crowdmanship* (вміння керувати натовпом).



7. Розмовно – фамільярні англійські звертання: *love* (дороженька).

8. До явищ без еквівалентної лексики належать крилаті вислови, афоризми, фразеологізми.

9. Явище безеквівалентної лексики часто зустрічається при перекладі назв фільмів: *Legally Blond* – Блондинка у законі, *Some like is Hot* – У джазі лише дівчата.

10. Індивідуальні (авторські) неологізми, вони ж – оказіоналізми – слова, утворені за існуючими та новими моделями мови, часто із порушенням правил словотвору і норм мови. Створені автором для конкретного твору, існують лише в ньому, мають конкретний зміст і відсутні у загальноживаному словнику цієї мови [2, с. 103, 6].

На сьогоднішній день не існує однозначних поглядів на переклад безеквівалентної лексики. Дослідники виділяють різні способи її перекладу. Л. Бархударов пропонує такі: перекладацька транслітерація, транскрипція, калькування, описовий (пояснювальний переклад), наближений переклад, трансформаційний переклад [2, с. 97 – 103].

Недоліком транслітерації та транскрипції, як способу перекладу безеквівалентної лексики є те, що він не завжди дозволяє розкрити зміст нового поняття, яке читач з контексту може зрозуміти лише приблизно. Примітки, зроблені перекладачем здатні виправити цей недолік. Таким чином застосовують одразу два прийоми – транслітерації чи транскрипції та описового перекладу. Приблизний переклад здатний викликати небажану національно-культурну асиміляцію. Описовий переклад має такий недолік як громіздкість, яка може негативно впливати на якість перекладу [3, с. 130 – 135].

Помилки при перекладі слів-реалій складають найбільший відсоток перекладацьких помилок. При перекладі слів-реалій застосовується калькування та транслітерація: *pub* (паб), *bachelor of arts* (бакалавр мистецтв). Терміни перекладаються за допомогою калькування при перекладі внутрішньої семантичної структури терміну-оригіналу: *cardiovascular* – серцево-судиний. Незнання перекладацької термінології веде до хибної передачі змісту тексту,

тому існують словники термінів з різних галузей знань.

Кожен із засобів перекладу безеквівалентної лексики має певні плюси і мінуси. Засоби перекладу без еквівалентної лексики можуть комбінуватися і варіювати. Одна й та ж безеквівалентна лексична одиниця може бути перекладеною різними варіантами. Недоліки перекладу можуть бути компенсовані шляхом комбінування різних прийомів.

Український мовознавець Михайло Петрович Кочерган вважає, що безеквівалентна лексика переважно становить не більше 6-7% загальної кількості активно вживаних слів [4, с. 171-172]. Можливо саме тому вона часто залишається непоміченою перекладачами. Ці слова сприймаються за невідомі та перекладаються звичною лексикою. Деякі перекладачі заміняють їх описовими еквівалентами замість нового словотворення. Чимало перекладацьких відповідностей мови-оригіналу не завжди мають стільки ж відповідностей у мові-перекладу. При цьому перекладач повинен із ряду відповідних одиниць оригіналу вибрати найбільш влучний до контексту.

Відтворення безеквівалентної лексики створює певні специфічні перекладацькі труднощі, про які перекладачі повинні знати, і які повинні вміти долати.

#### Література:

1. Бугулов И.Н. Особенности передачи слов - реалий в переводах англоязычной литературы развивающихся стран / И. Н. Бугулов, О. Ф. Шевченко. – К., 1985. – 160 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М.: МО, 1975. – 240 с.
3. Білоус О.М. Теорія і технологія перекладу /навч. посібник для студентів перекладацьких відділень. – Кіровоград, РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2013. – 200 с.
4. Кочерган М.П. Загальне мовознавство : підручник / М.П. Кочерган. — 3 вид. — К.: ВЦ «Академія», 2010. – 464 с.

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЮРИДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Круглій. О. Ю.**

*студентка інституту іноземних мов  
Дрогобицький державний педагогічний  
університет імені Івана Франка  
м. Дрогобич, Україна*

У сучасних умовах розвитку все більшої актуальності набуває дослідження ролі термінів у лексичному складі мови. Великий вклад у дослідження сфери термінології зробили такі науковці, як В. Г. Згурська, О.Д. Хаютін, В. М. Лейчик, В. П. Даниленко, О. С. Герд, І. М. Гумовська, С. П. Хижняк, К. Я. Авербух, Е. Ф. Скороходько, В. Н. Петрова, Р. Ю. Кобрин, Ф.А Циткіна, Т. А. Журавльова, В. С. Глушов та багато інших. Проте, незважаючи на численність праць, проблема визначення терміна залишається невичерпною. Через свою неоднорідність юридична термінологія також породжує багато дискусій. Стрімкий розвиток суспільства впливає на щоденне виникнення нових правовідносин, які вимагають знання термінології, що позначає нові поняття. Тому систематизація дослідження способів термінотворення та структурно-семантичних особливостей юридичних термінів є актуальною та важливою для аналізу мови права, включаючи не лише терміни, а й їх складові частини та словосполучення, з метою номінації різних правових явищ [1, с.2].

На основі теоретичних засад дослідження можемо зробити висновок, що термін – це номінативна лексична одиниця, яка співвідноситься з певним фаховим поняттям та розкриває саме ті ознаки, що є релевантними для даної галузі [1, с.4]. Таким чином, юридичний термін – це слово, або словосполучення, що виражає поняття з правової сфери суспільного життя та має свою дефініцію у юридичній літературі [2, с.120].

Виявлено, що кожен термін повинен характеризуватися точністю, загальнодоступністю, стійкістю та загальноповживаністю [3, с.150].

Дослідження показало, що переважно юридичні терміни утворені за тими ж синтаксичними та словотвірними моделями, що й інші лексичні одиниці, проте все ж мають свою особливість [4, с.52]. Найбільше слів утворені за допомогою афіксації, менше – способом композиції, а також кореневі слова. Спостерігається найменший відсоток термінів, які утворені за допомогою абрєвіації, скорочення та телескопії.

Також у вибірці зафіксовано приклади конверсії, серед яких найпродуктивнішими моделями є  $N > V$  та  $V > N$ . Юридичних термінів, утворених за моделлю  $Adj > N$  та  $Adj > V$  не було знайдено.

Щодо частиномовних моделей, у вибірці виявлено близько 76% термінів, які є іменниками, 12% – дієслів, 11% – прикметників та лише 1% – прислівників. Таким чином, можемо зробити висновок, що іменники займають домінуючу позицію, маючи номінативний характер, витісняючи цим терміни, які відносяться до інших частин мови [5, с.56].

За структурою терміни поділяють на однокомпонентні (які містять лише одну кореневу морфему) та багатокомпонентні (що складаються з двох та більше кореневих морфем) [5, с.60]. Дослідження показало, що серед юридичних термінів переважають однокомпонентні. Вони реалізуються через кореневі слова, або ж терміни-деривати, що включають афікси. Найбільше одиниць утворено за допомогою суфіксації, менше – за допомогою суфіксації-префіксації та найменше – префіксацією. Проаналізовано найпродуктивніші суфікси, серед яких -er, -ee, -or, -ment, -tion, -ance, -ence тощо. До найпродуктивніших префіксів віднесемо re-, non-, dis-, co-, mis-, sub-, de- тощо. Багатокомпонентні терміни, проаналізовані у вибірці, утворені за такими формулами:  $N + N$  та  $N + N + N$ . Робимо висновок, що структурно простіші терміни є легші для використання, тому зустрічаються частіше.

Надзвичайно важливу роль для назви правових понять мають терміни-словосполучення. До найпродуктивніших моделей віднесемо  $Adj + N$ ,  $V + N$ ,  $N + of + N$ ,  $V + Adv$ .

Слід згадати про труднощі перекладу складних юридичних термінів з англійської на українську мову. Виявлено, що найкращими процедурами для

перекладу таких термінів є аналітична (переклад окремих компонентів) та синтетична (визначення семантичних відносин між компонентами). Основними прийомами перекладу термінів-словосполучень можна вважати такі: модуляцію, прийом калькування, метод опису та конкретизацію [6, с.20]. Найскладніше перекладати терміни, які мають багато значень у межах однієї галузі. В такому разі слід встановити семантику англійського юридичного терміна, що допоможе знайти еквівалент в українській юридичній термінології.

Підсумовуючи, зазначимо, що найпродуктивнішими способами словотвору, які притаманні для англійських юридичних термінів є афіксація та конверсія. Зважаючи на факт, що дані терміни здебільшого були утворені у давнину, телескопія та скорочення не виступають домінуючими.

#### Література:

1. Згурська В. Г. Структурно-семантичні характеристики юридичних термінів англійської мови у рамках україномовного перекладу : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://litmisto.org.ua/2pA25278>.

2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової та технічної літератури: лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі / В. І. Карабан. – Вінниця: Нова книга, 2001. – Ч. 2. – 304 с.

3. Квитко И. С. Терминоведческие проблемы редактирования / И. С. Квитко, В. М. Лейчик, Г. Г. Кабанцев. – Львів : Вищашк., 1986. – 151 с.

4. Ліпко І. В. Англійська мова для юристів : підруч. [для студ. та викл. вищ. навч. закл.] / І. В. Ліпко. – Вінниця : Нова Книга, 2006. - 272 с.

5. Скороходько Є. Ф. Позиційна інтерференція термінів як структурна характеристика наукового тексту / Є. Ф. Скороходько // Мовознавство. – Львів, 2006. – № 4. – С. 55–67.

6. Циткіна Ф. О. Термінологія й переклад / Ф. О. Циткіна. – Львів : ВЛП, 1988. – С. 18–25.

## НЕОЛОГІЗМИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

*Литовченко М.В., Сидорук Г.І.*  
*Національний університет біоресурсів*  
*і природокористування України,*  
*м. Київ*

Необхідною умовою існування будь-якої мови є її неперервне поповнення новими одиницями. Найяскравіше відображає динаміку мови її словниковий склад, на розвиток якого безпосередньо впливає позамовна дійсність та зміни, що в ній відбуваються. Процес утворення нових слів розглядається у сучасному мовознавстві як форма функціонування мови, необхідна для організації її словникового складу, а також як конкретний спосіб репрезентації дійсності. Підвищений інтерес до неології обумовлений важливою роллю неологізмів як дзеркала мовного розвитку, що відбиває пристосування мови до умов, що змінюються під впливом зовнішніх факторів, її функціонування.

В епоху масової комунікації існує багато можливостей для розвитку та розповсюдження неологізмів. Неологізм від звичайного слова відрізняється тим, що проіснувавши деякий час, він стає загальноживаним словом або взагалі зникає зовсім. Значний внесок у дослідження нової лексики зробила ціла плеяда вчених, таких як Ю.А. Зацний, А.В. Янков, Ю.О. Жлуктенко, Р.П. Зорівчак, Є.М. Верещагін, В.Г. Костомаров. Хоча проблеми неології досліджували багато мовознавців, досі існують певні протиріччя у цій сфері, зокрема стосовно перекладу нової лексики. Основні труднощі пов'язані з тим, що нові одиниці найчастіше ще не зареєстровані в словниках і перекладачеві необхідно самому встановити значення нового слова. Для правильної й точної передачі думки оригіналу потрібно не тільки знайти в мові перекладу найбільш точні слова, але й наділити їх відповідною граматичною формою та стилістичним забарвленням.

В англійській мові існують неологізми американського походження, які зустрічаються в англійській та американській технічній літературі. До них

належать терміни, які вживаються в обмеженій сфері, іноді в межах одного підприємства чи фірми. Такі слова не являються науковими термінами та викликають додаткових труднощів при перекладі. Слід наголосити, що деякі з них отримують широке розповсюдження, втрачають своє специфічне забарвлення та входять до складу термінології даної галузі знань. Іноді такі слова вдало передають суть понять навіть краще, ніж спеціальні терміни: *key* – *ключ*, *кнопка* (основне значення), в обчислювальній техніці *hotkey* – це команда, яку застосовує користувач для переключення на іншу програму.

Стрімкий розвиток науки та техніки сприяв виникненню багатьох неологізмів: *module* – *модуль*, *блок*, *transfer* – *трансфер*. З'явилися неологізми, пов'язані з використанням комп'ютерів у різних галузях. Так, слово *line* (основне значення *лінія*) у поєднанні з іншими словами набуває багатьох значень в обчислювальній техніці: *line of code* – *кількість рядків програми*; *line printer* – *прилад для друку*; *key field* – *поле в структурі запису*; *line driver* – *драйвер*; *line load* – *лінія завантаження у галузі зв'язку*. До американських неологізмів можна віднести: *kodak* – *кодак* (фотоапарат, фотоплівка), *file* – *файл*.

Особливості перекладу кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно відноситься (терміни, назви, синоніми слів, що вже мають відповідники в українській мові). Деякі неологізми поповнюють категорію міжнародних слів. Перекладаючи нові слова, різні перекладачі інколи подають і різні варіанти перекладу. Така варіативність неминуча на початковому етапі, коли нове слово перекладається одночасно декількома перекладачами незалежно один від одного. Однак у ході перекладацької практики в українську мову входить лише один із найбільш доцільних відповідників. Створений і загальноприйнятий варіант перекладу неологізмів і становиться явищем української мови.

Переклад неологізмів викликає труднощі і тому, що вони відсутні у словниках. Для правильного перекладу необхідно проаналізувати структуру слова і підібрати відповідний аналог у рідній мові. Можливий переклад методом транскрипції: *briefing* – *брифінг*; *skate-board* – *скейтборд* та методом кальки: *analog display* – *аналоговий дисплей*. Таким чином, головним прийомом

перекладу будь-якого терміну є переклад за допомогою лексичного еквіваленту. При перекладі іноді буває важко знайти відповідні слова в іншій мові через те, що соціокультурні та історичні умови життя народу, мовою якого здійснюється переклад, не потребували певного слова. Це стосується, передусім, перекладу неологізмів. У сучасній англійській мові існують такі основні способи утворення неологізмів: 1) афіксація; 2) конверсія; 3) присвоєння ще одного значення; 4) словоскладання; 5) скорочення; 6) запозичення; 7) за аналогією.

Адекватність перекладу префіксальних неологізмів значною мірою залежить від правильного визначення префікса та знання узагальненого значення лексичної одиниці, до якої цей префікс приєднаний. Такі префікси, як частина новоутворення, можуть транскрибуватись, перекладатись, або пояснюватись. У багатьох випадках в англійській мові нові слова утворюються з уже наявних слів без жодних змін їх написання чи вимови. Найбільш розповсюдженим видом конверсії є утворення дієслів від іменників. Особливістю саме неологізмів є те, що вони здебільшого не фіксуються словниками.

Спосіб транслітерації або транскрипції слід використовувати дуже обережно, адже саме він призводить як до втрати значення слова, так і до існування у мові декількох перекладів одного і того самого слова, що є небажаним: *punk* – панк, *ombudsman* – омбудсмен (тут слід зазначити, що перша частина слова перекладається на рівні графем, а друга – на рівні фонем), *skinhead* – скінхед.

Калькування – це спосіб перекладу, який найчастіше застосовується під час перекладу еквівалентних понять у двох мовах або для називання поняття, яке нещодавно з'явилося у мові. Таким способом перекладається переважно еквівалентна лексика: *workaholic* – трудоголік, *antihero* – антигерой, *Bircher* – Берчист. Два перших приклади не викликають труднощів, оскільки перекладені поморфемно та вже закріплені у розмовній та письмовій українській мові, але ще не зазначені у словниках. Цікавим для перекладацького аналізу є останній приклад. Перша частина слова, тобто корінь, залишається незмінною, транскрибується, а суфікс *-er*, який служить для позначення осіб, замінюється



відповідним українським суфіксом *-ism*, що повністю відповідає значенню і формі слова мови оригіналу та є адекватним перекладом. На перший погляд може здатися, що слово перекладене двома способами (транскрипція і калькування), проте при детальному аналізі стає зрозумілим, що перша частина слова – це відповідник української мови, оскільки прізвище *Birch*, було перекладене раніше, ніж політичний термін *Берчіст*. Отже, існує співвідношення між типами неологізмів в аспекті інтернаціональної комунікації та способами їх перекладу. Безеквівалентна лексика перекладається описовим способом; фонові лексика – найчастіше перекладається способом приблизного перекладу; а еквівалентна лексика – способом калькування, якщо існують спільні поняття у мовах, або за допомогою підбору еквівалента.

Останнім часом тенденція утворення нових слів шляхом скорочення уже наявних слів та словосполучень посилилась. Зростання кількості скорочень пояснюється тим, що складні слова та словосполучення є громіздкими та незручними, тому доцільно передавати їх коротко. В англійській мові використовується ряд скорочень із латинської мови. Частина латинізмів увійшла в загальноживану лексику: *at 5 AM* (о 5 годині ранку). Дуже часто латинські скорочення зустрічаються у науковій і технічній літературі: *AM* (*ante meridiem* – до полудня), *etc.* (*et cetera* – і так далі), *e.g.* (*exempli gratia* – наприклад), *i.e.* (*id est* – тобто), *N.B.* (*nota bene* – звернути увагу), *PM* (*post meridiem* – після полудня), *P.S.* (*post scriptum* – постскрипtum, після написаного, приписка до листа), *vs* (*versus* – проти, порівняно з). Такі скорочення уже мають точні еквіваленти в українській мові, тому зазвичай при перекладі обирається необхідний варіант.

В англійській мові досить значного поширення набувають «усічені» слова, короткі та скорочені слова: *doc* – *doctor*, *exam* – *examination*, *flu* – *influenza*, *prof* – *professional*. Багато усічених слів зовсім не прозорі. Не відразу можна здогадатися, що слово *promo* утворене від *promotional*. Більшість усічень мають явно виражений розмовний характер: *ad* – *advertisement*, *lab* – *laboratory*, *memo* – *memorandum* (службова записка), *demo* – *demonstration* (показ, демонстрація), *temp* – *temporary* (тимчасовий працівник).

Вагомий вплив на адекватну передачу прагматичного значення неологізму має особистість перекладача, його фаховий рівень, вікові характеристики.

Отже, щодо перекладу неологізмів, то описовий переклад є одним з найкращих способів перекладу нових слів, завдяки якому можна перекласти будь-яке слово, хоча еквівалентний переклад може мати місце у тих випадках, коли неологізми позначають уже існуючі поняття і є синонімами до них. Але все ж відкритим залишається питання лаконічності і милозвучності перекладу, на що можуть бути орієнтовані подальші дослідження.

#### Література:

1. Зацний Ю.А., Янков А.В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття: англо-український словник. Словник. Вінниця: Нова Книга, 2008.

2. Андрусак І.В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: Автореф. дис.... канд. філол. наук. – К., 2003.

3. Зацний Ю.А., Пахомова Т.О. Мова і суспільство: Збагачення словникового складу сучасної англійської мови. – З.: ЗДУ, 2001.

4. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М.: Международные отношения, 1974.

5. Козьмик Г.О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі ХХ і ХХІ століть. –Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2007.

ПЕРЕКЛАД ЖАРТІВ. КОМПЕНСАЦІЯ ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ПРИЙОМ

*Личик В.В., Сидорук Г.І.*

*Національний університет біоресурсів  
і природокористування України,  
м.Київ*

Британці люблять пожартувати. Про їхній специфічний гумор чув увесь світ. Дехто не може його зрозуміти, а хтось вважає, що англійці зовсім не вміють жартувати. Однак цей народ дуже тонко вміє пожартувати над самими собою, у них немає комплексів щодо себе і тому вони не соромляться самоіронії. Найчастіше жарти британців – це імпровізація. Вони створюються на основі абсолютно безглузвих ситуацій, з великою точністю деталей, які на перший погляд здаються неважливими.

Британці люблять пожартувати з усього. Родина, політика, сусіди, випадкові прохожі, навіть погода не залишається поза увагою. Як не дивно, але королівська родина служить для британців джерелом найвлучніших жартів. Їхній гумор ні в якому разі не зла насмішка, це всього лише спосіб по-доброму посміятися з повсякденних звичок і особливостей, які є у кожного. При перекладі слід звертати увагу на різновиди англійського гумору, оскільки всі види мають свої певні особливості. Розглянемо деякі із них: вербальний гумор, жарти побудовані на гіперболі, самоприниження або самоіронія, абсурд і анекдот, іронія і сарказм.

Вербальний гумор будується на переосмисленні лексичного значення фразеологізмів, приказок, прислів'їв, крилатих висловів, а також на грі слів, яка створює двохзначне висловлення:

*Why do cows have horns ? Because their horns don't work!*

В основі жарту- ,багатозначність слова horn, а саме два із нього: прямого (ріг у тварини) і переносного (ріг- інструмент для подачі сигналу). Інколи використовується гіперболізація. В її основу входять жарти, побудовані на

гіперболі. Вони використовуються для підсилення враження, слугують як перебільшення. Чітко видно дане явище в наступному реченні: *Apart from wishing to dodge the Stokers, can you see me wantonly and deliberately going and chatting with old Glossop?*

- Не вистачає мені Поліни Стоукер з її батьком, так тут ще цей бридкий Глоссон, невже ви могли уявити, що я свідомо, по своїх доброти душевній вступаю з ним в розмову? Перекладач застосовує лексичну заміну слова “old” на більш експресивне ”гидкий”, для того, щоб передати особисте відношення до людини, яку він ненавидить.

Значні проблеми приносить переклад гумору, який містить культурні компоненти (ілюзії, реалії). Перекладач має зробити так, щоб читач мав змогу розпізнати змінену цитату в перекладеному тексті: *This animal yaps all day and not infrequently far into the night. So Mrs Tinkler-Moulke has had the nerve to complain of my banjolele, has she? Ha! Let her first pluck out the Pom which is in her own eye, I said, becoming a bit scriptural.*

- Ця тварина лає вже цілими днями, а інколи її чути всю ніч. І при цьому у місис Тінклер-Мульке вистачає наглості жалітися на моє банджо? Ну, знаєте що? Хай, для початку, дістане голку з власного ока, – сказав я по-біблійськи. В даному прикладі міститься ілюзія на біблійний вираз “в чужому оці скалку видно, а у своєму колоди не помічає”, і читач може впізнати його завдяки додаванню слова “по-біблійськи” в текст перекладу.

Самоприниження або самоіронія. Самоіронія заснована на іронічному ставленні людини до самої себе. Іншими словами можна сказати, що це є не надто серйозне, але здорове ставлення до своєї особистості: *I needed a password eight characters long so I picked Snow White and the Seven Dwarfs. – Мені потрібно було підібрати пароль не менше восьми символів, тому я вибрав “Білосніжка і сім гномів”.*

Абсурд (безглуздість) – жарт, який суперечить здоровому глузду. Дуже вдалим прикладом є твір “Аліса в країні чудес” Льюїса Керрола, в якому, для

набуття гумористичного ефекту використовувались: кальян для гусениці, яка не палить, гра в крокет з використанням живих фламінго замість молотка.

У випадку чорного гумору комічний ефект досягається з допомогою жартів про смерть, хвороби, біль, насилля, страждання і фізичні недоліки людини.

Анекдот – це коротка усна гумористична або сатирична розповідь про якусь подію, випадок, що може розсмішити. Це найкращий спосіб не тільки підняти настрій всій компанії, а і продемонструвати своє почуття гумору. Анекдот включає в себе три основних компонента: експозицію, вступну частину і кінцівку: *Broken off my engagement to Mary. She wouldn't have me (експозиція). You told her about your uncle ? (основна частина) Yes, she is my aunt now (кінцівка).* – *Мої заручини з Мері розірвані. Вона не вийде за мене. Ти їй сказав про свого багатого дядька? Так, тепер вона моя тітка.*

Сарказм – уїдлива та зла насмішка, вищий ступінь іронії: *-Help! I can't swim! – -Sir, I can't swim either. But I'm not screaming about it all over London.*

Характерною рисою британського гумору є те, що вони жартують абсолютно над усім. Ні одна тема для них не табу. Часто британські жарти – це свого роду гра слів, яка може мати декілька значень: *Dry sense of humour* – “сухе почуття гумору” або сарказм та іронія. Вищим пілотажем гумору вважають сарказм, який іноді балансує на межі цинізму. – *Shaggy-dog stories*- історії, комічність, яких заключається в неологічності сказаного.

*The elephant jokes*- так звані “слонячі” жарти, до яких відносяться особливо безглузді жарти. – *Banana skin sense of humour* – якщо перекладати дослівно, гумор з банановою шкіркою. Так вишукано британці говорять про американські жарти. Це достатньо примітивні жарти, коли хтось падає наступивши на бананову шкірку і всім смішно.

*Play of words*- гра слів. Це одне з найбільш улюблених розваг англійців, яке недоступне розумінню іноземцям, які погано знають мову. В більшості мов існують слова які мають двоякий сенс. Дуже яскравий приклад всесвітньовідома група Beatles, в назві якої переграються два англійських

слова. З одного боку beat – “ритм”, з іншого — beetles, в перекладі на українську, “жуки”. Інколи використовується гіперболізація.

У підсумку цього підрозділу потрібно підкреслити, що при перекладі жартів, у будь-якому випадку, потрібно зберігати гумор. Для цього слід враховувати не тільки лінгвістичні фактори (вид гумору, способи створення гумористичного ефекту), але і екстралінгвістичні, насамперед, звертати увагу на національно-культурну специфіку гумору(його національні надбання, звички та традиції).

Перекладачі часто вимушені використовувати такий перекладацький прийом, як компенсація. Компенсація – це спосіб перекладу, який використовується тоді, коли деякі смислові елементи і стилістичні особливості неможливо передати дослівно. Щоб не втратити значення повністю, в тексті перекладу використовують елементи другого порядку. При цьому вони можуть змінювати своє місце розташування в реченні, яке зовсім не сходиться з оригіналом. Ось найбільш влучний приклад компенсації при перекладі на українську мову з англійської: *“Why don't you write a good thrilling detective story?” she asked. “Me?” exclaimed Mrs Albert Forrester. – А чому б вам не написати детективний роман, такий, щоб аж дух перехоплювало? – Що? – вигукнула місіс Форрестер.* Тут видно, що в оригіналі героїня використовує форму об'єктного відмінка займенника “me” замість “I”, яке так і проситься. Воно достатньо давно прижилося в розмовно-літературній мові. Деякі досі рахують це явище недоступним граматичним змінам. Однак в українській мові таких випадків не траплялось.

Існує декілька різновидів компенсації: компенсація аналогічним прийомом (повна), компенсація іншими прийомами (часткова) і суцільна компенсація. Компенсація аналогічним прийомом (повна) забезпечує еквівалентність перекладу, застосовується в іншому місці речення по відношенню до місця цього прийому в оригіналі. Компенсація іншими прийомами (часткова) найбільше застосовується на непередбачуваному прийому оригіналу і компенсує його втрати лише частково. Суцільна компенсація використовується в тому випадку, коли автор спеціально використовує абсурдний порядок слів, для того, щоб показати пародійність тексту. І тому, коли в перекладі не можу бути взагалі словникових відповідників

оригіналу, ми говоримо про суцільну компенсацію. Отже, можна впевнено стверджувати, що явище компенсації діє на рівні всього тексту в цілому, а не тільки на рівні слів.

Таким чином, наявність великої кількості слів широкого, абстрактного значення в англійській мові, різниця в значенні слів, стислість виразів, можлива в англійській мові завдяки наявності широкого ряду граматичних структур і форм, які потребують в перекладі додаткових слів і навіть речень. Однак деякі відмінності у звичному використанні не можливі без втрат окремих елементів у англійському реченні при перекладі на українську. Все це пояснює широке використання лексичних трансформацій під час перекладу.

#### Література:

1. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. – М. : Высшая школа, 1981. – 337 с.
2. Королева Ю.П. Understanding English Humor. – М. : Национальный книжный центр, 2014. – 64 с.
3. Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода – М.: Московский лицей, 2006. – с. 208.
4. Федоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для ин-тов и фак. иностр. яз. Учебное пособие – М.: Высшая школа. 2003. – с.303.

## ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНІ СЛОВА В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

*Лукавська А. Б.*

*студентка Інституту іноземних мов  
Дрогобицький державний педагогічний  
університет імені Івана Франка  
м. Дрогобич, Україна*

Процес запозичення слів іншомовного походження у сучасній українській мові відбувається на тлі інших активних процесів у галузі лексики, які заходять

своє втілення в публіцистичному стилі. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. більшу частину таких слів, які використовують в засобах масової інформації становлять англіцизми, і це є характерною ознакою не тільки для української мови.

В україномовній сучасній рекламі часто використовуються слова іншомовного походження. Насамперед це інтернаціоналізми-європеїзми (більша частина яких складає англійські та американські варіанти слів), які становлять найчисленнішу групу слів, що постійно поновлюється: *бутік, спонсор, принтер, лізинг, електорат та ін.*

Міжнародна політична та економічна діяльність вимагає розвитку інтернаціональної лексики, що зрозуміла представникам майже всіх етносів світу. З розвитком засобів масової інформації навіть найбільш віддалені країни світу мають можливість дивитися загальнодоступні інформативні канали, через які запозичуються і вивчаються нові слова.

Потреба в іншомовних запозиченнях зумовлюється необхідністю розуміння різних назв, термінів, які охоплюють економічну чи політичну сфери людської діяльності такої як експорт та імпорт товарів, інвестиції, спільне підприємство, туризм та ін. [10, с. 283]. В результаті рекламні тексти стають незмінним джерелом проникнення в український лексикон нових інтернаціоналізмів.

Іншомовний вплив на нашу рідну мову за останні два десятиріччя став набагато більший та інтенсивніший, ніж був раніше. Це очевидно, тому що багато слів не встигають адаптуватися в українській мові і виходять з ужитку непомітно, або залишаються у своїй початковій формі( наприклад, такі словосполучення як *наблік рілейшн, веб-дизайн, лейбл, дисплей, бренд, поп-арт, емблема, постер*, які передаються у фонетичному оригіналі, і навіть часто у графічному – *public relations, web design, label, display, brand, pop-art, emblem, poster*).

Багато нових слів вже адаптувалися в буденному лексиконі українців, тобто використовуються вони довгий час, активно функціонують і вимовляються автоматично (*наприклад класний, кайф, супер, шик*) [10, с. 102].

Молодіжні сленги *тусовка, драйвовий* спочатку мали суто музичне



забарвлення: перший означав зібрання молоді на концерті, а другий – специфічний звук електрогітари. Пізніше, *тусовка* стало означати будь яке зібрання і утворило ряд похідних слів (*тусня, тусовщик, тусуватися*), а *драйв* відповідно до англійської семантики «швидкий» став означати будь що енергійне або стрімку. Тобто ці сленги розширили своє значення, при цьому вони є зрозумілими всім людям, незважаючи на вік, стан чи інші критерії.

Використання іншомовних слів у рекламному тексті допомагає уникати описання. Запозичені слова сприймаються в рекламі аудіально. Їхня семантика зрозуміла лише тим, хто знає відповідну іноземну мову. Тобто споживачі залежно від віку, освіти, і навіть статі можуть по різному сприймати зміст таких слів у тексті.

У плані безеквівалентності одні запозичення не можуть бути замінені на українські відповідники без використання об'ємних описових форм, інші – можуть (англ. *good luck* – бажати успіхів; фр. *amour* – любов, кохання; ісп. *amigo* – друг, товариш), і навпаки, деякі з них використовуються саме в іншомовній формі, що надає позначуваному об'єктові своєрідної ефектності. Наприклад, українська горілка «*Nemiroff*», що повинно одразу асоціюватися з місцем її виготовлення (м. Немирів), проте автори цього логотипу мали на увазі ще й асоціацію візуальну з іншою маркою «*Smirnoff*», яка здавна славилася своєю популярністю та авторитетом у світі.

Що ж до інтернаціональної лексики, то вона поповнюється саме завдяки даному процесу. Ті ж суфікси *біо, авіа, екстра* стали загальновідомими — і не лише через запозичення з грецької чи латинської мов, а й через їхнє активне використання в процесі номінації того ж рекламного знака та рекламного тексту. Ці форманти належать до морфологічних ознак процесу іншомовного запозичення. Але його найголовніша функція — входження нових слів у мову, тобто поповнення її саме на лексичному рівні [10, с. 284].

Входження слів-запозичень у мовний дискурс надає розвитку української реклами динамічності. Інтернаціоналізми можна класифікувати як важливий компонент комунікації, як вербальне вираження понять.

Потреба в запозиченнях зумовлюється необхідністю одночасного

розвитку тих чи інших назв, термінів, які охоплюють різні сфери людської діяльності, такі як: експорт та імпорт товарів, інвестиції, спільне підприємство, туризм з залученням іноземців, банківські операції.

Головна функція інтернаціоналізмів у рекламному тексті — це, насамперед, інформативність. Наприклад, пральна машина «*Time Manager*» - з англійської чи автомобільна марка «*Volkswagen*», яка має у своїй назві знайомі українцю компоненти — *фольк і вагон*, які асоціюються зі словами «народний» і «транспортний», що повністю відповідає даному товару.

Що ж до сприйняття та розуміння запозичень, то вони з часом переходять до кодифікованого словника, і навіть до побутового мовлення (*міні, максі, екстра, бойфренд*), і стають зрозумілі всім мовцям, незважаючи на вік, стать, освіту. Тобто відомі у наш час лише у відносно вузькому колі мовців *юзер, айтішник, маркетинг, менеджмент, фішка, флешка* незабаром можуть вийти на рівень більш уже звичних *шопінг-тур, імідж, крейзі, месседж, респект, нейм*, а пізніше і на рівень загальновідомих *бізнес, дефіцит, суперстар, партнер*.

У випадку використання власних назв у рекламному тексті пропонований товар отримує додаткові емоційні характеристики, які асоціюються з відповідною назвою. При цьому рекламний логотип з використанням таких слів отримує більш символічний характер і асоціюється вже з психологічними аспектами даного товару.

Проте в сучасному рекламному дискурсі спостерігається й інший процес, пов'язаний із входженням у текстопростір інтернаціональних слів. Назви початково іноземних марок сприймаються вже безпосередньо «прив'язаними» до відповідного товару, тобто асоціюються саме з ним, а не зі своєю семантикою. Наприклад, рекламний логотип «*Prime*» асоціюється з горілкою, а не з латинським значенням «*кращий*», «*перший*».

Мовознавці схиляються до думки, що іншомовні слова використовуються в українському рекламному дискурсі у трьох площинах:

1) інформативний, коли вони входять у рекламний текст, як слова активного мовленнєвого словника і є загальнозрозумілими.

2) знаковий, коли вони позначають логотип або назву товару відповідно до його характеристик і є зрозумілими лише знавцям іноземної мови.

3) асоціативні, коли рекламний бренд викликає певну асоціацію у споживача.

Відповідно до особливостей входження іншомовних слів у мовний дискурс, вчені поділили їх таким чином:

- **Нові запозичення:** *перфоменс, ноутбук, біг-борд, поп-арт, драйв, шоу, солярій, стріт-арт, офшор, тендер, пірсінг, амбалаж, гравюра, ескіз.*
- **Нові запозичення,** трансформовані за місцевими деривативними суфіксами: *перфоменсний, копірайтинг, драйвовий, стайлінг, цифровик, стаф-дизайнер, стиліст, колорист, менеджирувати.*
- **Давно запозичені,** проте актуальні слова в рекламних текстах: *офіс, презентація.*
- **Складні слова** з іншомовним протетичним формантом, де друга частина — смислова — може бути як іншомовного, так і неіншомовного походження: *ультраמודний, суперновий, фотодрук, аудіореклама, суперграфіка, відеоролик, дискографія, фотореклама, мікрофільм, кіноафіша, автокоректура.*
- **Словосполучення,** головним компонентом якого є іншомовне слово, яке створює атмосферу престижності позначуваного об'єкта: *ріелторські послуги, ефективний промоушин*

Отже, як бачимо іншомовний вплив на українську мову за останні два десятиріччя набагато більший та інтенсивніший, ніж був раніше. Багато слів не встигають адаптуватися в українській мові та виходять з вжитку непомітно, або залишаються у своїй початковій формі. Але тенденція до інтернаціоналізації лексики і тим самим — до загальнозрозумілості рекламного дискурсу — наявна, що є показником творення сучасної рекламної мови в Україні.

#### Література:

1. Боса О.А. Комунікативні завдання інформативності у тексті реклами / О.А. Боса // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. — Вип. V. — К.: КНЕУ, 2003. — с. 180-184.

2. Журавлев А.Ф. Иноязычные заимствования в русском просторечии (фонетика, морфология, лексическая семантика) / А.Ф. Журавлев // Городское просторечие: проблемы изучения. — М., 1984. — с. 102-124.
3. Зирка В.В. Лексика рекламы: учеб. пособ. / В.В. Зирка. — Днепропетровск, 2006. — 74с.
4. Зирка В.В. Реклама и новомодные слова / В.В. Зирка // На терені юридичної і філологічної науки: зб. наук. праць, присвяч. 50-річчю від дня народж. і 25-річчю ннаук.-пед. діяльності проф. Прадіда Ю.Ф. — Сімферополь, 2006. — с. 165-168.
5. Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне “Я” / С. Караванський. — К.: Академія, 2001. — 240 с.
6. Костомаров В. Г. Мовний смак епохи ( зі спостережень за мовною практикою мас-медіа) / В. Г. Костомаров. — М.: Педагогіка-Прес, 1997.
7. Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных элементов / Д. С. Лотте. — М.: Наука, 1982. — 152с.
8. Реклама. Словник термінів / ред. Н. В. Іванченко. — К.: 1998. — 202с.
9. Руденко С. Фірмовий стиль та логотип / С. Руденко // Образотворче мистецтво. — 2005. — № 4. — с. 23-26.
10. Сімонок В. П. Запозичені назви у складі української фінансово-економічної термінології / В. П. Сімонок // На терені юридичної та філологічної науки: зб. наук. раць присвяч. 50-річчю від дня народж. І 25-річчю наук.-пед. діяльності проф. Прадіда Ю.Ф. — Сімферополь: Ельїньо, 2006. — С. 283-286.
11. Словник іншомовних слів / ред. Є. І. Мазніченко. — К.: Наукова думка, 2000. — 662 с.
12. Українська мова: Кнциклопедія / ред. М. Бажан. М К.: Українська енциклопедія М. П. Бажана. 2000. — 989 с.

СЕМАНТИЧНІ ОЗНАКИ ПАРЕМІЙ З ФІТОНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ У  
СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

**Мадрига І.Я.**

*студентка інституту іноземних мов  
Дрогобицький державний педагогічний  
університет імені Івана Франка  
м. Дрогобич, Україна*

*У статті розглянуто поняття паремій, прислів'їв та приказок з фітонімічним компонентом у сучасній німецькій мові, а також їх відмінності та семантичні ознаки. Йдеться також про полісемію та синонімію паремій з рослинною лексичною складовою.*

*Ключові слова: паремії, прислів'я та приказки, фразеологія німецької мови, пареміологія*

*The article deals with the concept of parames, proverbs and phrases with a phytonic component in contemporary German, as well as their differences and semantic features. It is also about polysemias and synonymy with paramides with vegetative lexical component.*

*Keywords: paramees, proverbs and sayings, German phraseology, paremiology*

**Постановка проблеми.** Зроблена спроба дослідити, яким чином через лексичні одиниці, що означають предмети і явища рослинного світу, формуються моральні та духовні особливості народу. Паремія – це історія народу, вміщена в стислих, але мудрих висловах. У довготривалому процесі свого формування прислів'я та приказки вмістили все, що пережило людство, що його цікавило від часів його виникнення й до сьогодення.

**Виклад основного матеріалу.** *Пареміологія* (від гр. - вислів, притча) – це одна з галузей фразеології, яка займається вивченням прислів'їв та приказок і сягає ще античних часів. Паремії, представлені в кожній з мов – це своєрідні

мікросвіти, які містять у собі моральний закон, і здоровий смисл, допомагають ідентифікувати національну свідомість. Вони є специфічною ознакою будь-якої національної мови, де неповторним чином передають дух та своєрідність нації [1, с. 73]

Визначаючи лінгвістичну природу терміна «паремія» як об'єднавчої номінації прислів'їв і приказок, передовсім не можна не оминати його вихідного значення, зафіксованого в 11-томному «Словнику української мови»: «уривок із книги Ветхого завіту, що містить пророцтво або повчання і читається в православній церкві під час відправи» [2, с. 68].

До складу паремій відносять: прислів'я, вислови за структурним типом прислів'їв, приказки, велеризми (вирази, що складаються з однієї ремарки й однієї репліки), парадокси, девізи, слогани (слово запозичене з англійської; гасло, лозунг, девіз, рекламне гасло, тобто вислів, що впадає в очі, запам'ятовується), афоризми, максими (правила поведінки чи основний принцип, яким керується людина у своїй поведінці), загадки, прикмети та ін., основне призначення яких полягає в короткому вербальному позначенні традиційних цінностей, поглядів, позицій, що ґрунтуються на особистісному життєвому досвіді. М. М. Пазяк зазначає, що «термін «паремія» здебільшого вживається для визначення родового поняття жанру поряд з терміном «прислів'я та приказки», а видові поняття позначаються термінами «прислів'я», «приказка», «побажання», «вітання», «каламбур», «велеризм», «загадка» та ін., хоча нерідко обидва терміни змішуються і вживаються як синоніми» [3, с. ].

Саме в цих малих жанрах фольклору зосереджено всі когнітивні процеси: відображено сприйняття, розуміння і пізнання людиною навколишнього світу на різних етапах її розвитку; пам'ять поколінь про минулі часи, бо в них народ зосередив всі свої знання, аргументувавши їх. Ю. І. Клим'юк зауважує, притча – це "твір з моральною постановою, що містить узагальнений життєвий досвід і покликана допомогти кожному, незалежно од віку, засвоїти певні принципи поведінки, дати ключ до сприйняття книжної мудрості» [4, с. 28]. Паремії, віддзеркалюючи загальнолюдські пріоритети, водночас фіксують національно

зумовлені ціннісні уявлення народу про світ та своє буття у ньому. Це – історія, пам'ять, досвід народу тощо.

Вживаючи термін "паремії", у більшості випадків мовознавці мають на увазі саме лаконічні афоризми народного походження, що мають повчальний, настановчий або ж виховний характер, сповнені образності та емоційності. Мовознавці прислів'я та приказки зазвичай розмежують. О. В. Дуденко до класу паремій відносить тільки прислів'я, відокремлюючи від них приказки [5, с. 3].

Якщо прислів'я переважно мають структуру іноді й розлогого речення, то приказки вміщуються в стисле словосполучення, яке не має повчального змісту, а тільки вказує на певну ознаку. Як приклад - прислів'я: *"Alles hat seinen Preis, sagte die Frau, die faule Äpfel verkaufte"*. – *"Все має свою ціну, сказала жінка, яка торгувала гнилими яблуками"*. І зразок приказки: *"Das macht den Kohl nicht fett"*. – *"Цим капуста не помастиш"*. Останній вислів вживається на означення відсутності будь-якої користі, в прямому змісті - поживності.

Буквальний переклад прислів'я *"Der eine klopft auf den Busch, der andere fängt den Vogel"* означає українською *"Один стукає в кущ, інший ловить птаха"*. Тим часом у нього є приблизний за змістом відповідник в українському фольклорі: *"Ведмідь танцює, циган гроші збирає"*. Фактично згадане німецьке прислів'я має давніше походження, аніж його український синонім, позаяк у ньому відображено таку царину життя прадавньої людини, як полювання, розподіл здобичі.

По німецьких усталених фразах, що використовуються в сучасній мові, можна прослідкувати і з певною достовірністю зробити припущення, коли вони з'явилися у розмовному обігу. Більш давніми є ті, в яких йдеться про рослинний світ загалом, без згадок про певну назву його представників та видів. Зокрема, прислів'я *"Arbeit hat bittere Wurzel, aber süße Frucht"*. – *"Праця має гіркий корінь, та солодкий плід. Гірко поробиш, солодко з'їси"*, - має значно давніше походження, аніж, наприклад, приказка *"Das sind alte Kamellen, die riechen nicht mehr"*. – *"Це старі камелії, вони вже не пахнуть"*. Як відомо, кущі камелій, батьківщиною яких є Японія,

Про полісемію німецьких паремій свідчать і такі прислів'я: *"Das Pferd will wohl den Hafer, aber nicht den Sattel"*. – *"Кінь хоче вівса, а не сідла"* чи, наприклад, *"Das Pferd, das den Hafer verdient, kriegt ihn nicht"*. – *"Кінь, що вівса заробив, не дістає його (Робочий кінь – на соломі, а ледачий – на вівсі)"*. У таких висловах відображено прагнення народу до соціальної справедливості, відбито стосунки у суспільстві в епоху розшарування між панівною елітою та пригнобленими селянами.

Загалом дерево є одним із найбільш вживаних символів у німецьких пареміях. У фольклорі воно ототожнюється з людським життям, дитинством, юністю, зрілістю та старістю людини, відображає різноманітні стани людського буття, вказує на характери, життєву стійкість чи її відсутність і т.д. Синонімічним до узагальнюючого прислів'я у його переносному значенні *"Den Baum erkennt man an den Früchten"*. – *"Дерево пізнають по плодах. Яке дерево, такі його квіти, які батьки, такі його й діти"*, - є ще один німецький фразеологічний вислів - *"Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm"*. – *"Яблуко від яблуні недалеко падає"*.

З майже ідентичних за змістом фразеологізмів - *"Alte Bäume lassen sich nicht biegen"*, *"Altes Holz lässt sich nicht biegen"* – *"Старе дерево важко гнеться"* – можна зробити висновок, що перший з'явився у мовному обігу раніше, аніж другий, позаяк в останньому випадку йдеться не про ростуче дерево, а про матеріал для ремесла. І. О. Голубовська вважає, що прислів'я та приказки становлять головну частину афористичних суджень, які містять у лаконічній мовно-образній формі національно зумовлені ціннісно орієнтовані узагальнення об'єктивної дійсності, крізь які проглядають певні константи складу народного мислення [6, с. 66]

Прості спостереження за природою, що закладені в пареміях, набувають переносні змісти, присвячені різним сферам життя. Так, у вислові *"Aus einem kleinen Gebüsch springt oft ein großer Hase"* – *"З малого кущика часто великий заць вистрибує"* закладені поняття про такі риси характеру, як боягузство, полохливість, але йдеться у ньому і про можливий несподіваний обсяг здобичі для вправного мисливця.



Лаконічна фраза *"Aus einem Reis wird kein Besen"* – *"Одна хворостина – ще не віник"* несе у собі заклик до гуртування, зміцнення спільних зусиль. Подібним є і вислів *"Ein Grashalm macht keine Wiese"* – *"Одна квітка не робить вінка"*, тобто самі лишень наміри не принесуть сподіваного результату в будь-якій справі. І ще приклади синонімії паремій: *"Ein Mädchen ( oder Mann) macht keinen Tanz, ein Blume keinen Kranz"* – *"Одна дівка – ще не танок, одна квітка – ще не вінок"*; *"Eine Ficht eist noch kein Wald"* – *"Одна сосна – ще не ліс"*; *"Es fällt keine Eiche vom ersten Streiche. Kein Baum fällt auf den ersten Streich"* – *"За один раз не зітнеш дерева враз. За одним разом дуба не зрубаси"*.

Почуття любові до рідної землі формується через приказку *"Daheim ist der Himmel blauer und grüner sind die Bäume"* – *"Вдома і небо синіше, і дерева зеленіші"*.

Отже, дане дослідження підтверджує, що переважна більшість прислів'їв та приказок, що використовуються в сучасній німецькій мові, корінням своїм сягають прадавньої доби, у ті часи, коли пращури стародавніх германців спостерігали за природою, полювали за здобиччю, вирощували злакові культури й використовували лісові та польові плоди.

Багатьом пареміям властива полісемія, тобто в одному прислів'ї можна завважити до двох і більше змістових компонент, як правило, пряму, переносну та додаткову.

Німецькі паремії мають багато спільних структурних рис із пареміями різних народів, в тому числі і слов'янськими. Це, зокрема, і віршована форма, і утворення їх за принципом симетрії чи паралелізму (*"Ein guter Baum bringt gute Frucht"* – *Яка яблунька – такі й яблука"*).

У літературознавчому словнику-довіднику подаються визначення й характеристики приказок і прислів'їв: «Приказка - стислий крилатий народний вислів, близький до прислів'я, іноді це ж укорочене прислів'я, але без властивого йому повчального значення. Коли прислів'я - здебільшого двочленне речення («В чужому оці і порошинку побачить, а в своєму сучка недобачає»), то приказка - одночленна («В своєму оці й сучка недобачає»). Але

чітку межу між прислів'ями і приказками провести дуже важко. Їх здебільшого розглядають як твори одного жанру народної творчості» [7, с. 296]. Прислів'я та приказки широко влилися й активно використовуються в сучасній німецькій мові, роблячи мовлення влучним, афористичним, виконуючи роль того стрижня, що робить мову живою та здатною до подальшого розвитку.

#### Література:

1. Колоїз Ж. В. Українсько-німецькі пареміологічні паралелі / Ж. В. Колоїз.
2. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. — К.: Наукова думка, 1970—1980.
3. Пазяк М. М. Українські прислів'я та приказки: Проблеми пареміології та пареміографії. - К.: Наук. думка, 1984. - 203 с.
4. Клим'юк Ю. Про естетичну природу притчі. / Ю. Клим'юк // Слово і час. – 1993. – N5 . – С. 28–31.
5. Дуденко О. В. Номінативна та комунікативна природа українських паремій: автореф. дис. канд. філ. наук. К. нац. ун-т. - К., 2014. - 19 с.
6. Голубовська І. О. Паремії як відбиття ціннісних пріоритетів етнічної спільності // Мовознавство. - 2004. - № 2-3. - С. 66-74. Літературознавчий словник-довідник / Під ред. Р. Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва та ін. - К.: Академія, 1997. - 752 с.
7. Літературознавчий словник-довідник / Під ред. Р. Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва та ін. - К.: Академія, 1997. - 752 с

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОЇ ХРИСТІЯНСЬКО-БОГОСЛОВСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

*Микитюк О.В.,*

*студентка факультету іноземних мов  
Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича  
м. Чернівці, Україна*

Вивчення явища термінології бере початок ще у ХІХ столітті, коли вчені О. Нубасов та Д. Лотте опублікували свої перші праці. За цей період часу питання термінології вивчалось неодноразово, а на сучасному етапі розвитку науки постає важливою та активно досліджуваною проблемою.

Тому християнсько-богословська термінологія, зокрема, її особливості, потребує поглибленого й розширеного аналізу, що зумовлює актуальність обраної теми.

Метою цієї роботи є дослідження структурно-семантичних особливостей німецької християнсько-богословських термінів як складових термінологічної системи та їх переклад українською мовою.

Під час нашого дослідження було проаналізовано 396 християнсько-богословських термінів східної (православної) традиції німецькою та українською мовами та їхні семантичні (синонімія та терміни-запозичення) та структурні (терміни-композиції та терміни-словосполучення) особливості, що дають змогу зробити наступні висновки:

1. У ході нашої роботи виявлено 146 синонімічних рядів німецької християнсько-богословської термінології. Найбільшу групу, що складається із 64 рядів, складають терміни-синоніми із двох одиниць, далі 34 ряди із трьох, 21 із чотирьох, 11 із п'яти, 4 із семи, 3 із шести та восьми, 2 із одинадцяти синонімів. Результати проілюстровані у таблиці 1, що і свідчить про наявність явища синонімії у християнсько-богословській терміносистемі.

2. Звичайно, що лексичний склад мови сам по собі не існує, адже він поповнюється та поповнювався шляхом запозичення із інших мов. Християнсько-богословська термінологія не є виключенням. Отже, під час дослідження нами було знайдено 63 термінів-запозичень. Оскільки ми зосереджувались на східній традиції християнства, то найбільше кількість запозичень складають терміни грецького походження 38 одиниць, далі з латинської – 21 термін. Присутні також терміни-запозичення з італійської, турецької та церковнослов'янської мов. Результати дослідження згруповано у таблицю 2.

3. Структурний аналіз німецьких термінів-комполітів виявив 56 термінів, серед яких двокомполітні (91%) значно переважають трикомполітні (9%). Це пояснюється тим, що існують високі вимоги до терміна – точність і однозначність. Також були проаналізовані структурні моделі двокомполітних термінів-комполітів, результати аналізу яких знаходяться у таблиці 3.

4. Під час нашого дослідження були виявлені також 112 термінів-словосполучень. За кількістю компонентів виявлено 83 двочленних термінів-словосполучень, що становить 74,1 % від загальної кількості досліджуваних термінів-словосполучень, 24 тричленних, що складають 21,4 % від загальної кількості та 5 чотирикомполітних термінів, що становлять 4,5% від усіх проаналізованих термінів-словосполучень. У таблиці 4 проілюстровані результати аналізу усіх структурних моделей християнсько-богословських термінів-словосполучень німецької мови.

Таблиця 1

**Кількісні та якісні показники термінів-синонімів християнсько-богословської терміносистеми**

Кількість термінів-синонімів у ряді	Абсолютна кількість	Відносна кількість у %
2	64	44 %
3	34	23,2 %
4	21	14,3 %
5	11	7,6 %

6	3	2 %
7	4	2,8 %
8	3	2 %
9	1	0,7 %
11	2	1,3 %
12	1	0,7 %
13	1	0,7 %
15	1	0,7 %
<b>ВСЬОГО:</b>	<b>146</b>	<b>100 %</b>

Таблиця 2

**Запозичення богословських термінів з різних мов**

Мови	Абсолютна кількість	Відносна кількість у %
Грецька	38	60,3 %
Латинська	21	33,3 %
Італійська	2	3,1 %
Турецька	1	1,6 %
Церковнослов'янська	1	1,6 %
<b>ВСЬОГО:</b>	<b>63</b>	<b>100 %</b>

Таблиця 3

**Аналіз структурних моделей двокомпонентних термінів-комполітів**

Структурна модель	Абсолютна кількість	Відносна кількість у %
S + S	38	74,6 %
S + S <sub>S</sub>	5	9,8 %
A + S	4	7,8 %
S <sub>S</sub> + S	3	5,8 %
A + S <sub>S</sub>	1	2 %
<b>Всього:</b>	<b>51</b>	<b>100 %</b>

Таблиця 4

**Аналіз структурних моделей християнсько-богословських термінів-  
словосполучень**

Структурна модель	Абсолютна кількість	Відносна кількість у %
S + S	52	46,4 %
A + S	16	14,2 %
Num + S	15	13,3 %
Num + S + S	14	12,5 %
S + S + S	8	7,3 %
S + A + S + S	3	2,6 %
S + A + S	2	1,8 %
A + S + A + S	2	1,8 %
<b>Всього:</b>	112	100 %

Варто зазначити, що вибірка термінів здійснювалась на основі наступних джерел: Onash Konrad «Einführung in die Konfessionskunde der orthodoxen Kirchen» [3], Walter Kasper und andere «Lexikon für Theologie und Kirche» [2], Rudolf Huber «Kirchengeräte, Kreuze und Reliquiare der christlichen Kirchen» [1], Andrej Lorgus, Michail Dudko «Orthodoxes Glaubensbuch [4] та інші.

Література:

1. Huber R. Glossarium artis, Band 2: Kirchengeräte, Kreuze und Reliquiare der christlichen Kirchen. – : München: K-G-Saur, 1992
2. Kasper W. Lexikon für Theologie und Kirche / [W. Kasper und andere]. – [3. völlig neu bearb. Auflage]. – Freiburg, Basel, Wien : Herder, Bd. 4-6. – 1448 S.
3. Konrad O.: Einführung in die Konfessionskunde der orthodoxen Kirchen, Walter de Gruyter, Berlin 1962. – 103 S.
4. Lorgus A., Dudko M.: Orthodoxes Glaubensbuch. Einführung in das Glaubens- und Gebetsleben der russischen orthodoxen Kirche. Der Christliche Osten, 2. Auflage, – Würzburg, 2002.

СООТНОШЕНИЕ ПРОЕКТИВНОГО И КОНЦЕПТУАЛЬНОГО АСПЕКТОВ В  
СОДЕРЖАНИИ СТИХОТВОРЕНИЯ И. А. БУНИНА «ОСЫПАЮТСЯ АСТРЫ  
В САДАХ...»

*Проскурін І. А.*

*аспірант кафедри слов`янських мов*

*Харківський національний педагогічний університет*

*імені Г. С. Сковороди*

*м. Слов`янськ, Україна*

Осыпаются астры в садах,  
Стройный клён под окошком желтеет,  
И холодный туман на полях  
Целый день неповинно белеет.  
Ближний лес затихает, и в нём  
Показались всюду просветы,  
И красив он в уборе своём,  
Золотистой листвою одетый.  
Но под этой сквозною листвою,  
В этих чащах не слышно ни звука.  
Осень веет тоской,  
Осень веет разлукой!  
Поброди же в последние дни  
По аллее, давно молчаливой,  
И с любовью и с грустью взгляни  
На знакомые нивы.  
В тишине деревенских ночей  
И в молчанье осенней полночи  
Вспомни песни, что пел соловей,  
Вспомни летние ночи  
И подумай, что годы идут,

Что с весной, как минует ненастье,  
Нам они не вернут  
Обманувшего счастья...

Сходство действительности и ее изображения в процессе восприятия текста проявляется на двух уровнях: на уровне конкретно-чувственного образа, формируя проективный аспект содержания и на уровне абстрактных связей между образами (концептуальный аспект). Соотношение проективного и концептуального аспектов содержания поэтического текста является одним из важных параметров идиостиля.

Не отрицая положения о единстве и взаимообусловленности этих аспектов, можно разделить поэтические тексты на те, в которых преобладает проективный или концептуальный аспект.

Нередко они в равной степени присущи тексту: проективный аспект содержания поэтического текста формирует образную составляющую, а концептуальный – тесно связанную с ней понятийную, образно непредставимую составляющую.

В стихотворении И. А. Бунина «Осыпаются астры в садах...» к элементам проективности относится парадигма ПРИРОДА (*астры: сады: желтеющий клён: туман: поля: лес: листва: осень; нивы: ночи: полночь: соловей: весна*).

К концептуальным элементам относится парадигма размышлений и характеристик состояния лирического героя (*осень веет ТОСКОЙ: осень веет РАЗЛУКОЙ; с ЛЮБОВЬЮ и ГРУСТЬЮ взгляни на знакомые нивы: годы идут... нам они не вернут обманувшего счастья*).

Обе парадигмы состоят в отношении взаимодополняемости: размышления лирического героя, его воспоминания вызваны «молчаньем осенней полночи». Доминантами размышлений лирического героя выступают ТОСКА, РАЗЛУКА, ЛЮБОВЬ и ГРУСТЬ, выражающие особенности его эмоционального состояния.

На проективном уровне эмоциональному состоянию лирического героя соответствуют элементы природной парадигмы, конкретизирующие осенний



пейзаж (*осыпающиеся астры: холодный, неподвижно белеющий на полях туман: затихающий лес, одетый золотистой листвою: молчаливая аллея: тишина деревенских ночей: молчанье осенней полночи*).

К концептуальным элементам относится также темпоральная парадигма (*песни соловья (символ весны): летние ночи*), подчинённая парадигме размышлений лирического героя, который приглашает читателя разделить с ним осеннюю грусть (*поброди же в последние дни по аллее, давно молчаливой, и с любовью и грустью взгляни на знакомые нивы: вспомни песни, что пел соловей, вспомни летние ночи и подумай, что годы идут... нам они не вернут обманувшего счастья*).

Парадигма размышлений лирического героя и темпоральная парадигма формируют оценочную парадигму.

Література:

1. Правдин М. Н. Анализ содержательной структуры текста// Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. М., 1976. Вып. 103. С. 91-102

---

Філологічні науки

## ДИСКУРС АНГЛОМОВНОЇ КАЗКИ

**Рибчук Ю.І.,**

*студентка інституту іноземних мов  
Дрогобицький державний педагогічний  
університет імені Івана Франка  
м. Дрогобич, Україна*

Британська казкова традиція містить багату спадщину фольклорних образів, народного гумору, незвичайних пригод, чарівних подій. Вона бере початок у кельтській міфології й разом з тим пов'язана численними нитками споріднення з європейським фольклором. За час самостійного існування британські казки стали носіями національної самосвідомості, своєрідним узагальненням британського духу й образу думки. Поетичне сприйняття світу,

особливості мови, моральні ідеали багатьох поколінь англійських письменників і поетів виховувалися саме британським фольклором – образним, ліричним, безтурботним, веселий і шляхетний у своїй простоті; особлива роль у цьому процесі належить народним казкам.

Казка є найбільш поширеним видом усної народної творчості з домінантною естетичною функцією, яка відрізняє її від інших усних оповідань, де головною виступає інформативна функція. Казка – це символ культури, твір, колективно створений певною нацією, в якому відображено її духовний стан, моральність, звичаї і традиції [1, с. 8]; це спосіб функціонування фольклорної культури в різні історичні періоди, усвідомлення специфіки національного розуміння навколишньої дійсності, духовних цінностей народу, історії, традицій, вірувань та ідеалів [4, с. 89].

Вибірково досліджувалися поетика чарівної казки (роботи К. Бриггс, Г. Бетт, Дж.Р.Р. Толкієна), джерела й розвиток британського фольклору (Д.К. Уілгус, Б. Трабшоу, Алвіс і Брінлі Піс), фрагментарно розглядалися казкові мотиви у творчості різних письменників (Дж. Зайпс, Ф.Дж. Харві-Дартон, Х. Карпентер, Дж. Падні, Н.М. Демурова, А.І. Гульцев).

Однак поняття дискурсу є багатовимірним явищем, тому нині існує ще чимало питань, пов'язаних з англійським казковим дискурсом, що не досліджені повною мірою.

В першу чергу зауважимо, що натепер не існує єдиного визначення поняття «дискурс», що охоплює всі контексти його вживання. Ф.С. Бацевич визначає дискурс як «сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних з пізнанням, осмисленням і презентацією світу адресанта слухачем» [3, с. 138]. Н.Д. Арутюнова трактує його як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками; текст, який розглядається в аспекті подій» [2, с. 136]. Таким чином, використання дискурсивного підходу дозволяє виявити сукупність знань, вірувань, уявлень, розумінь, відображених у народних казках.

Важливо розглянути поняття «казковий дискурс», який є стрижневим

поняттям нашого дослідження. Казковий дискурс, як і сам дискурс, визначається по-різному. Це пов'язано як із складністю і багатозначністю поняття «дискурс», так і з прагматичними установками авторів. Так, у роботі Ю.В. Мамонової тексти казок розглядається як певний тип дискурсу з метою виявлення провідних концептів англійської побутової казки. Відповідно, казковий дискурс розуміється автором як «джерело культурно-аксіологічної інформації, вираженої лексичними засобами, концептуальна організація яких вивчається» [6, с. 64]. У роботах О.О. Плахової казковий дискурс визначається як складне лінгвoseміотичне утворення, продукт мовленнєво-мисленнєвого процесу колективної мовної особистості, який реалізується в різножанрових творах народної творчості в сукупності з екстралінгвістичними факторами [7, с. 11-12].

Літературна казка, тобто казка не фольклорна, а написана певним автором, багато в чому схожа з народною казкою, навіть якщо вона не звертається до класичних казкових сюжетів й обходить без звичних казкових персонажів, без чудес. І дія літературної казки розвертається частіше не в «некотором царстві, некотором государстві», а у звичайній квартирі сучасного міста або на фермі. І все-таки, незважаючи на розходження, що кидаються в очі, багато чого зближає народну й літературну казки.

Вчений-літератор Овчиннікова Л.В. доводить, що казка – це те, що одна людина розповідає іншим. Народні казки протягом сотень років передавалися з вуст у уста, це загальновідомо. Але цікаво, що й літературна казка теж часто складається як усний жанр. [5, с. 35]

Ступінь присутності фольклорного початку в авторській казці може бути різним. Автор може запозичити сюжет народної казки й запропонувати його оригінальну версію. Напроти, літературна казка може мати зовсім самостійний сюжет і при цьому використати фольклорні способи організації художнього простору казки.

Важливим показником стилю англійської казки являється її композиційні компоненти. Англійська казка, як за своїм змістом, так і за своєю структурою відрізняється від слов'янської. Для неї характерна вільніша незакінчена

структурно-композиційна організація, яка зближує її з легендою. В англійській казці можуть виявитися фантастичні герої, а також такі сторонні елементи, як лінгвістичні етюди, етнографічні та культурологічні замальовки, уривки з поем, балад і пісень. Міфологічні персонажі грають у ній значну роль порівняно з традиційними казковими істотами, що представляють світ чудес [8].

Система образів у народній англійській казці, поряд з міфологічними персонажами, охоплює й реальних історичних осіб, які є невід'ємними героями переказів. В якості таких казкових героїв виступають правителі, нащадки знатних родів, політичні діячі, відомі чаклунки/чаклуни, чий імена в казковому дискурсі відіграють роль культурних і хронологічних маркерів [7].

Аналізуючи композиційну побудову казок, хочеться зазначити, що їх структурні компоненти розташовуються в певній логічній послідовності, що зумовлена причинно-наслідковими зв'язками. Композиція казок представлена традиційною схемою: експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка і заключна частина. Більшість англійських казок — односюжетні, для них характерний закритий тип фіналу, який має експліцитний характер і не викликає у адресата жодних запитань. Розв'язка часто відбувається завдяки діям героїв, а надприродне зберігається у функціях чарівників, магів та інш. Але початковий і фінальний епізоди повинні завжди мати реалістичний характер. Композиція казки збігається з традиційною моделлю розвитку сюжету: події впливають одна з одної, їхня послідовність не порушена. Цей тип розвитку сюжету зустрічається у більшості чарівних казок і відображає багато аспектів європейської культури. Шлях розвитку закінчується зникненням чарівного світу за допомогою особливих фінальних формул, де в кінці герої отримують по заслугах.

В англійському казковому епосі живуть королі, принцеси, лорди, наявність яких відображає монархічний лад Великобританії.

Основою художнього світу і світу реального є час і місце дії. Для англійської казки характерне ретельне відтворення топонімичного простору, що знаходиться в межах Сполученого Королівства: графств, розташованих на

території Великобританії; областей і районів, розміщених всередині графств.

Необхідно зазначити, що мова казок має свої певні особливості. Однією з таких лінгвістичних особливостей є усталені ініціальні, медіальні і фінальні формули. Зачин у більшості випадків носить тимчасово невизначений характер.

Отже, підсумуємо. Англійський казковий дискурс є поширеним видом усної народної творчості, джерелом фольклорної культури, засобом усвідомлення специфіки національного розуміння навколишньої дійсності, духовних цінностей народу, його історії, традицій, вірувань та ідеалів, який реалізується в різножанрових творах народної творчості в сукупності з екстралінгвістичними факторами. Для англійської народної казки характерні:

- Незакінчена структурно-композиційна організація, яка зближує її з легендою;
- Односюжетність із закритим типом фіналу, який має експліцитний характер;
- Традиційна модель розвитку сюжету: події впливають одна з одною, їхня послідовність не порушена;
- Наявність фантастичних героїв та міфологічних персонажів;
- Наявність сторонніх елементів (лінгвістичних етюдів, етнографічних та культурологічних замальовок, уривків з балад/пісень);
- Система образів, яка поряд з міфологічними персонажами охоплює й реальних історичних осіб.

#### Література:

1. Аникин В.П. Русская народная сказка. – М.: Просвещение, 1977. – 208 с.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Лингвистический энциклопедический словарь; гл. ред. В.Н. Ярцева – М. : Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. – К. : Видав. центр «Академія», 2004. – 344 с.
4. Корниенко Е.Р. Роль народной сказки в изучении иностранного языка/Иностранные языки в школе. -2007. - №7. – С. 86-91.

5. Крылова И. П., Гордон Е. М. A Grammar of Present-day English. Practical course / Грамматика современного английского языка. – М.: Книжный дом «Университет»: Высшая школа, 2003. – 448 с.

6. Мамонова Ю.В. Когнитивно-дискурсивные особенности лексики английской бытовой сказки: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 – германские языки. – М., 2004. – 22 с.

7. Плахова О.А. Английские сказки в этнолингвистическом аспекте: дис. кандидата филол. наук : 10.02.04 – германские языки. – Нижний Новгород, 2007. – 221 с.

8. Скороходько С.А. Жанровое и национальное своеобразие текста и перевод реалий: (на материале волшебной сказки): автореф. дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.04 – германские языки. – Одесса, 1991. – 16 с.

---

Філологічні науки

## КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПЕРЕКЛАД ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ АГРАРНОГО ДИСКУРСУ

*Руденко А., Сидорук Г.І.*

*Національний університет біоресурсів  
і користування України,  
м. Київ*

Протягом останніх років вітчизняні й зарубіжні науковці активно вивчають питання стандартизації національної термінології, укладання термінологічних словників, створення нових термінів з метою взаєморозуміння між фахівцями відповідних галузей науки. Певних проблем перекладу термінів торкалися О.І. Білодід, О.І. Смирницький., І.С. Квитко. Вивченням фахової термінології та специфіки її перекладу займалися Н. Горбунова, С. Кондратюк, М.П. Кочерган, А.Е. Левицький. Великий внесок у дослідження термінологічної лексики зробили зарубіжні науковці П. Ньюмарк, А. Герд, Д. Лоте. Проте, не дивлячись на численні перекладацькі роботи, на сьогодні не

достатньо дослідженими залишаються питання перекладу термінології аграрного дискурсу.

Н. Пільгуй і Н. Ріман визначають функцію мови в науковій літературі аграрного спрямування, пов'язану з послідовним та адекватним викладом матеріалу, та наголошують на використанні порівняння, метафори й епітету як найбільш популярних у науковій літературі стилістичних прийомів, які, окрім зазначеного, використовуються й у процесі перекладу аграрних текстів [5].

В Академічному тлумачному словнику термін розуміється, як «слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя». За В. Даниленко, «термін – це слово (чи словосполучення) спеціальної сфери застосування, яке називає спеціальне поняття» [3, с. 11]. На відміну від звичайного слова, термін не ідентифікується поняттям, оскільки останнє приписується терміну, додається до нього. Ця різниця відображає конвенційність терміна, яка полягає у своєрідній домовленості між ученими чи фахівцями певної галузі щодо надання визначеному терміну конкретного поняття. Таким чином, конкретний зміст поняття, окресленого таким терміном, тлумачиться шляхом опрацювання його дефініції: лаконічного логічного визначення суттєвих ознак предмета, його змісту і меж використання». За А. Суперанською, терміни поділяються на такі групи: 1) терміни-слова (вони виражені єдиним словом) (*wheat* – пшениця, *stem* – стебло); 2) терміни-словосполучення, серед яких розрізняють: а) вільні словосполучення, де кожний із компонентів – термін, який може вступати у двосторонній зв'язок (*combine harvester* – комбайн, *application of fertilizers* – застосування добрив); б) зв'язані словосполучення, де ізольовано взяті компоненти можуть і не бути термінами, а в поєднанні вони утворюють термін-словосполучення (*headland* – околиця зораного поля, *general-purpose* – багатоцільовий); 3) багатоконпонентні терміни (такі терміни можуть бути три-, чотири- і більше компонентними і представлені вони в значно меншому обсязі) (*plate-and-flicker (distributor)* – тарілчасто-дисковий висіваючий апарат, *brothers-in-blood* – однопометні брати, *all-wheel-steer* - рульове управління, що діє на всі колеса).

Усі терміни характеризуються певними ознаками, до яких належать: а) системність терміну (зв'язок з іншими термінами даної предметної сфери); б) наявність дефініції (визначення) в більшості термінів; в) моносемантичність (однозначність) терміну в межах однієї предметної галузі, однієї наукової дисципліни чи сфери професійної діяльності; г) стилістична нейтральність; д) відсутність експресії, образності, суб'єктивно-оцінних відтінків.

Основними способами утворення термінів є такі: зміна значення слова звичайної мови; утворення неологізмів шляхом словотвору з коренів та інших морфологічних елементів звичайної мови, що часто набирає форми кальок з іноземних мов; запозичення з іноземних мов (етранжизми); афіксація, яка представлена суфіксацією та префіксацією; семантичний (основними виявами семантичного термінотворення є звуження значення, метафоричний і метонімічний переноси); запозичення (переважно з латинської та грецької мов).

Трактування поняття *дискурс* у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці змінювалося протягом останніх десятиліть. Проте, незважаючи на величезний інтерес науковців до цього поняття, його трактування залишається неоднозначним та в багатьох роботах обумовлюється завданнями досліджень. Дуже влучним є висловлювання Т. ван Дейка: «Часто найбільш розпливчасті поняття, ті, що найважче піддаються визначенню, стають найбільш популярними» [2, с. 112].

Досить вичерпним є визначення дискурсу, запропоноване Н. Арутюновою: «Дискурс – це зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; це мовлення, що занурене у життя» [1, с. 8].

На початку ХХІ століття поняття дискурсу асоціюється переважно з усіма виявами комунікації в суспільстві. Німецький дослідник А. Вірлахер стверджував, що це поняття є соціолінгвістичною структурою, яка реалізується адресатом у конкретних комунікативних, соціальних та прагматичних ситуаціях.

Аграрний дискурс належить до наукового дискурсу, що в економіці України залишається винятково важливою ланкою, яка визначає соціально-економічний



стан суспільства та продовольчу безпеку держави. Він є орієнтованим на всі верстви суспільства та вважається одним з найбільш актуальних дискурсів сучасності. Немає сумніву, що з перекладацької точки зору, найбільший інтерес дослідників привертають саме аграрні терміни. За визначенням А. Коваленко, терміном є емоційно нейтральне слово чи словосполучення, яке вживається для точного вираження понять та назв предметів [4, с. 9]. На думку Н. Раєвської, термін можна визначити як, слово, що характеризується не лише стильовою співвіднесеністю, а й певною замкненістю в системі лексики на означення понять якоїсь окресленої галузі знань [6, с. 18].

Аграрні терміни становлять суттєву складову текстів аграрного дискурсу. Специфіка перекладу термінів полягає в тому, що найважливішою умовою досягнення еквівалентності є збереження в перекладі змістовної точності одиниць, забезпечення абсолютної ідентичності понять, що виражаються термінами. Під час перекладу аграрної термінології досить часто виникають труднощі через те, що в лінгвістичному аспекті термінам, як і іншим словам мови, притаманна багатозначність. Існує велика кількість термінів-неологізмів, ще не зафіксованих у словниках. І такі випадки можуть створювати серйозні проблеми для перекладача. Зважаючи на це, основна умова подолання цих труднощів полягає у детальному розумінні і аналізі явища, яке описується і передачі його усталеними в науці термінами. Отже, для досягнення адекватності перекладу термінів, потрібно досконало знати ту галузь, якої стосується переклад. Так, А. Я. Коваленко визначає два етапи у процесі перекладу терміну: 1) з'ясування значення терміна (у контексті); 2) переклад значення рідною мовою [5, с. 15].

Одним із найпоширеніших і найпростіших прийомів перекладу терміна на лексичному рівні є прийом транскодування (побуквенна чи пофонемна передача вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу). При перекладі способом транслітерації не слід забувати й про «фальшивих друзів перекладача», транслітераційний спосіб перекладу яких призводить до грубих викривлень змісту. Розрізняють чотири види транскодування:

- Транслітерація (передача термінів, які записані однією графічною

системою, засобами іншої графічної системи): *biota* – *біота*, *cation* – *катіон*, *cistron* – *цистрон*, *cultivar* – *культивар*.

– Транскрибування (передача звукової форми елемента вихідної мови літерами мови перекладу): *biome* – *біом*, *clone* – *клон*, *alkaloid* – *алкалоїд*.

– Змішане транскодування (переважне застосування транскрибування із елементами транслітерування): *antibiotic* – *антибіотик*, *anticodon* – *антикодон*, *baculovirus* – *бакуловірус*, *anti-oncogene* – *анти-онкогон*.

– Адаптивне транскодування (коли форма слова у вихідній мові дещо адаптується до фонетичної та/або граматичної структури мови перекладу): *conservation* – *консервація*, *cultivation* – *культивування*, *duplication* – *дуплікація*, *evolution* – *еволюція*. Під час перекладу неологізмів транскодування зазвичай супроводжується описовим перекладом, що подається у дужках: *maceral* – *мацерал* (органічна складова вугілля).

Застосовуючи цей спосіб перекладу, перекладач повинен переконатися, що в мові перекладу відсутній відповідник терміну, що перекладається. Під час аналізу та перекладу аграрної термінології, простежується значна кількість лексики, що має латинське походження, й таким чином відноситься до групи інтернаціональної лексики: *bacteria* – *бактерії*, *diagnosis* – *діагностика*, *agronomia* – *агрономія*.

Досить поширеним є й такий спосіб перекладу термінів, як калькування (дослівний або буквальный переклад) – прийом перекладу нових термінів, коли відповідником простого чи (частіше) складного слова (терміна) вихідної мови в цільовій мові вибирається зазвичай перший за порядком відповідник у словнику: *hydrological cycle* – *гідрологічний цикл*; *primary production* – *первинна продукція*; *ecological niche* – *екологічна ніша*, *genetic testing* – *генетичне тестування*. У цих прикладах українські відповідники англійських термінів утворені шляхом вибору першого словникового відповідника кожного з компонентів.

Калькування як прийом перекладу частіше простежується під час перекладу складних термінів. Воно може також застосовуватися стосовно лише одного з компонентів складного слова (терміну): *endangered species* – *вимираючий вид*,

*functional gene* – функціональний ген. Зазначений прийом можна використовувати тільки тоді, коли утворений таким чином перекладний відповідник не порушує норми вживання і сполучуваності слів в українській мові.

Досить поширеним серед термінології, зокрема, що стосується аграрної сфери, є переклад за допомогою використання родового відмінка: *hybridization of cells* – гібридизація клітин, *soil erosion* – ерозія ґрунту, *culture of cells* – культура клітин. Переклад термінів можливий і шляхом опису значення.

Описовий переклад – це такий прийом перекладу нових лексичних елементів вихідної мови, коли простий термін замінюється в мові перекладу описовою фразою, що розриває суть терміну: *oviparity* – овипарність, розмноження безембріонними яйцями, *genome* – геном, весь генетичний матеріал у хромосомі. До інших трансформаційних прийомів, що застосовуються при перекладі аграрних термінів можна віднести: конкретизацію та генералізацію. Конкретизація значення – це лексична трансформація, внаслідок якої термін ширшої семантики в оригіналі замінюється терміном вузької семантики. У процесі перекладу лексичних елементів перекладні відповідники можуть утворюватися не лише шляхом звуження значення англійських слів, а й розширення значення. Такою лексичною перекладацькою трансформацією, яка протилежна конкретизації, є генералізація.

Отже, опрацювання студентами англійських термінологічних сільськогосподарських слів і конструкцій, вміння використовувати їх у практичних ситуаціях має особливе значення в умовах сьогодення. Це дає студентству змогу налагоджувати тісні контакти з представниками іноземних компаній, ефективно взаємодіяти на різних комунікаційних рівнях, орієнтуватися в особливостях уживання та перекладу лексичного масиву сільськогосподарського спрямування. Таким чином, аналіз основних особливостей перекладу складних термінологічних сполучень аграрної тематики показав, що найважливішою проблемою досягнення еквівалентності перекладу аграрних текстів є передача вихідного змісту тексту за допомогою терміносистеми іншої мови. Також перекладач повинен володіти широким спектром знань із багатьох галузей для

досягнення адекватного перекладу та враховувати контекстуальний зміст тексту в процесі лексико-семантичних трансформацій аграрної термінології.

#### Література:

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энцикл., 1990. – С. 136–137.
2. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса / Т. А. Ван Дейк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
- 3.
3. Даниленко В.П. Семантическая структура специального слова и ее лексикографическое описание / В. П. Даниленко. – Свердловск, 1991. – 155 с.
4. Коваленко А.Я. Науково-технічний переклад: Навчальний посібник / А. Я. Коваленко. – Тернопіль : Вид-во Карпюка, 2001. – 284 с.
5. Пільгуй Н.М., Ріман Н.І. Особливості перекладу мовних засобів експресивності текстів аграрної тематики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/archive>.
6. Раєвська Н.М. Англійська лексикологія / Н. М. Раєвська. – К. : Наука, 2001. – 234 с.

---

УДК 801

Філологічні науки

## РИТМІЗАЦІЯ ЗВУКОВОГО ПОТОКУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ

**Сольонова І. Л.**

*студентка факультету іноземних мов  
Вінницький державний педагогічний  
університет ім. М. Коцюбинського  
м. Вінниця, Україна*

Ритм є універсальною властивістю різноманітних явищ мовної та позамовної дійсності. За висловом Є. Г. Еткінда, ритм — це порядок, гармонія,

рівномірний та злагоджений рух, законам якого підпорядковується весь оточуючий світ.

Головними особливостями просодичної організації ритмічних синтагм і груп є рівномірне співвідношення загальної кількості складів до кількості наголошених складів, а також симетричний розподіл наголосів у слоганів, особливо рекламного типу. Засобами ритмізації на лексичному рівні виступають повтори, серед яких найбільш поширеними є анафора та простий лексичний повтор [1].

Основними засобами ритміко-синтаксичної побудови рекламних та політичних слоганів є паралельні конструкції. Тому ритм забезпечує структурну цільність слоганів різного типу, що таким чином прискорює їх запам'ятовування та виступає головним елементом їх емоційно-сміслового вираження. Ритмізація звукового потоку слоганів здійснюється на основі емоційно-естетичний впливу на адресата і на сприйнятті реалізації прагматичних аспектів рекламної комунікації.

Відповідно до аналізу англомовних слоганів серед фонетичних засобів ритмізації найчастотнішими виділяються різні види повторів звукового матеріалу, до яких зараховуємо і риму.

Так як рима базується щодо відношення повторюваності, вона забезпечує ритмічну структуру всього тексту [2].

Співзвуччя слів всередині слогана та на кінці може також створювати внутрішню риму, яка може бути точною або неточною:

- 1) точною: *We can do better, America can do better, and help is on the way!*
- 2) неточною: *Go ahead. Make my day.*

Головним проявом фонічного ритму можуть виступати такі засоби, як алітерація (повторення однорідних приголосних) та асонанс (повторення головних звуків):

- 1) алітерація: . *Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline.*
- 2) асонанс: *It's nobody's business but ours*

Отже, Ритм рекламних слоганів виступає просодичним засобом та

утворений завдяки взаємодії мовних елементів різних рівнів. Основними фонетичними засобами ритмізації звукового потоку різних слоганів виступають звукові повтори (алітерація, асонанс) та рима. У більшій частині слоганів спостерігається впорядковане чергування наголошених і ненаголошених складів, що притаманно ритмізованому прозовому мовленню.

#### Література:

1. Боднар В. Т. Мова віршова й прозова / В. Т. Боднар [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrlit.vn.ua/5klas/6/prose.html>.

2. Гумовская Г. Н. Ритм как фактор выразительности художественного текста (на материале английского языка) [Електронний ресурс] / Г. Н. Гумовская. — Режим доступу : <http://www.dissercat.com/content/ritmkak-faktor-vyrazitelnosti-khudozhestvennogo-teksta-na-materiale-angliiskogo-yazyka>.

## ОПИСОВИЙ СПОСІБ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТВОРІВ ДЖЕКА ЛОНДОНА

**Стасик Н.Р.**

*Студентка Інституту іноземних мов  
Дрогобицького державного педагогічного університету  
імені Івана Франка  
м. Дрогобич, Україна*

Фразеологія, згідно одностайної думки багатьох мовознавців, – найбільш специфічна та самобутня область мови. Фразеологічний склад кожної мови являє собою фрагмент концептуальної картини світу, що відображає риси національного менталітету, характер соціального, політичного, історичного розвитку народу.

У художніх творах фразеологізми отримують певну специфіку, що полягає в значних змінах як формального, так і змістового планів. Таким чином, ці фразеологічні одиниці пристосовуються до умов конкретних текстів, що є одним

із важливих показників індивідуальної творчої манери письменника. Часто фразеологізми, що мають довгу історію вживання та використання, отримують в індивідуальній творчості письменника нове звучання та значення. Все це сприяє динамічності фразеологізмів, визначає їм певне місце в текстах художньої літератури [1, 129].

Джек Лондон належить до найбільш перекладених українською мовою не лише американських, але й загалом зарубіжних авторів. Він перший автор, повна збірка творів якого була перекладена українською мовою.

Використання того чи іншого способу перекладу пов'язане в кожному окремому випадку з метою, що її автор ставить перед собою для адекватної передачі змісту оригіналу.

Описовий переклад – це теж один із найбільш використовуваних способів передачі значень фразеологічних одиниць аналізованих творів Джека Лондона. Суть його полягає у використанні вільних словосполучень для передачі значень англійських фразеологізмів. Його відносно часте використання теж частково пояснюється відсутністю фразеологічних відповідників англійських фразеологізмів в українській мові, однак зустрічаються випадки, що перекладачі нехтують наявними мовними еквівалентами, безпідставно використовуючи опис як спосіб перекладу, зловживаючи, на нашу думку, використанням цього способу. Як відомо, вільні словосполучення не наділені таким ступенем образності, як фразеологізми, тому зловживання цим способом перекладу спричиняє втрату експресії, що має місце в творі оригіналу. Цей спосіб характерний передусім для комунікативного перекладу, зорієнтованого на читача, що передбачає легкість розуміння тексту, його простоту та доступність.

Розглянемо деякі приклади з творів Джека Лондона «White Fang», «The Call of the Wild», «Martin Eden».

Описовий спосіб маємо можливість спостерігати при перекладі англійського фразеологізму *like greased lightning* – ніби блискавка. Перекладач обирає вільне словосполучення «*І не помітили як*», відмовляючись від еквіваленту в українській мові. В обох варіантах – англійському «*like greased*

*lightnin'»* та українському «*І не помітили як*» – в основі аналізованих словосполучень лежить значення *дуже швидко*. Український варіант загалом передає значення англійського фразеологізму, але втрачається образність, що має місце в мові оригіналу і яка могла бути передана фразеологічним українським порівнянням: «*You're right, Bill,' he concluded. 'Fatty's gone."An' he went like greased lightnin' once he got started. Couldn't 've seen 'm for smoke*» - «*Твоя правда, Білле, — сказав він. — Феті зник. — І не помітили як. Шукай тепер вітру в полі*» . («Біле ікло», с. 9).

На нашу думку, такий переклад за наявності повного відповідника втрачає образність, тим самим, з точки зору стилістики, речення перекладу виглядає дещо бідніше, ніж у мові оригіналу.

Те саме можна сказати і про переклад фразеологізму *keep once hands off sb*, що має в українській мові відповідник *збрати свої руки від когось*. Однак, перекладач знову вдається до описового перекладу, передаючи зміст цього фразеологізму за допомогою дієслова *зачіпати когось*, що, на наш погляд, теж не можна вважати найкращим варіантом його перекладу. *I thought he most be somebody was the farodealer's comment. That' why I kept my hands off him at the start. - Я так і гадав, що він якесь цабе, — зауважив картяр. — Тим-то я й не зачепив його* («Біле Ікло», с. 50).

Вільне словосполучення використовує перекладач оповідання «Біле Ікло» для передачі ідіоми *off colour* – *бути у поганому настрої, нездужати* тощо. Він перекладає її дієсловом *охляти*, що має значення *відчутти втрату сил, енергії* тощо. Описовий переклад тут цілком виправданий, оскільки ця ідіома не має фразеологічного відповідника в українській мові: «*You're off colour, that's what's the matter with you," Henry dogmatised. "What you need is quinine, an' I'm goin' to dose you up stiff as soon as we take McGurry*». «*Просто ти підохляв, та й усе, — авторитетно заявив Генрі. — Хіни тобі треба. Ось тільки-но доберемось до Мак-Геррі, я тобі добренну порцію вгачу*» («Біле Ікло», с. 39).

Розглянемо ще один приклад, взятий із книги Джека Лондона «White Fang»: «*No reflection on you, doctor, you understand; but he must have the*



*advantage of every chance*» - «Ви ж розумієте, я не хочу вас образити, але необхідно зробити все» («Біле Ікло», с. 55) Вираз *no reflection on you* при дослівному перекладі буде звучати приблизно як *на вас це ніяк не відобразиться*. Однак, перекладач, використовує описовий спосіб перекладу, за допомогою речення «я не хочу вас образити». Це речення – частина діалогу, що відбувся між суддею Скоттом і хірургом. Він більше діловий, ніж дружній, тому перекладач перекладає його в такий спосіб, дотримуючись більш офіційного стилю спілкування.

В одному з випадків перекладач вдається до перекладу англійського фразеологізму *catch sb's eye* – *зловити чийсь погляд, привернути чиюсь увагу* перекладач оповідання «Біле Ікло» перекладає взагалі вільно, а саме частину «*The elevation of frames of poles caught his eye...*» - «Коли люди поставили жердини для вігвамів...», переводячи тим самим акцент з одного суб'єкта дії на інший – з Білого Ікла, що зауважив нові конструкції, в оригіналі на людей, які їх встановили в українському перекладі. Зі зміною цього акценту було упущено фразеологізм *caught his eye*. Розглянемо цю частину речення в ширшому контексті: «*The elevation of frames of poles caught his eye; yet this in itself was not so remarkable, being done by the same creatures that flung sticks and stones to great distances*». «Коли люди поставили жердини для вігвамів, цим він не дуже захопився, бо вже бачив, як з наказу цих самих істот літало каміння й дрючки» («Біле Ікло», с.16).

У творі Джека Лондона «Мартін Іден» зустрічається фразеологізм *to get away from* – з дослівним перекладом *відійти геть від чогось*. Автор перекладу використовує для його інтерпретації дієслово *перейти*, у значенні *змінити тему*: *Even as she asked, he realized that she was making an effort to talk his talk, and he resolved to get away from it and talk hers.* - *Мартін бачив, що вона намагається говорити на його рівні, і вирішив, відповівши, перейти на теми, близькі їй.*

Оповідання «Поклик предків» демонструє теж описовий спосіб перекладу англійської фразеологічної одиниці *lap over* – *перекривати, покривати*

(*витрати*). Автор, однак, використовує інше дієслово – *вистачати* для передачі її значення, наприклад: *For to play a system requires money, while the wages of a gardener's helper do not lap over the needs of a wife and numerous progeny.* - *Аби грати за системою, потрібні гроші, а платні молодшого садівника насилу вистачало на потреби його дружини й купу дітей* («Поклик предків», с. 44)

Для перекладу фразеологізму *the tables turned*, що дослівно перекладається *стали повернулися*, перекладач використовує вільне словосполучення. Воно обґрунтоване відсутністю еквіваленту в українській мові, який би передавав це значення. Використаний перекладачем вираз *ситуація змінилася* адекватно відображає значення вказаного англійського фразеологізму, наділеного образністю. Образ стола, закодований у фразеологізмі англійської мови, не знаходить відображення в українській мові, однак в українській мові цей англійський фразеологізм не має фразеологічного відповідника, тому автор не міг відобразити образ англійського фразеологізму при його перекладі українською мовою.

Інколи перекладач вдається до поєднання значень двох дієслів, що є однорідними присудками, передаючи їх однією лексемою, наприклад: *«He went back to the text and lost himself. He did not notice that a young woman had entered the room».* - *«Він так захопився читанням, що не помітив, як у кімнату увійшла молода жінка»* («Мартін Іден», с. 3).

У цьому прикладі частини *went back to the text and lost himself* передаються *«Він так захопився читанням»*, таким чином відобразивши значення фразеологізму *lose oneself in something* – *загубити себе, забутись* дієсловом *захопитися*.

Розглянувши приклади описового перекладу англійських фразеологізмів досліджуваних творів Джека Лондона українською мовою, можна зробити висновок, що він інтенсивно використовується. Інколи цей спосіб перекладу виправданий і єдино можливий, інколи – використовується перекладачами необґрунтовано, внаслідок чого втрачається образність, закодована в мові

оригіналу. Для описового перекладу фразеологізму перекладачами творів зазвичай використовуються дієслова, що свою семантикою покривають значення фразеологізму або вільні словосполучення.

#### Література:

1. Баран Я.А, Зимомря М.І., Білоус О.М., Зимомря І.М. Фразеологія: знакові величини: Навчальний посібник для студентів факультетів іноземних мов. – Вінниця: Нова книга, 2008. - 256 с.

#### Список джерел ілюстративного матеріалу:

2. Лондон Джек. Твори : у 12 т. Т. 2–4 /Джек Лондон ; пер. з англ. І. Стешенко, Л. Герасимчук. – К. : Вид-во Дніпро, 1969–1970.

3. London 1: London J. Martin Eden: [роман] / J. London. – Moscow: Foreign Languages Publishing House, 1953. – 434 p.

4. London J. The Call of the Wild. White Fang / J.London. – М.: Progress Publishers, 1971. – 288 p.

---

УДК 821.161.1

Філологічні науки

### СПЕЦИФІКА ПРОСТОРОВО-ЧАСОВИХ ВІДНОСИН У РОМАНІ О.І. СОЛЖЕНІЦИНА «В КОЛІ ПЕРШОМУ»

*Ступницька Н.М.,  
к.філол.н, доцент,  
доцент кафедри англійської мови  
Харківський національний  
університет імені В.Н. Каразіна  
м. Харків, Україна*

Просторово-часова організація творів О.І. Солженіцина привертала увагу багатьох дослідників. Розглядом цього питання, тією чи іншою мірою, займалися Ж. Ніва [5], М.М. Голубков [3], О.В. Белопольська [2], П. Лаврьонов [4]. Розмаїття думок з цього питання й дискусійність деяких висновків учених робить вивчення цієї проблеми особливо актуальним. Мета нашої статті

полягає у тому, щоб зробити систематизацію існуючих думок й надати власне тлумачення проблеми.

Один з найбільших дослідників творчості письменника Ж. Ніва, вважає, що прагнення Солженіцина до часового стискання обумовлене відсутністю інтриги у його творах. Дослідник вважає, що передісторія героя не відіграє суттєвої ролі у творі письменника. Однак не можна повністю погодитися з такою думкою, оскільки Солженіцин не стільки розповідає про ті чи інші події, скільки преломлює їх крізь призму морально-духовного сприйняття персонажів. Подібна думка виникла тому, що «час у Солженіцина максимально сконцентровано. “Хронотоп” (якщо скористатися терміном М. Бахтіна) стиснутий до максимуму: Іван Денісович – один день, Круг перший – три з половиною, перша частина Ракового корпусу – три, друга – декілька тижнів, як того вимагає протокол лікування, Август Чотирнадцятого – десяток днів. Просторово-часове стискання відзначається усіма дослідниками, хто пише про Солженіцина. Це стискання, це замкнення людини у мікрокосм камери, табору, лікарняної плати або Грюнфлієвського лісу не тільки створені досвідом каторжанина (“концентрація” людського матеріалу нав’язана “концентраційним” століттям); це свого роду органічна потреба письменника Солженіцина [5, с. 44].

О.В. Белопольська значну увагу приділяє аналізу композиційних особливостей роману, які проявляються у тому, що автор постійно переносить дію з одного плану на інший. Солженіцинські «герої начебто розкидані у просторі, поєднує ж їх час» [2, с. 120].

П. Лаврьонов [4] розглядає специфіку ставлення Солженіцина до часу, вдало поєднавши творчу й особистісну біографію письменника. На нашу думку, особливо слід виділити дослідження М.М. Голубкова [3], що присвячене аналізу творів О.І. Солженіцина. Аналіз роману «В колі першому» крізь призму хронотопа, що був запропонований ученим, дозволяє виявити усю глибину й багатогранність твору, з одного боку, й систематизувати велику чисельність образів й, тим самим, зв’язавши них із просторово-часовими відносинами. З точки зору ученого, хронотоп виявляється основним сюжетворним елементом твору.

Ми вважаємо, що проблема співвідношення героя й оточуючого його середовища набуває особливого значення у романі Солженіцина. На думку М.М. Бахтіна, «будь-яке входження до сфери змістів здійснюється тільки крізь ворота хронотопу» [1, с.406].

Образи «В колі першому» розкриваються у рамках власного хронотопу. Хронотоп створює простір, в якому ідеологічні поля, що формуються героями, накладаються одне на одне, створюючи конфліктне напруження. Навіть якщо герой монологічно замкнений, письменник знаходить можливість розкрити його внутрішній світ, відтворити ідеологічне поле, що привноситься ним до роману. Кожен хронотоп у романі Солженіцина формується навколо певного центра й має власну ієрархію.

У зв'язку з тим, що художній простір стає формальною системою для побудови різноманітних, у тому числі й етичних, моделей, виникає можливість моральної характеристики літературних персонажів через відповідний до них тип художнього простору, яка виступає у якості своєрідної морально-етичної метафори.

Інокентія Володіна можна назвати центральним сюжетним вузлом, що зв'язує різні романи хронотопи. Світосприйняття героя суттєво відрізнялося від «правильного» світогляду, що насаджувався більшовистськими ідеологами й відокремлювало його від хронотопу макаринської квартири. Володінська лінія несе так звану романну функцію. Він робить вчинок, що вносить інтригу до оповіді, і є одним з центрів, від якого розходяться оповідні кола й охоплюють інших персонажів. Не Сталін стає у центрі оповіді й змушує читача знаходитися у постійному хвилюванні за долю героя. Високопоставлений радянський дипломат, розбещений матеріальними благами, бажаючи спокутувати історичний гріх батька, ризикує не тільки добробутом, але й життям. Замість звичної лінійної послідовності подій, перед нами є певний простір з розмаїттям ходів і виходів й у кожний герой має власну траєкторію руху.

У образі Щагова письменник показав процес морального деградування людини під впливом зовнішніх обставин. Персонажеві некомфортно на перетині

двох хронотопів, один з яких чужий для нього. Не випадково, саме через Голованова, Щагову вдалося отримати запрошення на вечір до Макаригіних. Обидва герої, маючи доволі високий рівень інтелекту, змогли пристосуватися до сучасного способу життя й навіть знайти певне пояснення тому, що відбувалося. Голованов виступає своєрідним провідником Щагова до світу багатства. Перетинання порогу макаригінської квартири вводить героя до світу багатства й достатку. Хронотоп порога у даному випадку має подвійне значення: реальне значення порога квартири поєднується із символічним значенням межі, що відокремлює хронотоп макаригінської квартири від хронотопа радянської дійсності.

Хронотоп сходів, що поєднується з мотивом зустрічі, дозволяє Солженіцину вивести назовні світ ув'язнених. До хронотопу елітної новобудови через сходи входить в'язнично-табірний світ. Саме Клара, з її здатністю до духовного розвитку, здатна була помітити жінку, що мила підлогу й зникла.

Хронотоп Марфінської шарашки є центральним хронотопом твору, що стягує усі ниті романної дії. У цьому специфічному просторі перетинаються різні точки зору, у тому числі й діаметрально протилежні. Такий художній прийом дозволяє Солженіцину створити ефект просторової й часової відкритості картини буття, дає читачеві можливість сприймати зображені у романі події, як частину глобального над історичного й позачасового етико-філософського діалогу.

Героєм, що несе у романі велике морально-психологічне навантаження й посідає верхню сходинку у ієрархії марфінського хронотопу, є Гліб Нержин. Його судження базуються, перед усім, на особистому досвіді, але він з готовністю звертається і до спадщини світової філософської думки.

У зображенні Солженіцина Марфіно постає осередком духовної свободи, а її мешканці носіями духовної культури. Особливість цього хронотопу полягає у тому, що розвиток внутрішнього дійства визначається не подіями, що відбуваються у Марфіні, а діалогами героїв. У той же час персонажі одночасно опиняються начебто у двох світах: у реальному світі шарашки і у світі етико-філософських думок і літературних образів.

Зібраний у даній статті матеріал, незважаючи на вимушену неповноту, дозволяє зробити висновок про особливу роль просторово-часових відносин для характеристики як внутрішнього світу персонажу так і оточуючого його середовища. Дослідження роману О.І. Солжениціна «В колі першому» у такому ракурсі представляє безсумнівну наукову зацікавленість і є перспективним напрямком для подальшого вивчення твору зокрема й творчої спадщини письменника у цілому.

#### Література:

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М.М. Бахтин. – [2-е изд.]. – М. : Худож. лит., 1975. – 504 с.
2. Белополюская Е.В. Роман А.И. Солженицына «В круге первом»: Проблематика и поэтика: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.02 / Белополюская Елена Вадимовна. – Ростов н/Д., 1996. – 180 с.
3. Голубков М. М. Александр Солженицын. В помощь преподавателям, старшеклассникам и абитуриентам. – 2-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 112 с.
4. Лавренов П. Образ Времени в творчестве А.И. Солженицына / П. Лавренов // Между двумя юбилеями (1998 – 2003) : Писатели, критики и литературоведы о творчестве А.И. Солженицына : Альманах / Сост. Н.А. Струве, В.А. Москвин. – М.: Русский путь, 2005. – С. 195–204.
5. Нива Ж. Солженицын / Ж. Нива ; [пер. с фр. Симона Маркиша в сотрудничестве с автором]. – М. : Худож. лит., 1992. – 189, [2] с.

## ПРАВИЛЬНІСТЬ МОВЛЕННЯ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ МОВНОКОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦЯ

**Янчук Н. В.**

*старший викладач кафедри української мови*

*Житомирський державний університет*

*імені Івана Франка*

*м. Житомир, Україна*

Сучасність вимагає від фахівців різноманітних сфер діяльності чітко сформованих професійних умінь і навичок, володіння якими й повинно стати запорукою подальшої результативної професійної самореалізації, адже «оволодіння основами будь-якої професії розпочинається із засвоєння певної суми загальних і професійних знань, а також оволодіння основними засобами розв'язання професійних завдань» [1, с. 170], серед яких важлива роль належить мовленнєвим умінням і навичкам. Адже виконання професійних обов'язків у будь-якій сфері діяльності вимагає спілкування, а отже, й висуває певні вимоги до мовно-мовленнєвої підготовки фахівця цієї сфери.

Потрапляючи в різноманітні комунікативні ситуації, що супроводжують професійну діяльність, людина повинна якнайкраще реалізувати себе як фахівця, що володіє професійно орієнтованими уміннями й навичками, серед яких особливе місце належить комунікативним, які входять до більш широкого поняття – мовнокомунікативної компетенції, яка визначається як «система знань, умінь і навичок, потрібних для ефективного спілкування. Щоб правильно спілкуватися і досягати мети спілкування, комунікант має володіти великою сумою систематизованих знань про мовні і немовні засоби спілкування, людську психіку, культуру, суспільство, національну своєрідність тощо. Однак недостатньо знати – потрібно вміти застосовувати знання на практиці, в процесах спілкування з конкретними людьми, за конкретних умов» [2, с.21-22]. Як бачимо, важливо не лише знати мову, а й вміти користуватися нею, а для цього поряд із системними



знаннями про мову, мовні норми та правила спілкування, у мовця мають бути чітко сформовані вміння й навички практичного застосування цих знань задля побудови висловлювань різної тематики, тобто в комунікативній діяльності, що й становить основу ефективного спілкування .

У цьому контексті нас цікавлять саме мовленнєві вміння й навички, які, базуючись на мовних знаннях, повинні стати показником культури мови фахівця, а отже, й бути показником ефективності професійної діяльності. Адже фахівець повинен володіти високою культурою мови й мовлення, що є показником його професійного рівня та освіченості. «Культура мови оцінюється щодо точності, ясності, виразності, стилістичної вправності висловлювання, майстерності мовця у використанні лексичних, граматичних синонімів, у доборі структурних варіантів висловлювання» [3, с. 285].

Серед основних комунікативних якостей мовлення однією з найважливіших, на нашу думку, є правильність, яка є «основною ознакою сформованості його мовнокомунікативної професійної компетенції, оскільки передбачає систематизовані знання літературних норм сучасної української літературної мови і вміння їх використовувати практично» [4, с. 87].

Розуміння суті мовних норм, їх типів та знання основних правил сприяють формуванню правильності мовлення, яка пов'язана із застосуванням мовних норм та дією так званого чуття мови як наявності природних, вроджених здібностей до мови, уміння відчувати правильність чи неправильність слова, вислову, граматичної форми, що є результатом постійної роботи щодо розвитку та збагачення мовлення. Бездоганне знання мовних норм ще не є ознакою правильного мовлення, потрібно вміти застосовувати їх у процесах спілкування на всіх рівнях, що забезпечується відповідними вміннями й навичками. Задля забезпечення цього варто диференціювати сфери мовленнєвої діяльності та мовні норми відповідно до їх застосування в усній та писемній формах з усвідомленням того, що, сфера усного мовлення вимагає бездоганного володіння орфоепічним та акцентуаційними нормами, сфера писемного – графічними, орфографічними та пунктуаційними.

Абсолютно не применшуючи ролі правописних норм, які є свідченням

орфографічної й пунктуаційної грамотності, та норм вимови й наголошення, які як виражальні засоби звукового мовлення забезпечують його виразність, хочемо усе ж таки наголосити, що правильність усного та писемного мовлення забезпечується, передовсім, бездоганним володінням словом як одиницею лексичної та граматичної систем та відповідними вміннями й навичками використання його для побудови зв'язних текстів, що становлять основу нашого спілкування взагалі й професійного зокрема. А забезпечення цього можливе лише за умови бездоганного володіння лексичними та граматичними нормами, адже розуміння значення слова та специфіки його функціонування в мовленні, з одного боку, та його граматичних властивостей і здатності поєднуватися з іншими словами задля побудови висловлювання, з іншого боку, якраз і сприяє правильності мовлення. Крім того, виробленню вмінь і навичок вибору слова або граматичних форм відповідно до їх функціонального навантаження сприяє й стильова диференціація мовлення, яка потребує чіткого розмежування стилів мовлення відповідно до сфери їх застосування та усвідомлення стилістичних норм і їх місця в системі професійної комунікації, адже «високий рівень культури мови означає володіння стилістичним багатством мови, ... досягнення такої усної і писемної форми спілкування, яка б найповніше, найточніше передавала зміст думки» [5, с. 285].

Отже, забезпеченню ефективності фахового спілкування сприяє бездоганне володіння всіма мовними нормами, вироблення практичних умінь і навичок правильної побудови зв'язних текстів різних стилів, зумовлених потребами професійної комунікації, що можуть функціонувати як в усному, так і в писемному мовленні; бездоганне володіння цими нормами є ознакою не лише правильного, а й точного, логічного, багатого, доречного й змістовного мовлення. Тому до сучасних фахівців повинні ставитися відповідні вимоги щодо належного рівня володіння українською мовою, вільного користування нею у всіх сферах і на всіх рівнях.

#### Література:

1. Кретьова О. І. Проблема професійного мовлення соціального працівника у контексті його професіоналізму / О. І. Кретьова // Актуальні проблеми професійної підготовки фахівців соціальної роботи в Україні і за рубежом : матеріали міжнар.

наук.–практ. конф., 5–6 травня 2003 р., Ужгород / заг. ред. І. В. Козубовської, І. І. Миговича. – Ужгород: Мистецька лінія, 2003. – С. 168–171.

2. Радкевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: Навч. посіб. / Я. Радкевич-Винницький. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 292 с.

3. Українська мова. Енциклопедія. – К.: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. – 820 с.

4. Климова К. Я. Теорія і практика формування мовнокомунікативної професійної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей педагогічних університетів: Монографія / К. Я. Климова. – Житомир: ПП «Рута», 2010. – 560 с.

5. Українська мова. Енциклопедія. – К.: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. – 820 с.

