

**Міністерство освіти і науки України
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова
Факультет іноземної філології
Кафедра прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу**



**FOREIGN PHILOLOGY
FACULTY**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
III Міжнародної
науково-практичної конференції
“ФІЛОСОФІЯ МОВИ ТА НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ
В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ Й ЛІНГВІСТИЦІ”
2 квітня 2021 року, м. Київ**

**COLLECTION OF PAPERS
of Third International Scientific and Practical Conference
“LANGUAGE PHILOSOPHY AND NEW TRENDS
IN TRANSLATION AND LANGUAGE STUDIES”
April 2, 2021, Kyiv**

Міністерство освіти і науки України



**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М.П. ДРАГОМАНОВА**

**Факультет іноземної філології
Кафедра прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
III Міжнародної науково-практичної конференції
“ФІЛОСОФІЯ МОВИ ТА НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ
В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ Й ЛІНГВІСТИЦІ”**

**2 квітня 2021 року
м. Київ**

**April 2, 2021
Kyiv**

**COLLECTION OF PAPERS
of Third International Scientific and Practical Conference
“LANGUAGE PHILOSOPHY AND NEW TRENDS
IN TRANSLATION AND LANGUAGE STUDIES”**

**Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці:
збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції.
У 2 ч. Ч. 2 (115 с.). Київ, 2021.**

У збірнику матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції “Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці” розглянуто низку актуальних питань, що стосуються теорії та методології лінгвофілософських студій, філософських засад мовної освіти та лінгводидактики, нових тенденцій в перекладознавстві та формуванні іншомовної компетенції, теорії і практики наукового, технічного та художнього перекладу, перекладознавства і корпусної лінгвістики, мовних контактів у контексті глобалізаційних процесів та етнокультурних факторів міжкультурної комунікації, проблем когнітивної семантики та когнітивного синтаксису, а також сучасних проблем і перспектив лінгвопрагматики.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії:

Леміш Н.Є., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу.

Члени редакційної колегії:

Матвєєва С.А., доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу;

Алексєєва О.М., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу;

Кротенко Л.Б., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу;

Онищук М.І., кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу;

Желобицька Т.В., старший викладач кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу;

Маслова Я.В., викладач кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу.

Відповідальний секретар:

Ломачевська І.В., лаборант кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу.

Друкується за рішенням кафедри прикладної лінгвістики, порівняльного мовознавства та перекладу факультету іноземної філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова (протокол № 9 від 22 квітня 2021 р.)

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

ЗМІСТ

Абдель Кадер С. <i>Особливості перекладу фільмонімів з французької мови українською за допомогою прагматичної адаптації</i>	4
Бордюг Д.В. <i>Мовні особливості перекладу “Лькарства на ospальый оумысль чоловічий” Дем’яна Наливайка</i>	9
Гаєвська О.В. <i>Корпусний підхід до вживання зворотних займенників в англійській та українській мовах</i>	13
Гнатенко М.В. <i>Семантичний аспект творення складених слів у французькій мові</i>	17
Hrinenko A. <i>New trends in the formation of foreign language competence of future hospitality specialists</i>	21
Джуринська Г.В. <i>Особливості дієслівної категорії стану в англійській та українській мовах</i>	26
Дончук-Донцова О.Г. <i>Особливості перемикання мовного коду в студентів-філологів м. Житомира</i>	30
Дух М.В. <i>Роль прецедентного тексту в міжкультурній комунікації</i>	33
Живченко І.В. <i>Теоретичні засади вивчення категорії модальності у сучасній лінгвістиці</i>	39
Ковтун Ю.М. <i>Граматичні трансформації при перекладі англомовних заголовків</i>	46
Кретович Ю.М. <i>Особливості відтворення англійських прислівників частотності українською мовою</i>	50
Кузьмішина І.А. <i>Відтворення українською мовою англійських власних назв на позначення героїв в романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню”</i>	54
Кулак В.І. <i>Прагматичні особливості англомовного рекламного тексту (на матеріалі групи товарів “Продукти харчування та напої”)</i>	59
Лопатюк О.О. <i>Participial constructions peculiarities in English-Ukrainian translation</i>	63
Магдалінова Т.В. <i>Засоби перекладу публіцистичних суспільно-політичних текстів</i>	66
Мельник-Набатова Н.В. <i>Формування мовленнєвої культури майбутніх філологів як проблема педагогічної теорії і практики</i>	69
Михайлова Ю.С. <i>Мовна реалізація міфічних образів у французькій казці та їхній переклад українською мовою</i>	73
Одинцова Ю.В. <i>Verbalization of concept “SOUL” in Ukrainian and English phraseology as means of national identity representation: linguocultural aspect</i>	78
Олійник А.М. <i>Аналіз перекладацьких трансформацій для відтворення прикметників на позначення рис характеру людини</i>	82
Осацька О.В. <i>Роль вербальних та паралінгвальних засобів у друкованому рекламному тексті: теоретичний аспект</i>	86
Рубцова Р.І. <i>Специфіка використання трансформацій у перекладі прикметників найвищого ступеня порівняння в романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню”</i>	92
Сіденко Ю.М. <i>Теоретичні засади вивчення вказівних займенників у сучасній лінгвістиці (на матеріалі української та англійської мов)</i>	97
Slyzovska O.A. <i>Lexico-semantic aspect of translating English medical terminology into Ukrainian</i>	100
Смоляк О.В. <i>Теоретичні засади вивчення іменників Pluralia tantum у сучасній лінгвістиці (на матеріалі англійської мови)</i>	105
Терещенко К.В. <i>Теоретичні засади вивчення іменників Singularia tantum у сучасній лінгвістиці (на матеріалі англійської та української мов)</i>	108
Юрків А.І. <i>Перекладацькі стратегії впливу на глядача у перекладі назв англомовних фільмів</i>	111

С. Абдель Кадер,
студентка кафедри теорії, практики
та перекладу французької мови
НТУУ “Київський політехнічний
інститут ім. Ігоря Сікорського”
(науковий керівник – к. психол. н.,
ст. викл. І. В. Цимбал)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФІЛЬМОНІМІВ З ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРАГМАТИЧНОЇ АДАПТАЦІЇ

У сучасному світі діджиталізації зростає попит кінематографічного ринку на якісні переклади кінотекстів. Паралельно з цим, відбувається динамічний розвиток систем сучасної обробки та демонстрації відеоматеріалів. Кіно посідає найпопулярніше та найвпливовіше місце серед видів сучасного мистецтва. Таким чином, його дослідження набуває все більшої значущості та актуальності через дотичні області в лінгвістиці та перекладознавстві. Увагу дослідників особливо привертає проблема перекладу та прагматичної адекватної адаптації назв кінофільмів, які становлять окрему групу онімних явищ – фільмоніми, що й робить переклад найменувань французьких фільмів українською мовою *актуальним* об’єктом дослідження.

Метою цієї розвідки є вивчення особливостей використання прагматичної адаптації для перекладу франкомовних фільмонімів українською мовою.

Кінофільм є полісеміотичним явищем, продуктом художньої творчості, який здатен передавати значення через зображення, мовлення та музику. Кінофільм є соціально-мовним твором, який об’єднує у собі різні семіотичні системи (Орехова, 2011). У сучасних дослідженнях фільм визначається як комунікативний соціально-мовний феномен, який складається з ланцюга подій, які зображують характер, реакцію на події, культурний рівень персонажів.

Одним із вагомих елементів кінофільму є також його назва. Досліджуючи заголовок тексту, вчені-лінгвісти розглядають його як підсистему тексту, що співвідноситься з ним у відношенні частини і цілого (Васильєєва, 2006). Відповідно до знакової природи заголовку або назви, назви кінофільмів відносяться до групи власних назв або онімів (Подымова, 2006).

Ю. Н. Подимова вказує, що фільмоніми – це назви фільмів, мультфільмів, серіалів і т. д. (Подымова, 2006). Фільмоніми виконують різні функції, включаючи інформаційну, рекламну та функцію впливу. Саме через фільмоніми отримуємо інформацію про фільм і вона використовується для реклами нового кінопродукту на ринку.

Одним із найбільш ефективних перекладацьких способів передачі назв французьких фільмів українською мовою є прагматична адаптація. Адаптація – це перекладацька трансформація, яка використовується для досягнення рівності комунікативного ефекту у тексті оригіналу та тексті перекладу (Алексеева, 2004) і полягає в заміні невідомого відомим, незвичного – звичним. Прагматична адаптація – це система дій перекладача, спрямованих на пристосування тексту мовою перекладу з використанням засобів вихідної мови до його сприйняття носієм іншої культури (Иванова, 2005).

З огляду на прагматичні властивості фільмонімів, можна виділити два випадки застосування стратегії прагматичної адаптації для перекладу цього елемента фільму:

- 1) заміна фільмоніму, навіть у випадку, коли адекватний та дослівний переклад цілком можливі;
- 2) заміна фільмоніму з метою компенсації культурно-специфічної інформації.

Одним із яскравих прикладів прагматичної адаптації назви фільму, яка містить культурно-специфічні елементи, може слугувати переклад назви французької комедії “*Bienvenue chez les Ch’tis*” як “Лашкаво прошимо”. В оригінальній назві використовується діалектне найменування *les Ch’tis*, яке тісно пов’язане з сюжетом комедії та географічними особливостями фільму, де

зображується регіон північного Па-де-Кале й обігруються культурні особливості та діалект цієї частини Франції. Притаманні цьому діалекту спотворення літературної французької мови, українські локалізатори спробували передати через використання еративів – навмисного перекручування, спотворення літературної норми.

Більшість прагматичних адаптацій, які зустрічаємо серед варіантів перекладу франкомовних фільмонімів, базуються на прийомі смислового розвитку та передбачають незначні, часткові зміни у вихідній назві, наприклад: “*La Vie de château*” перекладене як “Життя багатіїв”, тоді як оригінальна назва дослівно означає “Життя замку”, або ж “*Gainsbourg, vie heroïque*” перекладається як “Генсбур. Любов хулігана”, хоча в оригіналі дослівно – “Генсбур, героїчне життя”. Такі зміни при перекладі пояснюються саме прагненням перекладачів зробити переклад більш милозвучним, логічним для українського глядача.

Ще одним популярним прийомом реалізації стратегії прагматичної адаптації є прийом додавання, розширення вихідної назви. Розширення часто можна помітити в перекладах фільмонімів, до складу яких входить тільки один елемент – власна назва або ім’я чи прізвисько головного героя: “*Benjamin*” (“Бенджамін, або щоденник незайманого”), “*Navarro*” (“Комісар Наварро”), “*Joséphine*” (“Хочу як Бріджет”), “*Aline*” (“Голос кохання”). Розширення допомагає назвам фільмів стати не тільки більш інформативними, але й більш привабливими з комерційної точки зору.

Ще один тип перекладацьких трансформацій – опущення деяких компонентів. Такий переклад використовується для позбавлення назви перевантаженості з метою надання їй більшої лаконічності, наприклад: “*Beaumarchais, l’insolent*” (“Бомарше”) (досл. “Бомарше, нахаба”); “*Un long dimanche de fiançailles*” (“Довгі заручини”) (досл. “Довга неділя заручин”); “*Thérèse Desqueyroux*” (“Тереза Д.”) (досл. “Тереза Дескейр”).

Найрадикальніший спосіб перекладу іншомовної назви – заміна всіх її компонентів. При цьому логіка реконструкції назви у ряді випадків не піддається теоретичному поясненню, наприклад (табл. 1.):

Таблиця 1

Приклади повної реконструкції франкомовних фільмонімів при перекладі

Вихідна назва	Офіційний переклад	Дослівний переклад	Прийом адаптації
“ <i>Les Lyonnais</i> ”	“Недоторканні”	“Ліонці”	Цілісне перетворення
“ <i>À perdre la raison</i> ”	“Після кохання”	“Втрачаючи розум”	Смисловий розвиток
“ <i>Les regrets</i> ”	“Давні коханці”	“Жалкування”	Цілісне перетворення, розширення
“ <i>Pars vite et reviens tard</i> ”	“Помилуй нас”	“Іди швидко і повертайся пізно”	Цілісне перетворення, скорочення
“ <i>Un plan parfait</i> ”	“Заміж на 2 дні”	“Ідеальний план”	Смисловий розвиток, розширення

У наведених прикладах відсутнє пояснення мотивації таких перетворень, окрім суб’єктивного фактору перекладачів-локалізаторів та вимог комерціалізованої сфери кіно, де важливішим є заголовок, який “вистрілить” у якості рекламного елементу, аніж точність перекладу вихідної назви.

Усього у роботі розглянуто корпус із 50 франкомовних фільмонімів та їхніх офіційних перекладів українською мовою. Кількісний аналіз дозволив визначити, що прагматична адаптація фільмоніму використовується у 25% випадків та є найбільш популярним прийомом перекладу назв французьких кінострічок українською мовою.

Висновки. Дослідження показало, що фільмоніми – надзвичайно ємні та лаконічні, але при цьому інформативно та прагматично насичені мовні засоби. Одним із найбільш ефективних прийомів перекладу назв фільмів виступає прагматична адаптація, яка полягає у досягненні рівності комунікативного ефекту у тексті оригіналу та тексті перекладу і полягає в заміні невідомого відомим, незвичного – звичним. Прагматична адаптація може передбачати стратегію часткової заміни елементів назви (використовуються прийоми смислового розвитку, додавання (розширення) або скорочення фільмоніму), а також повну зміну (реконструкцію) назви.

Отримані дані закладають *перспективи* для реалізації більш детального вивчення проблем локалізації фільмонімів та кінотексту загалом, і зокрема – вивчення стратегії доместикації такого тексту як напрямку прагматичної адаптації назви фільму для його повномасштабного сприйняття носіями української мови.

Список використаних джерел

1. Алексеева, И. С. (2004). *Введение в переводоведение*. Москва: Академия (с. 196).
2. Васильева, Т. В. (2006). Когнитивные механизмы формирования и функционирования заголовка. *Вестник МГУ. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. № 1 (с. 156).
3. Иванова, П. В. (2005). О моделях перевода художественных фильмов. *Учен. зап. Ленингр. гос. обл. ун-та им. А.С. Пушкина. Вопросы германской и романской филологии*. Санкт-Петербург. Т. 14, Вып. 3 (с. 223).
4. Орехова, О. І. (2013). Теоретичні засади кіноперекладу: історичний аспект. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки*. Кн. 3 (с. 165).
5. Подымова, Ю. Н. (2006). *Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально прагматическом аспектах*. Москва: Академия (с. 10).

Д. В. Бордюг,
магістрантка кафедри української мови
ЖДУ ім. І. Франка
(науковий керівник – к. філол. н., доц. В. М. Титаренко)

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ
“ЛЪКАРСТВА НА ѠСПАЛЫЙ ОУМЫСЛЬ ЧОЛОВЪЧІЙ”
ДЕМ’ЯНА НАЛИВАЙКА

Творча діяльність Дем’яна Наливайка досі залишається ґрунтовно не дослідженою. Багато вчених досліджували мовну ситуацію в Україні в XVI–XVII ст., зокрема розвиток староукраїнської мови на прикладі окремих творів та пам’яток. Проте, “Лѣкарство на ѡспалый оумысль чоловѣчій” Дем’яна Наливайка довгий час залишалося поза увагою дослідників. Маємо потребу дослідити пам’ятки української мови, створені автором, зіставити церковнослов’янський текст та його переклад “простою” староукраїнською мовою, зокрема в “Лѣкарстві на ѡспалый оумысль чоловѣчій”. Ось чому, дослідження саме цієї пам’ятки української мови є досить *актуальним* у наш час.

Метою розвідки є виявлення та аналіз особливостей мови перекладу “Лѣкарства на ѡспалый оумысль чоловѣчій” Дем’яна Наливайка.

Дем’ян Наливайко творив у тогочасному культурному осередку України – Острозькій академії, яка контактувала з багатьма центрами культури Європи та світу. У пам’ятці наявні слова, запозичені як зі слов’янських, так і з неслов’янських мов. Наливайко чітко відокремлював для себе українську літературно-писемну мову від церковнослов’янської. Автор послідовно розмежовує для себе й перекладає церковнослов’янськими українськими відповідниками на всіх мовних рівнях.

На фонетичному рівні українські варіанти тексту виражені повноголосними формами: *пламень* – *поломѣнь* 16, *яко же врана* – *якъ ворона* 55, *здравію* – *здоровѣа* 13, *власы* – *волосами* 69, *заградивъ* –

загородивши 11, гладомъ – голодомъ 24, сласть – солодкость 37, вѣнецъ на главѣ – корону на головѣ 42, снѣ члѣчъ – снѣ чоловічій 48, бремя – бєрєма 89 тощо.

Знаходимо також незначну кількість характерних для польської мови неповноголосих форм: *кроль* 15, *злотые* 42.

На графічному рівні в перекладній частині твору виявляємо вживання юсів як рису церковнослов'янської мови: *очаався* 4, *пятьдєсят* 33, *памать* 34, *стоали* 48, *взали* 70, *виєлакїє* 114. Проте автор спорадично використав для передавання відповідних звуків літери а, о, у замість юсів. У церковнослов'янській частині тексту юси написані послідовно.

У “Лѣкарстві...” звук [г] в обох частинах послідовно виражений звукосполученням [кг], яке характерне для церковнослов'янської мови: *нѣкгда* 88, *квалтовной* 88, *срокгїй* 94, але подекуди в перекладній частині маємо вже варіант [г]: *дорогїй* 88.

Щодо морфологічного рівня, то у зверненні до читачів, котре Дем'ян Наливайко написав українською мовою, знаходимо звертання у формі кличного відмінка, який є унікальною рисою української мови: *читєлнїкоу бачный* 177.

Наявні також іменники давніх -ѡ- основ у давальному відмінку однини чоловічого роду із закінчення -ови, -єви: *Читєлнїкови* 1, *початкови* 90.

Знаходимо дієприслівники минулого часу на -ши, -вши, які є виразною рисою української мови: *свзанны – ѡковавши* 14, *заградивѣ – загородивши* 11, *зоставивши* 17, *прїнавши* 17, *повѣрванїи – оувѣривши* 22, *показавши* 28, *изгнавшиє – ѡпустивши* 30.

Д. Наливайко загалом уживає іменники у формі родового відмінка множини чоловічого роду II та жіночого III відмін із флексією -їй: *речїй* 19, *проклатїи* 28, *дорогоцѣнны х камєнїй* 42, *смертїй прїтерпѣти* 43, *всѣхъ тих людїи* 51, *болєстїй* 35, *теперь наоуживаюся роскошїй того свѣта* 104 та ін.

Чужими для Дем'яна Наливайка виявляються форми минулого часу – аориста, імперфекта та плюсквамперфекта, які вийшли з ужитку ще в попередній мовний період. Вони наявні лише в церковнослов'янській частині

й відсутні в перекладній. “Залишки перфекта трапляються у видозмінених і модифікованих наростках, які додає автор не лише до дієслів, але й до інших частин мови. Водночас, варто зауважити, що освічені автори досить активно до тогочасної писемно-літературної (руської/простої) мови долучали польську складову. У перекладі вона становить значний відсоток” (Л-карство 3, 2017), – слушно зазначає В. Мойсієнко. Наливайкове усвідомлення зрозумілого перекладу для своїх співвітчизників полягало в тлумаченні церковнослов’янського тексту більшою мірою через українську та меншою через польську мови. Маємо підстави припускати, що освічені люди початку XVII ст. послуговувалися двома мовами – українською та польською.

Автор найбільш яскраво розкриває знання тогочасної української розмовної стихії та тодішньої літературно-писемної української та польської мови при перекладі граматичних форм, сталих зворотів, словосполучень та цілих фрагментів. Перекладаючи активні дієприкметники теперішнього та минулого часу, автор використовує форми із суфіксами *-ач/яч-*, *-уч/юч-*: *лежащимъ, и падишимъ, и противитиса емоу не хоташимъ* – *и лежачими, и противитиса емоу не хотачими* 11, *не вѣрныхъ, и блгооудож хъ Бгѡу* – *и не знаючихъ воли бжѣи* 12, *ни гнѣвающагоса, ни ѡзавидаша* – *анѣ гнѣваючогоса анѣ ѡзавидѣючого* 39, *пророкомъ вѣнѣющимъ и глѡющимъ* – *прорка волѣючого и мѡвѣючого* 45, *вгнь палащъ* – *вгонь палаючій* 47 та ін.

Або ж взагалі замінює їх складнопідрядними реченнями: *и непередпочетшихъ его паче Бгѡа – тыхъ, которые его над Бгѡа не хотѣли почтити* 14, *не оубойтеса в оубивающихъ тѣло, диѡу же не могоущихъ оубити. оубоите же са паче могоущаго и диѡу и тѣло погоубити въ гѣенѣ* – *не бойтеса в тихъ, которые оубивабѣ тѣло, дийи бовѣмъ не могоутъ оубити. але бойтеса а зваща того, который може ти диѣ и тѣло загѣити в гѣеннѣ* 64, *в еже вѣише любити просащихъ, паче дающихъ* – *А бы лѣише любити тыхъ, которые просят, анѣжли, которые даютъ* 167.

Отже, Дем’ян Наливайко не мав на меті, вочевидь, перекласти твір Іоанна Златовустого із церковнослов’янської мови максимально близько до

протографа. Його переклад здебільшого вільний, у деяких випадках описові звороти є значно більшими, ніж в оригінальному тексті. Автор проявив себе як майстерний знавець тогочасної української мовної стихії. У перекладній частині ми виявили значні риси сучасної української мови. Результати дослідження закладають перспективи для подальшого вивчення ідіостилю Дем'яна Наливайка.

Список використаних джерел

1. *Лѣкарство на ѡспалый оумысль чоловѣчій*. (2017). Т. 2: [транслітер. текст у в комплекті з факсим. вид. " Лѣкарства..." 1607, та наук. дослідж.]. / відп. ред. В. Мойсієнко; упоряд.: Н. Бондар, О. Макарова, С. Радомська. (179 с.). Житомир: Євенок О. О.
2. *Лѣкарство на ѡспалый оумысль чоловѣчій*. (2017). Т. 3: [наук. дослідж. в комплекті з факсим. вид. " Лікарства..." 1607 р. та транслітер. текстом.] / відп. ред. В. Мойсієнко; упоряд.: Н. Бондар, О. Макарова, С. Радомська. (227 с.). Житомир: Євенок О. О.
3. Мойсієнко, В. М. (2006). *Фонетична система українських поліських говорів у XVI–XVII ст.* (446 с.). Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка.
4. Мойсієнко, В. (2013). Острозький культурний осередок у процесі вироблення українського літературно-писемного стандарту. *Волинсько-Житомирщина*. Вип. 24. (с. 135–141).

О. В. Гаєвська,
бакалавр кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. О. М. Алексєєва)

КОРПУСНИЙ ПІДХІД ДО ВЖИВАННЯ ЗВОРОТНИХ ЗАЙМЕННИКІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Займенник – одна з найпоширеніших частин мови, а тому посідає важливе місце у вивченні граматики будь-якої мови. Хоча існує величезна кількість праць, присвячених займенникам, їхня роль у сучасній лінгвістиці не є повністю висвітленою, адже деякі мовознавці навіть сперечаються щодо того, чи є займенник окремою частиною мови взагалі. Частота використання займенників у мові та неоднозначність їхнього використання та класифікації зумовлює *актуальність* даної теми.

Мета роботи полягає у визначенні специфіки вживання зворотних займенників в англійській мові та способів їх відтворення в українській за допомогою методів корпусної лінгвістики.

Існує чимало визначень займенника, сформованих мовознавцями у найвідоміших працях XX-XXI століть. Його досліджували різноманітні вчені та лінгвісти. Найбільший внесок зробили такі вчені, як: О. М. Акмалдінова, Р. Грінбаум, М. Г. Кащук, Л. І. Кузьо тощо. Більшість з них припускаються думки, що займенник – це “самостійна частина мови, яка не називає предмети, ознаки чи обставини, а лише вказує на них”, а тому “категоріальним значенням займенника є не номінація, а дейксис” (Горпинич, 2004). Займенник має абстрактний характер семантики, тому що він не має номінативних відносин та характеризується невизначеним предметним значенням кореня.

Українські займенники різноманітні за формами словотворення і словозміни. Їх можна змінювати за відмінками, хоча кожна окрема група займенників має свої особливості відмінювання. Займенники в англійській мові

мають лише два відмінки: Загальний та Родовий. В обох мовах ми розрізняємо прості, складні та складені займенники згідно з їх морфологічною структурою. У цих мовах немає похідних займенників, оскільки афіксація не використовується для творення займенників взагалі. Окрім того, вони також різняться за наявністю категорій. Наприклад, категорія роду притаманна лише українським займенникам, на відміну від англійських (Quirk, 1985).

Роль зворотних займенників в граматиці англійської мови не є остаточно вивченою. Зазвичай, вони використовуються, коли дія спрямована на того, хто її виконує, а також коли підмет і додаток в реченні є одним і тим же предметом або особою. Зворотні займенники утворюються додаванням закінчення *-self* в однині і *-selves* у множині. Українською мовою такі зворотні займенники перекладаються за допомогою зворотних дієслів, які закінчуються на *-ся* або *-сь*, означальним займенником *сам* або зворотнім займенником *себе* (Акмалдінова, 2016).

Але існують й інші випадки вживання зворотних займенників. Наприклад, вони інколи можуть використовуватися замість особових займенників після слів *as*, *like*, *but (for)*, *except (for)* тощо, а також у випадках, коли ми виражаємо ввічливе ставлення до мовця, для підсилення підмета або додатка (*The house **itself** is nice, but the garden is small*), для підкреслення особи, до якої відноситься інформація, після *like*, *as*, *than*, *by* (*I did this by **myself***) (Кузьо, 2017).

Українські займенники у реченні можуть виступати у ролі додатка, рідше – обставини (я *сам* на *себе* не схожий; навіть не уявляю *собі*; нічого під *собою* не бачу). Особливої уваги потребує зворотний займенник *себе*, адже він має встановлену схему відмінювання: у Давальному відмінку *собі*, Орудному – *собою*, Місцевому – (на) *собі*.

На відміну від української мови, деякі дієслова англійської мови не використовуються зі зворотними займенниками. Наприклад, дієслова, що вказують на дії, які людина зазвичай виконує сама для себе: *wash* (митися),

shave (голитися), *dress* (одягати), *feel* (почуватися), *bathe* (митися/купатися), *hurry* (спішити), *hide* (ховатися) тощо (Лобанова, 2019).

У сучасних дослідженнях мови широко використовується корпусний підхід. Це новий перспективний шлях у розвитку лінгвістичних наук, який використовує статистичні методи обробки мовного матеріалу (Демська-Кульчицька, 2003). Корпусна лінгвістика – відносно нова галузь науки. Вона досі перебуває в процесі розвитку, а її вивченням займалися такі відомі вчені та лінгвісти ХХ-ХХІ століть: Д. Байбер, О. Демська-Кульчицька, М. Копотев, В. Тауберт тощо. Корпусні дослідження зосереджені на аналізі природної мови в умовах реального функціонування та вивчають мову як соціальне явище. Такий підхід передбачає використання корпусів, створених за допомогою комп'ютерних технологій.

Під лінгвістичним, або мовним, корпусом текстів розуміється великий, представлений у форматі, який читається машиною, уніфікований, структурований, розмічений, філологічно компетентний масив мовних даних, призначений для вирішення конкретних лінгвістичних завдань (Захаров, 2013). Текстові корпуси є ретельно відібраними та впорядкованими, що дозволяє швидко та продуктивно обробляти необхідну інформацію про реальні мовні явища, їхні елементи та структуру, простежити динаміку процесів змін лексичного складу мови. Дані корпусів масштабно використовуються у різних лінгвістичних науках, наприклад, у лексикографії, стилістиці, педагогіці, вивченні та навчанні іноземних мов тощо (Жуковська, 2013).

Таким чином можна зробити **висновок**, що використання саме корпусного підходу до вивчення зворотних займенників дає можливість системно відобразити їх вживання та функціонування у природній мові, розглянути комунікативні проблеми стосовно правильного застосування зворотних займенників, отримати дані про їх частоту, а також сформулювати нові висновки та зробити внесок до вивчення цього класу займенників. На основі текстових корпусів ми маємо змогу прослідкувати процес вживання зворотних займенників в англійській мові та їх інтерпретацію в українській.

Дані, які ми отримали під час дослідження вживання зворотних займенників, закладають підґрунтя для **перспектив** подальшого вивчення цього класу займенників та вдосконалення вже існуючої інформації про них за допомогою використання сучасних лінгвістичних досліджень, а саме – методів корпусної лінгвістики.

Список використаних джерел

1. Акмалдінова, О. М. (2016) *Практична граматики англійської мови: навч. посібник*. 5-е вид., стер. (с. 148). К.: НАУ.
2. Горпинич, В. О. (2004). *Морфологія української мови* (с. 336). К.: ВЦ “Академія”.
3. Демська–Кульчицька, О. М. (2003). *Базові поняття корпусної лінгвістики*. №1. (с. 42-47).
4. Захаров, В. П., Богданова, С.Ю. (2013). *Корпусная лингвистика: Учебник для студентов направления «Лингвистика»*. 2-е изд., перераб. и дополн. (с. 148). СПб.: СПбГУ. РИО. Филологический факультет.
5. Жуковська, В. В. (2013). *Вступ до корпусної лінгвістики: навч. посібник*. Житомир: Вид-во ЖДУ ім.І.Франка.
6. Кузьо, Л. І., Кашук, М. Г. (2017). *English Grammar in Practice: навч. посібник*. (с. 348). Львів: ЛьвДУВС, 2017.
7. Лобанова, В. В. (2019). *Англійський займенник: роль та зміни у сучасній мові*. К.
8. Quirk, R., Greenbaum, G., Leech, I., Svartvik, J. (1985). *A Comprehensive Grammar of the English Language* (p. 1779). L.: Longman.

М. В. Гнатенко,
магістрантка кафедри романської філології та перекладу,
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
(науковий керівник – д. філол. н., доц. В. А. Мойсюк)

СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ ТВОРЕННЯ СКЛАДЕНИХ СЛІВ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

Сьогодні словоскладання розуміється головним чином як один із традиційних способів творення лексичних одиниць. Його специфіка полягає в тому, щоб втримати семантичний зв'язок одиниць різних рівнів, поданих через різні способи представлення дійсності. В разі порушення у складених словах чітко фіксованого порядку компонентів, призведе до модифікації цілого змісту, структури та смислового зв'язку між компонентами цього складеного слова. Незважаючи на чисельні праці, присвячені цьому класу слів (І. Арнольд, Ш. Баллі, Н. Гвішіані, А. Доза, З. Левіт, О. Раєвська, М. Степанова, Е. Халіфман, С. Хідекель, І. Цибова та ін.), нез'ясованими залишаються питання осмислення природи складеного слова, визначення його статусу як лексичної одиниці, з'ясування критеріїв його відмежування від словосполучення. Складність розв'язання окреслених проблем з однієї точки зору, а також зацікавлення сучасних науковців оновленням лексичного складу мови шляхом словоскладання визначає **актуальність** нашого дослідження.

Метою нашої розвідки є визначення лексико-семантичних типів складених слів французької мови, які характеризують сучасний французький дискурс. Матеріалом дослідження виступають складені слова французької мови (260 одиниць), відібрані з центральних періодичних видань Франції (*La Croix, La Montagne, La Provence, La Tribune, Le Figaro, Le Monde, Le Parisien, Les Echos* та ін.). Для реалізації поставленої мети нами використані такі методи, як: описовий (для визначення семантичних і формальних характеристик досліджуваних одиниць), структурний (для вивчення внутрішньої організації складених слів), метод комплексного аналізу

(для класифікації складених слів), а також метод суцільної вибірки (для збору фактичного матеріалу).

Традиційно в лінгвістиці поняття “словотвір” витлумачують як “постійний процес творення нових слів у мові, який виражає безперервний розвиток мови” (Беляевская, 2006). Основне завдання словотвору, за словами Ю. Азарха, “полягає у вивченні формальних, семантичних, генетичних та інших закономірностей та особливостей творення нових лексичних одиниць, що виникають у процесі розвитку мови, який є своєрідним барометром суспільного розвитку, чутливо реагує на найменші зміни в науковому, політичному та іншому житті суспільства” (Азарх, 1984). Складені слова – це семантично керовані одиниці. Їхні основні значення можуть бути абсолютно різними, оскільки, об’єднавшись, вони утворюють нове семантичне ціле. Вони утворюються шляхом поєднання двох або більше морфем кореня із використанням відкритого, закритого правопису. Визнання цих закономірностей дозволяє нам визначити семантичну структуру складених слів.

Складене слово є важливим явищем словотвірної та лексичної систем. Як пише О. Кубрякова, “щоб стати складеним словом, мовне вираження з кількох повнозначних слів або основ повинно являти собою цілісну одиницю номінації, в яку не можуть вклинитися інші повнозначні одиниці і які моделюються для вираження певного словотвірного значення певним формальним способом” (Кубрякова, 1981). Відтак, у лінгвістичних дослідженнях словоскладання постає як один із найпродуктивніших способів словотвору після афіксації.

Нагадаємо, що складене слово утворено за допомогою двох компонентів з різним значенням, які формують нове просте поняття, наприклад: *papier-filtre* “фільтрувальний папір”, *poi-de-soi* “тафта”. Однак зазначимо, що ця функція відрізняє складені слова від словосполучень, які виступають як єдині, але не пов’язані поняття.

Семантичний критерій, на думку більшості сучасних лінгвістів, є єдиною можливим при розподілі складених слів на лексичні категорії. Йдеться про два види композитів залежно від семантичного зв'язку їхніх компонентів (Кобозева, 2000), а саме:

1. Елементи складають нове семантично єдине слово, і його значення охоплює значення кожного елемента однаково, наприклад: *vide-poches* “скринька для малих предметів”;

2. Один із компонентів визначений семантично, а другий – лише певною мірою змінює семантику першого компонента задля його уточнення або доповнення, наприклад: *chaise-longue* “довгий стілець”. Сюди також належать складені слова, утворені за принципом “прийменник + іменник” або “прислівник + іменник”. У цьому випадку прийменник або прислівник уточнює значення іменника. Різниця між ними та префіксами полягає в тому, що вони зберігають більшу незалежність та специфіку лексичного значення у складених словах, наприклад: *arriere-gout* “смак”.

Серед простих слів та композитів є слова з конкретними іменними значеннями (наприклад: *arrière-bouche* “післясмак”) та зі стилістичними значеннями (наприклад: *mange-tout* “обладнання”). Тому на лексичному та семантичному рівнях складені слова слугують лексичними одиницями того самого типу, що й прості. Різниця, за словами Д. Розенталь і М. Теленкової, “полягає в ступені вираженості ознаки предмета, характеристика якого закладена в обох компонентах” (Розенталь, Теленкова, 2003).

Однак більшість складених слів мають лише одне значення. Поява нових значень у складених словах говорить про розвиток цієї групи слів. Подібно до простих, складені слова мають синоніми. У синонімічних серіях складені слова мають вузьке значення, висловлюючи конкретні, а не загальноприйняті поняття, наприклад: одиниця *immeuble* “нерухомість” недостатньо відома, а *gratte-ciel* “хмарочос” у формі решітки стосуються лише висотних будівель у великих містах. Складені слова можуть мати синоніми у своїх групах. Однак значення таких іменників не є взаємозамінним.

У контексті дослідження семантичного аспекту формування складених слів цікавим постає питання семантичної конверсії, яка може бути обчислена за тими типами спілкування, які відображають асоціації, створені в свідомості людини. Виходячи з цього, можемо визначити такі типи взаємовідношень між елементами складених слів:

1. Відношення підпорядкування викликає два протилежні семантичні процеси, а саме: 1) розширення та 2) скорочення. Зв'язок між елементами складеного слова зазвичай представлено звуженням значення. Таким чином слова є семантично мотивованими одиницями, в яких значення основ є різним, наприклад: *une brosse à dent*; *un hôtel de ville*; *une pomme de terre*. Основні лексичні значення поєднуються, утворюючи нове семантичне ціле, наприклад: *un mont-blanc*; *un arc-en-ciel*; *un/une sans-abri*.

2. Відношення між метафорами та метоніміями, що викликають зміну значення, наприклад: *une édition-pirate*; *une carte postale*; *un bateau-mouche*. Однак значення складених слів не завжди походить від предметного значення їх компонентів та типу взаємозв'язку між ними. Відтак, характеристикою одиниці зі складною структурою є те, що між компонентами складеного слова відсутній прямий смисловий зв'язок, що говорить про відсутність такого зв'язку між фактичними об'єктами (представленими компонентами складеного слова). Результатом постає одиниця, де один або два компоненти піддаються переосмисленню, наприклад: *le troisième âge*; *un chef-d'oeuvre*; *un perce-neige*.

Висновки. Детальний аналіз складених слів французької мови доводить, що вони є модифікованими морфологічними формами, що складаються з двох (або більше) кореневих морфем, наділених своєрідною семантикою. При цьому слід розуміти, що словоскладання – це не лише поява нових слів у лексиці, а й велика економія часу та ментальних зусиль. Тому складене слово не можна розглядати суто як просту суму двох або більше слів. Вони не лише конденсовано іменують об'єкт мовлення, а й відображають ті ментальні

процеси, які відбуваються у свідомості мовців під час формування цих складених слів.

Тому *перспективою* нашого дослідження постає вивчення когнітивних механізмів, задіяних у процесі породження складених слів, а також принципів взаємодії ментальних просторів їхніх компонентів.

Список використаних джерел

1. Азарх, Ю. С. (1984). *Словообразование и формообразование существительных в истории русского языка* (с. 248). Москва: Наука.
2. Беляевская, Е. Г. (2006). *Семантика в трёх парадигмах лингвистического знания (Критерии выбора метода)* (с. 66-83). Москва: РАН ИНИОН.
3. Кобозева, И. М. (2000). *Лингвистическая семантика: учебник* (с. 352). Москва: Эдиториал.
4. Кубрякова, Е. С. (1981). *Типы языковых значений. Семантика производного слова: монография* (с. 200). Москва: Наука.
5. Розенталь, Д. Э., Теленкова, М. А. (2003). *Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя* (3 изд.) (с. 399). Москва: Просвещение.

A. Hrinenko
student of the department of hotel and restaurant business
Kyiv National University of Trade and Economics
(Supervisor – Associate Professor of Foreign Philology
and Translation KNUTE I. V. Tonkonoh)

NEW TRENDS IN THE FORMATION OF FOREIGN LANGUAGE COMPETENCE OF FUTURE HOSPITALITY SPECIALISTS

The processes of globalization of the modern world significantly affect all spheres of human activity – agricultural, scientific, technical, economic, cultural,

social, etc.

The sphere of hospitality, which is dynamically changing under the influence of the development of information technologies, processes in the investment market, etc., is no exception. All this makes it necessary to provide this area with highly qualified specialists with excellent knowledge of foreign languages. Such specialists must have a sufficient level of knowledge of a foreign language, which will ensure seamless communication with foreign tourists and colleagues, to implement modern technological developments in the work of national hotels and restaurants, to promote the development of hospitality in general.

For such specialists, “the necessary conditions for successful professional activity are awareness of the peculiarities of the communication process, mastery of verbal and nonverbal communication techniques, communication strategies and communicative competence, which includes the ability to use a foreign language to achieve professionally meaningful goals” (Кобзак, 2011).

Students should acquire this knowledge during their professional training, which will enable them to be competitive at the beginning of their professional career. Therefore, a foreign language is mandatory for students of hospitality faculties and should achieve its goal – to form in students both general cultural and professional competencies.

For example, the program of studying a foreign language of any university with the direction of training “Tourism”, “Hospitality”, “Management of hotel and restaurant and tourism business” will be aimed at training a specialist who must be able to communicate effectively in English in a professional environment, in order to: discuss educational and specialization issues in order to reach an understanding with the interlocutor; prepare public speeches; find new text, graphics, audio and video information contained in English-language industry materials, using appropriate search methods and terminology; analyze English-language sources of information to obtain data that are necessary for professional tasks and professional decision-making; write professional texts, business and professional letters, demonstrating intercultural understanding and prior knowledge in a specific professional context;

translate professional texts into the native language using bilingual terminology dictionaries, electronic dictionaries and translation software.

Therefore, the *problem* of identifying new trends in the formation of foreign language competence of future professionals in the field of hospitality is relevant for the education of modern professionally oriented students – future employees of the hotel and restaurant business.

The *purpose* of our work is to consider and specify the essence of foreign language communicative competence in the study of a foreign language, to outline new trends in its formation for future professionals in the field of hospitality.

To achieve this goal we set tasks:

- 1) to clarify the concept of foreign language competence;
- 2) outline new directions in teaching a foreign language to students of non-language specialties.

The problem of developing foreign language skills in future professionals has attracted and continues to attract the attention of many scholars. In particular, M. Bogatyreva, P. Donets, R. Grishkova, V. Kostomarov, Y. Passov, V. Safonova, S. Ter-Minasova, E. Vereshchagin, I. Zymnaya, and others, who noted that the achievement of the goal to form in students' foreign language communicative competence is the main task in learning a foreign language. Mastering the competence is the basis for the development of professionalism and skill.

Professional foreign language competence is understood as a set of knowledge (lexical, grammatical, phonetic, orthographic), skills in listening, speaking, reading, writing and communication skills, which provides knowledge of a foreign language at a professional level (3eep, 2005).

In the “Common European Framework of Reference for Languages” adopted by the Council of Europe, communicative speech competence includes linguistic, sociolinguistic and pragmatic competences. Each of these components includes, in particular, knowledge, skills and abilities. Linguistic competencies include lexical, phonological, syntactic knowledge and skills and other parameters of language as a system, regardless of the sociolinguistic significance of their variants and

the pragmatic functions of their implementation. Sociolinguistic competencies relate to the socio-cultural conditions of language use (politeness rules, norms governing relations between generations, genders, classes and social groups, linguistic codifications of some basic rituals in society). Pragmatic competencies are related to the functional use of linguistic means, relate to the skills of discourse, fusion and coherence, identification of types and forms of texts, irony and parody.

Today, foreign language teaching for non-language university students departs from traditional methods, when students were required to have a perfect pronunciation, close to the pronunciation of native speakers. The traditional method is opposed to the communicative-oriented, in which the main role is given to pronunciation, which would not interfere with communication. The approach to mistakes is also changing – communicative-oriented learning involves a less rigid attitude to mistakes, the main attention is paid only to those mistakes that significantly distort the meaning of the statement.

In foreign methods of teaching foreign languages, the communicative method of teaching began to take shape in Britain in the 60s of XX century. He opposed the audio-lingual technique, which was a mechanical memorization and unconscious practice of basic language structures in situational exercises. The most significant for the methodology of formation of communicative competence are the works of J. Richards and T. Rogers. They describe the basic principles of methods of communicative-oriented learning of foreign languages (Richards&Rodgers, 1995).

Communicative methods are actively developed and implemented by Ukrainian scientists and teachers. They successfully use classroom work of students, team forms of work, project method, role-playing games, dramatization, problematization of learning, work in small groups.

At the same time, the communicative technique will be enriched with new methods and forms, didactic developments due to the need to adapt the learning process to the quarantine restrictions caused by the spread of Covid-19 coronavirus infection. Thus, the Ministry of Health of Ukraine, the Ministry of Education of Ukraine, the Cabinet of Ministers of Ukraine have introduced anti-epidemic

restrictive measures, which include distance learning for higher education institutions, suspension of the full-time educational process. For this reason, recently actively introduced distance learning, independent work of students with Internet resources. In particular: for travel professionals in the field of hospitality will be interesting and informative travel blogs, specialized professional Internet resources, sites and You-Tube channels dedicated to linguistics, with explanations of cultural features and linguistic specifics of the country whose language is studied.

We also consider innovative and timely the focus on a personal approach to teaching a foreign language, as opposed to the authoritarian role of the teacher. It allows to provide and support processes of self-knowledge, self-development, self-realization of the student, to motivate him. In addition, this approach considers the student as a future professional. Accordingly, it allows you to correctly use new methods (business communication of students with foreigners at conferences, participation in round tables with students from other countries, practice abroad, etc.).

Thus, we can ***conclude*** that the methods of learning a foreign language are constantly changing, improving and enriching with new developments. At the same time, constant global processes dictate their requirements for the level of hospitality professionals, which must be taken into account by teachers in their training. Foreign language teachers must find the optimal ratio of materials, using both the accumulated academic pedagogical experience and taking into account new trends.

According to this, we see the ***prospect*** of further research on the topic we considered, for the successful application of research results in improving the training process of hospitality professionals.

References

1. Зеер З. Ф. (2005). *Модернизация профессионального образования: Компетентностный подход: учебное пособие* (с. 216). Москва: Российская академия образования, Московский психолого-социальный институт.
2. Кобзар Н. В. (2011). Роль міжкультурної комунікації в діяльності

менеджерів туризму. *Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка*. (с.48).

3. Richards J. C., Rodgers T. S. (1995). *Approaches and Methods in Language Teaching* (p.482). Cambridge: Cambridge University Press.

Г. В. Джуринська,
бакалавр кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. О. М. Алексеева)

ОСОБЛИВОСТІ ДІЄСЛІВНОЇ КАТЕГОРІЇ СТАНУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

У сучасних українській та англійській мовах дієслово залишається однією з граматично найскладніших, але найважливіших частин мови. Наразі не існує єдиної та загальноприйнятої дефініції, адже лінгвісти дають поняттю різні і не завжди повні визначення та класифікації. Проте вважається, що найповніше визначення дали мовознавці М. Жовтобрюх і О. Тихонов, згідно з яким дієслово – частина мови, яка означає категоріальне значення процесуальної дії, вираженої в категоріях виду, стану, способу, часу, функціонує в реченні здебільшого як присудок і має свої суфікси. Складність даної частини мови також полягає у наявності великої кількості граматичних категорій, які стали приводом багатьох дискусій. Адже і досі виникають питання стосовно, наприклад, кількості станів. Отже, категорія стану є досить складним лінгвістичним явищем, що привертає увагу як українських, так і зарубіжних мовознавців. В цьому і полягає **актуальність** обраної теми.

Метою є огляд і опис певних особливостей дієслівної категорії стану, а також порівняння вираження даної категорії в українській та англійській мовах.

На цьому етапі може виникнути питання щодо дефініції стану. Тому зазначимо, що морфологічна категорія стану – це категорія, яка показує,

чи особа або річ, означена граматичним підметом, є діячем чи об'єктом дії, позначеної присудком (Харитонов, 2007).

Категорія дієслівного стану була відома вже грецьким граматакам (сам термін стан – це точний переклад грецького слова *diathesis* – розташування, стан, тобто відношення дії до суб'єкта) (Гриценюк, 2020). Для зіставних досліджень категорія стану є складним питанням. Це зумовлено насамперед неоднозначним її трактуванням різними дослідниками, що призвело до невизначеності її змістових меж. Крім того, вона є досить розгалуженою. А в різних мовах може поєднуватися з іншими категоріями і мати в них неідентичне вираження. Наприклад, у “Російській граматиці” М. В. Ломоносова бере початок традиційна система шести станів дієслова. Вона включає активний стан, або перехідний, зворотний, взаємний, середній, пасивний, і спільний. Однак останнім часом більшої підтримки отримує концепція бінарної (двохчленної) опозиції активного і пасивного станів. Лінгвісти, які виділяють тільки активний і пасивний стани, наголошують на зв'язку категорії стану з перехідністю дієслів, оскільки пасивний стан можуть мати, як правило, перехідні дієслова.

За В. Виноградовим, класична формула категорії стану має наступний вигляд: суб'єкт (підмет у називному відмінку) + дія (перехідне дієслово та неперехідне дієслово на “-ся”, утворене від перехідного) + об'єкт (прямий додаток та непрямий додаток лише в орудному відмінку) (Виноградов, 1947). В українській мові дієслова бувають у активному, пасивному і зворотному станах. Активна і відповідна пасивна грами утворюють станову пару – дві словоформи одного дієслова (Гропинич, 2004). Станові пари утворюються лише від перехідних активних дієслів. Непарні за станом дієслова є одностановими. Одностанові дієслова бувають або тільки активні (*activatantum*), або тільки пасивні (*passivatantum*).

Багато питань виникає щодо зворотного стану. Вважається, що дієслова на “-ся”, які утворилися від перехідних дієслів, але не можуть мати при собі додатка в орудному відмінку, належать до зворотного стану. У них дія

спрямована на суб'єкт (діючу особу), виходить із нього і зосереджується в ньому, не маючи виходу на об'єкт, тобто є одночасно і об'єктом (Горпинич, 2004).

У сучасній англійській мові категорія стану базується на бінарній опозиції активного і пасивного станів. Варто зазначити, що форми пасивного стану вживаються частіше в англійській мові, ніж українській. Причому в пасивному стані можуть бути не тільки перехідні дієслова, але, на відміну від української, і неперехідні об'єктні, неперехідні прийменникові об'єктні дієслова. Підметом пасивної конструкції може стати навіть обставина місця, виражена іменником з прийменником (Харитонов, 2007).

Зазначимо, що в англійській мові існує два різновиди пасиву – прямий і непрямий. При прямому пасиві підметом стає прямий додаток активної конструкції. При непрямому пасиві підметом виступає непрямий додаток активної конструкції. Прямий додаток англійського пасиву зберігає свій синтаксичний статус у непрямому пасиві, що не властиво українській мові. Думка про те, що активна і відповідна їй пасивна конструкції є синонімічними, не зовсім правильна. Описуючи одну й ту саму ситуацію, вони мають тотожну семантичну структуру. Проте їхні комунікативні структури не збігаються. Одна й та сама ситуація отримує різне семантичне представлення, а отже, має різні семантичні відтінки.

Крім активного та пасивного станів існує теоретична проблема існування так званих “середніх станів” (medialvoices). У таких реченнях дієслова стоять начебто у формі активного стану, хоча референт підмета не є активним виконувачем дії, про яку йдеться у присудку. Тобто його значення пасивне. Для вирішення цього питання було запропоновано дати більш широке визначення категорії стану, яке б охопило усі сумнівні випадки форм стану. Б. О. Ільїш запропонував увести терміни “пасивний стан” і “загальний стан”. Згідно з цією пропозицією, усі форми, які не є пасивними, автоматично мають вважатися формами “загального стану” (Ільїш, 1971).

Таким чином, можемо зробити **висновки**, що стан – це граматична категорія дієслова, яка виражає суб'єктно-об'єктні відношення. Найбільшого поширення отримала концепція бінарної опозиції активного і пасивного станів. Проте між станами в українській та англійській мовах є певні відмінності. Зокрема вагомою розбіжністю є те, що в англійській мові будь-який з двох додатків (прямих/непрямих) можна поставити у позицію підмета пасивної конструкції. Хоча це неможливо в українській мові. До того ж не зовсім доцільно казати про синонімічність активних та відповідних їм пасивних конструкцій, адже вони отримують різні семантичні відтінки.

Отримані дані закладають **перспективи** для подальшого проведення зіставного дослідження категорії стану в українській та англійській мовах із застосуванням корпусного підходу.

Список використаних джерел

1. Виноградов, В. В. (1947). *Русский язык. Грамматическое учение о слове* (с.786). Москва.
2. Горпинич, В. О. (2004). *Морфологія української мови* (с. 335). ВЦ «Академія».
3. Гриценюк, М. Ю. (2020). *Засоби вербального відтворення категорії стану у сучасній корейській та українській мовах*: кваліф. робота магістра: спец. «Філологія» (с. 87). Київ.
4. Ильиш, Б. А. (1971). *Строй современного английского языка. The Structure of Modern English: учебник по курсу теоретич. грамматики для студ. пед. ин-тов*. 2-е изд. (с. 365). Л.: Просвещение.
5. Харитонов, І. К. (2007). *Теоретична граматики сучасної англійської мови* (с. 160). Тернопіль: Навчальна книга – Богдан.
6. Müller, S. (2020). *Grammatical theory. From transformational grammar to constraint-based approaches*. 4th edition (p. 853). Berlin: Language Science Press.

О. Г. Дончук-Донцова,
студентка ННІ філології та журналістики
ЖДУ імені І. Франка
(науковий керівник – к. філол. н., доц. В. М. Титаренко)

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕМИКАННЯ МОВНОГО КОДУ В СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ М. ЖИТОМИРА

У соціолінгвістиці поряд з мовною ситуацією часто об'єктом вивчення також є мовна поведінка, під якою розуміють “вибір мовного коду, що виявляється через мовну діяльність або соціально вмотивовані зміни в мовній свідомості окремого носія чи мовної групи і зумовлений системою взаємопов'язаних соціальних, правових, психологічних і соціокультурних чинників, які є визначальними у стосунках мова і людина, мова і спільнота, мова і суспільство” (Михальчук, 2014).

Мовна ситуація та мовна поведінка була в полі зору багатьох дослідників: Т. Бурди, М. Бовсуновської, О. Данилевської, Л. Масенко, О. Михальчук, С. Соколової, В. Титаренко, Н. Шумарової та інших мовознавців. Ще одним важливим аспектом вивчення двомовного суспільства є перемикання мовного коду. Це явище обґрунтовували Л. Масенко, С. Соколова, О. Ткаченко та ін.

Наша розвідка актуальна тим, що проблема мовної поведінки молоді Житомирщини, зокрема студентів філологічних факультетів, спеціального вивчення не мала, що обумовлює необхідність проведення соціолінгвістичних опитувань та їх описів. Основною метою роботи є аналіз сучасного стану мовної поведінки в студентському середовищі, зокрема вияв мовних уподобань студентів-філологів, з'ясування залежності вибору мови від мовного оточення.

До анкетування залучено понад 165 студентів філологічних факультетів ЖДУ ім. І. Франка, зокрема ННІ філології і журналістики, на якому основна спеціальність українська мова, і ННІ іноземної філології, де основна спеціальність англійська та німецька мови.

Анкета складалась із 20 питань, відповіді на які передбачали виявити національність та рідну мову респондентів, перемикання мовного коду і залежність від мовного оточення, використання суржику та ставлення до нього.

Дані Всеукраїнського перепису населення 2001 р. в Житомирській області засвідчили, що 97,8 % українців (93 % усього населення області) назвали українську своєю рідною мовою. Те, що понад 80 % росіян області назвали рідною мовою російську, підтверджує, що вони залишаються дуже стійкими у виборі мови й не вважають за потрібне переходити на українську. Привертає увагу, що рідною українську назвали 94,5 % поляків, євреїв – лише 34,8 % (російську – 59,7 %).

Проаналізувавши зібраний матеріал, виявили, що національність “українець” обрали 100 % студентів ННІ філології та журналістики, 91 % – ННІ іноземної філології (9 % – інший варіант). Звернемо увагу, що жоден студент обох факультетів не обрав національність “росіянин”. 100 % філологів україністики вважають своєю рідною мовою українську, а в ННІ іноземної філології – 94 % українську, 4 % російську, 2 % інший варіант. Проте в неофіційній сфері (у родині, на перерві та в повсякденному житті) значний відсоток опитаних говорить суржиком та російською.

В українськомовному середовищі студенти ННІ філології і журналістики послуговуються переважно українською мовою (98 %), лише 2 % вживають суржик, трохи інші показники серед студентів ННІ іноземної філології: розмовляє українською мовою 82 %, суржиком 10 %, російською мовою та російською і українською рівною мірою по 4 %.

Потрапляючи в російськомовне середовище, значна частина змінює мовний код, зокрема переходить на російську. Серед студентів ННІ філології і журналістики 57 % зберігає мовну стійкість, тобто не переходить на російську мову співрозмовника, і лише 23 % таких студентів в ННІ іноземної філології. Не переходять з російської мови на українську 16 % студентів ННІ іноземної філології і 2 % в ННІ філології і журналістики.

Розповсюдженим явищем серед молоді Житомира є суржикомовність. Попри те, що майже 100 % усіх опитаних вважають своєю рідною мовою українську, 50 % анкетованих у повсякденному житті, у родині та з друзями спілкуються суржиком. Виявлено, що респонденти з ННІ іноземної філології більш схильні до цього явища: у повсякденному житті вони спілкуються суржиком на 8 % більше, ніж студенти ННІ філології та журналістики, на 5 % – на заняттях і на 13 % – на перерві, але в родині та побуті більш активно суржиком послуговуються студенти ННІ філології та журналістики (на 8 % більше).

Щодо використання російської мови в неофіційному колі спілкування, то результати виявилися такими: 11 % студентів ННІ іноземної філології та 2 % студентів ННІ філології та журналістики спілкуються російською в повсякденному житті; з родиною – 18 % і 3 % відповідно; на перерві – 16 % і 2 % відповідно.

Як засвідчило опитування, 100 % студентів ННІ філології та журналістики і 91 % ННІ іноземної філології погоджуються з твердженням що українська мова є одним із атрибутів державності України. Також 92 % студентів ННІ філології та журналістики і 73 % ННІ іноземної філології вважають, що російська мова не може стати офіційною поряд з українською. Такі результати можуть свідчити про мовну та національну сформованість опитуваної категорії.

Українська мова набирає популярності серед молоді: 95 % студентів ННІ філології та журналістики вважають, що нині в Україні престижно спілкуватися українською мовою. Значно нижчий відсоток (68 %) маємо серед студентів іноземної філології, що пояснюємо зіставленням у цій групі опитуваних з престижністю англійської мови, тому вибір на користь української менший.

Отже, проаналізувавши відповіді студентів на анкети, можемо зробити **висновок**, що загалом студенти ЖДУ імені Івана Франка є національно і мовно свідомими: переважна більшість, будучи українцем за національністю, вважає своєю рідною мовою українську. Серед опитуваних не виявилось жодного

респондента за національністю росіянина, але для 4 % російська мова є рідною. Мовна стійкість у студентів-філологів часто порушується залежно від мовного оточення: у російськомовному середовищі більшість респондентів переходить на російську або обирає і українську, і російську. Мовно стійкішими є студенти ННІ філології і журналістики.

Список використаних джерел

1. Масенко, Л. (2004). Мовна поведінка особистости у ситуації білінгвізму. Поняття мовної стійкості. *Число*. № 35.
2. Масенко, Л. (2010). *Нариси з соціолінгвістики* (243 с.). Київ: Вид. Дім “Києво-Могилянська академія”.
3. Михальчук, О. (2014). “Мовна поведінка” як категорія української соціолінгвістики. *Мова і суспільство*. № 5. (с. 28–39.).
4. Соколова, С. О. (2012). Мовна ситуація Києва: погляд зовні. *Українська мова*. № 4. (с. 3–17.).

М. В. Дух,
магістрантка кафедри
германської філології та перекладознавства
Хмельницького національного університету
(науковий керівник – д. філол. н., проф. Ю.П. Бойко)

РОЛЬ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ТЕКСТУ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Прецедентний текст, зазвичай, інтерпретують як такий, що однозначно декодується певною спільнотою через використання окремої цитати, алюзії, або навіть із натяку. Очевидним є факт, що людська культура не може існувати поза прецедентними текстами, оскільки останні не просто відсилають до конкретного тексту / зображення, вони передають усе розмаїття ставлення людини та її сприйняття визначеної інформації. Щодо ролі прецедентного

тексту в міжкультурній комунікації, то вона є настільки широкою, що потребує ґрунтовнішого дослідження із залученням нового фактичного матеріалу, залишаючись *актуальною* проблемою для дослідження.

Мета пропонованої розвідки – визначення ролі прецедентного тексту в міжкультурній комунікації через ознайомлення з варіантами його інтерпретації та встановлення способів його актуалізації.

Прецедентний текст як один із компонентів мовної свідомості соціуму є одиницею “[...] усвідомлення людських життєвих цінностей через призму мови за допомогою культурної пам’яті” і предметом активних пошуків представників різних наукових підходів: когнітивного (Д. Б. Гудков, І. В. Захаренко, В. В. Красних, Г. Г. Слишкін), лінгвокультурологічного (Н. Д. Бурвікова, В. Г. Костомаров, Ю. Є. Прохоров), структурно-семантичного (І. В. Арнольд, О. В. Савченко, К. П. Сидоренко), комунікативно-прагматичного (Л. В. Балахонська, О. О. Дмитрієва, Л. П. Дядечко), функціонального (І. В. Алещанова, Ю. А. Гунько, К. Б. Іванова, А. Є. Супрун) та методичного (Н. Ю. Бойко, О. Г. Ростова, І. І. Яценко).

У межах сучасної лінгвістики активно розробляються напрями вивчення взаємодії культури та мови, при чому мова розглядається не лише як засіб пізнання і спілкування, але і як культурний код нації. Аксиоматичним є твердження щодо неможливості ґрунтовного вивчення мови без одночасного вивчення культурних особливостей тієї спільноти, яка використовує цю мову, ускладнення взаєморозуміння та плідного міжкультурного спілкування за відсутності знань про значущі для певної лінгвокультурної спільноти явища.

Прикметною рисою сучасної української прози є звернення авторів до національної свідомості читачів за допомогою національно-прецедентних феноменів, тобто одиниць мови, що відображають певний ‘культурний предмет’, який актуалізується у свідомості членів тієї чи тієї лінгвокультурної спільноти у вигляді інваріанта його сприйняття (Костомаров, Бурвікова, 1996). Завдяки цьому здійснюється вплив мови на свідомість членів цієї лінгвокультурної спільноти із залученням додаткового лінгвокультурного коду,

що є недоступним тією ж мірою для представників іншої лінгвокультурної спільноти.

Уперше термін ‘прецедентний текст’ уведено в науковий обіг Ю.М Карауловим, який тлумачив це поняття як текст “[...] (1) значущий для тієї чи тієї особистості в пізнавальному та емоційному плані; (2) що має надособистісний характер, тобто добре відомий широкому оточенню цієї особистості, включаючи її попередників і сучасників; (3) звернення до нього відбувається неодноразово в дискурсі цієї мовної особистості” (Курбакова, 2006). Віддаючи належне дефініції Ю. М. Караулова, Г. Г. Слишкін у монографії “Лінгвокультурні концепти прецедентних текстів” зауважує, що цей термін треба розуміти ширше, знявши обмеження стосовно кількості носіїв прецедентних текстів (Захаренко, Красных, Гудков, Багаева, 1997). Справедливо зазначаючи, що, по-перше, “[...] можна говорити про тексти, прецедентні для вузького кола людей (сімейний прецедентний текст, прецедентний текст студентської групи тощо)”, а, по-друге, “[...] існують тексти, які стають прецедентними на відносно короткий термін...”, Г. Г. Слишкін констатує, що “[...] у період своєї прецедентності ці тексти володіють ціннісною значущістю, а ремінісценції, які базуються на них, часто використовуються в дискурсі цього часового проміжку” (Захаренко, Красных, Гудков, Багаева, 1997). Взявши за основу тлумачення Ю. М. Караулова прецедентного тексту, розробники теорії прецедентних феноменів І. В. Захаренко, В. В. Красных, Г. Д. Гудков, Д. В. Багаєва екстраполюють зазначену дефініцію на поняття ‘прецедентні феномени’, наголошуючи, що Ю. М. Караулов розуміє термін ‘текст’ дуже широко (Захаренко, Красных, Гудков, Багаева, 1997). Водночас прецедентний текст трактується вченими як “[...] завершений і самодостатній продукт мовленнєво-мисленнєвої діяльності; (полі)предикативна одиниця; складний знак, сума значень компонентів якого не дорівнює його змісту; прецедентний текст добре відомий будь-якому середньому члену національно-культурної спільноти; звернення до прецедентного тексту може багаторазово відновлюватися в процесі

комунікації через пов'язані з цим текстом прецедентні висловлювання чи прецедентні імена” (Захаренко, Красных, Гудков, Багаева, 1997). До прецедентних текстів належать твори художньої літератури, тексти пісень, реклами, анекдотів, політичні та публіцистичні тексти тощо. Прецедентне ім'я тлумачиться зазначеними дослідниками як “[...] індивідуальне ім'я, пов'язане або з широко відомим текстом, який, як правило, стосується прецедентного, або з прецедентною ситуацією; це свого роду складний знак, під час використання якого в комунікації здійснюється апеляція не до власне денотата, а до набору диференційних ознак цього прецедентного імені; може складатися з одного (Ломоносов) чи більше елементів (Куликове поле), позначаючи при цьому одне поняття” (Захаренко, Красных, Гудков, Багаева, 1997).

Зважаючи на наявні в сучасній лінгвістиці класифікації прецедентних феноменів суперечливим є розгляд їхньої природи. Типами прецедентних феноменів вважають **ім'я** (індивідуальне ім'я відомої людини, персонажа твору, артефакту, тобто, як зазначає В. Красных, “пов'язане з широко відомим текстом або із прецедентною ситуацією”); **ситуацію** (значиму подію, яка реально відбувалася в житті етносу й цивілізації; на думку В. Красных, “її знаком може бути прецедентне ім'я, або прецедентне висловлення або непрецедентний феномен”); **текст** (відомий твір, актуалізований в інших текстах, повернення до якого кероване механізмами інтертекстуальності) і **висловлення** – “репродукований продукт мовно-мисленнєвої діяльності; завершена й самодостатня одиниця, яка може бути або не може бути предикативною; складний знак, сума значень якого не дорівнює його смислу: останній завжди ‘ширше’ простої суми значень; до когнітивної бази входить саме прецедентне висловлення; воно неодноразово відтворюється в мовленні носіїв” (Красных, 2002).

Отже, на *референційному* рівні прецедентність завжди представлена ситуацією або сукупністю ситуацій. Тип такої ситуації має різну природу: якщо подія відбувалася в дійсності, вона є *реальною прецедентною ситуацією*; якщо подія є вигаданою, її треба кваліфікувати як *змодельовану* колективною

чи індивідуальною свідомістю. Залежно від раціональності / ірраціональності останньої прецедентна ситуація є *раціональною* чи *міфологізованою*. (Селіванова, 2011).

На *когнітивному* рівні прецедентність існує у вигляді концептуальної структури репрезентації ситуації (пропозицій, фрейму, ментальної моделі тощо). На *вербальному* рівні такі прецедентні концептуальні структури можуть мати репрезентацію *ім'ям* (онімом), *сполукою*, *висловленням*, *текстовим фрагментом* і *цілісним текстом*. В. Красних цілком слушно зауважує, що прецедентний текст і ситуація зберігаються в когнітивній базі у вигляді інваріантів сприйняття і можуть бути при потребі вербалізовані. Далі дослідниця зазначає, що саме тому текст і ситуація відносяться до складу вербалізованих прецедентних феноменів. Проте виникає питання, чому до вербалізованих не віднесені ім'я та висловлення, адже, приміром, за іменем *Дездемона* на когнітивному рівні існує такий самий інваріант сприйняття (прецедентна концептуальна структура), як і у прецедентного тексту трагедії В. Шекспіра "Отелло". Прецедентне для українців ім'я 'Кличко' пов'язане насамперед із реальними ситуаціями професійної діяльності цієї людини і відповідними їм у свідомості знаннями. Таким чином, постає питання, а чи може існувати прецедентний феномен поза вербальними формами. Якщо так, як про це свідчить В. Красних, то до таких явищ треба віднести відомі всім пересічним представникам етносу паралінгвістичні засоби мовлення, зокрема, жести, міміку, рухи тіла, які постійно відтворюються у процесах комунікації.

До невербальних прецедентних феноменів треба зараховувати і всі етнокультурно марковані твори мистецтва, народних промислів й інших семіосфер культури, які, до речі, здебільшого мають відповідні позначення в мові (наприклад, для угорців *чардаш*, для українців *гопак*). Це створює значні труднощі для опису і кваліфікації прецедентності, особливо у випадках поєднання вербальних і невербальних засобів (Селіванова, 2011).

У кожній культурі наявні власні прецедентні феномени. Прецедентні феномени у свідомості носіїв однієї культури поєднуються із прецедентними

феноменами чужих культур. Проілюструємо прецедентні феномени з різних лінгвокультур для українців: британські – *Оксфорд, Робін Гуд, Бейкер стріт* та ін.; німецькі – *Гітлер, Мерседес, Берлінська стіна* та ін.; російські – *Євгеній Онегін, Достоевський* та ін.

Стосовно прецедентності тексту, то Ю. Караулов, який уперше розглянув саме цей тип феноменів, мав на увазі добре відомий особистості й лінгвокультурній спільноті текст, звернення до якого неодноразово відбувається в дискурсі певної мовної особистості, тобто для дослідника прецедентними є цитати, імена персонажів і творів, а також їхні автори (інтертекстуальність узагалі). Назва ж ‘прецедентний текст’ може мати подвійний смисл, зважаючи на розгляд тексту як знакового культурного продукту і тексту як засобу вербальної фіксації прецедентності. В останньому випадку текст повністю наявний у пам’яті й репрезентований у мовленні як цілісний текст (наприклад, *дитячий вірш, загадка, реклама* тощо) (Караулов, 1987).

Для більшості читачів різноманітних наукових статей буде важко сприймати присутність прецедентних текстів, позаяк за допомогою цього феномену автор часом надає певні аргументи, що автоматично ускладнює розуміння статті. Таким чином автор ніби проводить межу між читачами, які зрозуміють посилання на певний текст, і між тими, яким не пощастить це зрозуміти. Тут здійснюється певне комунікативне блокування, якого не кожен може уникнути.

Висновки. Отже, роль прецедентного тексту є дуже важливою та актуальною на сьогодні, адже бути обізнаним у різноманітних прецедентних феноменах надзвичайно цікаво та корисно для успішної міжкультурної комунікації. **Перспективою** подальшого дослідження є розробка та удосконалення шляхів вивчення прецедентних феноменів, зокрема прецедентного тексту.

Список використаних джерел

1. Захаренко, И. В., Красных, В. В., Гудков, Д. Б., Багаева, Д. В. (1997). Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов. *Язык. Сознание. Коммуникация*: Сб. статей. М.: Филология. Вып. 1. (с. 82–103).
2. Караулов, Ю. Н. (1987). *Русский язык и языковая личность* (263 с.). Москва: Наука.
3. Костомаров, В. Г., Бурвикова, Н. Д. (1996). Прецедентный текст как редуцированный дискурс. *Язык как творчество. К 70-летию В.П. Григорьева*: Сб. науч. тр. (с. 297–302). Москва.
4. Красных, В. В. (2002). *Этнопсихолингвистика и лингвокультурология* (284 с.). Москва: Гнозис.
5. Курбакова, Ю. В. (2006). *Национально-прецедентные феномены и единицы с метафорическим значением в СМИ: на материале современных американских журналов*. (Дис. канд. филол наук) (145 с.). Москва: РГБ.
6. Селіванова, О. О. (2011). *Основи теорії мовної комунікації*: підручник (350 с.). Черкаси: вид-во Чабаненко Ю.А.

І. В. Живченко,
бакалавр кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. О. М. Алексєєва)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ МОДАЛЬНОСТІ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

У спілкуванні ми передаємо не тільки те, що відбувається навколо, але і висловлюємо свою думку, прогнозуємо ймовірні або малоймовірні вчинки. Категорії модальності присвячено величезну кількість робіт, але найбільш поширене визначення мовної модальності зводиться до того, що це – одна

з основних категорій природної мови, що виражає суто особисте ставлення мовця до предмета своєї мови. Модальність використовується для позначення широкого кола явищ, неоднорідних за смисловим обсягом, граматичним властивостям і за ступенем оформленості на різних рівнях мовної структури (Сорощук, 2016).

Категорія модальності відноситься до однієї з найскладніших і *актуальних* проблем сучасного мовознавства. За ступенем своєї розробленості ця проблема займає в лінгвістиці двоїсте становище. З одного боку, постановка питання про способи мовного уявлення того смислового змісту, яке підводиться під поняття «модальність», тобто питання про те, як співвідноситься універсальна основа мовних значень і особливості плану їх вираження в кожній мові, спирається на давню традицію. Ця проблематика, висхідна до ідей В. Фон Гумбольдта, А. А. Потебні, К. С. Аксакова, отримала подальший розвиток в працях І. А. Бодуена де Куртене, А. А. Шахматова, А. М. Пешковського, в роботах В. Матезіуса. Основи нового підходу до опису модальності були закладені в працях В. В. Виноградова.

Отже, категорія модальності є одним із складних лінгвістичних явищ, що привертають увагу вітчизняних і зарубіжних мовознавців. Підвищений інтерес до вивчення цього питання виправданий: не викликає сумніву велика значимість цієї категорії для дослідження і опису специфіки тексту. Очевидно, що вивчення засобів, що передають різні типи модальних значень, має велику значимість для правильної інтерпретації тексту.

Мета нашої розвідки є аналіз особливостей вивчення категорії модальності у сучасній лінгвістиці.

Предметом нашого дослідження є особливості функціонування та перекладу категорії модальності, об'єктом є модальні дієслова.

У сучасній лінгвістиці спостерігається підвищення інтересу до категорії модальності. Модальність – явище багатоаспектне, тому в лінгвістичній літературі висловлюються різні думки щодо сутності даного феномена.

Основоположником теорії модальності по праву вважається В. В. Виноградов; його роботи, присвячені даній проблемі, до сих пір дуже важливі для лінгвістів. В. В. Виноградов вважав модальність суб'єктивно-об'єктивною категорією і називав її невід'ємною частиною речення, його конструктивною ознакою (Бондарко, 2001).

З точки зору А. В. Бондарко, характеристика модальності як встановлювані відносини змісту висловлювання до дійсності досить невизначено і потребує уточнень (2001). Він вводить в характеристику цього поняття вказівку на домінуючу ознаку, що дає певне уявлення про те, яке саме відношення до дійсності розглядається як основне і специфічне для модальності. На його думку, домінантою модальності є те чи інше ставлення до опозиції реальності / ірреальності. Для того щоб ця характеристика була більш інформативною, в неї включені основні типи значень, які розглядаються як модальні.

О. М. Лагута називає шість типів модальностей: алетичну, епістемічну, деонтичну, часову, аксіологічну та виборчу (2000). М. С. Смирнова виокремлює в текстах православної проповіді змістовні модальні елементи, які важливі для реалізації фідейстичної стратегії. Змістові модальні елементи – це функціонально-семантична мовна категорія, яка втілює ставлення до предмета розмови (топосу) та визначається як топосний модус (Смирнова, 2015). Ці елементи розрізняють за типами модальності (аксіологічна, епістемічна, алетична, деонтична, волітивна, верифікативна) (Сорощук, 2016).

Г. В. Колшанський зазначає модальні значення можливості, дійсності і необхідності і розуміє модальність як відношення висловлення до дійсності (тобто визначає відношення між змістом висловлювання і фактами реальності), яке об'єктивується лексичними, граматичними і інтонаційними засобами вираження (Колшанский, 1961).

Ми розглядаємо модальність як категорію, яка відноситься до широкої області кваліфікації відносин, тобто кваліфікації, що виражає відношення

мовця до предмета мовлення, або суб'єктивної оцінки мовця або міжсуб'єктної обізнаності про позицію учасників комунікації.

Модальність є складним і суперечливим феноменом. В основному, дослідники зосереджені на трьох основних проблемах: природа модальності, формальна система і значення модальних одиниць. У мові модальність знаходить різні засоби свого вираження. Р. Фаулер (Fowler, 1985) наводить список засобів вираження модальності. Модальність в англійській мові виражаються рядом лінгвістичних форм: модальні допоміжні дієслова *can, may, shall, must, need* та ін.; прислівники *probably, certainly, regrettably*; прикметники *necessary, unfortunate, certain* та ін.

Крім того, деякі дієслова і багато іменників також виражають модальність: *permit, predict, prove; obligation, likelihood, desirability, authority* (Fowler, 1985).

Основними засобами вираження модального відношення між суб'єктом дії і дією в англійській мові є модальні дієслова. У реченні вони є частиною складеного дієслівного модального присудка та показують ставлення мовця до дії речення. Під зовнішньою модальністю I типу розуміється відношення змісту речення до дійсності в плані реальності / ірреальності. Протиставлення реальності / ірреальності Л.С. Єрмолаєва розглядає на основі відповідності або невідповідності змісту висловлення дійсності, основними засобами якої виступають форми способу.

В англійській мові перше місце займають модальні дієслова, до числа яких належить 9 одиниць: *can, could, may, might, shall, should, will, would, must*. Поряд з центральними дієсловами використовуються напівмодальні дієслова *ought, need, dare, used*, а також деякі ідіоматичні вирази з модальними функціями *had (better), have (got) to, be supposed to, be going to*. Багато модальних дієслів дуже близькі за значенням, але для кожного з них в англійській граматиці є своє місце.

У модального дієслова *can* є дві форми: *can* в теперішньому часі і *could* в минулому часі. Вираз *to be able* і дієслово *to manage* замінюють відсутні форми дієслова *can*:

*Frank edged closer and closer, he **was able** to see a narrow slice of the room beyond* (Rowling, 2000).

Дієслово *can* виражає:

- фізичні або розумові здібності:

*There's been a spare key hanging in the gardener's cottage far back as I **can** remember!* (Rowling, 2000).

*"I **can** always tell, Wormtail! You are regretting that you ever returned to me. I revolt you. I see you flinch when you look at me, feel you shudder when you touch me..."* (Rowling, 2000).

Could вживається для того, щоб показати будь-які загальні здібності в минулому:

*What he really wanted (and it felt almost shameful to admit it to himself) was someone like someone like a parent: an adult wizard whose advice he **could** ask without feeling stupid, someone who cared about him, who had had experience with Dark Magic...* (Rowling, 2000).

- можливість:

а) з огляду на обставини:

*No, I have not actually seen him, but I think I **can** be trusted to know my own superior's handwriting* (Rowling, 2000).

б) з огляду на правила:

*The Weighing of the Wands is about to start, and it **can** not take place if one of our champions is hidden in a broom cupboard* (Rowling, 2000).

в) з огляду на рішення:

*"**Can** I borrow this?"*

"Oh!" said Harry (Rowling, 2000).

Що стосується дієслова *could*, воно вживається у важливих проханнях і реченнях, що вказують на майбутнє:

“Could I haff a vord?”

“Yeah, all right,” said Harry, slightly surprised (Rowling, 2000).

Сучасною лінгвістикою досить добре вивчена модальність художнього дискурсу, що пов’язано з розумінням практичної значущості ефективної організації мови. Однак вивченість модальності поради в повсякденній мові людей залишається недостатньою вивченою, як і вивченість модальних особливостей поради в художньому дискурсі.

Складнощі при перекладі модальних дієслів пов’язані з тим, що майже всі вони багатозначні, і для того, щоб передати відтінки значення, перекладачеві потрібно вміти спиратися на контекст. Необхідно також вміти співвіднести і відобразити в перекладі момент висловлювання припущення і час здійснення передбачуваної дії, що виражається будь-якою формою інфінітива. Слід також пам’ятати, що в деяких випадках, відповідно до стилістичних канонів української мови, англійські модальні дієслова взагалі не треба перекладати, або їх значення слід передавати іншими засобами.

У теорії і практиці перекладу завдання зводиться, головним чином, до передачі суб’єктивної модальності. Суб’єктивна оцінка інформації може бути представлена у висловлюваннях різними мовними засобами як при створенні художніх, так і публіцистичних текстів.

Оскільки модальність є одним з обов’язкових компонентів висловлювання, то переклад не може вважатися адекватним, якщо в ньому не збережена модальність тексту джерела. При цьому слід мати на увазі, що між українськими і англійськими модальними дієсловами немає прямої відповідності, і перекладачеві слід вибирати підходяще значення, яке відповідає контексту.

Висновки. При перекладі англійських модальних дієслів на українську мову перекладач може зустрітися з тими випадками, які не викликають особливих труднощів і відносяться до сфери закономірних відповідностей. Передача модальності – найважливіша складова процесу як усного, так і письмового перекладу, без її правильного трактування комунікація дуже

ускладнена або майже неможлива. Уміння виходити із загального та лінгвістичного контексту, логіки висловлювання і просто здорового глузду або здогадів і кмітливості – найважливіша якість перекладача. *Перспективою* для подальшого дослідження залишається більш поглиблене вивчення функції модальності в різних літературних стилях англійської мови.

Список використаних джерел

1. Бондарко, А. В. (2001). *К истолкованию семантики модальности. Язык, литература, эпос: (К 100-летию со дня рождения акад. В.М. Жирмунского)* (сс. 34–40). СПб.
2. Виноградов, В. В. (1975). О категории модальности и модальных словах в русском языке. *Избранные труды: Исследования по русской грамматике* (с. 55). М.
3. Ермолаева, Л. С. (1963). *К вопросу о соотношении модальности и предикативности (на материале современных германских языков)*. Филологические науки. № 4 (сс. 119–126).
4. Колшанский, Г. В. (1961). *К вопросу о содержании языковой категории модальности. Вопросы языкознания*. № 1 (сс. 94–98).
5. Лагута, О. Н. (2000). *Логика и лингвистика* (с. 116). Новосибирск. Взято з: <http://www.philology.ru/linguistics1/laguta-00.htm>.
6. Смирнова, М. С. (2015). Змістовий рівень аналізу вербалізації глобальної фідеїстичної стратегії православної проповіді ХХ століття. *Науковий вісник ДДПУ імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. №3 (с. 256-261). Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvddpufm_2015_3_43
7. Сорощук, Ю. В. (2016). Категорія модальності в сучасному англомовному авторському дискурсі (на матеріалі творів Дена Брауна та Ніколаса Спаркса). *Актуальні проблеми філології* (сс. 90–92). Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Чернівці.

8. Fowler, R. Power. (1985). *Handbook of Discourse Analysis*. Vol. 4 (pp. 61–82). London: Academic Press, Inc.

9. Rowling, J. K. (2005). *Harry Potter and the Goblet of Fire*. Retrieved from: <https://www.free-best-books.com/young-adult/3135.html>

Ю. М. Ковтун,
студентка 4 курсу кафедри теорії,
практики та перекладу англійської мови
Національного технічного університету України
“Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського”
(науковий керівник – к. філол. н., ст. викл. В. Ф. Алексенко)

ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЗАГОЛОВКІВ

Переклад – це процес, який включає не лише усвідомлення лінгвістичних особливостей тексту оригіналу, але й тренування навичок його адаптації до середовища мови-реципієнта. Характерні ознаки різних мов дозволяють застосовувати аналогії при перекладі. Водночас, відмінності між граматичними структурами мови оригіналу та перекладу вимагають від перекладача додаткових перетворень – використання трансформацій.

У будь-якому перекладі найважливішим є найбільш точне наближення тексту перекладу до вихідного тексту та адекватне змістове наповнення остаточного зразка перекладу. Цього можна досягти за допомогою міжмовних, граматичних, лексичних та синтаксичних трансформацій. Статтю присвячено розгляду саме граматичних перекладацьких прийомів як таких, що відповідають за структурну та змістову зв’язність тексту перекладу.

Газетні заголовки є частиною публіцистичної статті, що подається перед основним текстом, та виконують декілька функцій (Scasso, 2019): 1) висвітлення основної думки статті; 2) рекламне заохочення до прочитання.

Щоб досягти максимальної інформативності та привернути увагу читачів, автори газетних статей користуються низкою правил і будують заголовки

згідно з журналістськими кліше. Специфічне цитування, використання скорочень, опущення артиклів, поширеність недоконаних форм та пасивного стану дієслова, застосування номінативних атрибутивних груп та еліптичних речень – усі ці ознаки є характерними особливостями англомовних газетних заголовків (Шишкова, 2015).

Перекладацькі трансформації на граматичному рівні фокусуються на адаптації структури англомовних заголовків до української публіцистичної традиції. Остання є досить схожою на британську чи американську. Це зумовлено тим, що журналістські кліше є поширеними та сталими по всьому світу: короткі лаконічні речення, часто односкладні, використання імперативів та опущення сполучників. З іншого боку, існує ряд відмінностей між граматиною англійської та української мов, що спонукають до застосування трансформацій.

За Я. Рецкером, до граматичних перекладацьких прийомів належать наступні: заміна, транспозиція, опущення, додавання, перестановка, компенсація та антонімічний переклад (1974). Рідко трансформації зустрічаються у чистому вигляді. Зазвичай, щоб адекватно передати зміст заголовка, слід поєднати кілька прийомів та створити власний вдосконалений варіант назви статті.

Сучасні тенденції перекладу газетних заголовків демонструють використання перекладачами кожного з перелічених прийомів. Усі приклади взято з періодичного видання *The New York Times*.

I. Заміна. Цей прийом означає використання іншого слова замість наявного аналога, щоб точніше передати суть, а не зосереджуватися на формі. Найчастіше заміни потребують дієслова, оскільки прямий переклад їх на українську мову може створити негативну конотацію там, де це не передбачалось автором. Наприклад:

Three Million Shots a Day – Три мільйони щеплень на день;

Rafael Nadal Is Out of the Australian Open – Рафаель Надал не братиме участь у Відкритому чемпіонаті Австралії з тенісу.

II. Транспозиція. При перекладі мовні одиниці можуть переходити з одних частин мови, словосполучень або частин речення в інші. Наприклад, дієприслівники та дієприкметники не є поширеними в українській мові і тому можуть перекладатися прикметниками або іменниками:

Coronavirus Vaccine Nears Final Tests in Cuba. Tourists May Be Inoculated – Вакцина проти коронавірусу наближається до фінальних випробувань на Кубі. Туристи можуть зробити щеплення.

III. Опущення. Трансформацію застосовують, коли дослівний переклад граматичної структури буде надмірним і певні елементи можна опустити без зміни змісту:

Biden Signals He's Flexible on Immigration Overhaul – Байден демонструє гнучкість щодо питань капітальної імміграційної реформи;

Desperate for Light and Warmth, Texans See No End for Winter Storm – Відчайдушно бажаючи світла і тепла: зимовій бурі у Техасі не видно кінця.

IV. Додавання (доповнення). За цього типу граматичної трансформації можна додавати мовні елементи для доповнення формальної невиразності граматичних або семантичних компонентів оригінального заголовка, текстів. Наприклад:

Watch the Trump Era in Atlantic City End With 3,000 Sticks of Dynamite – Дивіться як епоха Трампа в Атлантик-Сіті закінчується трьома тисячами шашками динаміту;

Rush Limbaugh Dies at 70; Turned Talk Radio Into a Right-Wing Attack Machine – Раш Лімба помер у віці 70 років; Читайте про те, як він перетворив розмовне радіо в реакційну пропагандистську машину.

V. Перестановка. Зміна порядку слів, словосполучень та речень або їх частин зумовлена відмінностями в порядку слів мов оригіналу та перекладу. Залежно від наголосу, який хоче зробити автор, перекладач застосовує трансформацію перестановки і змінює мовні елементи місцями.

No, Wind Farms Aren't the Main Cause of the Texas Blackouts – Ні, вітрові електростанції не є основною зникнення світла у Техасі.

VI. Компенсація. Цей прийом можна вважати лексично-граматичним, оскільки він поєднує у собі опущення, додавання та зміщення головного фокусу заголовка. Коли перекладач вважає, що дослівний переклад буде некоректним, він може повністю перефразувати речення, змінюючи його забарвлення та компенсуючи сенс за допомогою нових елементів.

Biden Signals He's Flexible on Immigration Overhaul – Байден демонструє гнучкість щодо питань капітальної іміграційної реформи;

Rush Limbaugh Dies at 70; Turned Talk Radio Into a Right-Wing Attack Machine – Раш Лімба помер у віці 70 років; Читайте про те, як він перетворив розмовне радіо в реакційну пропагандистську машину.

VII. Антонімічний переклад означає переклад від протилежного. Якщо прямий переклад граматичної структури матиме протилежне або суто негативне значення в мові перекладу, застосовують антонімічний переклад. Тоді граматично заголовки будується по-інакшому, але зміст залишається близьким до оригіналу.

Rafael Nadal Is Out of the Australian Open – Рафаель Надал не братиме участь у Відкритому чемпіонаті Австралії з тенісу.

Висновки. У статті розглянуто засоби досягнення максимальної виразності та граматичної адекватності перекладу – граматичні перекладацькі трансфомації – які застосовують до газетних заголовків. Було виявлено, що публіцистичні статті англійської та української мов мають спільну базову структуру. Необхідність використання перекладацьких прийомів зумовлена відмінностями саме у граматиці мов.

Найбільш поширеними трансформаціями можна вважати транспозицію, заміну та перестановку. Анатомічний переклад, компенсація та повне опущення зустрічаються рідше, оскільки вони є складними лексично-граматичними трансформаціями, які застосовують, коли чіткі рамки контексту та корпоративна політика певного видання обмежують дії перекладача.

Список використаних джерел

1. Рецкер, Я. И. (1974). *Теория перевода и переводческая практика* (с. 54). Москва, Международные отношения.
2. Шишкова, Д. (2015). Lexical and syntactic peculiarities of an English newspaper article. *Russian Linguistic Bulletin*. №3 (с. 38).
3. Scacco, Joshua, and Muddiman, Ashley. (2015, December). The Current State of News Headlines. *Center for Media Engagement*. Retrieved from: <https://mediaengagement.org/research/the-current-state-of-news-headlines/>

Ю. М. Кретович,
студентка IV курсу факультету іноземної філології
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. Ю. В. Орлова)

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВНИКІВ ЧАСТОТНОСТІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Одним із найважливіших питань сучасного мовознавства є питання вивчення перекладу як засобу міжмовної та міжкультурної комунікації. Для правильної передачі змісту, стилістичного та емоційного забарвлення тексту перекладачеві доводиться стикатися з питанням вибору способу перекладу. Найчастіше застосовуються перекладацькі трансформації – перетворення, сутність яких полягає у переході від мовних одиниць тексту оригіналу до мовних одиниць тексту перекладу.

Актуальність даного дослідження полягає у застосуванні корпусного підходу при вивченні перекладацьких трансформацій, зокрема граматичних, використаних при перекладі англійських прислівників частотності (далі – ПЧ) на українську мову.

Мета дослідження полягає у визначенні специфіки відтворення англійських прислівників на позначення частотності українською мовою.

Дослідження проведено на матеріалі англomовного роману Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і Келих Вогню” та його українськомовного відповідника у перекладі В. Є. Морозова.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань:

- визначити способи відтворення англійських прислівників на позначення частотності українською мовою на матеріалі тексту роману Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і Келих Вогню”;

- проаналізувати перекладацькі трансформації при відтворенні англійських прислівників на позначення частотності українською мовою.

Об’єктом дослідження є англійські прислівники на позначення частотності в англomовному романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і Келих Вогню”.

Предметом дослідження є способи відтворення англійських прислівників на позначення частотності в українськомовному романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і Келих Вогню” у перекладі В. Є. Морозова.

Матеріалом роботи є 770 прикладів вживання прислівників на позначення частотності в англomовному романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і Келих Вогню”.

За основу дослідження взято класифікацію Л. С. Бархударова, який стверджує, що “всі види перетворень чи трансформацій, здійснюваних в процесі перекладу, можна звести до чотирьох елементарних типів” (1975), а саме:

- заміна – спосіб перекладу, при якому граматична одиниця в оригіналі перетворюється в одиницю перекладу із іншим граматичним значенням;

- додавання – граматична трансформація, яка полягає у додаванні до тексту перекладу лексичних елементів, які відсутні в тексті оригіналі для правильної передачі смислу вихідного тексту;

- вилучення – трансформація, яка полягає у вилученні слів чи частини речення при перекладі. Це обумовлено відмітними принципами побудови речення в українській (далі – укр.) та англійській (далі – англ.) мовах;

– транспозиція – заміна порядку слів у фразях чи реченні, спричинена структурними відмінностями між мовами оригіналу та перекладу (Бархударов, 1975).

Проаналізувавши переклад англомовного роману Дж. Роулінг “Harry Potter and the Goblet of Fire”, було виявлено наступні приклади граматичних трансформацій. Отже, найчастіше при перекладі англомовного роману на укр. мову застосовано граматична заміна прислівників. Наприклад, ПЧ *never* був відтворений заперечними займенниками *ніхто* та *нізащо*: “*If you follow the plan, Wormtail, the Ministry need **never** know that anyone else has died*”. → “*Якщо ти діятимеш за планом, Червохвосте, то в міністерстві **ніхто** й не довідається, що зник іще хтось*”; “*He would willingly have split all the money in his Gringotts vault with the Weasleys, but he knew they would **never** take it*”. → “*Він був би радий поділитися з Візлями усіма своїми грошми, що лежали в сейфі “Грінготсу”, але знав, що вони **нізащо** їх не візьмуть*”.

У такий спосіб відтворено ПЧ *usually* прикметником *звичний*. Наприклад: “*The Great Hall, which in any case had been less noisy than it **usually** was at the Leaving Feast, became very quiet*”. → “*У Великій залі, де й так не було **звичного** для бенкету галасу, запанувала тиша*”.

Варто зазначити, що при перекладі прислівників визначеної частоти так само було застосовано таку перекладацьку трансформацію, як граматична заміна. Так, ПЧ *weekly* відтворено іменником *тижневик*: “*Harry saw that Pansy had a magazine in her hands Witch **Weekly***”. → “*Гаррі помітив, що Пенсі тримає в руках журнал “Відьомський **тижневик**”*”.

Проаналізувавши роман Дж. Роулінг “Harry Potter and the Goblet of Fire”, можна стверджувати, що випадки застосування вилучення є найчисельнішими серед усіх перекладацьких трансформацій і представлені великою кількістю прикладів: “*The champions’ll get to do all sorts of stuff you’d never be allowed to do **normally***”. → “*Чемпіони зможуть робити те, чого нам ніколи тут не дозволяють*”; “*Well, they **hardly ever** leave the kitchen by day, do they?*”, said Nearly Headless Nick”. → “*Вони ж серед білого дня не виходять з кухні, –*

пояснив Майже Безголовий Нік”; “The rain was now coming down so thick and fast that it was as though buckets of ice cold water were being emptied **repeatedly** over their heads”. → “Вони зішли з поїзда, ховаючи голови – періщила шалена злива, ніби їм на голови хтось виливав цілі відра крижаної води”.

Крім того, частотними є випадки використання транспозиції. У тексті перекладу, як порівняти з текстом оригіналу, ми спостерігаємо заміну порядку ПЧ: “Brothers and sisters **usually** go in the same Houses, don’t they?”, he said”. → “**Зазвичай** брати й сестри потрапляють у ті самі гуртожитки, правда? – поцікавився він”; “Needs a Memory Charm **ten times a day** to keep him happy”. → “**По десять разів на день** мушу насилати на нього чари забуття”.

Не встановлено випадків застосування додавання в процесі відтворення англ. ПЧ в україномовному романі.

Висновки. Використання граматичних трансформацій при перекладі англomовного роману Дж. Роулінг “Harry Potter and the Goblet of Fire” є досить частотним явищем. Це обумовлено жанровою приналежністю роману: граматичні трансформації є характерними для художнього твору, який не потребує наукової точності.

Установлено, що найбільш поширеною перекладацькою трансформацією є вилучення (45%). Рідше в романі застосовано такий тип граматичних трансформацій, як заміна (35%). На третьому місці за кількістю вживань визначено такий прийом, як транспозиція (20%). Додавання при перекладі англomовного роману на українську мову не застосовано.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні особливостей функціонування англійських прислівників визначеної та невизначеної частоти, а також способів їх відтворення українською мовою на матеріалі інших англomовних художніх творів і їх українськомовних відповідників із застосуванням корпусного підходу.

Список використаних джерел

1. Бархударов, Л. С. (1975). *Язык и перевод* (с. 240). М.: Междунар. отношения.
2. Корунець, І. В. (2003). *Theory and practice of translation* (с. 448). М.: Нова Книга.
3. Роулінг, Дж. (2017). *Гаррі Поттер і Келих Вогню* (с. 670). К.: А-ба-ба-га-ла-ма-га.
4. Rowling, J. K. (2020). *Harry Potter and the Goblet of Fire* (с. 627). М.: Bloomsbury.

І. А. Кузьмішина,
бакалавр кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. М. І. Онищук)

ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ АНГЛІЙСЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ГЕРОЇВ В РОМАНІ ДЖ. РОУЛІНГ “ГАРРІ ПОТТЕР І КЕЛИХ ВОГНЮ”

Через особливості комунікації в сучасному суспільстві, розвиток міжкультурних зв'язків, взаємодію і взаємовплив культур зростає необхідність якісної репрезентації перекладів, серед яких проблема відтворення власних назв посідає чільне місце. Антропонімікон займає особливу вагому ланку в системі мови, забезпечуючи позначення та виокремлення із ряду подібних конкретних предметів і явищ. Питання адекватності та еквівалентності перекладу власних назв у лінгвістиці задля вичерпної передачі змісту оригіналу постають особливо актуальними.

Метою розвідки є розглянути типи перекладацьких трансформацій, які використовуються для відтворення українською мовою англійських власних назв на позначення героїв в романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих

вогню”.

Розмаїття власних назв у повсякденному житті зумовило виникнення окремого розділу мовознавства – ономастики (гр. *onomasticos* – майстерність давати імена), до вивчення і дослідження якої як самостійної дисципліни звертались мовознавці М. В. Бережна (2009), Ю. О. Карпенко (2010), М. П. Кочерган (2005), Є. С. Отін (2002), О. В. Суперанська (2009) та ін.

Одним із основних напрямків ономастики сьогодення, що займається вивченням власних імен людей, вважається антропоніміка. Дослідженням та класифікацією антропонімів в українській та англійській мовах займалися як вітчизняні, так і зарубіжні мовознавці (Дж. Андерсон (2009), Ч. Болен (2019), Д. Г. Бучко (2012), О. П. Горенко (2009), О. О. Кавун (1999), Т. Ламберт (2020), Р. Маккінлі (1990).

Антропоніми класифікують за походженням, структурою імені, періодизацією, способом творення, цариною вживання та етимологією. Антропоніми в англійській мові яскраво досліджені з погляду семантики, етимології, структури, будови та загального уявлення про об'єкт. До основних типів власних імен відносять імена, прізвища, прізвиська, псевдоніми та похідні від них (Д. І. Єрмолович (2005), І. І. Ільченко (2013), Н. В. Подольська (1997), О. О. Селіванова (2010), О. В. Суперанська (2009), М. М. Торчинський (2010).

З погляду мовного походження, антропоніми роману Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню” запозичені з таких мов: французької (*Fleur Delacour, Malfoy*); російської (*Boris, Dimitrov, Antonin Dolohov*) та латини (*Albus, Argus*).

За класифікацією власних імен О. В. Суперанської, серед власних імен виокремлюються особові імена (*Harry, Ron, Hermione*), прізвища (*Potter, Weasley, Granger*), прізвиська та псевдоніми (*Wormtail – Peter Pettigrew*), техноніми – статусні імена (*Miss Granger, Mrs. Weasley, Madame Maxime, Mr. Malfoy*).

Власним іменам часто властива наявність додаткової семантичної інформації на позначення професії, роду занять персонажа (*Argus Filch – Apryc*

Філч, сторож Хогвартсу, в грецькій міфології – Аргус – чудовисько, яке має сто очей), зовнішньої характеристики героя (*Nearly Headless Nick* – Майже Безголовий Нік), а також особливості характеру (*Moaning Myrtle* – Плаксива Мірта).

За способом утворення власні імена на позначення героїв у романі Дж. Роулінг поділяються на:

1. Загальні слова, що отримали статус імен власних:
 - власне загальні назви: *Black* (чорний) – власник імені походить із сім'ї чорних чаклунів;
 - архаїзми: *Dumbledore* (староанглійська форма слова *bumblebee* – джміль);
 - біологізми: *Lily* (лілія) – ім'я повністю відповідає характеру і зовнішності;
 - латинізми: *Albus* (з лат. білий) – власник імені – очільник світлих сил;
2. Імена, утворені морфологічним способом:
 - відсікання: *Hagrid* (від старофранцузького *hagard* – дикий, не приручений, некерований);
 - подвоєння приголосних: *Binns* – Bin+n+s (від *bin* – корзина, відро для сміття), прізвище професора, який дуже нудно викладав історію магії, давав багато непотрібної інформації про гоблінські повстання;
3. Слова, що отримані складанням основ: *Wormtail* – Worm+tail (від *Worm* – черв'як і *tail* – хвіст);
4. Імена, що викликають фонетичні асоціації: *Slytherin* (схоже на *slithering* – той, що повзе) – прізвище героя, що вмів розмовляти зі зміями.

Для аналізу способів перекладу лексичних одиниць було обрано класифікацію перекладацьких трансформацій В. І. Карабана (2002) як найбільш вичерпну, за якою, аналізовані одиниці можуть бути перекладені за допомогою таких перекладацьких трансформацій як добирання словникового відповідника, вибір варіантного відповідника (для багатозначних

слів), транскодування, калькування (дослівний переклад), контекстуальна заміна, смисловий (змістовий) розвиток, антонімічний переклад, описовий переклад.

У ході дослідження було виявлено, що при перекладі англійських власних назв на позначення героїв у романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню” українською мовою були застосовані лише окремі перекладацькі трансформації:

а) транскодування – спосіб перекладу, коли звукова та/або графічна форма слова вихідної мови передається засобами абетки мови перекладу:

– транскрибування – передача тільки звукової форми слова літерами іншої мови, забезпечуючи збереження певної національної своєрідності у своїй словесній звуковій формі (*Weasley – Візлі, Hagrid – Гегрід, Snape – Снейп, McGonagall – Макґонетел*);

– транслітерування – заміна літер (чи їх поєднань) вихідної мови літерами мови перекладу, незалежно від їхньої вимови (*Harry Potter – Гаррі Поттер, Argus Filch – Аргус Філч*);

б) калькування – дослівний переклад: *Nearly Headless Nick – Майже Безголовий Нік, Moaning Myrtle – Плаксива Мірта*;

с) контекстуальна заміна – лексична трансформація, де відповідник підібрано із урахуванням контекстуального значення слова, а не словникового: “*Mad-Eye*” *Moody – Дикозор Муді*.

Найчастіше в романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню” зустрічаються випадки транслітерування та транскрибування власних імен на позначення героїв. Проте, так як не завжди вдається передати задумане за допомогою транскрипції й транслітерації, велике значення в перекладознавстві відводиться художньому відчуттю, самостійному рішення перекладача відхилитися від норми.

Від наведених способів утворення й додаткової інформації, яку часто в собі несуть власні назви на позначення героїв, залежить вибір перекладацької трансформації задля забезпечення вичерпності й адекватності

перекладу й передачі смислового навантаження, який вклав автор оригіналу в певний антропонім. Таким чином, при перекладі необхідно розкрити художній задум автора, не позбавляючи читача шансу усвідомити багатство культурного різноманіття, яке їх оточує. Адже адаптація культурного контексту (тобто перекладу імен з метою адаптувати книгу до цільової культури та полегшити їх сприймання читачем) лише перешкоджає цьому. Отримані дані закладають *перспективи* для подальшого дослідження специфіки відтворення українською мовою англійських власних назв на позначення героїв в романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню” та проведення кількісного аналізу для докладнішого вивчення способів перекладу аналізованих одиниць в мовознавстві.

Список використаних джерел

1. Кавун, О. О. (1999). Семантико-структурна типологія англійських та українських прізвищ. *Вісн. Житомир. держ. пед. ун-ту ім. І. Франка*. № 3 (с. 130-139). Взято з: <http://eprints.zu.edu.ua/1075/1/17.pdf>
2. Карабан, В. І. (2002). *Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми: навчальний посібник* (с. 300). Вінниця: Нова книга.
3. Кочерган, М. П. (2005). *Вступ до мовознавства: підручник* (с. 344). Київ: Академія.
4. Суперанская, А. В. (2009). *Общая теория имени собственного: монография* (с. 368). Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ».
5. Anderson, John M. (2009). *The Grammar of Names* (p. 83). Oxford: Oxford University Press.

В. І. Кулак,
студент кафедри англійської філології та перекладу
Житомирський державний університет імені Івана Франка
(науковий керівник – к. філол. н., доц. І. Л. Білюк)

**ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ
АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ
(на матеріалі групи товарів “Продукти харчування та напої”)**

На сьогоднішній день існує багато компаній, які виготовляють продукцію та розповсюджують її як в своїй країні, так і за кордоном.

Якість продукції – це найважливіший фактор для компанії та її споживачів. Споживачі будуть мати задоволення, а компанія авторитет.

Метою дослідження є реклама як популяризація товарів, послуг і т. ін. з метою привернути увагу покупців, споживачів, замовників тощо, поширення інформації про когось, щось для створення популярності, а також візуальна та інша медіа-продукція: плакати, оголошення, відеокліпи, що використовуються як засіб привернення уваги потенційних споживачів (Білюк, 2014). Саме правильний переклад та асоціація, з якою перекладач передає значення назви реклами, і дає можливість справити на людину враження про продукт.

Наприкінці XIX століття вчені розробили і вдосконалювали впродовж тривалого часу різноманітні схеми впливу реклами на споживача. Психологічний вплив на користувача здійснюється за допомогою сприйняття рекламного повідомлення людиною: викликати бажання придбати, пробудити інтерес, надати вагомі аргументи, направлені на задоволення потреби, переконати у прийнятті рішення на окрему продукцію та створити сприятливу атмосферу для того, щоб споживачі не втратили інтерес до продукції.

Виклад основного матеріалу. Прагматичні особливості при перекладі англомовного рекламного тексту товарів є дуже важливими, адже реклама слугує своєрідним маніпулятором задля заохочення великої клієнтської бази, а назва це перше уявлення про товар і саме правильна передача смислу і

відповідних якостей товару може слугувати вирішальною у прийнятті рішення споживача. Сама реклама відповідає характерним факторам масової комунікації, оскільки вона є процесом розповсюдження інформації через різноманітну кількість джерел: інтернет, преса, радіо, телебачення. Коли людина живе у повсякденному житті, завжди виникає різноманітна кількість потреб. І звичайно – найголовніша потреба – це потреба у харчуванні. В нас у кожного є свої улюблені смаки, товари, які ми купуємо на постійній основі, якими є товари як власного виробництва, так і імпортовані. До характерних факторів реклами відносять стиль життя, загальні потреби людини, маніпуляцію свідомості, стандарти життя і т. д. (Білюк, 2014).

Завданням реклами є необхідність справити враження на користувача та задовольнити його потребу, яка є актуальною на сьогоднішній день і на цей момент. Цим самим реклама змушує користувача придбати певну продукцію та віддати перевагу саме чомусь одному індивідуально (Зелінська, 2002).

Класифікація потреб людини передбачає собою перелічення тих факторів, які є невід’ємними у житті. Наприклад: гроші, робота, стиль життя, освіта та інше. Розглядаючи потреби в харчуванні потенційний споживач знайомиться з рекламою, яка справляє перше враження про товар: зображена інформація на етикетці розкриває сутність того, що хотів передати маркетолог. Розглядаючи характеристики потреб людини саме в харчуванні можна зазначити те, що кожен із нас прагне мати щось якісне, і оформлене з правильною подачею інформації (Кочерган, 2001).

Головний вплив на формування ставлення користувача до реклами та його уявлення відбувається через інформацію як найголовнішу складову вербального повідомлення.

Прагматичною властивістю реклами є стиль її оформлення, який зумовлює безпосередній вплив на споживача. Наприклад, в назвах “Pizza with pepper” і просто “Pizza” зазначається, що саме ліпше обрати, якщо споживач потребує особливих смаків. Така конкретизація дає можливість привернути увагу споживача.

Правильний переклад назви також інтерпретує деякі ознаки самого продукту харчування за допомогою емоційних, експресивних засобів. Взаємозв'язок рекламного тексту з клієнтом формується через правильний виклад рекламованої інформації ціленаправленої на задоволення потреби користувача.

Прагматична направленість рекламної діяльності спрямована на актуальність рекламного тексту та його структури, що здатна чинити найбільший вплив на споживача. Одними з найважливіших структурних елементів є слоган і логотип.

Слоган є головним девізом компанії, найголовніший фактор, на який звертають увагу споживачі з першого погляду. Рекламний слоган презентує споживачу основну ідею реклами, її значення та сприяє кращому запам'ятовуванню. Вдалий слоган впливає на зір, слух потенційного покупця і дає можливість отримати перше враження про товар (Фролова, 2013).

Логотип товару – це графічний або текстовий символ, який має пряме відношення до словесного знаку, але одночасно може бути наділений всіма ознаками знака: зображувальним та комбінованим. Комбіновані фірмові / товарні знаки вміщують у себе знаки зображувального й словесного виду. Композиція таких знаків може бути поєднанням рисунку та слова, рисунку та літери, рисунку та цифри, слів та літер, літер та цифр.

У цілому, реклама може впливати на людську свідомість, чим зумовлюється те, що реклама ніби викликає бажання виконувати дії, які є вигідними рекламодавцю: придбання продукції товарів та послуг. Також не мало важливий аспект відіграє позитивний відгук від клієнтів, які придбали товар, та вживали його в період деякого часу.

Висновки. Прагматичні особливості англомовного рекламного тексту дають можливість глибоко зрозуміти назву товару, ознайомитися з детальними характеристиками і типом продукції. Найбільш унікальним інструментом спілкування компаній зі своїми споживачами є реклама. Саме вона переконує та виступає джерелом залучення клієнтів певними факторами: назви товарів,

слогани, трансляції по телебаченню продукції та інші. *Перспектива* дослідження прагматичної особливості реклами насправді дуже широка, адже впродовж десятиліть реклама змінює свої характеристики з метою винайдення нових шляхів залучення своїх клієнтів у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Білюк, І. Л. (2014). Лексико-семантичні особливості контенту веб-сайтів міст. *Сучасні лінгвістичні розвідки: надбання та перспективи*. Збірн. тез наук. доп. (сс. 9–12). Кам'янець-Подільський: ВПП “Апостроф”.
2. Зелінська, О. І. (2002). *Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту*. Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук; Харк. держ. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. (с. 17). Харків.
3. Кочерган, М.П. (2001). *Вступ до мовознавства: підручник для студентів* (с. 400). К.: Либідь.
4. Кочерган, М. П. (2004). *Вступ до мовознавства: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів* (с. 368). К.: Видавничий центр “Академія”.
5. Пономарів, О. Д., Різун, В. В., Шевченко, Л. Ю. та ін. (2001). *Сучасна українська мова: підручник*. 2-ге вид., перероб (с. 400). К.: Либідь.
6. Фролова, І. Є. (2013). Стратегії спілкування та стратегії перекладу. *Переклад у наукових дослідженнях представників харківської школи: кол. монографія*. Вінниця: Нова книга.

О. О. Лопатюк,
студентка кафедри теорії,
практики та перекладу англійської мови,
НТУУ “КПІ ім. Ігоря Сікорського”
(науковий керівник – к. філол. н., ст. викл. В. Ф. Алексенко)

PARTICIPIAL CONSTRUCTIONS PECULIARITIES IN ENGLISH-UKRAINIAN TRANSLATION

The participial constructions usage sphere in English is extremely wide. These are fiction, scientific, technical literature, official documentation, and printed media texts. It is clear that the absence of similar grammatical phenomena in the Ukrainian language causes the problem of finding precise correspondences to the English syntactic participial structures in the Ukrainian language. There are divergent ways of translating participial constructions in various sources, and, in our opinion, there is a problem of a reasonable systematization.

The purpose of this work is to consider and identify patterns of translation of English participial constructions into Ukrainian by analyzing their components and functional features.

The participle is a non-finite form of the verb, in which neither the category of person nor the category of number is distinguished. Therefore, the participle cannot independently perform function of the predicate. This non-finite form of the verb simultaneously possesses the properties of a verb, an adjective and an adverb (Кутузов, 1998). It is widely used in English, especially in the form of constructions, unlike the Ukrainian language, and this fact causes difficulties in translation.

There are three participial constructions in English: the Objective Participle Construction, the Subjective Participle Construction, and the Absolute Participle Construction (Беляева, 1977). According to T. G. Levitska, participial syntactic complexes can perform the function of an adverbial modifier of place, time, attendant circumstances, manner, and in the process of further complication, the structure of

a participial construction can spread through other members of the sentence, subordinate clauses and even other absolute constructions (Левицкая, 1972).

The Objective Participial is a construction in which the predicate relations are between a noun in the Common case or a pronoun in the Objective case and the participle. This construction performs the function of a complex object in the sentence.

In the Objective Participle Construction, the noun in the common case (or the personal pronoun in the objective case) denotes the person (or object) who performs the action expressed by the participle. Therefore, the noun (or pronoun) of this construction is translated into Ukrainian by a noun (or pronoun) in the function of the subject of a subordinate clause, and the participle as a verb that is the predicate of this sentence. All sentences are joined to the main one by the conjunction “як” (sometimes “що”). Thus, an English sentence with the Objective Participle Construction corresponds to a Ukrainian subordinate clause (Беляева, 1977).

The Subjective Participle Construction is the combination of the noun in the common case (or the personal pronoun in the nominative case) that performs the function of the subject of the sentence with the participle as a part of compound verbal predicate. The auxiliary part of this predicate is the passive verb that is combined with the participle.

The soldier was seen running to the refuge. – Бачили, як солдат біг до сховища.

In the Subjective Participle Construction, a noun in the common case (or a pronoun in the nominative case) denotes a doer (or object) who performs an action specified by the participle. Therefore, the noun (or pronoun) in this construction is translated into Ukrainian by a noun (or pronoun) as a subject in a subordinate clause, and the participle as a verb in the function of a predicate. The passive verb *was seen* is translated into Ukrainian as неозначено-особове чи безособове речення that is the main part of subordinate sentence and is joined to another part of the sentence by conjunction “як” (sometimes “що”). The Subjective Participle Construction is rather similar to the Subjective Infinitive Construction. The difference between them is that

the construction with the participle expresses the action in process, duration, while the construction with the infinitive points on the fact of the finished action. The Subjective Participle Construction is used with the following verbs are in the passive voice: *to see, to hear, to feel, to watch, to find, discover* and some other verbs (Беляева, 1977). Thus, the peculiarity of this construction is that it does not act as a single member of the sentence: one of its components – the subject, another one – part of the compound verbal predicate.

In contrast to Ukrainian, in English, there are such participial contractions in which the action expressed by the participle does not show a direct connection with the subject of the sentence, but has its own subject. Such inversions are called The Nominative Absolute Participle Constructions (Аристов, 1959). In a sentence, the Nominative Absolute Participle Construction has a function of different adverbial modifiers. When translating the Nominative Absolute Participle Construction, the internal or external splitting of a sentence is often used – the division of one sentence into two or more. When this construction precedes the main sentence, it performs the function of an adverbial modifier of time, cause or condition. In the Ukrainian language it is substituted by the corresponding subordinate clause.

As we can see, quite a significant difference in languages leads to difficulties in the process of translating the sentences. When translating participial constructions from English, it is difficult and often impossible to find relevant analogues in the Ukrainian language. Therefore, it is necessary to clearly understand the structural features of a particular construction and select only functional relevant analogues that correspond to and are based on the transfer of the same grammatical meanings, and more fully convey the main idea of the sentence. The choice of syntactic means when translating a participial construction is determined by the nature of the connection with the main part of the sentence (conjunctive, subjunctive or independent sentence). The received results are the base for the future *perspective* researches and common rules of translation establishment principles for participial constructions that will be helpful for interpreters' usage and simplifying their professional work.

Список використаних джерел

1. Аристов, Н. Б. (1959). *Основы перевода* (261 с.). М.: Изд-во литературы на иностранных языках.
2. Беляева, М. А. (1977). *Грамматика английского языка* (333 с.). М.: “Высш. школа”
3. Кутузов, Л. (1998). *Практическая грамматика английского языка* (434 с.). М.: Вече.
4. Левицкая, Т. Р. (1972). *Теория и практика перевода* (363 с.). М.: Изд-во литературы на иностранных языках.

Т. В. Магдалінова,
магістрантка кафедри германської філології
МДПУ імені Б. Хмельницького
(науковий керівник – к. філол. н., доц. Н. В. Денисенко)

ЗАСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Дослідження покликане позначити деякі з основних проблем, пов’язаних з перекладом публіцистичних суспільно-політичних текстів, беручи до уваги, що вони є частиною соціально-культурної системи.

У процесі перекладу таких текстів, перекладачеві доводиться вирішувати, як мовні, лінгвістичні проблеми, обумовлені відмінностями в семантичній структурі та особливостями використання двох мов у процесі комунікації, так і проблеми соціолінгвістичної адаптації тексту.

Актуальність роботи зумовлена тим, що мова суспільно-політичних текстів – це особлива функціонально-стильова освіта масової інформації. Вивчення і виявлення її культурно-мовних особливостей, а також пошуки методів перекладу текстів вимагають пильної уваги в лінгвістиці та перекладознавстві. Це пояснюється тим, що в умовах інформаційного суспільства та економічного розвитку публіцистичні тексти стали одним

з основних засобів міжкультурної комунікації. Англomовні медіатексти в світовому інформаційному просторі стрімко ростуть, даючи нам шанс проаналізувати, що коїться у кожному куточку планети. Адже є щось таке, що може здивувати кожного.

Метою нашого дослідження є виявити, розробити типологію проблеми і прийоми перекладу публіцистичних суспільно-політичних текстів з англійської мови на українську.

Публіцистичні тексти суспільно-політичного характеру є багатоцільовим універсальним засобом культурної інтеграції, вона втілює в собі великі культурно-економічні та культурно-політичні пласти, які формують інформаційне середовище сучасної людини.

Мова публіцистики має свої особливості в морфології, синтаксисі і риториці, часто використовуючи описові фігури та інші стилістичні прийом. Так, Д. Ліч називає мову політики “мовою з особливим навантаженням” (Leech, 1966) через його мету вплинути і змінити волю і ставлення реципієнтів до пропонованої інформації або статті. Текст є ефективним, якщо мета досягнута. Багато в чому мова суспільно-політичних текстів досконаліша, ніж поетична. Тому що стрімко розвиваються міжнародні відносини між країнами.

Публіцистичний текст суспільно-політичного характеру можна розглядати в трьох основних площинах. По-перше, як текст *“в універсальному, класичному значенні цього поняття”*; по-друге, як *особливий тип тексту* – на відміну від текстів інших сфер комунікації; по-третє, як *сукупний продукт масової комунікації* – тексти журналістики та реклами, кожен з яких має свої специфічні характеристики (Волков, 2008).

При перенесенні класичного тексту в сферу ЗМІ, можемо побачити нові смислові відтінки і медійні добавки, яких набуває текст-оригінал. А саме, розширювальне тлумачення і, як наслідок, вихід за межі знакової системи мови, наближаючись до семіотичного розуміння тексту. Специфіка медіатексту, що виводить його в окрему нішу лінгвістики, визначається зовнішніми умовами його існування (Добросклонская, 2008).

Характер публіцистичного тексту суспільно-політичної інформації є як “визначення змісту такої інформації – аби вона розглядалася відправником як суттєва, важлива або навіть необхідна суспільству як масовому її масовому споживачеві” (Кубрякова, 2008).

Тексти масової комунікації відокремлюються від інших видів текстів тим, що в них використовуються, систематизуються і скорочуються, переробляються і особливим чином оформляються всі інші види текстів, які вважаються первинними.

Отримані дані закладають *перспективи* для продовження дослідження в руслі зіставного мовознавства і може сприяти вирішенню ряду приватних питань лінгвостилістики перекладу.

Висновки. Результати дослідження відображають, що тексти сучасної англійської періодики більш яскраві, виразні та викликають у читача певні асоціації. Правильне застосування будь-якого перекладацького прийому і методу передбачає творчий підхід до вирішення кожної конкретної задачі.

Повноцінний переклад, що використовуються в текстах сучасної англійської суспільно-політичної преси, – це мистецтво. Необхідною умовою повноцінного перекладу є перекладацький талант і навички перекладу, які є запорукою успішної професійної діяльності перекладача.

Список використаних джерел

1. Волков, А. А. (2008). *Филология и риторика массовой информации: учебное пособие для вузов* (с. 118). Москва.
2. Добросклонская, Т. Г. (2008). *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: учебник* (с. 86). Москва.
3. Кубрякова, Е. С. (2008). *Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности: учебное пособие для вузов* (с. 185). Москва.
4. Leech, G. (1966). *English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain* (p. 23). London: Longman.

Н. В. Мельник-Набатова,
магістрантка
МДПУ імені Богдана Хмельницького
(науковий керівник – к. пед. н., доц. Т. В. Тарасенко)

ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННЄВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ФІЛОЛОГІВ ЯК ПРОБЛЕМА ПЕДАГОГІЧНОЇ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ

Інтеграційні процеси, які змушують українське суспільство радикально перебудовувати соціокультурне середовище, визначають необхідність підготовки фундаментально підготовлених і конкурентоспроможних фахівців. В умовах глобалізаційних процесів перед науковим співтовариством в ситуації збалансованого європейського вибору в Україні постає проблема розвитку іншомовної освіти на основі європейських документів: рекомендації Ради міністрів Європейського Союзу “Про сучасні мови” (1998), Декларації про вищу освіту для XXI-го століття (1998), Лісабонської конвенції про визнання кваліфікацій для системи освіти Європейського регіону (1997); Сорбонської декларації про гармонізацію структури системи вищої освіти в Європі (1998), Болонської декларації (1999), Загальноєвропейських стандартів навчання мовам (2001), “Керівні принципи ЮНЕСКО по міжкультурній освіті” (2006), Закону України “Про вищу освіту” (2017), концепції “Нова українська школа” (2018).

Отже, формування мовленнєвої культури майбутніх філологів у вітчизняній педагогічній науці та практиці має сьогодні велике соціальне значення у зв’язку з інтеграцією України в світову спільноту, соціокультурними змінами в українському суспільстві, які підвищують відкритість місцевої культури і можливості комунікативного проникнення і взаємодії різних культур на території нашої країни і за кордоном. Соціокультурний простір вищої освіти має забезпечувати розвиток мовного і культурного потенціалу особистості, особливо з огляду на безпосередній зв’язок майбутньої професійної діяльності зі сферою спілкування і філологічної професією. Незважаючи на той факт, що багато вчених висвітлюють у своїх

працях як теоретичні, так і практичні питання підготовки філологів у системі освіти (О.Л. Бердичевський, Л.В. Брикун, Н.Д. Гальскова, М.О. Князян, С.Ю. Ніколаєва та ін.), проблема формування мовленнєвої культури майбутніх філологів не є наразі вирішеною, а отже, залишається *актуальною*.

Мета цієї розвідки полягає у окресленні обсягу поняття ‘мовленнєва культура’ на тлі суміжних до нього понять ‘мовна культура’ та ‘культура мови’ відносно навчання майбутніх філологів.

Аналіз філософської, соціологічної, психологічної та педагогічної літератури з проблеми формування мовленнєвої культури майбутніх філологів показує, що різні її аспекти висвітлюються в таких напрямках наукової думки, як: філософія і соціологія культури; теорія і практика полікультурної освіти; теорія і практика професійної підготовки філологів; соціологія міжкультурного спілкування; міжкультурна психологія; особистісно-орієнтована педагогіка; методи навчання іноземної мови в умовах середніх і вищих навчальних закладів тощо. Однак, жоден із зазначених підходів не містить розробку технологій, які були б ефективними у формуванні саме мовленнєвої культури майбутніх філологів у вищій школі.

‘Мовленнєва культура’ виступає складовою частиною ‘мовної культури’.

У зміст ‘мовної культури’ зазвичай включаються такі компоненти:

1) культурологічний компонент – рівень освоєння культури як ефективного способу підвищення інтересу до мови в цілому (містить правила вербальної і невербальної поведінки, володіння якими впливає на успішність комунікації, забезпечуючи формування навичок коректного вживання та ефективного впливу на співрозмовника);

2) ціннісно-світоглядний компонент змісту виховання – система цінностей і життєвих сенсів (мова в такому випадку зумовлює погляд на світ, формуючи його картину та ієрархію духовних цінностей національної свідомості, які реалізуються у монологічному / діалогічному мовленні);

3) особистісний компонент – це індивідуальне, глибинне, що є в кожній людині і проявляється через внутрішнє ставлення до мови, а також через становлення особистісних мовних смислів (Кочан, Токарська, 1996).

Терміни ‘культура мови’, ‘культура мовлення’ та ‘мовна культура’ широко вживаються в науковій та навчальній літературі. Іноді вони трактуються як синонімічні (Опарина, 1999), однак все більше поширюється тенденція до розмежування даних понять. У Великому енциклопедичному словнику “Мовознавство” під редакцією В. М. Ярцевої ця відмінність сформульована таким чином: поняття ‘культура мови’ використовується, “коли маються на увазі властивості зразкових текстів, закріплених в пам’ятках писемності, а також виразні і смислові можливості мовної системи”; під ‘культурою мовлення’ розуміється “конкретна реалізація мовних властивостей і можливостей в умовах повсякденного і масового – усного та письмового – спілкування” (Ярцева, 1998: 247).

У зарубіжному мовознавстві ці терміни спочатку вживалися як синоніми, а потім поняття ‘культура мови’ поглинуло поняття ‘культура мовлення’. Становлення комунікативно-прагматичної парадигми в мовознавстві 70-х років ХХ-го століття призвело до того, що ‘культура мови’ стала трактуватися як складова частина культури взагалі і, отже, не повинна була обмежуватися педантичним коригуванням окремих граматичних, стилістичних та смислових помилок. З того часу термін ‘мовна культура’ позначає широкий спектр явищ, що належать як до мовної системи, так і до її функціонування в мовленні, а також до соціокультурно мотивованих характеристик мовної поведінки (Clark, Starr, 1991: 89).

‘Мовленнєва культура’ визначається як високий рівень сформованості літературної мови за умов дотримання її норм – орфоепічно-орфографічних, лексико-семантичних, граматичних і стилістичних – зафіксованих у фольклорних і художніх текстах, словниках, довідниках, енциклопедіях. ‘Культура мовлення’ – це така організація відібраних мовних засобів, що в тій чи іншій ситуації за дотримання сучасних мовних норм і етики спілкування дає

змогу досягти найбільшого ефекту при виконанні поставлених комунікативних завдань. У понятті 'культура мовлення' виділяють кілька рівнів: 1) граматична правильність; 2) стилістична виразність; 3) комунікативна оптимальність; 4) мовленнєва майстерність (Гусак, Кобець, 2006: 59).

Висновки. Під 'мовленнєвою культурою' розуміємо володіння нормами усної та письмової мови із вміннями ефективно використовувати виразні мовні засоби залежно від комунікативної ситуації. Так само може називатися лінгвістична дисципліна, до завдань якої входить визначення міжкультурної мовної поведінки, пропаганда мовної норми, а також розробка нормативних посібників. Мовленнєва культура може бути осмислена як вид культури, який обумовлює і регулює буття людини в мовному середовищі, тим самим опосередковує взаємодію людини і мови.

Список використаних джерел

1. Гусак, Т., Кобець, М. (2006). Методологія викладання іноземних мов. *Рідна школа*. № 2. (с. 58–60).
2. Кочан, І. М., Токарська А. С. (1996). *Культура рідної мови*: навч. посібник для студ. гуманіт. спец. вищих навч. закладів: збірник вправ і завдань (232 с.). Львів: Світ.
3. Опарина, Е. О. (1999). Языковая культура как предмет общественного интереса. *Язык и культура*: сб. обзоров (с. 88–108.). Москва: ИНИОН.
4. Ярцева, В. Н. (ред.). (1998). *Языкознание: большой энциклопедический словарь*. 2-е изд (685 с.). Москва: Большая энциклопедия.
5. Clark, L. H., Starr, I. S. (1991). *Secondary and middle school teaching methods*. 6 ed (522 p.). N.Y.: Macmillan; Toronto: Collier Macmillan.

Ю. С. Михайлова,
студентка кафедри теорії, практики
та перекладу французької мови
НТУУ “КПІ ім. І. Сікорського”
(науковий керівник – д. філол. н., проф. А. А. Калита)

МОВНА РЕАЛІЗАЦІЯ МІФІЧНИХ ОБРАЗІВ У ФРАНЦУЗЬКІЙ КАЗЦІ ТА ЇХНІЙ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Актуальність теми дослідження зумовлена загальною зацікавленістю сучасних мовознавців у вивченні специфіки мовної реалізації різножанрових текстів. Спостерігається значний науковий інтерес до вивчення умов та правил адекватного перекладу текстів, у яких представлені реалії та стереотипи країни мови перекладу, а найбільшої уваги потребують питання перекладу фольклорних творів. Семантичні особливості текстів народних казок становлять безумовний інтерес для мовознавців у ракурсі вивчення особливостей міфічних образів, представлених у текстах казок, вивчення лінгвокогнітивних процесів, зумовлених особливостями текстів цього жанру. Вивчення особливостей перекладу найменувань міфічних образів, що зустрічаються в французьких казках сприяє виявленню національної специфіки французької казки. Міфічні образи, що зустрічаються в художній літературі та в народній творчості відносяться до одних із найдавніших типів вимислу.

Метою нашої розвідки є встановлення особливостей мовної реалізації міфічних образів у французькій казці та їхнього перекладу українською мовою.

Казка є чудовим твором мистецтва, який знайомий кожному з нас із дитинства. У науковій літературі з літературознавства і лінгвістики, лінгвістики тексту і стилістики відомі різні тлумачення казки. Найчіткіше визначення казки, на наш погляд, дає дослідник казок О. М. Афанасьєв, який трактує народну казку (або байку, баєчку) як епічний усний художній твір,

здебільшого прозовий, чарівного, авантюрного чи побутового характеру з настановою на вигадку (Афанасьєв, 2008). При цьому саме остання ознака вирізняє казку з поміж інших жанрів усної прози: оповіді, переказу, тобто від розповідей.

Народна і літературна казка склалася в різний час на різному культурно-історичному ґрунті. Чудо, фантастика, вигадка як відмітні ознаки всіх жанрів народної казки зумовлені певними стадіями розвитку національної психології і суспільної свідомості. Особливості поетики фольклору (в першу чергу народної казки) такі, що передати їх засобами інших видів мистецтва фактично неможливо. У своїй праці “Морфологія чарівної казки”, В. Я. Пропп стверджує (Пропп, 1998), що функції дійових осіб складають основу казки. Кількість функцій дійових осіб зазвичай обмежена, а їхня послідовність завжди однакова. До того ж В. Я. Пропп виокремлює черговість функцій дійових осіб.

Своєрідність французьких фольклорних казок різних регіонів, на думку Л. Г. Вікулової, виявляється на різних рівнях: сюжету і композиції, мовних засобів, уявлення описуваної дійсності. Так, наприклад, у бретонських казках діють такі фольклорні персонажі, як *la Morgane* (подібна до русалоньки, що живе в морі), *les korrigans* (карлик, злий дух), у бургундських казках про тварин згадується така тварина, як *le limaçon* (виноградний равлик), тому що в Бургундії великі площі землі зайняті саме виноградниками (Викулова, 2001).

Слід зазначити властивий досить реалістичний характер зображуваних подій, що зближує французькі казки з міфами і легендами. Поль Деляре, відомий французький дослідник фольклору, вказував на близькість сюжетів деяких французьких казок до сюжетів стародавніх міфів (Delarue, 1981). Якщо порівнювати французькі народні казки з творами сусідніх країн, а також з українською казкою, то, на наш погляд, можна говорити про те, що цей аспект «чарівного» виявляється все слабкіше, є більш спрощеним, невивагдливим.

Лексичний рівень лінгвосеміотичного простору казкового дискурсу французьких казок на рівні чарівництва відзначений широкою представленістю лексем, які ми виокремили в такі три тематичні групи:

1. **Чарівні істоти**, які відіграють найактивнішу роль у процесі випробування казкового героя. Найтиповішим персонажем французьких казок є фея. Описові добрих фей притаманною є велика кількість епітетів: *une admirable fée, la bonne fée, gentille fée*. Крім фей у ролі помічників і дарувальників виступають й інші чарівні істоти: *la bonne sorcière* (добра чаклунка), *l'enchanteur* (чарівник), *le bon nain* (добрий карлик), *la dame de lac* (дама, яка живе в озері), *la reine du bois* (королева лісів) та інші. Найпоширенішими негативними чарівними істотами у французьких казках є злі феї (*méchantes fées*), чарівники, людожери, велетні, злі духи.

2. Важливу функцію в казках мають **чарівні засоби**:

– **предмети побуту**: *le bouchon de paille* (солом'яний джгут), *l'étrille* (скребниця для коней), *coffre avec les olives et les noisettes* (скринька з чарівними оливками і лісовими горіхами), *la glace magique* (чарівне дзеркальце) та ін.;

– **одяг як предмет чарівництва** здебільшого представлений такими лексемами: *le petit chapeau rouge* (маленька червона шапочка, що виконує в казках функцію шапки-невидимки), *le bouton* (гудзик), а також Чоботи-сороходи або Семимильні чоботи (*Les bottes de sept lieues*);

– **прикраси**: серед прикрас, що мають чарівні властивості, можна назвати найвживаніші: кільце з хрестом і свічкою (*Une bague avec une croix dessus et une bougie*).

– **зброя**: *une épée* (шпага) та *le fouet de fer à quatre queues* (чотирикутний залізний батіг);

– **вода, рослини і тваринний світ** представлені у французьких казках такими лексемами: *l'eau de beauté* (чарівна вода, що дає силу, здоров'я, красу, молодість); *une rose magique* (чарівна троянда), *la fleur merveilleuse* (чарівна квітка), *un rameau* (чарівна гілка).

– **інші засоби**: чарівна паличка (*la baguette magique*), чарівний свисток (*le sifflet*), чаклунська книга (*le grimoire*). Зустрічається також такий атрибут чарівників як *le grimoire* (чаклунська книга).

3. **Казкове місце**, де відбуваються випробування героя казки, де з героєм відбуваються всілякі чарівні перетворення. Місцем для фізичних і моральних випробувань можуть слугувати різні елементи казкового простору: *ліс, гора, палац, замок, будинок людоджера, море, річка*.

При перекладі найменувань міфічних образів, обрані стратегії не повинні завдавати шкоди ані змісту, ані своєрідності оригінального тексту. За основу береться не стільки дослівний переклад, скільки робиться акцент на збереженні культури, що створюється століттями, і на грамотну інтерпретацію слів, представлених у тексті-джерелі, але відсутніх у мові перекладу. Одним із прийомів перекладу реалій є *транскрипція*. Наприклад, “*Penn-an-Roc’houl*” – “Пенанроку”, “*Lectour*” – “Лектур”. З одного боку, застосування транскрипції зумовлює збереження особливостей культури, традицій, побуту французького народу, водночас викликає певні складнощі у здійсненні перекладу: залежно від орієнтації тексту перекладу на певного читача, від рівня його обізнаності з традиціями й особливостями країни, перекладач або вдається до додаткової експлікації в тексті цих понять або ж до застосування ще одного прийому перекладу, так званого *перекладацького коментарю*. Для грамотного й адекватного перекладу використовують також такий прийом як *калька*, що є запозиченням шляхом буквального перекладу слова або словосполучення. Крім цього, при перекладі можуть використовуватися такі перекладацькі стратегії, як *запозичення, заміщення, опущення, додавання, опис*.

Висновки. Таким чином, французька народна казка відрізняється реалістичним зображенням середовища, відсутністю великої кількості надприродних подій. Відчувається прагнення казок замінити магичні рушійні сили драматичним розвитком дії, заснованим на вчинках людей. Аналіз показав, що чари у французьких казках займають важливе місце в розвитку сюжету, є основою для актуалізації категорії казковості і, отже, для актуалізації найважливішої функції головного героя – подолання випробування. Лексичний рівень лінгвoseміотичного простору казкового дискурсу французьких казок на рівні чарівництва відзначений широкою представленістю лексем, які ми

виокремили в такі три тематичні групи: *чарівні істоти, чарівні засоби, казкове місце*.

Завданням перекладача є збереження смислу і основних ідей оригіналу, він може здійснювати перестановки, зміни акцентів тільки в межах, заданих і допустимих першоджерелом. З метою збереження прагматичного потенціалу тексту французької народної казки перекладачеві слід дотримуватися стратегії, що сприяє відтворенню в перекладі фольклорності цього жанру, що забезпечить відповідний вплив на одержувача перекладеного тексту.

При перекладі традиційних казкових формул, перекладач в основному знаходиться в пошуку українських відповідників, властивих казкам. У разі, коли це неможливо, перекладач вдається до таких перетворень, які зберігають специфіку оповідання французької народної казки. Реалії мають специфічну конотацію, отже, *транскрибування* і *калька* є найбільш надійними прийомами передачі реалій, у той час як приблизний переклад не повною мірою створює стилістичний і семантичний зміст.

Отримані дані закладають *перспективи* для проведення подальших досліджень для вивчення особливостей мовної реалізація міфічних образів у французькій казці та вдосконалення їхнього перекладу українською мовою.

Список використаних джерел

1. Афанасьев, А. Н. (2008) *Славянская мифология* (с. 259). Москва: ЭКСМО; СПб.: Мидгард.
2. Викулова, Л. Г. (2001) *Волшебная французская литературная сказка конца XVII – конца XVIII века: прагматический аспект* (с. 156). Иркутск: ИГЛУ.
3. Пропп, В.Я. (1998) *Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки* (с. 97). Москва: Лабиринт.
4. Delarue, P. (1981) *Les caractères propres du conte populaire français* (p. 65). P.: La Pensée.

Ю. В. Одинцова,
магістрантка кафедри англійської філології
та методики навчання англійської мови
ТНПУ імені В. Гнатюка
(науковий керівник – к. філол. н., доц. О. Б. Шонь)

VERBALIZATION OF CONCEPT “SOUL”
IN UKRAINIAN AND ENGLISH PHRASEOLOGY
AS MEANS OF NATIONAL IDENTITY REPRESENTATION:
LINGUOCULTURAL ASPECT

Nowadays the question of national identity is a burning issue for a considerable amount of scientists in different areas. Linguistic studies are not the exception. A vast majority of modern works have been devoted to research of the key features that point out person's national, social, ethnical and even individual correspondence. The notion of concept belongs to them, because it is possible to say a lot about person after listening to their speech.

However, some of the concepts have not been paid enough attention to. The concept of “soul” is one of them. The main reason of such underestimation is that it is difficult to disclose its role in the hierarchy of somatisms and this notion is polysemantic in both Ukrainian and English languages. That is why it is complicated to follow the ways of its verbalization.

As the national identity is performed through the culture, it is necessary to take into account the linguocultural aspect. The verbalization of concept through the phraseological expressions is the most obvious way to recognize person's correspondence. As I. Goshkheteliani states, phraseological unit is the “storage of a system of values, public morals; it expresses the relation to the world around [...] it serves as a “mirror” in which the society identifies the national consciousness” (Goshkheteliani, 2019). It means that the cultural component is at most expressed exactly in the set phrases, idioms, sayings, proverbs and other phraseological units.

Both Ukrainian and English languages are full of expressions that include the concept “soul”.

Therefore, the **topicality** of research includes the need for a clear understanding of the somatism “soul” verbalization due to linguocultural aspect, as it discloses the meanings of phrases from the viewpoint of cultural realities. To realize the difference and similarity of national identities, the material is displayed on the basis of English and Ukrainian phraseology. It includes 50 Ukrainian and 39 English set phrases taken from dictionaries (Ужченко, 1998; The Free Dictionary, 2021).

The **aim** of the article is to present the linguocultural peculiarities of the concept “soul” verbalization in English and Ukrainian phraseology as the means of national identity representation.

Taking linguocultural aspect into account, T. A. Kupinskaya suggests the following classification of phraseological units: 1) the ones connected with popular beliefs, folk legends, superstitions, customs and traditions; 2) the ones reflecting historical facts and events of the country; 3) the ones related to religion and church, taken from the Bible; 4) the ones taken from fables, myths, fairy-tales and literature; 5) the ones that reflect different sides of the life, such as politics, work, leisure, sports, hobbies and other activities; 6) the ones that reflect character traits especially particular to target culture (Kupinskaya, 2014).

The **first group** includes such elements of the target concept that people believe it to be, i.e. the essence of soul in human’s comprehension. They are the following: *won’t tell a soul; a kindred soul; body and soul; don’t tell a soul; enough to keep body and soul together; pour (one’s) soul out (to someone); вимотувати душу; взяти за душу кого-небудь; виливати/вилити душу; відводити/відвести душу; душа болить (ниє, щемить); душа не на місці; душа обливається кров’ю; ні за пухлу душу загинути, пропийсти і т. ін.; похолонуло (похололо) в душі; брати (приймати) / взяти [близько] до душі; відлягло від душі; усіма фібрами душі.* As the one can see, there are similarities in comprehensions of “soul” in both cultures

that produce equivalents like *body and soul* – усіма фібрами душі; *pour (one's) soul out (to someone)* – виливати/вилити душу.

To the **second group** belong phraseological units that reveal such national English feature as being hardworking: *to keep body and soul together; to work (one's) soul case out*. Moreover, the African-American strive for freedom brought new set phrases with the concept “soul” in the language: *soul brother/sister; soul food; blue eyed/white soul*. Ukrainians have the particular historical phraseologisms too. They are: *мати Бога в душі; душа (губа) не з лопуцька в когось; з горобину душу; ні шеляга (ні шага, ні копійки і т. ін.) за душею*.

The **third group** includes a great deal of set phrases, because both Ukrainians and English believe in God and have similar religious traditions. For example, the Ukrainian phraseologisms in this group are: *віддавати Богу (Богові) душу; взяти гріх на душу; носитися як чорт із грішною душею; ні за цанову душу, продавати / продати душу кому-небудь, продзвонити (здзвонити) по душі; мати Христа в душі*. The English set of idioms in this group is presented by the following: *a lost soul; confession is good for the soul; God rest his/her soul; to sell (one's) soul (to the devil); world soul; soul shot; soul bell*. Since the religious traditions of both nations resemble, it is easy to trace some equivalents of phrases, especially in spiritual rituals: *продавати / продати душу кому-небудь – to sell (one's) soul (to the devil); продзвонити (дзвони) по душі – soul bell*.

The **fourth group** includes commonly the phraseological units taken from literature. They are the following: *diseases of the soul are more dangerous than those of the body; brevity is the soul of wit; the iron entered into someone's soul and мертві душі*.

The idioms of the **fifth group** are modern and reflect the current realities. For example, *punctuality is the soul of business; to be the life and soul of the party; to be the soul of something; can't call (one's) soul (one's) own; to put (one's) heart (and soul) into (something); вкладати / вкласти душу в що, у кого-небудь; душа (серце) не лежить чия (чье) до кого, чого і б/д; над душею, з сл. стояти, сидіти і т. ін.; хоч із душі вийми; без мила в душу лізти / влізти*. Obviously, the present-

day human activities have a lot in common. Therefore, this group has English-Ukrainian equivalents too: *to put (one's) heart (and soul) into (something)* – *вкладати / вкласти душу в що, у кого-небудь*.

The **sixth group** includes particular features of culture. For example, English culture is represented through such phrases as: *a kindred soul; a living soul; good for the soul; gripe one's soul; heart and soul; not a living soul in sight; to search (one's) soul; soul kiss; the eyes are the windows of the soul; the soul of discretion; thirsty soul; soul mate*. Ukrainian culture is reflected in the following phraseologisms: *у глибині душі; камінь з душі спав; закронити душу; в одну душу; до глибини душі (серця); до (по) душі; душа в душу; душа в п'яти (п'ятки) тікає (ховається і т. ін.); заяча душа; з дорогою душею; кривити / покривити душею; ні [живої] душі; хоч би жива душа; скільки душа забажає; як маслом по душі; душа радується; з легкою душею; виймати душу; припасти до серця (до душі) кому-небудь*.

It is obvious, that English and Ukrainian nations have the particular features in common and there are lots of similarities between these two nations. That is why this group has the biggest amount of equivalents: *gripe one's soul* – *виймати душу; heart and soul* – *скільки душа забажає; not a living soul in sight* – *ні [живої] душі, хоч би жива душа; [to have a] thirsty soul* – *закронити душу; soul mate* – *душа в душу*.

Taking everything mentioned before, it is relevant to state that to a great extent Ukrainian and English verbalization of the concept “soul” has a lot in common. Linguocultural comprehension of “soul” is interrelated on the levels of definitions and among the phraseological units.

Conclusions. To sum up, the importance of national identity is relevant nowadays. The notion of “soul” is polysemantic, but it has considerable similarities in both languages. The application of linguocultural aspect reveals that the concept of “soul” is verbalized through the phraseologisms according to the six groups. The most noticeable group reflects the peculiar features of nation and it has the largest amount of equivalents. The groups that reveal differences in concept “soul”

verbalization manifest themselves through history and the literature, as they are totally unique to every country.

The gained results might raise controversy and dissimilarity of viewpoints. That is why it is only a background for the further research of linguocultural concepts verbalization. The *future expectations* include the analysis of other somatisms verbalization to have a deeper view on their role in national identity distinction and their value in different cultures.

References

1. Goshkheteliani, I. (2019). Culture as reflected in somatic idioms. *Филолог–часопис за језик, књижевност и културу* (с. 20). № 20.
2. Kupinskaya, T. A. (2014). Linguocultural aspects of English zoomorphic phraseological units. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. № 3 (с. 18–20).
3. The Free Dictionary. Retrieved March 15, 2021, from: <https://idioms.thefreedictionary.com/soul>
4. Зиновьева, Е. И. (2016). *Лингвокультурология: от теории к практике*. Учебник (с. 76–77). СПб.: СПбГУ; Нестор-История, 2016.
5. Ужченко, В.Д., Ужченко, Д.В. (1998) *Фразеологічний словник української мови* (224 с.). К.: Освіта.

А. М. Олійник,
студентка факультету іноземної філології,
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. М. І. Онищук)

АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ДЛЯ ВІДТВОРЕННЯ ПРИКМЕТНИКІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ РИС ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ

Переклад тексту – це складний процес передачі інформації з однієї мови на іншу при максимально повному збереженні змісту повідомлення. Однак,

інколи цього неможливо досягти без структурних та семантичних змін тексту. Ці зміни, які спричиненні лексичними та граматичними відмінностями між мовами, називаються перекладацькими трансформаціями. І. В. Корунець визначає їх як зміни структурної форми мовних одиниць, що виконуються з метою отримання вірного перекладу (2003).

Існує декілька класифікації перекладацьких трансформацій різними лінгвістами. Так, Я. Й. Рецкер розрізняє два класи перекладацьких трансформацій: граматичні та лексичні (1974). Проте більшість з дослідників вважають правильним розподіл перекладацьких трансформацій на лексичні, граматичні та стилістичні. Серед них І. В. Корунець, Т. Р. Левицька, А. М. Фітерман та інші.

Для аналізу відтворення прикметників на позначення рис характеру людини послуговуємося класифікацією перекладацьких трансформацій, запропоновану С. Є. Максимовим (2006), який поділяє міжмовні перетворення на граматичні, лексичні та семантичні.

1. Диференціація значення спричинена тим, що в англійській мові багато слів не мають прямих еквівалентів в українській мові. Тому, словник надає певну кількість варіантів перекладу того чи іншого слова, серед яких перекладач вже самостійно добирає міжмовний еквівалент, який найбільше підходить контекстуально, пор.:

(1) англ. *Elderly Mr. and Mrs. Riddle had been rich, **snobbish**, and **rude**, and their grown up son, Tom, had been, if anything, worse* (Rowling, 2000: 7). :: укр. *Підстаркуваті містер та місіс Редл були багаті, **чванливі** й **нечемні**, а Том, їхній дорослий син, навіть перевершував своїх батьків* (Роулінг, 2003: 10).

У прикладі не використовується прямий переклад слова *snobbish* (снобістський), а вживається інший варіант, який обрав перекладач по контексту речення *чванливі*.

У наступному прикладі наявний ще один прикметник *rude*, який перекладений за допомогою трансформації диференціації значення *грубий*, який при перекладі на українську перекладач передав як *нечемні*, пор.:

(2) англ. *“What’s that you’re calling me?” said Frank defiantly, for now that he was inside the room, now that the time had come for some sort of action, he felt **braver**; it had always been so in the war* (Rowling, 2000: 45). :: укр. – Як ви мене назвали? – виклично перепитав Френк, бо тепер, коли він потрапив до кімнати, коли настав час для якоїсь дії, він став **відважніший**. Так завжди бувало на війні (Роулінг, 2003: 49).

У наведшеному нижче прикладі пряме значення прикметника *braver* (хоробрий) не використовується, перекладачем було підібрано його синонімічний варіант *відважніший*, який, на його думку, краще підходить для перекладу в контексті аналізованого речення. Однак, якщо цей прикметник замінити на його прямий словниковий еквівалент, суттєвих змін у змісті речення не відбувається.

2. Граматична заміна – це граматична перекладацька трансформація, при якій відбувається заміна слова однієї частини мови на слово іншої частини мови, пор.:

(3) англ. *“Always thought he was **odd**,” she told the eagerly listening villagers, after her fourth sherry* (Rowling, 2000: 8). :: укр. – Я завжди вважала, що він **чудик**, – сказала вона нетерплячим односельцям після четвертої склянки хересу (Роулінг, 2003: 11).

У прикладі наведено англійський прикметник *odd* (дивний, чудний), який при перекладі за допомогою трансформації граматичної заміни в українській мові перетворився на іменник *чудик*, пор.:

(4) англ. *What he really wanted (and it felt almost shameful to admit it to himself) was someone like – someone like a parent: an adult wizard whose advice he could ask without feeling **stupid**, someone who cared about him, who had had experience with Dark Magic...* (Rowling, 2000: 54) :: укр. Як би він хотів (хоч і соромився навіть сам собі в цьому зізнатися) мати когось такого... такого рідного – якогось дорослого чарівника, у кого міг би спитати поради, не почуваячись **дурником**, хто про нього піклувався б, хто мав би досвід у чорній магії... (Роулінг, 2003: 58)

Так, замість прямого значення слова *stupid* (дурний) перекладач використав трансформацію зміни слова однієї частини мови на іншу частину мови. У цьому прикладі англійський прикметник *stupid* перетворюється на український іменник *дурником*.

3. Логічний розвиток – це заміна словникового значення слова на те значення, яке, на думку перекладача, найбільше контекстуально пасує в реченні. За такої трансформції слово, словосполучення або ціла фраза може суттєво змінити свою форму і структуру. Єдиною метою трансформації логічного розвитку є збереження і передача головної думки певного слова чи певної частини речення, пор.:

(5) англ. “*Unfriendly, like* (Rowling, 2000: 8). :: укр. – *Таке дикувате!* (Роулінг, 2003: 11) Так, замість буквального перекладу *Unfriendly* як *недружній*, *непривітливий* перекладач вирішив підібрати слово *дикувате*, яке логічніше підходить по контексту ситуації.

4. Випущення – це граматична трансформація, при якій слово чи певна частина речення тексту оригіналу не передається у тексті перекладу, пор.:

(6) англ. “*I always thought that he had a nasty look about him, right enough,*” *grunted a man at the bar* (Rowling, 2000: 9). :: укр. *Я завжди підозрював, що з ним щось не те! – пробурмотів якийсь чоловік біля шинквасу* (Роулінг, 2003: 12). У цьому прикладі слово англійського тексту *nasty* (бридкий) перекладач не відтворює у тексті перекладі українською мовою.

Висновки. Отже, для аналізу відтворення прикметників на позначення рис характеру людини було використано такі перекладацькі трансформації, за класифікацією С. Є. Максимова: 1) граматичні трансформації: граматична заміна та випущення; 2) лексичні й семантичні трансформації: диференціація значення та логічний розвиток.

Список використаних джерел

1. Корунець, І. В. (2003). *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад)* (с. 448). Вінниця: Нова Книга.

2. Максимов, С. Є. (2006). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови)*. Теорія та практика перекладацького аналізу тексту для студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання: Навчальний посібник (с. 157). Київ: Ленвіт.

3. Рецкер, Я. И. (1974). *Теория перевода и переводческая практика* (с. 214). Москва: Международные отношения.

Список джерел ілюстративного матеріалу

4. Роулінг, Дж.К. (2003). *Гаррі Поттер та келих вогню* (с. 672). Київ: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.

5. Rowling, J. K. (2000). *Harry Potter and the goblet of fire* (p. 236). London: Bloomsbury Publishing.

О. В. Осацька,
студентка Навчально-наукового
інституту іноземної філології
(науковий керівник – к. пед. н., доц. І. Л. Білюк)

РОЛЬ ВЕРБАЛЬНИХ ТА ПАРАЛІНГВАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У ДРУКОВАНОМУ РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

У сучасному світі важливу роль відіграє комунікація, яка виконує різноманітні функції в суспільстві: від встановлення зв'язків між людьми, до запланованого впливу на людину чи групу людей. Особливе місце в сфері людської комунікації належить рекламі, яка організовує і регулює деякі важливі процеси взаємодії людей, впливає на образ їх мислення, формує ціннісні пріоритети, активно впливає не лише на свідомість, але й підсвідомість особистості. Для досягнення необхідного ефекту в рекламі створюється рекламний текст. На відміну від звичайного тексту, рекламний текст використовує засоби переконання і впливу, завдяки яким посилюється інтерес

до пропонованого товару або послуги. Такими засобами в рекламному тексті виступають вербальні та паралінгвальні складові.

З огляду на той факт, що в умовах домінування телебачення та інтернету інтерес людей до друкованих засобів масової інформації значно впав, першочергового значення набула проблема залучення уваги споживачів до друкованих рекламних текстів. Найефективнішим способом привернення уваги споживачів до рекламного тексту є вдале поєднання вербальних та паралінгвальних засобів. Цього можливо досягти шляхом визначення ролі кожної складової рекламного тексту з метою активного впливу на споживача. Отже, питання вивчення ролі вербальних і паралінгвальних засобів у друкованому рекламному тексті стає все більш *актуальним*.

Метою нашої розвідки є дослідження ролі вербальних і паралінгвальних засобів у друкованому рекламному тексті.

Незважаючи на те, що реклама у сучасному суспільстві відіграє особливу роль, єдиного підходу щодо трактування цього поняття немає, адже реклама є предметом дослідження багатьох наук: психології, маркетингу, економіки, лінгвістики. У межах нашого дослідження рекламу будемо розуміти як одну із форм масової комунікації, в якій створюються і поширюються, оплачені рекламодавцем тексти односпрямованого і неособистого характеру про товари, послуги, ідеї і надання психологічного впливу на масову й індивідуальну свідомість споживачів з метою спонукати їх до потрібних рекламодавцю вибору і вчинку.

Для досягнення очікуваних від реклами результатів створюється рекламний текст. Рекламний текст – це текст, який має всі основні ознаки тексту, але в той же час володіє додатковими особливостями, що відрізняють його від інших текстів. Дослідники рекламних текстів (А. Д. Белова, І. В. Городецька, Л. Д. Чернюх та ін.) до таких особливостей відносять використання візуальних, іконічних елементів комунікації, кольорового символізму.

В структурі рекламного тексту виокремлюють дві складові: вербальну (мовну) та невербальну (що належить до інших знакових систем, ніж мова, тобто паралінгвальну). Проведений аналіз наукової літератури дає всі підстави стверджувати, що друкований рекламний текст – мультимодальний. Переважно до його складу входять і вербальні і паралінгвальні засоби.

Вербальні засоби – це мовні засоби, які використовуються в рекламі. Досліджуючи структуру вербального компоненту рекламного тексту, дослідники виокремлюють наступні компоненти: заголовок, слоган, основний рекламний текст (Чернюх, 2011: 282).

Слоган займає одне з центральних місць у структурі рекламного тексту, адже він несе її вербальне навантаження. Слоган – це рекламний лозунг, коротке повідомлення, яке складається з п'яти-семи слів, що відображає концепцію товару, послуги, або маркетингову стратегію фірми-виробника (Макарчук, 2014: 99). Він є одним із основних засобів привернення уваги та інтересу аудиторії. Слогани характеризуються наявністю таких особливостей: лаконічність, ритмічність, повторюваність, емоційність, влучність.

Заголовок – важливий вербальний компонент рекламного тексту. На думку фахівців, найчастіше в заголовку виражається основна рекламна мета та аргументи. До рекламного заголовку висуваються певні вимоги: він має бути коротким, оскільки розташований безпосередньо перед основним текстом та вводить його зміст, привабливим для читача. Заголовок рекламного тексту виконує наступні функції: привернення уваги аудиторії; викликання зацікавленості у потенційних покупців; виявлення покупців або цільових груп; ідентифікація товару; продаж товару (Городецька, 2014: 144).

Що стосується основного тексту реклами, то він має надати споживачеві повну інформацію про товар або послугу, які рекламуються. Виокремлюють наступні типи основного тексту реклами: спонукальний або реклама-заклик, власне інформативний, контактний або психологічний, експресивно-оцінний (Марченко, 2018: 438).

Проведений аналіз наукової літератури дав нам змогу дійти висновку, що вербальний компонент англomовного рекламного тексту має велике смислове навантаження, сприяє реалізації комунікативної мети реклами – переконати адресата купити запропонований товар.

Важливими компонентами сучасного друкованого рекламного тексту є паралінгвальні засоби. Саме невербальні компоненти рекламного повідомлення дозволяють передати більше інформації, ніж вербальні. Переваги невербальних засобів у передачі інформації полягають в тому, що люди схильні підсвідомо значно більше довіряти візуальній інформації; зображення швидше викликає емоційну реакцію, ніж текст; рекламний текст, що переглядається разом із зображенням, сприймається більш аргументовано і обґрунтовано.

Виокремлюють наступні елементи паралінгвальних засобів рекламного тексту: візуальні засоби, набірні засоби (шрифт, розмір, колір) та спосіб розміщення знаків на площині сторінки (напрям) (Романюк, 2012: 10).

Варто погодитися з думкою А. Прилуцької, яка наголошує, що візуальні елементи відіграють важливу роль в структурно-композиційному оформленні реклами, тому що саме візуальна інформація має безпосередній вплив на емоційний стан людини (Прилуцька, 2014: 34). Візуальні засоби привертають увагу потенційного покупця, викликають в його свідомості образи і асоціації, які створюють позитивний емоційний фон для сприйняття рекламної інформації. До візуальних засобів рекламного повідомлення належать ілюстрації, фотографії, допоміжні фонові елементи, кольорове оформлення.

Не менш важливу роль у структурно-композиційному оформленні рекламного тексту відіграють набірні елементи невербальних засобів – підкреслення, шрифтові виділення та стилізація шрифтів, роль яких зводиться до посилення сили впливу на адресата. За результатами психологічних досліджень встановлено, що текст із використанням різних типів та розмірів шрифтів і кольорів привертає більше уваги і запам'ятовується краще.

Серед інших невербальних складників реклами також виділяють спосіб розміщення знаків на площині. В рекламах використовують наступні варіанти

розміщення графічних знаків: горизонтальне розміщення тексту; вертикальне розміщення; збільшений інтервал між літерами; обрамлення текстом лінії малюнка.

Проведений аналіз наукової літератури дав нам змогу дійти висновку, що паралінгвальні засоби відіграють важливу роль у вираженні ідеї рекламного повідомлення, формуванні емоційного та експресивного впливу рекламного тексту, підкреслюючи та підсилюючи ефект вербальних засобів. Саме паралінгвальні засоби викликають інтерес і акцентують увагу адресата, створюючи необхідні асоціації.

Висновки. Друкований рекламний текст характеризується поєднанням вербальних (заголовку, слогану, власне рекламного тексту) та паралінгвальних (візуальних та набірних засобів, способом розміщення знаків на площині сторінки) компонентів. Кожен із компонентів рекламного друкованого тексту відіграє важливу роль у досягненні мети рекламного повідомлення. Так, вербальний компонент рекламного тексту має велике смислове навантаження, сприяє реалізації комунікативної мети реклами – переконати адресата купити запропонований товар. Паралінгвальний компонент відіграє важливу роль у вираженні ідеї рекламного повідомлення, формуванні емоційного та експресивного впливу рекламного повідомлення на споживача, підкреслюючи та підсилюючи ефект вербальних засобів.

Таким чином, нами встановлено, що поєднання вербальних та паралінгвальних засобів в друкованому рекламному тексті привертає увагу споживачів та сприяє цілісному сприйняттю інформації, оскільки взаємовплив різних за своєю природою знакових систем забезпечує найбільш адекватне сприйняття, успішно здійснюючи механізм цілеспрямованого впливу на особистість.

Вважаємо, що дослідження теоретичних аспектів ролі вербальних і паралінгвальних засобів у друкованому рекламному тексті не достатньо для повного розкриття теми. Тому *перспективними* вбачаються подальші розвідки, спрямовані на проведення практичного дослідження ролі вербальних та

паралінгвальних засобів в англомовному рекламному тексті з опорою на отриманий систематизований матеріал.

Список використаних джерел

1. Городецька, І. В. (2014). Рекламний заголовок та стилістичні засоби в ньому. *Нова Філологія: збірник наукових праць*. Вип. 62 (сс. 144–148). Запоріжжя: ЗНУ.
2. Макарчук, Л. (2014). Диференційні ознаки сучасної англомовної реклами. *Актуальні питання іноземної філології*. № 1 (сс. 96–102).
3. Марченко, В. В, Никитюк, М. А. (2018). Структурні особливості полікодового рекламного тексту. *Молодий вчений*. № 7 (сс. 436–439).
4. Прилуцька, А. Є. (2014). Візуальний компонент в структурі рекламно-інформаційного повідомлення (137 с.). Харків: ХАІ.
5. Романюк, С. К., Ковальчук, Т. Г. (2012). Невербальні компоненти в рекламному дискурсі. *Актуальні проблеми філології та методики викладання гуманітарних дисциплін* (сс. 9–11). Рівне: РДГУ.
6. Чернюх, Л. Д. (2011). Теоретичні аспекти дослідження реклами (на матеріалі словацької та української мов). *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського*. Вип. 15 (сс. 281–287).

Р. І. Рубцова,
бакалавр кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. М. І. Онищук)

**СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙ
У ПЕРЕКЛАДІ ПРИКМЕТНИКІВ
НАЙВИЩОГО СТУПЕНЯ ПОРІВНЯННЯ
В РОМАНІ ДЖ. РОУЛІНГ “ГАРРІ ПОТТЕР І КЕЛИХ ВОГНЮ”**

Прикметники найвищого ступеня порівняння існують як в українській, так і в англійській мовах, знаходження міжмовних відповідників для яких становить складне завдання в перекладознавчих студіях. Однак при перекладі художньої літератури це питання потребує особливої уваги, адже, виконуючи роль епітетів, прикметники несуть важливу функцію створення та індивідуалізації образу, збагачують слова особливими значеннями й емоційним сенсом (Гром’як, Ковалів & Теремок, 2010).

Категорія ступенів порівняння прикметників завжди перебувала в фокусі наукових розвідок дослідників, а останнім часом почала набувати ще більшої актуальності, отримавши розвиток у напрямку порівняльних досліджень різних мов: Н. З. Зуфарова (1971), Л. Т. Карпович (1975), В. Куперман (1998), К. Лернер (1998), Б. Песаркас (1954), К.-П. Херberman (1999), М. А. Чен (1979). Більш нові лінгвістичні розвідки початку 21 століття було проведено Ю. М. Анохіною (2008), Н. Н. Будніковою (2009), В. М. Огольцевим (2009) та іншими мовознавцями. Питання трансформацій і прийомів, що використовуються для перекладу прикметників найвищого ступеня порівняння з англійської на українську, виявляється ще не досить вивчене, потребує більш детального аналізу, чим зумовлена **актуальність** пропонованого дослідження.

Метою розвідки є визначення типів перекладацьких трансформацій, які використовуються для відтворення англійських прикметників найвищого

ступеня порівняння у перекладі роману Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню” українською мовою.

При передачі змісту вихідного повідомлення перекладачі долають певні труднощі, викликані розбіжностями в граматичних та лексико-семантичних системах мов, використовуючи ті чи інші типи перекладацьких трансформацій. Ми послуговуємося класифікацією, запропонованою українським перекладознавцем С. Є. Максимовим (2006), оскільки вважаємо її найбільш повною й такою, що включає усі найбільш поширені перекладацькі трансформації. За цією класифікацією трансформації поділяємо на дві групи:

1) Граматичні трансформації (переміщення – зміна порядку слів та словосполучень у реченні, зумовлена різницею структури вираження теми і реми у різних мовах; граматичні заміни – заміна слова, яке належить до однієї частини мови, словом, яке належить до іншої, заміна однієї синтаксичної конструкторної іншою; додавання і пропуски).

2) Лексичні й семантичні трансформації (генералізація значень – заміна слів або фраз із вузьким значенням словами або фразами із більш широким значенням; диференціація значень – переклад слова або фрази за допомогою словникових синонімів за відсутності повного відповідника; конкретизація значень – заміна слів або фраз із більш широким значенням словами або фразами із вузьким значенням; смисловий розвиток – заміна прямого словникового відповідника контекстуальним відповідником, який має із першим логічний зв’язок; антонімічний переклад – заміна концепції з мови оригіналу на протилежну їй зі зміною структури речення таким чином, аби його зміст було передано найбільш повно; повна перестановка сегментів тексту – зміна структури його сегмента без збереження структурних зв’язків між елементами при перекладі).

У ході аналізу трансформацій для перекладу прикметників найвищого ступеня порівняння у романі Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і келих вогню” було виявлено, що досить частим є використання різноманітних граматичних заміні:

(англ.) *He had moaned continually about his old rat, Scabbers, but had been **most upset** when Hermione's cat, Crookshanks, appeared to have eaten him.* (Rowling, 2000: 21)

(укр.) *Раніше Рон увесь час бурчав на свого пацючка Скеберса, але **страшенно засмутився**, коли подумав, що його з'їв Герміонин кіт Криволапик.* (Роулінг, 2003: 44)

(англ.) *Harry, you've got to come—you've got to come, **the most amazing thing's happened...*** (Rowling, 2000: 143)

(укр.) *Гаррі, ти повинен прийти, ти обов'язково мусиш прийти — **сталася така дивовижна!**..* (Роулінг, 2003: 300)

(англ.) ***The most recent** first... and then those which preceded it...* (Rowling, 2000: 265)

(укр.) ***Спершу** останнє... тоді попереднє...* (Роулінг, 2003: 569)

Цікавою трансформацією є повна перестановка сегментів тексту. Наприклад, за відсутності в українській мові повного семантичного відповідника до англійського слова *conspicuous* використано фразеологізм, що повністю змінює граматичну структуру виразу:

(англ.) *...Harry, Ron, and Hermione (**the most conspicuous**, since they were accompanied by Pigwidgeon and Crookshanks) went first...* (Rowling, 2000: 274)

(укр.) *Першими пішли Гаррі, Рон і Герміона, бо вони **найбільше впадали в око** з Левконією і Криволапиком.* (Роулінг, 2003: 130)

Частим є також використання прийому антонімічного перекладу, причому зникає потреба у використанні прикметника найвищого ступеня і його замінено на прикметник вищого ступеня внаслідок особливостей граматичної структури мови перекладу:

(англ.) *Being shut in a dungeon for an hour and a half with Snape and the Slytherins... was about the **most unpleasant** thing Harry could imagine.* (Rowling, 2000: 113)

(укр.) *Гаррі не міг собі уявити нічого **гіршого**, ніж сидіти півтори години в підвалі зі Снейпом та зі слизеринцями...* (Роулінг, 2003: 237)

Для передачі контекстуального змісту використовується прийом смислового розвитку:

(англ.) *...even though he was supporting Ireland, Krum was **the most exciting** player on the field.* (Rowling, 2000: 41)

(укр.) *Хоч він і підтримував Ірландію, але ж Крум явно був сьогодні **найефектнішим** гравцем.* (Роулінг, 2003: 89)

Виявлено використання й інших трансформацій, таких як генералізація:

(англ.) *The first and **most essential** step is to remove Azkaban from the control of the Dementors...* (Rowling, 2000: 269)

(укр.) *Перший і **найважливіший** крок — звільнити Азкабан з під контролю дементорів...* (Роулінг, 2003: 578)

та диференціація:

(англ.) *Then Harry turned his attention in earnest to **the most urgent** problem facing him: how to survive underwater for an hour on the twenty fourth of February.* (Rowling, 2000: 184)

(укр.) *Після того Гаррі всю свою увагу присвятив **невідкладній** проблемі: як двадцять четвертого лютого цілу годину пробути під водою* (Роулінг, 2003: 391)

Висновки. Отже, перекладацькі трансформації залишаються необхідним інструментом для адекватної та вичерпної передачі змісту виразу при перекладі прикметників найвищого ступеня порівняння. Питання їх перекладу українською мовою пропонує багато особливостей і потребує більш детального вивчення. За проведеним дослідженням буде здійснено кількісний аналіз і підбито підсумки щодо використання трансформацій та прийомів перекладу досліджуваних одиниць, що матиме практичну цінність як для зіставних перекладознавчих досліджень.

Список використаних джерел

1. Гром'як, Р. Т., Ковалів, Ю. І., Теремок, В. І. (ред.). (2007). *Літературознавчий словник-довідник*. Київ: Академія.

2. Живіцька, І. (2015). Граматичні перетворення при перекладі прикметників (на матеріалі англійської та української мов). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*, 18(2) (сс. 50–55).
3. Лощенова, І. Ф., Нікішина, В. В. (2014). Перекладацькі трансформації як ефективний засіб досягнення адекватності перекладу. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки*, 3 (сс. 102–105).
4. Максимов, С. Є. (2006). *Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту для студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання: Навчальний посібник* (с. 157). Київ: Ленвіт.
5. Малих, Л. М. (2011). Статус категории сравнения в современных лингвистических исследованиях. *Вестник Удмуртского Университета*. 3 (сс. 105–110).
6. Назарова, Л. А. (1985). *Система сравнения прилагательных в современном английском языке*. Москва: МПУ.

Список джерел ілюстративного матеріалу

7. Роулінг, Дж.К. (2003). *Гаррі Поттер і келих вогню* (с. 672). Київ: АБА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА.
8. Rowling, J.K. (2000). *Harry Potter and the Goblet of Fire* (p. 640). London: Bloomsbury Publishing.

Ю. М. Сіденко,
студентка кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. Л. Б. Кротенко)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ
ВКАЗІВНИХ ЗАЙМЕННИКІВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ
(на матеріалі української та англійської мов)

Займенник є однією з найбільш неоднозначних частин мови, адже він має багато спільних морфологічних та синтаксичних особливостей з іншими частинами мови. Його вивченням займалися такі мовознавці як Л. Блумфілд, В. В. Виноградов, В. О. Горпинич, М. Я. Плющ, О. О. Потебня, та інші. *Актуальність* теми даного дослідження зумовлена недостатньою вивченістю займенників в рамках лінгвістичного перекладознавства та теорії перекладу.

Метою даної роботи є встановлення особливостей відтворення вказівних займенників англійською мовою. Завдання обумовлені її метою:

- 1) сформулювати поняття займенника як частини мови;
- 2) проаналізувати різні підходи до вивчення займенника, використовуючи праці вітчизняних та зарубіжних мовознавців;
- 3) визначити принципи класифікації займенників в українській та англійській мовах.

На сьогоднішній день більшість вчених притримуються думки, що “займенник – це самостійна частина мови, яка узагальнено вказує на ті предмети та ознаки, які позначаються в мовленні іменниками, прикметниками та числівниками” (Горпинич, 2004).

Серед ряду займенників в українській мові детермінуючу функцію найбільш вдало та яскраво виконують саме вказівні займенники. О. О. Потебня кваліфікує їх на основі лексико-семантичних характеристик як предметно-формальні (1958). Можна стверджувати, що вказівні займенники активно

беруть участь в створенні категорійних значень означеності та неозначеності, набуваючи функцій артиклів. В. В. Виноградов, М. А. Жовтобрюх та інші, а Д. Г. Демидов пропонує термін “функціональний артикль”, протиставляючи його артиклю формальному в мовах, де артиклі присутні. Вчений вказує, що цей особливий артикль “оформлює таку ж морфологічну категорію означеності / неозначеності, як і відмінок, втрачаючи при цьому здатність до самостійного анафоричного заміщення імені у відповідній синтаксичній позиції, і в атрибутивній функції з повноцінного займенника переходить в неповнозначний артикль без своєї особливої синтаксичної позиції, перетворюючись в елемент аналітичної форми, який показує означеність імені” (Демидов, 2011).

Вказівні займенники в українській мові вказують на предмети, їх ознаки, кількість предметів, час та місце дії. Сюди належать такі займенники як *цей, отой, такий, туди, звідти, стільки, там, той*. У сучасній українській мові також існує тенденція до використання вказівних займенників у якості означених або підсилювальних аналітичних членів мовлення, проте це явище має стильові ліміти. Найчастіше випадки такого використання можна зустріти у творах художньої літератури, або ж рідко – в публіцистичній. Важливо зазначити, що вказівні займенники не виступають як самостійні та повнозначні одиниці, вони є супутніми компонентами, які накопичують ряд додаткових значень. Часто можна зустріти випадки вживання вказівних займенників із функцією іменникової субституції у ролі особових займенників: *Натомість українська влада намагається не дуже втручатись у внутрішні справи університету, оскільки **той** має автономію.*

“Основною комунікативною функцією вказівних займенників англійської мови *this, these, that, those, such* є вираження векторності у часовому плані та плані просторовому” (Кобрина, 2007).

Як зазначає Кобрина, ще однією функцією вказівних займенників в англійській мові є вираження типу або ступеня інтенсивності якісної характеристики. Ця функція виражається найяскравіше за допомогою

займенника *such* та займенникового прислівника *so*. Займенники *this* та *that* привносять цій функції особливий емотивний відтінок: *Tom is **such** a baby yet; You should see **this** girl when she dances; I am not interested in **this** political business; Her parents hated **that** husband of hers*. В українській мові ця функція також характерна для вказівних займенників: *Ох вже **цей** Микола, ох розбійник!* В цьому випадку і в українській і в англійській мовах займенник імплікує невиказану емотивну характеристику, тобто виконує особливу комунікативну роль. В окремих випадках займенник *such* може виражати вказівну функцію: ***Such** money as he earned he spent on himself*.

Висновки. Вказівні займенники займають особливу роль у мовленнєвій структурі: вони беруть участь у створенні категорійних значень означеності та неозначеності, набуваючи функцій артиклів; виконують важливу комунікативну роль у мовленні. Результати дослідження показали, що є багато спільного між вказівними займенниками української та англійської мови.

Отримані дані надають **перспективи** для проведення подальших досліджень вживання займенників та вдосконалення відтворення вказівних займенників англійською мовою при перекладі.

Список використаних джерел

1. Горпинич, В. О. (2004). *Морфологія української мови* (с. 135). Київ: Академія.
2. Демидов, Д. Г. (2011). Артиклевая и анафорическая функция русского указательного местоимения в историко-типологическом аспекте. *Вестник СПбГУ*. №2. (сс. 104–110).
3. Кобрина, Н. А. (2007). *Теоретическая грамматика современного английского языка: Учеб. Пособие* (с. 148). Москва: Высшая школа.
4. Потенбня, А. А. (1958). *Из записок по русской грамматике* (с. 36). Москва: Учпедгиз.

O. A. Slyzovska,
4th year student
Department of Foreign Philology and Translation
National Transport University
(Scientific Supervisor – senior lecturer L. M. Moshkovska)

LEXICO-SEMANTIC ASPECT OF TRANSLATING ENGLISH MEDICAL TERMINOLOGY INTO UKRAINIAN

Medical translation is one of the most important areas of translation activity nowadays. It is becoming increasingly popular in connection with the expansion of international cooperation and experience exchange in the field of medicine and health care as well as with the stable development of the field and its technologies. At the present stage of coronavirus pandemic spread and numerous attempts of medical experts to combat the deadly virus through vaccination elaboration and its administering, the relevance of medical translation has increased dramatically, as has the demand for high quality faithful translation.

The *aim* of our research is to consider the basic ways of English medical terminology translation into Ukrainian, focusing on the classification of medical documentation, singling out English lexical markers according to their semantic criteria.

Among those prominent scientists who studied the problem of medical terminology translation are O. V. Kapturenko, N. P. Lytvynenko, M. Rouleau, Y. Y. Saplin. The issue of medical terminology formation and its functioning has been researched by T. Cabré, N. V. Mysnyk, E. Wüster. General problems of terminology are highlighted in the works of such linguists as: A. M. Belov, S. V. Grinyov, T. R. Kiyak, V. N. Komissarov, T. S. Volodina, L. P. Yefimov.

Medical documentation is identified as a set of documents that contain medical and statistical information on the state of health of individuals, various groups of the population, the quality, scope and content of medical care as well as the activity and specialization of medical institutions. According to functional characteristics and

the sphere of application, the medical texts can be classified into the following subcategories:

- instructions and manuals for the operation of medical equipment;
- pharmaceutical documents – inserts, information leaflets, licenses, certificates of quality and conformity;
- documentation regulating clinical trials – contracts, protocols, registration cards;
- documentation of an advertising nature – catalogs, descriptions, booklets;
- general medical documentation – certificates, medical histories, medical opinions;
- medical articles.

Each type listed above has a specific impact on its target group achieved by its functional and stylistic characteristics as well as by structural peculiarities. Medical articles belong to the scientific newspaper style aimed at information transfer, influencing public opinion. They realize the pragmatic effect through the main communicative techniques: the combination of logical argumentation, plausible medical data exposition and a special appeal to medical experts and public. They are predominantly expressed by the following lexical markers: borrowings, genuine or pseudo internationalisms, set phrases, terminological variety, abbreviations, acronyms and proper names. Among the syntactic ones, the use of impersonal sentences, elliptical constructions, complex sentences with cause/effect relations, infinitive complexes and attributive groups is worth pointing out.

The English medical text is distinguished by the terminological borrowings. The medical terminology system is mostly based on two classical sources – ancient Greek and Latin – that make it heterogeneous by its nature. However, the English terminology is represented on the basis of a living natural language, reflecting its inherent national characteristics. So, national and classical means of terminology closely interact in the English medical terminology system (Карацева, Кожухов, 2015).

Moreover, there is a tendency to use colloquial vocabulary both to denote methods, discoveries, and descriptions of findings, blood pictures and other phenomena: *Chinese restaurant syndrome* – синдром китайського ресторану, *keyhole surgery* – мінімально інвазивна операція, *silver fork fracture* – злам променевої кістки, *flattening the curve* – уповільнення поширення вірусу (Карацева, Кожухов, 2015).

Stylistic means are not uncommon in a medical text. So, the metaphor is used to describe the phenomenon by comparing it with a well-known subject: *balloon cell* – балонна клітина, *housemaid's knee* – запалення сумки надколінки, *Swiss cheese appearance* – вид множинних кістозних “дірок” у нирковій паренхімі (Карацева, Кожухов, 2015). Eponyms are used especially productively in the English medical text in order to convey complex concepts by two-componential terms with one of the constituents being expressed by the proper noun in honour of a discoverer, denoting newly emerging diseases, syndromes or symptoms: *Addison disease* – хвороба Адріана, *Korsakoff syndrome* – синдром Корсакова, *Bell's syndrome* – синдром Белла, *Berger's disease* – хвороба Бергера (Карацева, Кожухов, 2015).

Another lexical feature of medical documentation is the special abbreviations and acronyms' functioning. They denote diagnostic procedures, methods of treatment, names of diseases and drugs. Among them are: *TDC* – *The Centers of Disease Control* (Центри контролю захворюваності), *SARS* – *Severe acute respiratory syndrome* (тяжкий гострий респіраторний синдром), *COVID-19* – *Coronavirus disease 2019* (коронавірусна хвороба 2019), *PPE* – *Personal Protective Equipment* (засоби індивідуального захисту), *PUI* – *Person Under Investigation* (пацієнт під наглядом), *CFR* – *Case fatality rate* (рівень смертності) (там само).

“Translator's false friends”, or pseudo internationalisms, make up a large lexical layer of the medical terminology system. Therefore, *cellulitis* means not целюліт but флегмона; *angina* is conveyed as стенокардія (not ангіна – tonsillitis); *abort* – скасування роботи/завдання (not аборт – abortion), *third power* – куб (третій ступінь); *mutilation* is translated as каліцтво.

As the research has shown, one of the most common ways to render English medical terminology into Ukrainian is the equivalent translation. Vocabulary equivalents are fixed and are considered the most stable correspondences: *medical history* – *анамнез*, *containment area* – *карантинна зона*, *herd immunity* – *колективний імунітет*, *essential business* – *заклади першої необхідності*, *coronary arteries* – *вінцеві артерії* (Кияк, 2006). Besides, calquing is another frequently used translation way of the English lexical units that express some names of diseases and chemical substances: *incubation period* – *інкубаційний період*, *patient zero* – *нульовий пацієнт*, *interstitial fluid* – *тканинна рідина* (Кияк, 2006).

It has been revealed that transcoding is mostly applicable to the non-equivalent lexicon represented by genuine internationalisms, some national notions and proper nouns. Four types of transcoding have been resorted to in the process of translation: transcription (*lockdown* – *локдаун*, *aerosol* – *аерозоль*), transliteration (*aspirin* – *аспірин*, *coronavirus* – *коронавірус*), transcoding (*respirator* – *респіратор*, *mask* – *маска*) and adaptive transcoding (*self-isolation* – *самоізоляція*, *pandemic* – *пандемія*) (Карабан, 2001).

It is to be noted that in case of a fixed equivalent's absence, descriptive translation is employed to accurately reflect the main content of the complex medical concept: *protein vesicles release structures* – *білкові структури, що беруть участь у звільненні везикул* (Кияк, 2006). In addition, concretization is the common lexical transformation when dealing with polysemantic units that acquire a terminological meaning in the combination of other medical terms: *shelter-in-place order* – *локдаун, жорсткий карантин* (Кияк, 2006).

In **conclusion**, the classification of medical texts and their lexico-semantic aspects have enabled to investigate English medical terminology translation ways into Ukrainian that are represented by equivalent translation, calquing, concretization, descriptive method and by four types of transcoding for non-equivalent lexicon. Hence, the high quality translation of medical texts will contribute a great deal into further development of medicine in Ukraine, boosting public awareness and responsibility. At present, the issue of valid and timely medical information,

delivered to medical experts and public in the form of the translated texts has become crucial as never before. *In the perspective*, the professional growth of translators and interpreters in the medical field will take on a binding character. Within this framework, the linguistic research on the topic of adequate and faithful translation of English medical texts into Ukrainian, their functional and pragmatic aspects is essential to conduct in the future.

References

1. Карабан, В. І. (2001). *Переклад англійської наукової і технічної літератури*: у 2-х ч. (302 с.). Вінниця: Нова Книга.
2. Карацева, Н. В. (2014). *Особенности медицинского перевода*. Взято з: https://pglu.ru/upload/iblock/f29/uch_2014_v_07.pdf.
3. Карацева, Н. В., Кожухов, М. В. (2015). *Структурные и стилистические особенности научного медицинского текста*. Взято з: https://pglu.ru/upload/iblock/9bc/karatseva-n.v._-kozhukhov-m.v._-strukturnye-i-stilisticheskie-osobennosti-x_.pdf.
4. Кияк, Т. Р. (2006). *Теорія та практика перекладу (німецька мова)*. Підручник (592 с.). Вінниця: Нова книга.
5. Шепітько, С. В., Тарапатов, М. М. *Особливості перекладу сучасної медичної термінології*. Взято з: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/1_2019/part_1/33.pdf

О. В. Смоляк
студентка кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ ім. М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. Л. Б. Кротенко)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІМЕННИКІВ
PLURALIA TANTUM У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ
(на матеріалі англійської мови)

Іменнику належить провідне місце серед усіх самостійних частин мови. Однак все ще існує певний ряд питань, які потребують уваги. Одним із них є питання щодо перекладу іменників у різних формах числа, що трапляються у текстах, зокрема художніх. Особливо важливим виступає корпусне дослідження способів відтворення англійських іменників Pluralia tantum українською мовою, оскільки ці одиниці часто становлять складність у процесі перекладу. У цьому і полягає **актуальність** даного дослідження.

Вагомий внесок у висвітлення питання формування та функціонування іменників Pluralia tantum на матеріалі окремих мов зробили: О. Бондарко, Л. Брусенський, Т. Булигіна, М. Вікенс, О. Ісаченко, Р. Касперавісен, М. Пазяк, В. Плугян, М. Тернер та ін.

Мета даного дослідження полягає в тому, щоб дослідити особливості функціонування іменників pluralia tantum в англійській мові.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- визначити поняття іменника у сучасній лінгвістиці;
- розкрити поняття категорії числа іменника в англійській мові;
- визначити роль іменників Pluralia tantum в англійській мові.

Отже, іменник (лат. *substantivum*) – “самостійна частина мови, що має категоріальне значення предметності, виражене класифікаційними категоріями роду й істоти/неістоти, словозмінними категоріями числа і відмінка та власними словотвірними суфіксами, і виконує своєрідні синтаксичні функції”

(Горпинич, 2004). Предметність у лінгвістиці розуміють як “узагальнену назву конкретних предметів, істот, абстрактних понять, явищ, ознак, дій, що позначаються іменниками в процесі лінгвалізації дійсності: *ріка, завод, лісник, лось; духовність, затемнення, мороз, блакить, ковзання*” (там само).

Категорія числа іменників належить до морфологічних категорій із семантичною домінантою. В іменнику число виражає номінативний елемент його значення – кількісну характеристику предметів (Плющ, 2005).

Л. Недбайло (1968), вважаючи категорію числа загально граматичною, зазначає, що число набуває лексико-граматичного характеру при взаємодії з окремими семантичними групами іменників – абстрактними, речовинними, збірними, власними.

Граматичне оформлення числа іменників у різних мовах тісно пов’язане з їх семантикою, що виявляється в їх неоднорідності і здатності утворювати певну числову парадигму.

Категорія числа максимально обмежена в англійській мові в порівнянні з іншими мовами; вона становить значну частину характеристики іменника. Ця категорія, як і в більшості інших мов, виражається протиставленням форми множини іменника формі однини.

Класифікуючи іменники за категорією числа, можна їх поділити на ті, що можна порахувати, і вони мають однину або ж множину, і на ті, що лічбі не властиві.

Однак, в англійській мові, як і в українській, є іменники, що вживаються тільки в однині або тільки в множині. Два підкласи незліченних іменників зазвичай називають відповідно *Singularia tantum* (лише однина) та *Pluralia tantum* (лише множина).

Іменники *Pluralia tantum* наявні як у сучасній англійській, так і у сучасній українській мовах. “Мовні факти свідчать, що у багатьох індоєвропейських мовах становлення категорії числа проходило спочатку через опозицію збірність – однина. Часто саме вираження збірності, сукупності простежується в іменниках, що мають некомплектну числову парадигму” (Quirk, 1985).

До іменників Pluralia tantum належать:

- іменники, що позначають сукупну множинність: *scissors, pyjamas*;
- інші іменники у множині на -s: *annals, manners*;
- власні назви: *the Highlands, the Netherlands*;
- незмінна немаркована множинність: *cattle, gentry, police*;
- субстантивовані прикметники, що означають групу осіб: *the rich, the*

helpless (Скляніченко, 2015).

Принцип поділу англійських незмінних іменників на одиничні та множинні не залежить від їх морфологічного оформлення, а базується лише на критерії узгодження із дієсловом в однині чи в множині. Таким чином, до одиничних іменників, як і до множинних, можуть відноситися як іменники, що мають лише форму однини, так і ті, що мають лише форму множини (там само).

Особливістю англійських множинних іменників є те, що в англійській мові набагато більше слів, ніж в українській мові, що побудовані за моделлю, яка включає нульовий суфікс.

Висновки. Таким чином, творення множинних іменників в англійській мові є складним номінативним процесом. Іменники як англійської, так і української мов з неповною числовою парадигмою відображають хід пізнання її носіями об'єктивної дійсності та вербалізації їх уявлень про кількість як сукупну або розчленовану множинність.

Даний матеріал закладає **перспективи** для проведення подальших практичних досліджень, порівнюючи іменники pluralia tantum англійської мови з множинними іменниками української мови в художньому тексті за допомогою корпусного підходу.

Список використаних джерел

1. Горпинич, В. О. (2004). *Морфологія української мови* (336 с.). К.: ВЦ “Академія”.
2. Недбайло, Л. І. (1968). *Грамматическая категория числа в современном украинском языке: автореф. дис. .канд.. филол. наук* (21 с.). К.: Киевский гос. пед. ин-т им. А. М. Горького.
3. Плющ, М. Я. (2005). *Граматика української мови. Частина 1. Морфеміка. Словотвір. Морфологія* (288 с.). Київ: Вища школа.
4. Скляніченко, Г. В. (2015). *Іменники pluralia tantum в англійській та українській мовах* (сс. 306–311). К.: “Наукові записки №136”.
5. Quirk, R., Greenbaum, G., Leech, I., Svartvik, J. (1985). *A Comprehensive Grammar of the English Language* (1779 p.). L.: Longman.

К. В. Терещенко
студентка кафедри прикладної лінгвістики,
порівняльного мовознавства та перекладу
НПУ ім. М. П. Драгоманова
(науковий керівник – к. філол. н., доц. Л. Б. Кротенко)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ІМЕННИКІВ SINGULARIA TANTUM У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ (на матеріалі англійської та української мов)

Важливим напрямом у сучасній лінгвістиці є дослідження міжкультурної комунікації, включаючи її лінгвістичну складову. У зв’язку з цим виникає зацікавленість у порівнянні морфологічних категорій кількох мов, якими відбувається спілкування, зокрема англійської та української.

Загалом іменник є найбільш дослідженою частиною мови, позначаючи предметність як узагальнену назву конкретних істот, явищ, абстрактних понять, дій та знаків. Предмети сприймаються через кількісний вияв (*предмет – кількість*), а отже характеризуються граматичною категорією числа. З огляду на те, що відмінності в членуванні дійсності носіями різних мов безпосередньо

впливають і на мовну реалізацію граматичної категорії числа, питання відтворення останньої засобами різних мов залишається **актуальним** і дотепер.

Мета розвідки полягає в окресленні теоретичних засад вивчення англійських іменників *Singularia tantum*, а також способів їх відтворення українською мовою.

Іменник, як правило, інтерпретується як “частина мови з лексико-граматичним значенням, яке виражається самостійними категоріями роду, числа, відмінка і відповідними їм синтаксичними функціями” (Матвіяс, 1974), як “частина мови, що означає предмет чи явище і відповідає на питання хто? що?” (Олійник, 2007), як “частина мови, що означає найменування предметності і має граматичні категорії роду, числа і відмінка” (Шиян, 2006), як “предмет або явище, що сприймається як предмет” (Русанівський, 2004).

Категорія числа іменників як в англійській, так і в українській мовах реалізується у формах однини та множини. “Числові поняття, що виражаються лексемами, формують двочленну парадигму числових показників – “однина (предмети сприймаються у їхньому одиничному, відокремленому від інших, існуванні) / множина” (предмети сприймаються у множинному сенсі, згрупованими за спільними ознаками у певний загальний). Наприклад, англ. *child – children, bush – bushes*” (Ситенко, 2012).

В обох мовах (англійській та українській) наявні іменники, які вживаються або лише в множині (*Pluralia tantum*), або лише в однині (*Singularia tantum*), проте така ‘некомплектність’ числових парадигм іменників варіюється в різних мовах.

Форму *Singularia tantum* завжди відносять до абсолютної однини, і саме цим вона відрізняється від звичайної однини іменників, адже абсолютна однина не може вживатися з англійським детермінантом *one*, або неозначеним артиклем *a (an)*. Зазвичай *Singularia tantum* представлена іменниками на позначення професійної діяльності, власних назв, збірних або абстрактних понять та ін., наприклад: *love – любов, gold – золото, friendship – дружба*.

Підкреслимо, що форми *Singularia tantum* в англійській та українській мовах не завжди збігаються. Трапляються такі випадки, коли в англійській мові іменник має форму виключно *Singularia tantum*, а в українській їй відповідають дві форми – однини й множини, або навіть лише форма *Pluralia tantum*, наприклад: *news* (*Singularia tantum*) – *новина* (однина) / *новини* (множина), *money* (*Singularia tantum*) – *гроші* (*Pluralia tantum*).

Висновки. Окреслюючи теоретичні засади вивчення іменників *Singularia tantum* у різних мовах, наголосимо на необхідності уточнення значення окремого іменника, перевірки походження його форми та специфіці членування дійсності кожною мовою. **Перспективним** вважаємо проведення корпусного дослідження, що уможливить виявлення особливостей вживання англійських іменників *Singularia tantum* та їхніх українських відповідників.

Список використаних джерел

1. Матвіяс, І. Г. (1974). *Іменник в українській мові* (182 с.). Київ.
2. Олійник, О. Б. (2007). *Граматика української мови* (13 с.). Київ.
3. Русанівський, В. М. (Ред.) (2004). *Українська мова. Енциклопедія* (824 с.).
4. Ситенко, О. О. (2012). Іменна категорія числа: перекладацькі труднощі. *Лінгвістичні студії*: зб. наук. пр. 25. (сс. 94–97).
5. Шиян, Д. О. (2016). Особливості граматичної категорії числа іменників в англійській та українській мовах. *Наука і молодь в XXI сторіччі: збірник тез доповідей II Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції* (м. Полтава, 1–2 грудня 2016 року): в 3 ч. (1) (сс. 316–319).

А. І. Юрків,
студентка 3 курсу ФІФ
НПУ імені М. П. Драгоманова
(науковий керівник – доктор філософії, доц. І. П. Вайноренє)

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ ВПЛИВУ НА ГЛЯДАЧА У ПЕРЕКЛАДІ НАЗВ АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМІВ

Успіх іноземних фільмів на вітчизняному кінематографічному ринку зазвичай залежить не тільки від таланту режисера та акторів, а й від якісного перекладу. Зокрема, складність перекладу назв полягає в тому, що вони повинні викликати інтерес, звучати цікаво, іноді символічно, відображаючи при цьому основну ідею чи зміст фільму. Перекладач має розуміти культурні особливості обох мовних середовищ, щоб зберегти естетичний, інформативний та маркетинговий ефект. Таким чином, тематика відтворення назв англomовних фільмів українською мовою залишається завжди *актуальною*, оскільки вона потребує чимало зусиль з боку перекладача у пошуках правильного відображення оригіналу, що часто стає справжнім викликом.

Метою запропонованої розвідки є дослідження найпоширеніших стратегій, до яких вдаються українськомовні перекладачі у галузі кіноіндустрії при перекладі назв англomовних фільмів.

Дослідники Б. М. Колодій, А. Д. Лішанський, І. Г. Мілевич, К. О. Яровенко розробляли основні методи перекладу назв фільмів. А. В. Антропова, Ю. О. Приходько, О. М. Щербакова досліджували помилки та проблематику таких адаптацій.

Е. Ж. Бальжінімаєва у своїх розвідках, присвячених перекладу назв фільмів, виділяє три основні стратегії: прямий переклад, трансформацію і заміну (Бальжинимаєва, 2009). Однак після аналізу маніпуляцій, до яких вдаються перекладачі, можна зробити висновок, що дві останні стратегії подібні між собою. Відтак у нашій розвідці виділяються два головні методи, які, в свою чергу, містять ряд компонентів.

Під час роботи над назвами кінострічок перед перекладачем стоїть вибір: залишити такий же семантичний зміст тексту, як і в оригіналі, тобто застосувати дослівний переклад, або за певних умов скористатися ефективними методами, до яких відносяться адаптація, транспозиція, субституція, парафраза тощо, для видозмінення назви. Зазвичай перевага дослівному перекладу віддається у випадках, коли він здійснює такий самий емоційний вплив на українськомовного глядача, як і оригінальна назва на англomовну аудиторію. Відсутність культурно-специфічних компонентів також зумовлює використання цієї стратегії. Варто зазначити, що транслітерація і транскрипція власних імен, що не містять внутрішньої форми, є також компонентами даного методу. Прикладами прямого перекладу є: *“The Adaptation”* – *“Адаптація”*; *“Address Unknown”* – *“Адреса невідома”*; *“Escape Plan”* – *“План втечі”*; *“3 Days to Kill”* – *“Три дні на вбивство”*; *“Dear John”* – *“Любий Джоне”*; *“Wrath of the Titans”* – *“Гнів Титанів”*; *“Supernatural”* – *“Надприродне”*; *“Hunger Games”* – *“Голодні ігри”*.

Транслітерація та транскрипція спостерігається у таких назвах: *“Great Gatsby”* – *“Великий Гетсбі”*; *“Dracula”* – *“Дракула”*; *“Avatar”* – *“Аватар”*; *“John Carter”* – *“Джон Картер”*; *“Gladiator”* – *“Гладиатор”*.

У порівнянні з вищенаведеним, метод маніпуляцій у перекладі назв фільмів є складнішим. М. Вієцці (Viezzi, 2013), виокремлює такі їх види: додавання / вилучення лексичних одиниць, вибір іншого шляху інтерпретації назви, спокушання глядача, зміщення акценту, що описує героя, застосування відсилань та алюзій тощо.

Причиною додавання слів у назвах фільмів найчастіше слугують культурні відмінності цільових аудиторій. Проілюструємо: *“The Grinch”* – *“Грінч, викрадач Різдва”* (2000, режисер Р. Говард, США). Використання додаткових слів сповіщає про те, що це різдвяний фільм, а також розкриває особу Грінча, який, на відміну від англomовного, менш знайомий українському глядачеві.

Однак до цього методу також звертаються, щоб гарантувати прокатний успіх фільмів. Наприклад: *“The Hangover”* (2009, режиссер Т. Філіпс, США) в українськомовному перекладі перетворився на *“Похмілля у Вегасі”*, що, очевидно, більш приваблює глядача завдяки назві відомого міста.

Поряд з додаванням застосовується також прийом опущення інформації (Милевич, 2007). Наведемо приклад, що ілюструє вилучення слів: *“Three Burials of Melquiades Estrada”* (2005, режисер Т. Л. Джонс, Франція – США) – *“Три могили”*. Збереження власної назви *Мельхіадес Естрада* спричинило б труднощі сприйняття, оскільки вона практично невідома глядачу і тому не має впливу на його розуміння.

У деяких випадках використовуються інші шляхи інтерпретації назви. Наприклад, оригінальну назву *“Last Christmas”* (2019, режисер Т. Фейг, Велика Британія – США) українською було вирішено відтворити в оптимістичнішому ключі – *“Щасливого Різдва”*.

Цікава заміна спостерігається у перекладі назви *“Ford vs Ferrari”* (2019, режисер Дж. Менголд, США) – *“Аутсайдери”*. Аутсайдером вважалася довгий час команда Форд, тоді як команда Феррарі залишалася непереможною в легендарних перегонах Ле-Ман. Але коли до команди Генрі Форда приєднався геніальний гонщик Кен Майлс, аутсайдери вибороли першість. Таким чином, обидві назви повною мірою відтворюють зміст фільму, незважаючи на те, що її (назву) інтерпретували в інший спосіб.

Подібним шляхом перекладені також інші назви фільмів: *“LOL: Laughing Out Loud”* (2012, режисер Л. Азуелос, США) – *“Літо. Однокласники. Любов”*; *“21 Jump Street”* (2012, режисери Ф. Лорд і К. Міллер, США) – *“Мачо і ботан”*; *“Here comes the boom”* (2012, режисер Ф. Корачі, США) – *“Товстун на рингу”*; *“Grudge match”* (2013, режисер П. Сігал, США) – *“Гранд реванш”*; *“Ride like a Girl”* (2019, режисер Р. Гріффітс, Австралія) – *“Перегони на мільйон”*.

Ефект спокушання глядача є результатом використання інших методів, проте часом він може слугувати і основною стратегією. Наприклад: *“Chalet Girl”* (2011, режисер Ф. Трейл, Велика Британія – Німеччина – Австрія) – *“Як*

вийти заміж за мільярдера”. Так, оригінальна назва повністю відображає сюжет фільму і сферу діяльності головної героїні – дівчини, що працює на гірськолижному курорті, готує для гостей та прибирає. Проте українськомовний переклад привертає увагу і спокушає, при цьому переважно жіночу аудиторію, яка за стереотипними уявленнями надає перевагу екранним романтичним історіям про несподівану зустріч та кохання простої дівчини з чоловіком своєї мрії.

Необхідність зміщення акценту в описі героя виникає, коли мови відрізняються граматичною та / або лексичною структурами, і цей факт ускладнює детальний опис персонажа через нестачу мовних засобів. Наприклад: *“The Cinderella Man”* (2005, режисер Р. Говард, США) – *“Нокдаун”*. Фільм розповідає про чоловіка, який займається боксом, щоб прогодувати сім’ю і згодом проявляє неабиякий талант у цьому. Проте через своє бідне минуле він отримує прізвисько *Попелюшка*. Очевидно, в цьому випадку перекладачеві не вдалося підібрати відповідник цього слова чоловічого роду, що викликало відмову від назви оригіналу з наступним залученням іншої назви у перекладі зі збереженням похідного змісту.

Такі маніпуляції, як відсилання та алюзії, привертають увагу глядача знайомими словами та фразами, що вказують на літературні твори, подію, особу тощо, підвищуючи рівень впізнаваності кінострічки і частково розкриваючи її зміст. Наприклад, американський фільм *“The Upside”* (2017, режисер Н. Бергер) в українському перекладі *“1+1”: Нова історія* стає так званим “продовженням” французької стрічки *“Intouchables”*, що в українському прокаті мала назву *“1+1”*. Тобто, перекладачі додали відсилання лише через близьку подібність сюжетів, підвищивши при цьому шанси кінострічки на успіх завдяки сенсаційній популярності попереднього фільму.

Ще одним прикладом є *“Dark Kingdom: The Dragon King”* (2004, режисер У. Едель, Німеччина – Італія – Велика Британія, США) і його переклад – *“Кільце Нібелунгів”*. Фільм заснований на німецькій епічній поемі *“Пісня про*

Нібелунгів”. Таке перекладацьке рішення дає підказку глядачу, чого варто очікувати від фільму, тоді як дослівний переклад не містить подібного змістового навантаження.

Висновки. Отже, переклад назв англomовних фільмів має особливості, які необхідно враховувати з метою забезпечити інтерес українськомовної аудиторії до кінострічки. Вони можуть анонсувати сюжетну проблематику, містити натяк на відомі факти, твори чи осіб, додавати або спростовувати інформацію тощо, однак у будь-якому разі вони повинні “звучати” для цільового глядача, бути чіткими та зрозумілими.

Зважаючи на актуальність розвідок у сфері кіноперекладу, питання вдалого відтворення назв англomовних фільмів засобами української мови становить *перспективу* подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Бальжинимаева, Е. Ж. (2009). *Стратегии перевода названий фильмов*. Улан-Уде. Взято з: https://studbooks.net/2108454/literatura/strategii_perevoda_nazvaniy
2. Милевич, З. И. (2007). Стратегии перевода названий фильмов. *Рус. яз. за рубежом*. № 5 (сс. 65–71).
3. Viezzi, M. (2013). *Titles and translation* (pp. 374–384). University of Trieste. VAKKI-symposium XXXIII 7. Retrieved from: http://www.vakki.net/publications/2013/VAKKI2013_Viezzi.pdf

