

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Донецький національний університет імені Василя Стуса
Факультет філології, психології та іноземних мов**



**«Зіставне вивчення германських,
романських та слов'янських мов і
літератур»**

МАТЕРІАЛИ

**Всеукраїнської наукової конференції
здобувачів вищої освіти та молодих учених**

18-19 квітня 2024 року

**Вінниця
2024**

УДК 811.11:811.13:811.16]’373.7’144-115(043.2)

Матеріали Всеукраїнської наукової конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених **«Зіставне вивчення германських, романських та слов’янських мов і літератур»** (18-19 квітня 2024 р.) / Ред. колегія Н. В. Стрюк, О. В. Білецька, М. М. Юрковська, Д. Є. Ігнатенко, О. С. Бойван, В. О. Патріарх. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. 96 с.

До збірника включені матеріали

Всеукраїнської наукової конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Зіставне вивчення германських, романських та слов’янських мов і літератур» (18-19 квітня 2024 року), присвяченої дослідженню сучасних питань германських, романських та слов’янських мов і літератур.

Рекомендовано аспірантам, студентам старших курсів.

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

Погляди авторів, викладені в цьому збірнику, необов’язково відображають позицію організаторів Всеукраїнської наукової наукової конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Зіставне вивчення германських, романських та слов’янських мов і літератур».

Редакційна колегія:

- Стрюк Н. В.* доктор філософії з філології, доцент кафедри англійської філології ДонНУ імені Василя Стуса;
- Білецька О. В.* кандидат філологічних наук, доцент, в.о. декана факультету філології, психології та іноземних мов ДонНУ імені Василя Стуса;
- Юрковська М. М.* кандидат філологічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри англійської філології ДонНУ імені Василя Стуса;
- Ігнатенко Д. Є.* кандидат філологічних наук, в.о. завідувача кафедри романо-германської філології та зарубіжної літератури ДонНУ імені Василя Стуса;
- Бойван О. С.* кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри теорії і практики перекладу ДонНУ імені Василя Стуса;
- Патріарх В. О.* асистент кафедри англійської філології ДонНУ імені Василя Стуса.

© ДонНУ імені Василя Стуса, 2024

ЗМІСТ

<i>Блоха Сніжана Вінниця</i>	ЛЕКСИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	7
<i>Бойко Тетяна Вінниця</i>	МОВЧАННЯ ЯК НАЙПОТУЖНІЙШИЙ ЗАСІБ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ В. ПІДМОГИЛЬНОГО «НЕВЕЛИЧКА ДРАМА»)	10
<i>Гарбера Ірина Вінниця</i>	ЛСП «ВЕРБАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ» НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ	12
<i>Гарник Аліна Вінниця</i>	ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НОМІНАЦІЙ БОЙОВИХ ПОЗИВНИХ У СУЧАСНИХ МОВОЗНАВЧИХ СТУДІЯХ	16
<i>Гикава Катерина Вінниця</i>	СТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ	19
<i>Джозган Вікторія Вінниця</i>	ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ КАТЕГОРІЇ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ НАПИСАХ НА ОДЯЗІ	21
<i>Долганова Вікторія Вінниця</i>	МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ ОСОБИСТІСНОГО ПОРТРЕТА ПЕРСОНАЖА ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ (НА ОСНОВІ РОМАНУ ВЕРОНІКИ РОТ «ДИВЕРГЕНТ»)	23
<i>Доманська Дарина Вінниця</i>	СЕМАНТИЧНІ ТА СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОДЯГУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	26
<i>Жирун Денис Вінниця</i>	ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛЕКСИКО- СЕМАНТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ МЕТАФОР У РОМАНІ ДЕВІДА МІТЧЕЛЛА «ТИСЯЧА ОСЕНЕЙ ЯКОБА ДЕ ЗУТА»	28
<i>Зейда Іванна Острог</i>	СЕМАНТИКА АВТОРСЬКИХ НОВОТВОРІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВОРОГА В СУЧАСНІЙ ВОЄННІЙ ПРОЗІ	31

Каленюк Дарина Вінниця	ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ПРОЦЕСІ ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ НА МАТЕРІАЛІ АНТИУТОПІЧНОГО РОМАНУ ДЖ. ОРВЕЛЛА «1984»	34
Калюжна Дар'я Вінниця	СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЛГБТ- СПІЛЬНОТИ В АНЛОМОВНИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ	36
Камак Ірина Вінниця	ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ КОМІКСАХ	39
Ковтун Владислав Вінниця	МЕТАФОРИЧНИЙ ПРОСТІР У РЕЛІГІЙНІЙ ЛІТЕРАТУРІ: НА ПРИКЛАДІ ТВОРУ ЕЛЛЕН ВАЙТ «ВЕЛИКА БОРОТЬБА»	42
Корінь Аріна Кропивницький	BASIC TERMS OF GASTROENTEROLOGY	45
Кузнєцова Олександра Вінниця	ТИПОЛОГІЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ	47
Лехман Владислава Вінниця	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ ЯК ВИДУ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	50
Луцишина Наталія Вінниця	ЛЕКСЕКО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФРАЗЕОЛОГІЧНІ МАРКЕРИ КОНФЛІКТУ В МЕДІА-ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ОНЛАЙН-ЗМІ)	53
Мазуренко Яна Вінниця	РОЗВИТОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТЕКСТУ В ПРОЦЕСІ РЕФЕРУВАННЯ СТАТЕЙ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ВИДАННЯ «THE ECONONIST»	55
Марковська Ульяна Вінниця	ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ГІПЕРБОЛ ТА ЛІТОТ У РОМАНІ МЕДЛІН МІЛЛЕР «ЦИРЦЕЯ»	58

Мартинюк Аліна Вінниця	ВИКОРИСТАННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ФІГУР І ТРОПІВ У НАПИСАХ НА ОДЯЗІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ МОДИ	60
Мельничук Ірина Вінниця	ЕПІТЕТ ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ ПАЛІТРИ ОСОБИСТОСТІ ЖІНКИ В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ПОЛІ ГОУКІНЗ «ДІВЧИНА В ПОТЯЗІ»)	64
Мороз Діана Луцьк	НЕОЛОГІЗМИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ ХХІ СТОЛІТТЯ: ТЕМАТИЧНІ АСПЕКТИ	66
Мялюк Вадим Луцьк	ПРАВДА І ЩИРІСТЬ В ЕКОЛОГІЧНІЙ/НЕЕКОЛОГІЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	68
Надьомжкіна Валерія Вінниця	СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРУ «ДЕ Ж ТИ ДІВСЯ, СВІТЕ МІЙ ПРЕКРАСНИЙ» ПИСЬМЕННИЦІ САЛЛІ РУНІ)	70
Пугач Наталія Вінниця	СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ НА МАТЕРІАЛІ ВІДЕО-ЛЕКЦІЙ «TED talks»	72
Сохацька Анастасія Вінниця	ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В АНГЛІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ БЕНЖАМІНА СТВЕНСОНА «ВСІ У МОЇЙ РОДИНІ ВБИВЦІ»)	75
Стасюк Юлія Вінниця	СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРИСЛІВ'ЇВ І ПРИКАЗОК НА ПОЗНАЧЕННЯ РИС ХАРАКТЕРУ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ	77
Ткачук Аліса Вінниця	ЛІНГВІСТИКА ФЕЙКУ В ПЛОЩИНІ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ	80
Чернілевська Яна Вінниця	ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ФАНТАСТИЧНИХ СВІТІВ У РОМАНАХ «ЧОРНИЛЬНЕ СЕРЦЕ» КОРНЕЛІЇ ФУНКЕ І «ОКО СВІТУ» РОБЕРТА ДЖОРДАНА	83

Чорнобіль Діана <i>Вінниця</i>	ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ СТЕРЕОТИПІВ У МЕДІАДИСКУРСІ	85
Шрамова Альона <i>Вінниця</i>	ВИКОРИСТАННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ІЄНА МАК'ЮЕНА «СПОКУТА»	88
Шульга Ольга <i>Луцьк</i>	НОВІТНЯ ЛЕКСИКА В АНГЛІЙСЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕКСТАХ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	90
Яворська Олеся <i>Вінниця</i>	ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ГЕРУНДІЯ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ РЕЯ БРЕДБЕРІ «451 ГРАДУС ЗА ФАРЕНГЕЙТОМ»	92
Ямкова Світлана <i>Вінниця</i>	ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІСЕННИХ ТЕКСТІВ НАПРЯМУ R&B	95

*Блоха Сніжана
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри романо-германської філології
та зарубіжної літератури ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Ігнатенко Д. Є.*

ЛЕКСИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Вступні зауваги. Сучасний світ, у якому інформація поширюється надто швидко, вимагає ефективного перекладу новин та інформації насамперед з англійської мови. Одним із ключових складників цього процесу є переклад газетних заголовків. Газетні заголовки відіграють важливу роль для привертання уваги читачів, а їх переклад може впливати на сприйняття тексту та його інтерпретацію. Наукова розвідка спрямована на з'ясування культурних відмінностей у моделюванні англомовних конструкцій газетних заголовків та їх лексичних трансформацій під час перекладу українською мовою.

Актуальність дослідження обумовлена збільшенням кількості англомовних видань, активним переходом на цифровий газетний формат, що забезпечує більшу кількість читачів, що, відповідно, зумовлює потребу перекладу цих джерел у зв'язку зі зростанням інтересу до вказаних видань. **Мета** цієї роботи полягає у виявленні системи лексико-фразеологічних, стилістичних та граматичних особливостей англомовних газетних заголовків та потенціалу моделей їх перекладу українською мовою з актуалізацією відповідних перекладацьких трансформацій. **Об'єктом** дослідження роботи виступають тексти і заголовки англійських газет, які стосуються теми сфери довкілля. **Предметом** дослідження є лексико-фразеологічні, стилістичні та граматичні особливості англомовних газетних заголовків; трансформації заголовків у сучасному публіцистичному дискурсі. **Матеріалом** дослідження слугували 50 англомовних заголовків, вилучених з газетних видань «The Guardian», «The Sun», «The Antarctic Sun», «The Economist», «The Age», «The New York Times», «Reuters», «Associated Press», «The Independent», «Bloomberg», «BBC», «CNN», «Euronews».

Виклад основних положень. Переклад англомовних газетних заголовків – це складне завдання, яке потребує глибокого знання мови оригіналу та мови перекладу. Перекладач має не лише володіти знанням граматики та лексики, але й розуміти культурні особливості мов, щоб забезпечити точний та змістовний переклад.

Одним з найважливіших аспектів перекладу заголовків є лексика. Особливу складність становлять багатозначні слова, фразеологізми та вузькоспеціальні слова, що характеризують певну групу суспільства. При перекладі таких слів важливо знайти відповідні еквіваленти в мові перекладу, які б передавали не лише буквальне значення, але й емоційне забарвлення та культурний контекст.

Граматичні особливості мови оригіналу також впливають на переклад заголовків. Слід правильно перекладати граматичні часи, модальні дієслова, прийменники та інші граматичні форми. Варто зазначити, що англomовні газетні заголовки мають тенденцію бути короткими та сфокусовані на ключових словах, що часто призводить до порушення дотримання базових граматичних правил.

Важливу роль у перекладі заголовків відіграють також і стилістичні особливості. Особливу складність становлять емоційно-забарвлені слова, експресивні засоби, гумор та іронія. Під час перекладу таких елементів перш за все важливо знайти відповідні еквіваленти в мові перекладу, які б передавали емоційний вплив оригіналу або використати описовий переклад, який зможе докладно передати значення виразу.

Як відомо, заголовки призначені для залучення уваги читачів. Схему розміщення інформації у ньому можна представити так: 1) *Headline* – заголовок; 2) *Lead (Intro)* – лід, вступ; 3) *Story continues* – продовження історії; 4) *Story ends* – закінчення; 5) *Quote* – цитата.

Газетна практика дає численні приклади того, як унаслідок невдалого оформлення заголовка різко знижується кількість читачів: змістовну статтю з невиразним заголовком не помічають і, отже, не читають. І навпаки, яскравий та правильно оформлений заголовок підвищує ефективність сприймання статті.

Перекладацькі лексичні трансформації – це різного роду зміни лексичних елементів мови оригіналу під час перекладу з метою адекватної передачі їх семантичних, стилістичних і прагматичних характеристик із врахуванням норм мови перекладу та мовленнєвих традицій культури мови перекладу [3: 301].

З-поміж лексичних трансформацій виокремлюються такі її види: конкретизація значення слова; генералізація значення слова; калькування; транслітерація; транскрипція; модуляція.

Конкретизація значення – це лексична трансформація, в результаті якої вихідне слово ширшої семантики замінюється словом вужчої семантики [3: 300]. Цей спосіб перекладу частіше застосовують для перекладу слів з широким значенням наприклад, *thing* 'рiч', *matter* 'проблема', *piece* 'шматочок' і под. [2: 144]. *Генералізація значення* – лексична трансформація, в результаті якої слова із вужчою семантикою замінюються словами із ширшим значенням при перекладі [3: 306]. *Калькування* – фактично буквальный переклад відповідного іншомовного елемента. *Транскрипцію* визначають як формальне фонемне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою букв мови перекладу. *Транслітерація* – це формальне побуквенное відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу, тобто літерна імітація форми вихідного слова. *Модуляція* – заміна слова або словосполучення мови-джерела на слово або словосполучення у мові перекладу, значення яких можна вивести логічним шляхом з початкового значення [1: 174].

В аналізованому матеріалі було виокремлено такі види лексичних трансформацій.

Конкретизація. Загалом, було застосовано 22 трансформації конкретизації, наприклад: *Germany cuts fares for long-distance rail travel in response to climate crisis* ‘У Німеччині зменшили вартість проїзду в потягах на далекі відстані для збереження довкілля’ (The Guardian) (спостерігається конкретизація словосполучень *rail travel; climate crisis, cuts*); *Only a third of the tropical rainforest remains intact* ‘Лише третя частина світових лісів не зазнала діяльності людини’ (Regnskodfondet) (в загальному розумінні, словосполучення *remains intact* означає залишитись недоторканим, а під час перекладу автор використав уточнення – не зазнала діяльності людини).

Генералізація. Трансформації генералізації застосовувалися 20 разів, наприклад: *China decided to cause artificial rains to save crops from drought* (Associated Press) ‘Китай вирішив викликати штучні дощі, щоб врятувати врожай від посухи’ (спостерігається генералізація: *to cause* - викликати, *crops* – врожай); *Palau is first country to ban 'reef toxic' sun cream* ‘З’явилася перша у світі країна, яка заборонила «токсичні» сонцезахисні креми’ (BBC) (в англійському варіанті заголовок містить власну назву країни, однак в українському перекладі її замінили на словосполучення – з’явилася перша у світі країна).

Модуляція виявилася досить поширеною (25 прикладів) перекладацькою трансформацією у заголовках, пов’язаних тематикою довкілля, наприклад: *Any hope of keeping Earth habitable now requires sucking carbon out of the atmosphere* ‘Земля перетнула незворотну точку кліматичних змін. Тепер потрібно «висмоктувати» вуглець з атмосфери.’ (Business Insider) (у перекладі фіксується уже наслідок того, про що тільки роздумується у англійському заголовку, земля уже перетнула невідворотну точку, тому спостерігаємо модуляцію).

Транслітерація. Трапилась лише 3 рази, наприклад: *Blah, blah, blah’: Greta Thunberg lambasts leaders over climate crisis* “Бла-бла-бла”: Грета Тунберг епічно насварила світових лідерів через проблеми зі світовою екологією’ (The Guardian).

Висновки. У сучасному світі інформація відіграє важливу роль, а газетні заголовки – це перше, що бачить читач. Їх якісний переклад українською мовою є важливим завданням, яке потребує глибокого розуміння мовних та культурних особливостей. Адекватний та точний переклад англійських заголовків має вирішальне значення для розуміння контексту новин. Аналіз українських перекладів англійських заголовків, що стосуються теми довкілля показав, що найчастіше серед лексичних трансформацій використовуються: генералізація, конкретизація та модуляція.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Білоус Н.П., Дячук Л.С., Довженко І.В. Лексичні трансформації при перекладі англійських медіа текстів українською мовою. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2023 № 59 Том 1. С. 172–175.

2. Богайчук О.С. Лексичні трансформації в перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2021 № 49. Т. 2. С.143–146.

3. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця, 2004. 560 с.

**Бойко Тетяна
Вінниця**

*Науковий керівник: професор кафедри теорії і практики перекладу
Донецького національного університету імені Василя Стуса,
доктор філологічних наук, професор Гнатюк Л. Я.*

МОВЧАННЯ ЯК НАЙПОТУЖНІЙШИЙ ЗАСІБ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ В. ПІДМОГИЛЬНОГО «НЕВЕЛИЧКА ДРАМА»)

1. **Вступні зауваження.** Мовчання, як і говоріння, є важливою частиною людської комунікації завдяки, як би це парадоксально не звучало, своїй навантаженості інформацією. Доречно з цього приводу висловився турецький письменник Орхан Памук відзначаючи, що «часто, коли дві людини мовчать, це мовчання буває набагато значніше, ніж розмова». Універсальність мовчання стимулювала вивчення цього феномена науковцями цілої низки дисциплін, серед яких філософія, лінгвістика, теологія, психологія, теорія комунікації, семіотика, етнографія, культурологія та ін.

2. **Основна частина.** Згідно з поглядами німецького філософа Мартіна Гайдегера, мовчання «це другий феномен мовлення, його екзистенційний (смысловий) фундамент» та «вступ до розмови» [2: 73]. Не можна його прирівняти до тиші, тому, що ми мовчимо саме про щось, а в тиші ні теми, ні автора нема. Тиша це «стан буття, а не дія суб'єкта щодо об'єкта; вона не інтенціональна» [2: 65].

Лінгвісти виокремлюють два типи мовчання: комунікативно незначуще та значуще. Комунікативно незначуще мовчання не несе у собі семантико-прагматичних комунікативних сенсів. Воно зазвичай зумовлене такими факторами фізичного або/і фізіологічного характеру як: приймання їжі, сон, перебування учасників комунікації в різних приміщеннях, виконання певних дій та стан здоров'я [2: 64; 1: 4]. На противагу, комунікативно значуще мовчання, усвідомлено застосовується адресантом, тобто супроводжується його інтенцією. У своїй статті «Мовчання як комунікативно значущий знак у конфліктному діалогічному дискурсі» Н. К. Войцехівська використовує таку класифікацію, що поділяє мовчання на: «1) «мовчання адресата/слухача»; 2) «мовчання мовця» або «мовчання замість говоріння»; 3) мовчання за зміни комунікативних ролей; 4) «еліптичне мовчання», що зумовлюється

синтаксичною побудовою тексту та виражене еліпсисом; 5) мовчання, спричинене певним (зазвичай, нетиповим) станом каналів комунікації (несправність каналу, фізичні шуми); 6) медитативне мовчання, що дає мовцеві час обмірковувати наступну репліку й засоби її вираження; 7) вичікувальне мовчання (очікування відповіді співрозмовника)» [1: 4]. Наприклад:

«— А я пам'ятаю,— сказав Безпалько, посміхаючись.— Перед тим я працював у тресті рік, звик до помешкання, до шпалер на стінах, до людей. Я заходив у нього вранці, як у якусь суцільну масу. А тоді побачив, що махор трест став якийсь новіший, просторіший, так ніби його непомітно для мене відремонтовано. Коли б моя змога, я ту ж мить усунув би вас із посади, щоб надати махортрестові нормального вигляду. А що зробити цього я не міг, то влаштував ваше переведення до своєї частини. Звичайно, я підвів під це законну базу.

— Ви зробили мені величезну послугу,— мусила сказати дівчина, бо Безпалько зробив паузу» (В. Підмогильний, 1930).

Тут дівчину Марту має намір покликати заміж її керівник, пан Безпалько, проте розуміючи, що дівчина буде вагатися, починає її шантажувати своєю непроханою «послугою» — підвищенням. Він навмисне робить паузу, очікуючи бажаної відповіді дівчини, провокуючи її підтвердити, що Марта заборгувала йому.

У процесі комунікації значуще мовчання може виконувати функцію перформатива (здійснення впливу на адресата) та непрямой ілокуції (приховування інформації адресантом). У випадку першого, можливе використання «лексеми цим (hereby), (Цим) мовленнєвим актом мовчання позбавляю тебе інформації на задану тему» [2: 66]. Як ось, наприклад:

«— Що це у вас за твалт, добридень,— привіталась, увійшовши, машиністка Ліна.

— За погоду сперечаємось,— буркнула Марта.

— Погода гарна... Але чому крик такий? — спитала Ліна.

— Це, бачите, товаришка Марта завжди гарячиться, коли про погоду... Застудитись, мабуть, боїться,— прикро мовив Ворожій. "Інтелігентка",— подумав він» (В. Підмогильний, 1930).

Марта та її колега Ворожій приховують справжню причину сварки, а саме обурливу для Марти поведінку чоловіка. Своїм коментарем про погоду дівчина висловлює небажання продовжувати розмову на цю принизливу тему.

Розглянути комунікативно значуще мовчання у функції непрямой ілокуції можна на такому прикладі:

«Ірен півлежала на софці й читала, не підводячи від книжки очей. Мати сіла поруч і промовила по-російськи:

— Вже незабаром сьома...

— Ну? — спитала Ірен, дочитуючи речення,

— І сьогодні четвер...»

У цьому фрагменті мати Ірен допитується її, чому до них в гості перестав ходити залицяльник дівчини, Юрій Славенко. Ірен успішно декодує приховане

повідомлення матері та відповідає: «— Так. Знаю,— сказала Ірен, відсуваючи книжку. — Мамо, ти хвилюєшся більш за мене!» (В. Підмогильний, 1930).

Варто зауважити, що застосування адресантом мовчання може мати як позитивні, так і негативні наслідки, що більшою мірою залежить від інтенцій адресанта та дотримання принципу кооперації для правильного декодування замовчуваної інформації адресатом в обох випадках використання як мовчання-перформатива і як непрямой ілюкції. Доктор Вернон Дженсен виділяє такі функції мовчання як: 1) зв'язувальна (мовчання може об'єднувати, або розділяти людей); 2) «впливу» (лікує або раниць); 3) «відвертості» (інформація може розкритися або бути прихованою); 4) оцінювання (виражає згоду та прихильність, але може означати осуд та незгоду); 5) «активності» (вказує на задуманість або навпаки на відсутність думок) [4: 67; 3: 227].

3. **Висновок.** Отже, мовчання це невіддільна частина нашої комунікації, по-справжньому унікальна завдяки своїй універсальності. Воно має здатність передавати цілий спектр емоцій, приховувати наміри або відверто показувати відношення адресанта, провокувати адресата, спонукати його до дії та може виразити підтримку або засудити. В силу своєї багатогранності та специфічності мовчання справедливо привертає увагу лінгвістів для подальшого вивчення, спонукаючи розкрити таємницю цього загадкового феномена.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Войцехівська Н. К. Мовчання як комунікативно значущий знак у конфліктному діалогічному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2014. Т. 2, № 8. С. 4–7.

2. Гнатюк Л. Я. Технології міжперсонального спілкування у міжкультурній взаємодії. Донецьк: Видво «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. 336 с.

3. Швачко С. О. Мовчання як силенціальний ефект. *Наукові записки. Сер.: Філологія (мовознавство). Збірник наукових праць*. 2012. № 15. С. 225–230.

4. Jaworski A. The power of silence: social and pragmatic perspectives. 1st ed. California : SAGE Publications, Inc, 1993. 191 p.

*Гарбера Ірина
Вінниця*

*доцент кафедри загального та прикладного мовознавства
і слов'янської філології ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук*

ЛСП «ВЕРБАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ» НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ

У сучасному вітчизняному й закордонному мовознавстві [1; 2; 3; 4; 6; 7; 8; 9] фразеологія кваліфікована як один із найяскравіших засобів національної самопрезентації. Фразеологічні одиниці здатні точно, виразно й образно

втілювати й експлікувати провідні риси як українського, так і англійського менталітетів. Останні виформовуються відповідно до ключових історичних подій і соціально-культурних, соціально-економічних, соціально-політичних процесів, серед яких основне місце посідають різноманітні конфлікти: саме фразеологія, реалізуючи рефлексивні ознаки суспільної свідомості, є тим середовищем, яке реагує на зміни в соціокультурному просторі, де українці (як і англійці – авт. примітка) вистояють у складних ситуаціях, не замикаються на негативних емоціях, створюють нові, історично зумовлені правила життя; здатність до врівноваження негативних емоцій позитивними є й одним із доказів здоров'я суспільства, і механізмом для розуміння самих себе [1].

Студіювання фразеологічного фонду як упорядкованої сукупності вербальних засобів відображення й опису конфліктних ситуацій безпосередньо пов'язане з їх аксіологічним потенціалом (зокрема, фразеологізми характеризують певного індивіда як представника окремого етносу; відбивають рефлексії мовної особистості щодо її міжособистісних і суспільних відносин; виражають ціннісні орієнтири й моральні принципи нації тощо). Актуальними в цьому аспекті постають порівняльно-історичні лінгвістичні дослідження різномовних фразеологічних фондів.

Грунтовні дослідження української / англійської фразеології в конфліктній комунікації здійснено Л. Білоконенко (докторська дисертація «Українськомовна репрезентація міжособистісного конфлікту» 2017 р., наукова стаття «Про деякі конфліктні властивості українських фразем» 2019 р. та ін.), Е. Коляда (наукова стаття «Фразеологічні одиниці сучасної англійської мови на позначення динаміки конфлікту» 2013 р. та ін.), Ж. Краснобаєва-Чорна (монографія «Лінгвофраземна аксіологія: парадигмально-категорійний вимір» 2016 р., наукові статті «Функційно-модельні вияви заперечення у фраземіці» 2015 р., «Специфіка моделювання негативнооцінних фразем (на матеріалі української, російської й англійської мов)» 2016 р., «До питання про конфліктну комунікацію: специфіка активної вербальної агресії у фразеології» 2021 р. та ін.), О. Селіванова (монографія «Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти)» 2004 р. та ін.) тощо.

Теоретико-методологічною базою нашої роботи є наукові дослідження:

- вербальної агресії (І. Бублик, О. Демська, Г. Панасенко та ін.);
- етико-психологічних конфліктних питань (Д. Бігунов, С. Грушевська, О. Мигалець та ін.);
- конфліктної комунікації в різних дискурсах (В. Борисевич, І. Василенко, І. Савчук, Л. Славова, О. Співак, В. Тюріна, Д. Фельдман, Л. Чайка, О. Черненко та ін.);
- міжособистісної міжкультурної комунікації (Л. Гнатюк, Н. Тарабріна та ін.);
- способів гармонізації конфліктної комунікації (Н. Войцехівська, С. Форманова, І. Шкіцька та ін.) тощо.

Об'єктом нашого наукового розгляду є фразеологічні одиниці української та англійської мов, які репрезентують лексико-семантичне поле «Вербальний конфлікт».

Конфліктогенність – основна кваліфікаційна характеристика досліджуваних нами конфліктогенних фразеологічних одиниць. Останні є стійкими образними висловами з оцінною конотацією, вживаними в різноманітних ситуаціях конфліктної взаємодії – вербальної, фізичної, психологічної тощо (конфліктна взаємодія потрактована як «репрезентація засобами мови процесу створення, підтримки комунікативного простору, що зумовлений зіткненням різних поглядів, потреб, цінностей індивідів, напруженням і загостренням їхніх суперечностей; та стає реальністю, коли людина має задум, бажання (навіть неочікуване) використати власні комунікативні дії на шкоду іншій людині» [1: 6]). Відтак, фразеологічна конфліктогенність – це потенціал фразеологічної одиниці – як образно-оцінного мовного вислову – слугувати органічним компонентом конфліктного спілкування, активно використовуватися його учасниками, а також виступати засобом його стороннього коментування, характеристики, оцінки.

ЛСП «Вербальний конфлікт» на матеріалі української фразеології [5] включає в себе одиниці, що:

- фіксують момент початку вербального комунікативного конфлікту: *багнети (мечі, списи і т.ін.) схрещуються / схрестилися* 'хто-небудь вступає в гостру суперечку, полеміку з кимось', *вчепитися в горлянку кому* 'вступити з ким-небудь у гостру полеміку, сварку, непримиренний конфлікт, настирливо домагаючись чогось';

- відбивають саме процес розгортання, перебігу вербального комунікативного конфлікту: *брати / взяти в шори (шtos, стоси і т.ін.) кого* 'лаяти, сварити кого-небудь за щось', *давати (завдавати) / дати (завдати) духу (перцю) кому* 'дуже лаяти, сварити кого-небудь', *давати / дати дрозда кому* 'дуже лаяти, сварити кого-небудь', *тикати під ніс кислиці* 'сварити кого-небудь', *хапати (хв'ятати) за горло* 'сваритися', *брати / взяти в роботу кого* 'лаяти, сварити, докоряти кому-небудь за щось', *скребти (скубти, скромадити, стругати) / наскубти (наскубати) моркву* 'дорікати кому-небудь або лаяти, сварити когось', *давати (задавати) / дати (задати) чосу (джосу) кому* 'гостро сварити, критикувати кого-небудь', *робити сцену кому* 'сваритися з ким-небудь, виражаючи своє незадоволення', *хатня морква* 'сварка між подружжям, сварка в сім'ї; лайка', *кипить, як (мов, ніби) у казані* 'відбувається сварка, суперечка';

- репрезентують факт вербального конфлікту, що вже відбувся, завершився: *чорна кішка пробігла; чорний кіт пробіг поміж (між) ким* 'хто-небудь посварився з кимсь, між ким-небудь виникла незгода'.

Отже, переважна кількість зафіксованих українськомовних фразеологічних одиниць описує вербальний конфлікт, що відбувається тут і зараз, у теперішньому часі, зокрема – з позиції вчинюваної в цей момент активної дії (лаяти, сварити), яку вчиняє вербальний агресор.

ЛСП «Вербальний конфлікт» на матеріалі англійської фразеології [10] також у більшості випадків описує процес розгортання вербального конфлікту в теперішньому часі: *be at each others' throats* 'наполегливо сперечатися чи сваритися', *cross swords* 'сваритися, дискутувати', *fight like cat and dog* 'постійно сперечатися один з одним', *chop logic* 'педантично сперечатися до стану втоми', *add fuel to the fire* 'спричиняти загострення ситуації чи конфлікту через провокаційні коментарі', *at loggerheads* 'у жорсткій суперечці чи незгоді', *go to the mat* 'енергійно брати участь у суперечці чи дискусії, як правило, від імені певної особи чи за певної причини', *have a bone to pick with someone* 'мати причини не погоджуватися з кимось, дратуватися', *play devil's advocate* 'займати в суперечці сторону, протилежну тій, що насправді хочеться, яку вважаєте правильною', *sparks fly* 'дискусія стає гарячою або жвавою', *part brass rags with* 'сваритися і розривати дружбу з кимось', *apple of discord* 'предмет суперечки', *a bone of contention* 'питання, щодо якого наявні розбіжності у поглядах'.

Однак, лише англійськомовні фразеологічні одиниці репрезентують бажання вербальний конфлікт припинити, залагодити, гармонізувати: *agree to differ* 'перестати сперечатися про щось, тому що жодна зі сторін не піде на компроміс і не буде переконана', *pour oil on troubled waters* 'намагатися залагодити незгоду чи суперечку словами, які мають на меті заспокоїти, втихомирити учасників'.

У перспективі плануємо дослідити українські та англійські конфліктогенні фразеологічні одиниці, що репрезентують інші ЛСП (наприклад, «Фізичний конфлікт»).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Білоконенко Л.А. Українськомовна репрезентація міжособистісного конфлікту : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2017. 39 с.
2. Коляда Е. Фразеологічні одиниці сучасної англійської мови на позначення динаміки конфлікту. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2013. Вип. 17. С. 211–219.
3. Краснобаєва-Чорна Ж. До питання про конфліктну комунікацію: специфіка активної вербальної агресії у фразеології. *Slavia Orientalis*. 2021. Вип. LXX, №2. С. 443–458.
4. Селіванова О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти). Київ; Черкаси, 2004. 276 с.
5. Словник фразеологізмів української мови / [уклад. В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк, В.В. Дятчук]. К.: Наукова думка, 2003. 1104 с.
6. Cacciari C. & Tabossi P. Idioms: Processing, Structure, and Interpretation. 1993. 356 p.
7. Glucksberg S. Understanding figurative language: From metaphors to idioms. URL: <https://psycnet.apa.org/record/2001-18106-000> (date of access : 07.04.2024)
8. McPherron, P. & Randolph, P.T. Cat Got Your Tongue? Recent Research and Classroom Practices for Teaching Idioms to English Learners around the World. 2014. 306 p.

9. Seidl J. & McMordie W. English idioms. 1988. 267 p.
10. Siefring J. The Oxford Dictionary of Idioms. 2004. 340 p.

*Гарник Аліна
Вінниця*

*Науковий керівник: завідувач кафедри іноземних мов професійного
спрямування ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук, доцент Калініченко В.І.*

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НОМІНАЦІЙ БОЙОВИХ ПОЗИВНИХ У СУЧАСНИХ МОВОЗНАВЧИХ СТУДІЯХ

У сучасному світі, де військові конфлікти та миротворчі операції стають все більш глобалізованими, важливість ефективного міжкультурного спілкування військовослужбовців набуває нового значення. Одним із ключових елементів такого спілкування є використання бойових позивних – унікальних ідентифікаторів, які військові застосовують для забезпечення анонімності, безпеки та ефективності радіозв'язку. Пропонована наукова розвідка присвячена загальній характеристиці таких номінацій з виокремленням вибраних англійськомовних та українськомовних ілюстративних зразків.

У низці сучасних наукових студій, присвячених аналізу лінгвоетнокультурних, лінгвокогнітивних і соціолінгвістичних особливостей українського антропонімікону, увага дослідників усе частіше фокусується на такому різновиді псевдонімних одиниць, як мілітїпсевдоніми, що слугують для номінації бойових позивних українських військових. Цей тип антропонімної лексики вважають сьогодні знаковою прикметою української мови пост'євромайданівського періоду, а *актуальність* його вивчення, без сумніву, пов'язана, головню, з воєнними діями на східних територіях України в період з 2014 до 2021 рр. включно, а також розпочатою 24 лютого 2022 року російсько-українською війною. У контексті впливу на формування та подальше функціонування українського антропонімікону релігійнокультурних, економічних, політичних, демографічних, законодавчих та інших соціальних чинників саме військові псевдоніми відзначаються найбільшою автономністю щодо взаємодії з екстралінгвальним середовищем [1: 257].

Проблематика військового псевдонімікону активно студіювалася в мовознавчих розвідках Л. Белея, О. Белея, С. Ковтюх, Ю. Копитька, Л. Кравченко, В. Німчука, К. Олар, Т. Осіпової, Н. Павликівської, С. Петрової, Л. Підкуймухи, М. Торчинського, Н. Шульської, Р. Яцківа та ін. Мілітїпсевдоніми, або бойові позивні, є важливою частиною військової комунікації та мають унікальні структурно-семантичні особливості. Вони використовуються для ідентифікації осіб у військовому контексті без розкриття їхньої справжньої ідентичності. У сучасних лінгвістичних студіях

мілітіпсевдоніми розглядаються як спеціальний вид антропонімів, які мають свої особливості та функції.

У модерному мовознавстві ще не повною мірою сформувалася думка про лінгвістичний статус позивних, їхні функції та ознаки, місце серед інших видів антропонімів. На сьогодні залишається також нерозв'язаною проблема, яка стосується повної тематичної класифікації позивних. Відсутні комплексні й системні дослідження, присвячені вивченню їх мотиваційної бази та способів творення. Важливим є також і розкриття гендерних особливостей позивних військовослужбовців тощо.

Неофіційні найменування бійців, які фіксуються в засобах масової інформації, є ще недостатньо дослідженими і потребують пильної уваги лінгвістів, становлячи відповідний значущий пласт сучасної української лексики. Отже, виникає потреба в усебічному студіюванні позивних як у теоретичному, так і в практичному аспектах [2: 5].

У ролі мілітіпсевдоніма зазвичай використовуються готові номінації або створюються нові одиниці. Залучення готових лексичних одиниць для позначення денотата характеризується широким застосуванням онімів та апелятивів. Псевдоніми формуються шляхом онімізації апелятивної та трансонімізації пропріальної лексики. Такий спосіб номінації є високопродуктивним у громадсько-політичній псевдонімії. В якості «позивних» військовослужбовці використовують лексичні одиниці вторинної номінації, зокрема апелятиви (іменники та прикметники), що семантично актуалізують низку тематичних доменів та репрезентують різні морфологічні типи, з-поміж них, зокрема, одиниці, утворені кореневим, суфіксальним способами, слово- та основоскладанням, номінації-запозичення з інших мов тощо: укр. *Змій, Сіроманець, Хунта, Тінь, Вечір, Друг, Чек, Дюшес, Муха, Сокира, Ковбой, Вуйко, Бізон, Десант, Фортуна, Детройт, Техас, Крим, Полтава, Кабул, Кавказ, Лемберг, Днєпр, Одеса, Тюмень, Даллас, Сократ, Хома, Сидор, Макс, Ярик, Кузя, Борма, Сиваш* та ін. / англ. *Jimmy, Gabby, Voodoo, Maverick, Boomer, Foggy, Headhunter, Curly, Cakey, Peanuts, Killer, Pathfinder, Chappie, Chalky, Biscuit, Hotdog, Furball, Iceman, Muddy, Geordie, Ronnie, Skeeter, Snake, Snowden, Sweeney, Teflon, Tinky, Twiggy* та ін. [3; 4].

Досліджувані антропоніми виконують основні (езотерична, номінативна, ідентифікаційна, диференційна) та другорядні (характеристична, емоційно-оцінна, експресивна, інформативна, символічна, функція самоіронії і стилізації, впливова) функції, що зумовлено особливостями їх продукування в межах військового дискурсу. Позивні мають закритий характер, оскільки формуються в колі осіб, пов'язаних із військовою справою. Зрідка вони виходять за межі професійного спілкування – функціують у побутовому, мас-медійному й художньому дискурсах.

Позивні українських військових, а також військових країн англосфери мають багато спільного з іншими видами антропонімів, однак виявляють і виняткові риси, що дозволяє їх вважати окремим класом. Від псевдонімів позивні відрізняються способом номінації (псевдонім є результатом

самоїменування, позивний частіше – результат номінації з боку оточення, хоча й особа має надати згоду для його закріплення у внутрішній документації) і ступенем секретності. Від індивідуальних прізвиськ позивні відмінні тим, що їх поява першочергово зумовлена необхідністю приховування справжнього найменування [2: 86].

Тема бойових позивних є не лише актуальною, але й має значний потенціал для подальших досліджень. Структурно-семантичні особливості позивних відіграють критичну роль у військовій комунікації та ідентифікації, а також є відображенням культурних та історичних контекстів, що формують комунікативні спільноти.

Подальше студіювання цієї проблематики сприятиме глибшому розумінню міжкультурної взаємодії та лінгвістичної адаптації в міжнародних військових операціях. Вивчення структурних та семантичних змін у позивних може допомогти виявити тенденції та зміни в мовній практиці, що відбуваються під впливом глобалізації та технологічного розвитку.

Особливо важливим є дослідження впливу сучасних конфліктів на вибір та використання позивних, а також аналіз того, у який спосіб вони можуть слугувати засобом для зміцнення морального духу та військової етики. Також необхідно враховувати технологічні аспекти, такі, як розвиток штучного інтелекту та кібербезпеки, що можуть вплинути на майбутнє використання бойових позивних у різних типах дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Калініченко В.І. Мілітіпсевдоніми як особливий вид антропонімів у вітчизняних лінгвістичних студіях. *Лінгвістичні дослідження: збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*. Вип. 56. С.2022. 256-268. URL : <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/lingvistics/article/view/4581/4063>
2. Петрова С. Лексична база творення позивних українських бійців – учасників збройного конфлікту на сході України. URL : <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/28421/1/89-93.pdf>
3. Українські позивні. Від «Байди» до «Баті» (упорядник Л. Белей). URL : <https://uchoose.info/ukrayinski-pozyvni-vid-bajdy-do-bati/> (дата звернення: 24.03.2024).
4. База англійськомовних бойових позивних. URL : <https://namesbee.com/military-nicknames/> (дата звернення: 23.03.2024).

*Гикава Катерина
Вінниця
Лозинська Людмила
Вінниця*

*доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент*

СТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДТВОРЕННЯ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ

Вивчення походження терміну «слоган» свідчить про його галльське походження та перенесення до англійської мови, де він спочатку став популярним серед американських рекламистів у 1880 році. У науковій літературі не існує єдиного визначення рекламного слогана, оскільки його характеристики описуються різними авторами за допомогою синонімів або враховують його специфічні риси.

Слоган є важливою складовою рекламного тексту, оскільки він виражає основну ідею, яку реклама намагається передати, привертає увагу та запам'ятовується. Ефективний слоган має бути лаконічним, привабливим та виразним, здатним асоціюватися з брендом або продуктом. Для його створення часто використовуються риторичні фігури, гра слів, метафори та інші стилістичні засоби.

Специфіка відтворення англomовних рекламних слоганів українською мовою першочергово полягає в збереженні сенсу, без втрати емоційного забарвлення та лаконічності. Як зазначає Г. В. Петрушко у своїй статті «Особливості перекладу рекламних повідомлень та слоганів в англійській та українській мовах», під час перекладу зазвичай доводиться вдаватися до адаптації іноземного слогану задля того, щоб уникнути банальності та передати всі соціолінгвістичні особливості рекламного тексту [1].

Процес перекладу ускладнюється через неможливість прямого перекладу, тоді, стає у пригоді використання стратегій міжмовного перекладу. За аналітичними даними, опублікованими в «Handbuch Translation», під редакцією Маріанни Снел-Горнбі, наведений рейтинг та приклади застосування кожної зі стратегій перекладу [2]. Найпоширенішою стратегією є відсутність перекладу, особливо коли йдеться про продукти, що акцентують увагу на естетичному аспекті, такі як парфуми, алкогольні напої та прикраси. Наступною за поширеністю є стратегія запозичення рекламного тексту, коли залишаються без перекладу логотипи, слогани та заголовки, що мають позитивні асоціації з країною-виробником. Використання прямого перекладу, хоча і рідше, є третьою за поширеністю стратегією, і застосовується переважно в рекламі технічної продукції, де головний акцент робиться на передачі інформації. Адаптація тексту до особливостей мови-перекладу займає четверте місце, зокрема у туристичній рекламі, де важливо враховувати культурні відмінності. Нарешті,

найменш поширеною, але іноді необхідною стратегією є ревізія, коли створюється зовсім новий текст, залишаючи лише фотоматеріал, що має за мету зберегти єдність рекламного концепту. Далі, варто висвітлити описані особливості прикладом у вигляді практичного лінгвістичного дослідження.

У нашому дослідженні представлено переклад креативної американської рекламної кампанії молочної продукції «*GOT MILK?*». Вона була спрямована на заохочення споживання коров'ячого молока, розроблена рекламною агенцією Goodby Silverstein & Partners для Ради молокозаводів Каліфорнії в 1993 році і пізніше ліцензована для використання молокозаводами і молочними фермерами. Концепт слогану полягає в тому, що молоко може бути надважливим у критичний момент. Створено серію відео-роликів, які демонструють міні-історію, фіналом якої незмінно є слоган «*GOT MILK?*» [3].

Структура цього слогану — риторичне питання, що спонукає до дії. Лінгвістично, фраза «*GOT MILK?*» здається дуже простою для перекладу, проте для того, щоб передати сенс, емоційну забарвленість та контекст потрібно підібрати відповідник мовою перекладу. Дослівний переклад “Є молоко?”, відповідно до стандартів перекладу на українську мову, порушує граматичні структури речення. Можливий варіант перекладу слогану «*НЕОБХІДНО МОЛОКО?*», проте звучання цієї фрази нелаконічне і, замість того, щоб бути привабливим, ріже слух.

Запропонований аналог: «*НЕ ЗАБУВ ПРО МОЛОКО?*» вписується в стиль і трохи жартівливий контекст. Таким чином, відбулась повна заміна слів, зі збереженням контексту та основної функції рекламного слогану.

На основі цього слогану наведено яскравий приклад стилістичних та лінгвістичних трансформацій.

Дослідження стилістичних та лінгвістичних аспектів перекладу рекламних слоганів є актуальним у контексті зростаючої важливості міжкультурної комунікації та глобалізації рекламних ринків.

Підсумовуючи, зазначимо, що створення ефективного перекладу рекламного слогану потребує багатоаспектного підходу, із врахуванням не лише мовних, а й культурних та емоційних особливостей. Адекватний переклад рекламного слогану допомагає зберегти ідентичність та цілісність рекламного повідомлення, сприяючи успішному виводу продукту на міжнародний ринок.

Дослідження слогану «*GOT MILK?*» підкреслює необхідність креативності та інновацій у процесі перекладу, щоб зберегти не лише семантичне, а й емоційне навантаження оригінального слогану. Такий підхід сприяє залученню уваги споживача та підвищує ефективність рекламної кампанії, а отже, має важливе значення як для наукового розвитку перекладознавства, так і для практичного застосування у сфері маркетингу та реклами.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Петрушко Г. В. Особливості перекладу рекламних повідомлень та слоганів в англійській та українській мовах. URL: <http://www.psyh.kiev.ua> (дата звернення: 01.03.2024).

2. Snell-Hornby M. (Hrsg.) Handbuch Translation. – Tübingen: Stauffenburg Verlag, 1998, 434 p. URL: <https://b.twirpx.link/file/2388572/> (дата звернення: 01.03.2024).

3. Відеоролик рекламної кампанії “GOT MILK?”. URL: https://www.youtube.com/watch?v=eph6_fz49rc&ab_channel=cre8digital (дата звернення: 01.03.2024).

*Джоган Вікторія
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології
ДонНУ імені Василя Стуса,
доктор філософії з філології Стрюк Н.В.*

ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІІ КАТЕГОРІЇ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ НАПИСАХ НА ОДЯЗІ

1. *Вступні зауваження.* Одяг, крім виконання основної функції захисту тіла, є засобом вираження соціальних, культурних, економічних, історичних та особистих поглядів через декор та написи на ньому. Слова на тканині відображають індивідуальність власника та погляди поширені у суспільстві. Написи на одязі стають дедалі популярнішими, проте ця тема все ще залишається малодослідженою. Серед сучасних українських науковців можна виокремити праці Н. Долусової, яка аналізує структурно-семантичні характеристики англійськомовних написів на жіночих футболках [1], та Н. Стрюк, яка студіює особливості структури та семантики текстових принтів у зіставному аспекті [4; 5; 7].

Таким чином, *актуальність* даної наукової розвідки обумовлена потребою більш детального аналізу написів на одязі, що є необхідним для глибшого розуміння цієї теми.

Об'єктом дослідження є написи на одязі англійською мовою.

Предмет дослідження – лінгвістичні засоби актуалізації категорії інтертекстуальності.

Матеріал дослідження становлять 100 написів на одязі, які були дібрані методом суцільної вибірки. *Джерелом емпіричного матеріалу* слугує eBay – всесвітній веб-сайт електронної комерції та аукціонний дім для купівлі та продажу більшості видів нових та вживаних товарів.

2. *Виклад основного матеріалу.* Слід відзначити, що під виразом «напис на одязі» розуміємо короткий текст, що розміщується на речах, виробих (з тканини, хутра, шкіри) для покриття тіла [4]. У текстовій парадигмі написи на одязі – це мікротексти, яким притаманні стислість, простота особлива мовно структурна організація та інтертекстуальність [3: 86–87].

Інтертекстуальність тлумачать як «сукупність формотворчих і смислотворчих взаємодій різноманітних вербальних і невербальних текстів» [2: 105–106]. Будь-який письмовий твір завжди є частиною широкого культурного контексту [2; 6]. Серед засобів актуалізації категорії інтертекстуальності виділяють: символ, алюзію, ремінісценцію, парафразу, цитату, центон, пародію, плагіат, стилізацію, пастиш і переспів. Причому часто простежується тенденція до синергії кількох прийомів інтертекстуальної взаємодії [2; 6].

Для аналізованих написів на одязі характерним є використання алюзій, які посиляються на різноманітні культурно-історичні контексти. Наприклад, мікротекст *FORD'S THEATRE AWFUL. WOULD NOT RECOMMEND*. 'Театр Форда. Жахливий. Не рекомендую' натякає на місце, де сталося убивство 16-го Президента США Авраама Лінкольна. Напис *MALICE AT THE PALACE NOVEMBER 19th, 2004* 'Зло у палаці 19-го листопада, 2004' є алюзією на інцидент, що трапився під час баскетбольного чемпіонату між «The Indiana Pacers» та «The Detroit Pistons» у палаці Оберн-Гіллз.

Універсальним виявом інтертекстуальності є цитати з літературних творів, фільмів або пісень. Наприклад: *I LOVE YOU MOST ARDENTLY* 'Я відчайдушно люблю вас' – освідчення в коханні до Елізабет Беннет Містера Дарсі, героя відомого роману англійської письменниці Джейн Остін з «Гордість і упередження». Мікротекст *HELLO DARKNESS MY OLD FRIEND* 'Привіт, темряво, мій старий друже' – рядок з пісні американського дуєту Simon and Garfunkel. Напис *YOU ARE ALL WEIRDOS* 'Ви всі диваки' є коронною фразою Сема Орла (Sam Eagle) персонажа «Маппет-шоу» – англо-американської телевізійної гумористичної програми.

В аналізованій вибірці також було виокремлено вживання пародій. Так, напис *DRUNK WIVES MATTER* 'П'яні дружини важливі' надає фразі *Black Lives Matter* іронічного підтексту. Популярним для переосмислення є слоган американської компанії, виробника спортивних товарів Nike – *Just Do It*, наприклад: *I JUST CAN'T* 'Я просто не можу', *SIKE DON'T DO IT* 'Жартую, не роби цього'.

У рамках досліджуваного емпіричного матеріалу зафіксовано поодинокі використання парафраз, наприклад: *BACK TO THE 90'S* 'Назад у 90-ті' обіграє назву культового фільму «Back to the Future» («Назад у майбутнє»); та ремінісценцій, наприклад: *I'M SO FLY, I NEVERLAND* 'Я настільки класний, що не спускаюсь на землю' асоціюється з ідеєю вільного льоту та молодечої безтурботності, що характеризує Пітера Пена, головного героя однойменної казки.

3. *Висновки.* Таким чином, інтертекстуальність, яка потрактовується як існування тексту в іншому тексті, у зв'язку та взаємозв'язку тексту з іншими текстами в певній культурі, є однією з ознак написів на одязі.

У результаті дослідження емпіричного матеріалу було визначено, що для англійськомовних написів на одязі характерним є використання таких засобів актуалізації категорії інтертекстуальності як: алюзії, цитати, пародія, парафраз та ремінісценції.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в розширенні обсягу аналізу, включення інших мовних та культурних груп, а також дослідженні впливу інтертекстуальності на споживацьку поведінку та формування культурних уявлень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Долусова Н. В. Структурносемантичні характеристики англomовних написів на жіночих футболках. *І Всеукраїнська науковопрактична інтернетконференція з питань методики викладання іноземної мови: «Дослідження та впровадження в начальний процес сучасних моделей викладання іноземної мови за фахом» присвячена 150річчю ОНУ імені І.І.Мечникова та 55річчю факультету романо-германської філології: 17 квітня 2015 р.*: зб. матеріалів конференції. Одеса, 2015. С. 32–35.
2. Інтертекстуальність: історія, теорія, поетика : навч. посіб. / Мар'яна Шаповал. К. : Вид.-полігр. центр “Київ. ун-т”, 2013. 167 с.
3. Словник української мови : в 11 т. / редкол.: І. К. Білодід (голова) та ін. ; АН Української РСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. К. : Наук. думка, 1974. Т. 5. 840 с.
4. Стрюк Н. В. Написи на одязі в англomовній та україномовній лінгвокультурах: особливості структури та семантики : дис. ... д-ра філософ. з філол. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2023. 279 с.
5. Стрюк Н. В. Структурні особливості написів на одязі: рівень словосполучення (на матеріалі англійської та української мов). *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2021. Вип. 22. С. 132–137.
6. Allen G. Intertextuality. New York: Routledge, 2011. 244 p.
7. Striuk N. Semantic classification of metaphors in Ukrainian and English inscriptions on clothing. *Ezikov Svyat (Orbis Linguarum)*. 2021. Vol.19 (1). P. 23–33.

*Долганова Вікторія
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Запужляк І. М.*

МЕТАФОРА ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ ОСОБИСТІСНОГО ПОРТРЕТА ПЕРСОНАЖА ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ (НА ОСНОВІ РОМАНУ ВЕРОНІКИ РОТ «ДИВЕРГЕНТ»)

Пропонована робота присвячена дослідженню метафори, що використовується для побудови особистісних портретів персонажів. Для досягнення виразності у своїх творах автори художньої літератури використовують різноманітні прийоми, поєднуючи художній вимір з персонажами і передаючи їхню точку зору щодо зображуваного. Мова слугує

цілям естетики, емоційності та виразності в художній літературі, що зображає реальність і чуттєвість. Слова не лише надають читачеві інформацію, але й описують об'єкти характеризують їх, тому для створення виразності часто використовуються лінгво-стилістичні прийоми. Образна мова відіграє значну роль у людському мовному спілкуванні. Метафора досить часто використовують для характеристики персонажів, їхньої зовнішності, почуттів та дій.

Метафори є цінним засобом для створення виразності в художній літературі, оскільки вони неповторні та походять від зав'язків, які виникають під час аналізу реальності автором [4: 143]. Вони також дають словам нові значення [3: 328–329].

Естетичність метафори полягає в таємничості предмета, про який ідеться, - це те, що відрізняє метафору, яка є художньо довершеною. Наприклад, Ф. Гарсія Лорка так пояснював механізм виникнення художнього ефекту метафори: «Для того, щоб вдихнути життя в метафору, потрібно, щоб метафора мала форму та радіус дії, – ядро в центрі та перспективу навколо нього. Це ядро розкривається як квітка, нібито незнайома, але ми швидко впізнаємо її аромат, ав кольоровому сьйві, яке вона випромінює, нам бачиться його ім'я, тобто метафора змальовує нам предмет як квітку, нібито незнайому» [2: 214]. Таким чином, метафора показує предмет з незвичної точки зору оновлюючи його.

Аристотель стверджував, що метафора – це перенесення слова із зміною значення «або з роду на вид, або з виду на рід, або з виду на вид, або за аналогією» [1: 75]. Також, філософ розглядає її як характеристику образного мислення людини, а не просто як стилістичний прийом. Звичайно, для Аристотеля метафора є явищем художньої мови в «Поетиці». Він вважає, що вміле використання метафор є ознакою майстерності [1: 26].

У романі «Дивергент» Вероніка Рот використала метафори як потужний інструмент для зображення персонажів, дозволяючи читачам глибше зануритися у ідентичність героїв.

Вживаючи метафори, авторка створює для своїх героїв надзвичайно яскравий спектр характеристик особистості. Метафори у творі «Дивергент» часто містять символічні асоціації, які відображають риси та мотивації персонажів. Аналізуючи ці метафори, можна виявити глибші значення, які сприяють розвитку образів персонажів і тематичному дослідженню.

“My body tenses at the edge in his voice, so I am coiled as tight as a spring” [5: 129]. У цій метафорі письменниця порівнює персонажа з пружинним механізмом, який максимально затягнутий. Це відображає внутрішню напругу і психологічний стрес, які персонаж відчуває в романі. Завдяки цій метафорі підкреслюється інтенсивність емоційного та фізичного стану героя.

Фракції в «Дивергенті» – це не просто організаційні структури, а й метафори різних аспектів людської природи. Досліджуючи, як персонажі приєднуються до цих фракцій, можна розшифрувати метафори, що лежать в основі їхнього світогляду та вчинків.

"The gray clothes, the plain hairstyle, and the unassuming demeanor of my faction are supposed to make it easier for me to forget myself, and easier for everyone else to forget me too" [5: 8]. Використання "gray clothes", "plain hairstyle" та "unassuming demeanor" описує спроби злитися з групою і відповідати стандартам фракції Тріс Зречення (Abnegation). Це свідчить про навмисне прагнення применшити індивідуальність.

"I am not Abnegation. I am not Dauntless. I am Divergent" [5: 181]. Таким чином головна героїня висловлює уявлення про свою ідентичність, адже вона не підпадає під жодну з фракцій і має в собі якості різних груп. Цитата відображає її боротьбу за самовизначення і прийняття себе такою, яка вона є.

В. Рот також використовує метафоричні пейзажі для зображення внутрішнього світу своїх персонажів. Ці пейзажі слугують дзеркалом їхніх емоційних станів, дозволяючи читачам візуалізувати внутрішні конфлікти та трансформації, яких вони зазнають протягом оповіді.

"We've all started to put down the virtues of the other factions in the process of bolstering our own. I don't want to do that. I want to be brave, and selfless, and smart, and kind, and honest." He clears his throat. "I continually struggle with kindness" [5: 166]. У метафорі "continually struggle with kindness" авторка зображує героя, який стикається з постійними викликами або труднощами в тому, щоб бути добрим. Це означає, що доброта не є легкою для персонажа і вимагає зусиль або наполегливості. Цей метафоричний вираз у романі використовується для передачі внутрішньої боротьби або конфлікту, який може виникнути у людини, яка намагається постійно демонструвати доброту.

Проаналізувавши використання метафор у романі Вероніки Рот «Дивергент» можна стверджувати, що метафори слугують незамінним інструментом для створення особистісних портретів персонажів. Розкриваючи символічне значення цих метафор, читачі отримують глибше розуміння складнощів ідентичності, викликів та проблем, з якими герої мають справу в романі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Арістотель. Поетика / пер. з старогр. Б. Тен. Київ : "Мистецтво", 1967. 142 с.
2. Галич О., Назарець В., Васильєв Є. Теорія літератури : підручник. Київ : Либідь, 2005. 460 с.
3. Мацько Л. І. Стилїстика укр. мови : підручник. Київ : Вища шк., 2003. 462 с.
4. Сухова А.В. Англomовна новела (XIX–XX ст.): лінгвостилїстичний та прагматичний аспекти: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04/Запорїжжя, 2017. 143 с.
5. Divergent. HarperCollins Publishers, 2011. 212 p. URL : <http://royallib.com/read/Roth> (дата звернення 20.03.2024)

Доманська Дарина
Вінниця

Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Запужляк І. М.

СЕМАНТИЧНІ ТА СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОДЯГУ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

На сучасному етапі розвитку мовознавства досить актуальними є дослідження, спрямовані на аналіз семантичних та структурних особливостей фразеологізмів, які містять певні компоненти [2; 3]. Пропонована розвідка присвячена дослідженню фразеологізмів з компонентами, що позначають одяг в англійській та українській мовах. Шляхом вивчення фразеологізмів можна виявити їхню роль у формуванні мовної картини світу, оскільки вони відображають уявлення носіїв мови про певні артефакти, їх властивості та значення [3: 76–80].

Аналізуючи семантичні відтінки та стилістичні особливості таких виразів, можна зрозуміти їхню внутрішню логіку та вплив на сприйняття мовлення в цілому. У роботі досліджено вплив культурних та історичних контекстів на формування фразеологічних одиниць.

Фразеологія – розділ мовознавства, що вивчає фразеологічну систему мови в її сучасному функціонуванні та з погляду історичного розвитку [5: 774].

Фразеологізми збагачують і підсилюють усний та письмовий дискурс будь-якої мови, виступаючи як скарб, який шукає та прикрашає спонтанне, живе та реальне мовлення. Одночасно вони є інструментом, який дозволяє розуміти та вивчати соціальну спадщину та світогляд представників певної культури [4:; 20].

Період від кінця 40-х до середини 60-х років ХХ століття вважається початком дослідження фразеології. Однією з проблемних тем даного періоду є вивчення основного визначення фразеологізму та зв'язку його компонентів, над яким працювали такі вчені, як Ш. Баллі [1: 258] та інші.

Фразеологічні вирази, пов'язані з одягом та взуттям, є неодмінною складовою англійської та української фразеології. Вони включають у себе предмети, які ми зустрічаємо щодня, і тому багато англійських виразів мають свої еквіваленти в українській мові.

За лексико-семантичними особливостями можна виділити наступні категорії фразеологізмів, пов'язаних з одягом, в англійській мові:

Фразеологізми, що містять лексему *bonnet* або *cap*:

1) англ. *A feather in one's cap* – символ гордості. Цей вираз походить від звичаю індіанців використовувати пір'я у головному уборі, щоб показати кількість вбитих ворогів.

2) англ. *A bee in one's bonnet* –манія , нав'язлива ідея. Фраза з'явилася в своїй нинішній формі в середині 19 століття. Вперше була застосована в цитаті «John Hunter, notwithstanding he had a bee in his bonnet, was really a great man» (Томас де Квінсі, 1845 р.).

3) англ. *If the cap fits, wear it* – приймає на свій рахунок - значить, є підстава. Широко використовується еквівалент в українській мові: укр. *на злодієві шапка горить*. Наприклад: Дівчина засуджувала свою подругу за те, що вона позичає гроші. Однак, вона сама завжди позичала гроші, так що на злодієві шапка горить.

Фразеологізми, що містять слово *suit*

1) англ. *to follow suit* – наслідувати чийсь приклад, наслідувати когось.

2) англ. *In one's birthday suit* – голий, в чому мати народила, роздягнений.

Походження даного фразеологізму не відомо проте, широко поширена думка, що цей термін був придуманий для опису шкіри - єдиної речі, яку ви "одягаєте" в день свого народження.

3. Фразеологічні одиниці, що містять лексему *belt*:

1) англ. *To pull in (або tighten) one's belt* –затягнути тугіше ремінь, жити на обмежені кошти. В українській мові є еквівалентна одиниця - покласти зуби на полицю. Часто використовується в значенні почати економити, знизити рівень життя. Цей вислів походить з часів Великої депресії, коли грошей не вистачало ні на що, навіть на їжу, тому людям доводилося затягувати паски, щоб утримати свої штани від спадання.

2) англ. *To hit below the belt* – застосувати заборонений прийом, нанести удар зрадника, нанести удар нижче пояса. Фраза стала популярною після 1850 року. Вона походить зі спорту боксу, в якому за правилами бійці не повинні бити один одного нижче лінії пояса. Удар нижче пояса є особливо болючим для спортсменів, і ця ідея відповідає також його народного використання. Якщо хтось б'є нижче пояса, це вважається особливо образливим і недоречним.

Аналізуючи семантичні особливості фразеологізмів з компонентом одягу в англійській мові, можна зробити висновок, що вони дуже різноманітні і відіграють важливу роль у лінгвістиці. Фразеологізми відображають традиції, звичаї та соціокультурний контекст країн, а також особливості мислення та світосприйняття людей. Вони є важливим елементом комунікації та збагачення мовлення. Такий аналіз сприяє кращому розумінню мови та культури країн, а також сприяє подальшим дослідженням у галузі фразеології та лінгвістики загалом.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Баллі Ш. Французька стилістика 2-ге вид, М. : Едиторіал УРСС, 2001. 392 с.

2. Запухляк І. М. Процесуальні фразеологізми дії з компонентом на позначення неживої природи в англійській та українській мовах. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 25., Т. 1. С. 206–210.

3. Запухляк І. М. Ященко Д. В. Структурні особливості фразеологізмів з компонентом на позначення часу в англійській та українській мовах. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2022. 80 с.

4. Удовиченко Г. М. Фразеологічний словник української мови. Т. III: Н-Я. К.: Вища школа, 1984. 363 с.

5. Українська мова: Енциклопедія / Ред. кол.: Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. 2-ге вид., випр. і доп. К.: «Українська енциклопедія» ім. Бажана М. П., 2004. 774 с.

6. Cambridge International Dictionary of idioms. Cambridge University Press, 2002. 467 p.

*Жирун Денис
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії та практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Запухляк І. М.*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ МЕТАФОР У РОМАНІ ДЕВІДА МІТЧЕЛЛА «ТИСЯЧА ОСЕНЕЙ ЯКОБА ДЕ ЗУТА»

Як зазначають дослідниці А. В. Шишко та Г. А. Луканська, переклад в художньому контексті – це варіант відтворення авторського повідомлення мовно-психологічними засобами [4: 232]. Синтез мови та психології, філософське сприйняття повідомлення знайшли своє місце в когнітивній лінгвістиці, що охоплює собою також явище перенесення імені – метафору, тобто цей художній засіб, носій вкладеної в образи та символи ідеї, нерідко перебуває в епіцентрі уваги перекладача.

Те, що ми називаємо “перекладацькими трансформаціями”, не має чіткого визначення, і дослідники загалом розходяться в думках щодо цього поняття – так вважає мовознавиця Є. В. Корнелаєва [2: 123]. Стосовно категоризування підходів перекладу, за своєрідний шаблон сучасні західні науковці беруть концепцію П. Ньюмарка [1: 132], що не вирізняється впорядкованістю, але пропонує натомість вичерпний спектр технік для передачі змісту та форми іншою мовою. Сюди належать: дослівний переклад, трансференція, натуралізація (фонетична адаптація), культурний еквівалент, функціональний еквівалент, описовий еквівалент, синонімія, калька (through-translation), транспозиція, модуляція, “загальноприйнятій” переклад (recognised translation), ярлик (translation label), компенсація, компонентний аналіз, скорочення та розширення, парафраза, еквівалент, адаптація, виноски [7: 81-92] (український переклад більшості цих термінів – авторства А. М. Козачука [1: 132]). На цьому ґрунті мовознавці створюють нові, або ж видозмінюють загальноприйняті класифікації, наприклад, класифікації Р. Адачі [8: 123], Н. К. Тардзенюя [9: 48–

56]; своєрідною є типологія М. Р. Піньейру [8: 128–130]. Логічно, що не можна вивчати художню метафору цілком у межах однієї з цих класифікацій, адже метафора – це лексика й семантика, і, до прикладу, натуралізація, що має справу із фонетикою, тут не буде доречною.

Далі на основі прикладів розглянемо деякі техніки перекладу. Однією з особливостей деяких метафор (тут: вузької категорії метафор) у романі Девіда Мітчелла “Тисяча осейн Якоба де Зута” є те, що вони використовуються як духовна термінологія вигаданого автором синтоїстського культу. Так, починаючи з другої частини твору, трапляються найменування на кшталт *World Above* (Горній світ – духовний світ, монастир культу на горі Шірануї), *World Below* (Дольний світ – мирський світ), *Gift* (Дар – новонароджений), *Engiftment* (Обдарування – злягання), *Bestowal* (Дарування – пологи), *Solace* (Вміха – наркотик, що його дають монахам монастиря) тощо. Перекладачка О. Любенко дотримується строгої, безальтернативної передачі цієї номенклатури, вдаючись до дослівного перекладу.

Власне Д. Мітчелл активно використовує концептуальну метафору за схемою “A is B”. Наприклад:

(1) англ. ‘Do so...’ Kawasemi’s voice is a smothered rattle [5: 7].

укр. Тягніть... – голос Кавасемі – притлумлений клекім [3: 20].

(2) англ. ‘Here, all slaves’ duties are light: *Dejima is a field of clover*’ [5: 129].

укр. Тут усі раби не переобтяжені! Дедзіма – поле конюшини [3: 170].

Місцями в тексті твору трапляються метафори, значення яких обмежується однією лексичною одиницею. Для носія мови зрозуміти зміст – це не проблема, а ось український читач в такому разі матиме труднощі. Тож перекладачка вдається до розширення значення:

(3) англ. ‘*Indeed not!*’ Vorstenbosch pounces [5: 91].

укр. Таки так! – мов шуліка, випускає пазурі Ворстенбос [3: 125].

(4) англ. *The marigolds are molten* [5: 123].

укр. Нагідки полум’яніють, мов рідке золото [3: 164].

Варто зазначити, що в першому прикладі О. Любенко з-поміж усіх хижих птахів (to pounce on: of an animal, bird, etc.: to spring or swoop suddenly so as to catch (prey) (Oxford English Dictionary)) для образу голови голландської факторії на Дедзімі Ворстенбоса обрала саме шуліку. Такий символ може вказувати на дріб’язковість й одночасно на хижу природу його носія, неодноразово засвідчених у книзі. Звідси можемо зробити висновок про важливість перекладу метафор, як складових психологічного портрета. У другому прикладі можна простежити ще й модуляцію.

Пошук еквівалента – обов’язкова під час перекладу операція, фактично немінуча. В контексті метафори підбір рівносильного відповідника нерідко має здатність стирати метафоричність виразу, як у пропонованому уривку:

(5) англ. ‘[...] an’ as you plainly ain’t no *Stuffed-Shirt Hoity-Toity*, why not join us?’ [5: 24]

укр. [...], а ти, я бачу, не чванько надуте, то, може, долучишся? [3: 40]

(6) англ. ‘*High an’ dry,*’ says a second companion, passing below. ‘That’s where’ [5: 302].

укр. *У повній безвиході*, – каже другий супутник, ідучи знизу вгору.
– Ось де [3: 372].

Розширення (додавання) застосоване з метою підкреслення природності художнього відтворення стану речей:

(7) англ. *Fear touches Orito* [5: 278].

укр. *Страх заповзає в душу Орито* [3: 344].

(8) англ. but nothing happens, and the fathomless night *smooths itself* [5: 257].

укр. але нічого не відбувається, і бездонна ніч *сама розрівнює свої складки* [3: 320].

Скорочення (опущення) зручне тоді, коли певний сегмент інформації вважається несуттєвим і його можна позбутися. Перекладачка робить це на свій розсуд, наприклад, у цьому реченні вона використала таку техніку:

(9) англ. ‘[...]’ *By a crooked bend, four porters appeared from behind a shuttered-up tea-shack – a leerier pack of wild dogs you never saw. [...]’* [5: 266].

укр. [...]’ *За кривим вигином з-поза наглухо зачиненої віконницями чайної вискочили четверо носіїв – такої небезпечної зграї псів ти ще не бачив* [3: 330].

Отже, лексико-семантична картина метафор в українському перекладі роману Д. Мітчелла “Тисяча осеней Якоба де Зута” дає зрозуміти, що її самобутність потребує більш ретельного дослідження, оскільки ще залишаються “білі плями” стосовно наявності одиниць, переданих за допомогою антонімічного перекладу, генералізації та конкретизації (за класифікацією Л. Моліни та А. У. Альбіра [6: 511]), й інших нюансів. Подальше робота з метафорами полягає в їх семантичному структуруванні, поділі на категорії, глибшому аналізі та описі застосованих перекладацьких трансформацій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Козачук А. М. Перекладацькі трансформації та прийоми: термінологічні виклики у перекладознавстві. *Нова філологія*. 2023. №89. С. 129–136.

2. Корнєлаєва Є. В. Перекладацькі трансформації під час відтворення концептуальних метафор медіа-дискурсу. *Львівський філологічний часопис*. 2021. №9. С. 123–128.

3. Мітчелл Д. Тисяча осеней Якоба де Зута: Пер. з англ. Харків: Жорж, 2023. 588 с.

4. Шишко А. В. Мова та мовлення: фундаментальні парадигми розвитку: Колективна монографія. Кам’янець-Подільський: Кам’янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2021. 264 с.

5. Mitchell D. *The Thousand Autumns of Jacob de Zoet*. Sceptre, 2010. 469 p.

6. Molina L., Albir A. H. Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach. *Meta*. 2002. No. 47(4). P. 498–512.

7. Newmark P. *A Textbook of Translation*. New York, London, Toronto, Sydney, Tokyo: Prentice Hall, 1988. 292 p.

8. Pinheiro M. R. Translation Techniques. *Communication and Language at Work*. 2015. No. 4. P. 121–144.

9. Tardzenyuy N. C. Revisiting Translation Strategies and Techniques. *International Journal of Comparative Literature & Translation Studies*. 2016. Vol. 4. No. 4. P. 48–56.

**Зейда Іванна
Острог**

*Науковий керівник: доцент катедри української мови і літератури
Національного університету «Острозька академія»,
кандидат філологічних наук В. В. Максимчук*

СЕМАНТИКА АВТОРСЬКИХ НОВОТВОРІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВОРОГА В СУЧАСНІЙ ВОЄННІЙ ПРОЗІ

На сьогодні війна – головний екстралінгвальний чинник утворення нових слів в українській мові, що пов'язано з потребою називати реалії та явища, які з'явилися через суспільно-політичні події в нашій державі. Поетична мова завжди реагує на різні зміни в суспільстві. У сучасній воєнній поезії, розміщеній на платформі «Поезія вільних» (<https://warpoetry.mkir.gov.ua/>), найбільш репрезентативною є лексико-семантична група (ЛСГ) авторських лексичних новотворів (АЛН) «Найменування ворога». У межах цієї групи за семантикою виокремлюємо такі тематичні групи: «Назви російських військових», «Назви російського народу». Це пов'язано з ненавистю українського народу до ворогів, які прийшли на нашу землю. Саме тому такі новотвори мають негативну конотацію.

До лексико-семантичної групи авторських новотворів, які позначають ворога, належать номінації, що містять такі семи:

‘кацап’: *агресор-кацап, ка@цап, кацап-людоджер;*

‘орки’: *дикарі-орки, орки-москалі, орки-нелюди, орк-совдеп;*

‘москаль’: *москаль-окупант, москаль-мрець, нелюд-москаль;*

‘окупант’: *окупант-гад, окупант-прибулець, окупант-холера;*

‘ворог’: *бідолаха-ворог, ворог-заброда, ворог-маніяк, ворог-приблуда, ворог-щур;*

‘звір’: *звір-росіянин, звірюка-ворог, нелюд-звір, пес-опричник, свино-собака, собака-москаль, собака-сатрап;*

‘вбивця’: *вбивці-орки, вбивця-син, ворог-вбивця, мародер-вбивця, робот-вбивця, убивця-москаль, убивця-фашист;*

‘сусід’: *заброда-сусід, зрадник-сусід, сусід-«брат», сусід-агресор;*

‘рашист/фашист’: *бандерівець-фашист, бидло-raschi, кровопивець-рашист, rasch@цвіль, raschism, рашист-падлюка;*

‘кат’: *кат-побратим, кат-посіпака, людоджер-кат, нелюд-кат;*

‘ванька’: *ванька-невдаха, ваньок-неандерталець*;
‘рятівник’: *брати-«освободітелі, різник-«рятівник»*;
‘зомбі’: *зомбі-псевдолюди, зомбі-стадо, зомбі-упири*.

Авторські новотвори зі семою ‘кацап’ мають виразно негативне та жартівливе маркування, оскільки ще з XVIII століття так зневажливо називають росіян, а з початком російсько-української війни цю лексему почали вживати активніше. В Етимологічному словнику української мови за редакцією О. С. Мельничука зазначено, що «за версією Д. Яворницького «кацап» має тюркське походження від слова «gassab», що означає «м’ясник», «живодер»» [2: 408]. У військовій поезії зафіксовано АЛН ‘кацап’, що вказує на жорстокість і звірства ворога, напр.: *агресор-кацап, ка@цап, кацап-людоджер: Агресорів-кацапів / ти косиш тисячами. / І ссе зі злості лапу / їх виродок ночами* (Василь Клічак #13.03.2022).

З першого дня повномасштабної війни українці почали називати росіян орками, асоціюючи їх із брудними й агресивними створіннями. У сучасній військовій поезії функціують АЛН зі семою ‘орки’, як-от, *вбивці-орки* – цей новотвір поєднує дві лексеми: «вбивці» й «орки», які мають негативну оцінку та конотацію і засуджують дії російських військових, підкреслюючи їхню агресивність і насильство; *орки-нелюди* – префікс не- вказує на нелюдність і безжальність.

АЛН зі семою ‘москаль’ мають негативне значення та називають ворожих російських військових. Лексемі *москаль* у сучасній військовій поезії надано такі характеристики: а) *нелюд*, тобто безжальна, жорстока та бездушна особа, яка не має людських якостей; б) іменник *окупант* позначає москалів як тих, що встановили свій контроль над територією, яку насильно захопили; в) *мрець* у значенні ‘померлий, безжиттєвий’, виражає сильну ненависть українців до ворогів і бажання їх швидшої смерті.

АЛН із семою ‘окупант’ автор посилює іменником *прибулець*, тобто той, хто перебуває на не своїй території, чужий, ворожий: *Залишайся поряд своєї мами, / Бо подохнеш тут, окупант-прибулець!* (Вероніка Мовчан #~20.03.2022); слово-ознака *гад* має негативну конотацію та вказує на погані та злочинні дії окупанта, зокрема підступність і виражає огиду: *Вкраїну спопелити на руїну / Тобі не вдасться окупанте-гад!!!* (Ірина #~21.03.2022).

У семантичній структурі лексичних новотворів з інтегративною семою ‘ворог’ є слова-ознаки, які описують їх особливість і надають характеристики, зокрема, ворог має ознаку *бідолаха*, тобто нещасна людина, той, хто перебуває в тяжкому становищі, зокрема на війні: *Валяється бідолахи-ворога ніжка, / Не обійшов він смерть пекучу* (Костя Слівін #~21.03.2022).

Лексичні новотвори з інтегративною семою ‘звір’ характеризують росіян як лютих і жорстоких і надають їм тваринних рис: *Не забудь, Україно, як 24 лютого / Хижий звір-росіянин, у шкурі овецій, мов брат, / Вдерся в мирну країну і бив із ненавистю лютою* (Марушак Анатолій #~23.03.2022). У поетичній мові зафіксовано також й інші назви окупантів, зокрема їх порівнюють зі свинею та собакою, характеризують ворогів як неохайних і

брехливих: *Собака-сатрап*, / *Якщо одним словом, То просто кацап* (Роман Ф #~06.04.2022). Також у сучасній військовій поезії наявний новотвір *свино-собака*, який є калькою з німецької мови «Schweinehund» та описує росіян як негідників і нікчем: *Літри крові за сльозу дитини / Вбий свино-собаку: врятуй Україну!* (Артем Зелений #~18.05.2022). На думку О. В. Українця, свинособака – доволі давня образа, яка не містить в собі жодної додаткової інформації, крім асоціації одразу з двома тваринами зі зразковим покручем нечистих істот [3]. Погоджуємось з А. М. Гладченко, що сьогодні цю лексему використовують дуже часто [1: 9].

АЛН із семою ‘вбивця’ характеризують росіян як тих, що постійно вбивають мирне українське населення: *вбивці-орки*, *вбивця-син*, *ворог-вбивця*, *робот-вбивця*. Авторський новотвір *мародер-вбивця* номінує ворога як ‘того, хто робить набіги та грабує населення’: *Ніколи він не впав би на коліна / перед ордою мародерів-вбивць* (Анатолій Яриновський #~19.11.2022).

У військовій поезії зафіксовано називання росіян іменником рашисти, утвореного поєднанням двох лексем – «раша» і «фашизм» зі зневажливим емоційно-експресивним забарвленням. У сучасній військовій поезії наявні авторські новотвори зі семою ‘рашист/фашист’ мають погану конотацію та негативно характеризують ворогів, зневажаючи та засуджуючи їхні дії та ідеологію: *бидло-расчі*, *кровотивець-рашист*, *расч@цвіль*, *расхуст*, *рашист-падлюка*.

Інновації із семою ‘кат’, характеризують росіян як тих, хто знущається з українців і катує мирне населення: *кат-побратим*, *кат-посіпака*, *людоджер-кат*, *нелюд-кат*. Напр.: *Любове моя, чи ти чуєш мене там, де хмари?.. / Чи бачиш, як гірко нас мучать кати-побратими?* (Світлана Антонюк #~21.03.2022).

У сучасній військовій поезії зафіксовано такі АЛН на позначення російських військових із семою ‘ванька’, як-от, *ванька-невдаха*, *ваньок-неандерталець*, що мають іронічний і зневажливий підтекст, оскільки Ванька – це зменшувально-пестлива форма типового російського імені Іван. Українці називають усіх російських військових одним ім’ям, не маючи до них жодної поваги.

АЛН зі семою ‘рятівник’ мають негативне значення, оскільки для номінації російських військових, які прийшли нібито звільняти українців уживають лексеми «освободітелі» (відповідно до російської вимови): *«Освободіть?» Тож слухайте сюди, / «Брати-освободітелі» прокляті, / Загинете на нашій землі ви* (Лілія #~21.03.2022).

Зафіксовано АЛН, що називають ворога зі семою ‘зомбі’, тобто ‘мертва, нежива істота, яка воскресла, має жахливий вигляд’. Новотвір *зомбі-стадо* в контексті вжито зі значенням ‘група людей, яка підкоряється комусь і не має власної думки’: *боляче, коли сусід — ходячий сатана разом із народом зомбі-стадом* (Тіна Маргітич #~21.03.2022).

Тематична група «Назви російського народу» об’єднує і номінації військових, оскільки чіткої межі між ними немає, адже кожен росіянин

причетний до війни. У сучасній військовій поезії зафіксовано збірні іменники, що позначають ворогів, напр.: *люди-звірі, народ-варвар, пацюк-русня*.

Отже, у сучасній військовій поезії ЛСГ «Найменування ворога» є найбільш численна. АЛН, що позначають ворога, зокрема російських військових, мають негативну конотацію та передають ненависть українців до росіян.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гладченко А. М., Комарова О. С. Неологізація лексики у період російсько-української війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2023. Т. 34. С. 7–13.
2. Етимологічний словник української мови: В 7 т. Т. 2: Д–Копці. / Ред. кол.: О. С. Мельничук (гол. ред.), В. Т. Коломієць, О. Б. Ткаченко. АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ: Наукова думка, 1985. 572 с.
3. Українець О. Свинособаки, рашисти, кацапи: звідки взяли зневажливі прізвиська для ворога. URL : <https://www.platfor.ma/topic> (дата звернення : 15.03.2024).

*Каленюк Дарина
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент Бойван О. С.*

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ПРОЦЕСІ ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ НА МАТЕРІАЛІ АНТИУТОПІЧНОГО РОМАНУ ДЖ. ОРВЕЛЛА «1984»

Лексико-семантичні перекладацькі трансформації є важливим аспектом перекладу художніх текстів. Вона зберігає суть тексту оригіналу та адаптує його до іншої мови, роблячи його доступним для читача.

Метою цього дослідження є аналіз лексико-семантичних перекладацьких трансформацій у художньому перекладі тексту на прикладі антиутопічного роману Дж. Орвелла «1984»). Варто проаналізувати різні типи лексичних трансформацій (заміна слів, адаптація культурних референцій) та їх вплив на зміст тексту, а також семантичні перекладацькі трансформації (інтерпретація значення, передача інтенції) у антиутопічного роману Дж. Орвелла.

Лексичні та семантичні перекладацькі трансформації є важливими інструментами в процесі перекладу художніх текстів. Ці трансформації передбачають маніпуляції зі словами та їхніми значеннями, щоб зберегти суть оригінального тексту і зробити його доступним для читачів іншою мовою. Антиутопічний роман Дж. Орвелла є гарним прикладом необхідності цих трансформацій у перекладі.

Лексичні перекладацькі трансформації зосереджені на заміні слів з мови оригіналу на мову перекладу. Цей процес вимагає ретельного врахування

значення, конотацій та культурного контексту мови оригіналу. Кваліфікований перекладач повинен мати глибоке розуміння обох мов, щоб вибрати відповідну заміну, яка передає задумане повідомлення [1]. Одним із найпоширеніших прийомів лексичного перекладу, що використовується в художньому перекладі, є адаптація культурних відсилань. Наприклад, якщо персонаж роману посилається на певну історичну подію або культурну традицію, незнайому читачам цільової мови, перекладач може замінити її на подібне посилення, яке резонує з цільовим читачем. До прикладу фраза «*The hallway smelt of boiled cabbage and old rag mats*» передана перекладачем за допомогою аналога та описового перекладу і має вигляд «У вестибюлі тхнуло вареною капустою та старими драними килимками». Це зберігає запланований вплив вихідного тексту і не дає читачеві розгубитися або заплутатися.

Семантичні перекладацькі трансформації, з іншого боку, стосується інтерпретації та передачі значення з однієї мови на іншу. Відповідальність перекладача полягає в тому, щоб знайти еквівалентні вирази та прийоми для відтворення цих ефектів у перекладі. Семантична трансформація, з іншого боку, дозволяє перекладачеві вловити нюанси та особливості обох мов, що беруть участь у перекладі [3]. Це може включати зміну структури речення, перестановку слів або навіть додавання чи вилучення певної інформації (прийоми конкретизації та генералізації), щоб перекладений текст звучав природно та ефективно передавав задуманий зміст. Такі трансформації дозволяють перекладачам досягти балансу між вірністю оригінальному тексту та доступністю для читачів цільової мови. До прикладу фразу «*The world looked cold*» передано як «світ виглядав замерзлим» за допомогою використання прийому конкретизації. Перекладачем використана граматична заміна частини мови

Використання лексико-семантичних перекладацьких трансформацій для літературних творів має вирішальне значення для збереження цілісності та художньої цінності вихідного тексту. Літературні твори часто містять унікальний вибір слів, стилістичні прийоми та культурні відсилання, які підвищують їхню художню цінність [2]. Ефективно використовуючи лексичні та семантичні перекладацькі трансформації, перекладачі можуть гарантувати, що читач переживе ту саму емоційну та інтелектуальну подорож, що й оригінальний текст.

Однак слід зазначити, що хоча лексико-семантичні перекладацькі трансформації є важливим інструментом для перекладу художніх текстів, вони також можуть створювати певні труднощі. Перекладачі повинні дотримуватися тонкого балансу між вірністю вихідному тексту та його адаптацією до цільової аудиторії. Дослівний переклад може призвести до незграбного або незрозумілого написання, тоді як занадто вільний переклад розмиває авторський голос і закладений сенс. Тому перекладачі повинні володіти не лише мовними навичками, а й глибоким розумінням літературних і культурних нюансів, щоб успішно долати ці виклики [4]. Такий переклад дозволяє перекладачеві передати суть оригінального твору і зробити його зрозумілим для

читачів інших мов. Ефективно використовуючи ці трансформації, перекладачі можуть гарантувати, що література долає мовні бар'єри і продовжує надихати та захоплювати читачів по всьому світу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Горбашенко В. Перекладацькі трансформації під час відтворення ввічливих форм англomовних питальних речень. *Розвиток наукової думки постіндустріального суспільства: сучасний дискурс*: Матеріали міжнародної наукової конференції (Т. 3), 13 листопада, 2020 рік. Миколаїв, Україна: МЦНД. С. 99–101.

2. Лисенко А. М. Перекладацькі трансформації в художньому перекладі поезій Г. Гофманстала. *Збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні тенденції підготовки фахівців в умовах полікультурного та мультилінгвального глобалізованого світу»*. 2021. С. 254–257.

3. Романовський М. Лексико-семантичні трансформації у термінології сучасних аеропортів. *Scientific practice: modern and classical research methods. 2023. Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»*, (May 26, 2023; Boston, USA). С. 219–220.

4. Ситюк В.В. Перекладацькі трансформації при відтворенні побуту як маркера соціального статусу персонажа на основі роману Оскара Уальда «Портрет Доріана Грея». *Philological sciences, intercultural communication and translation studies: an experience and challenges. Vol. 2. Czestochowa* : «Baltija Publishing», 2021. С. 137–140.

5. Orwell G. 1984: A Novel. New York: HarperCollins. / Переклад з англійської Олени Оксенич, 2017. 304 р.

*Калюжна Дар'я
Вінниця*

Науковий керівник: в.о. декана факультету філології, психології та іноземних мов, доцент кафедри романо-германської філології та зарубіжної літератури ДонНУ імені Василя Стуса, кандидат філологічних наук, доцент Білецька О.В.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЛГБТ-СПІЛЬНОТИ В АНГЛОМОВНИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

1. *Вступні зауваження.* У сучасному світі доступність медіа, спричинена швидким розвитком сучасних технологій, сприяє підвищенню рівня репрезентації різних соціальних прошарків населення, зокрема ЛГБТ-спільноти. В українському просторі цей процес поки перебуває на етапі зародження, однак в англomовному середовищі наявність квір-спільноти в медіа

давно стала звичайним явищем. Газети та видання регулярно публікують статті як про саму спільноту та пов'язані з нею події, так і про окремих її представників.

Тим не менш, англомовні видання так і не дійшли згоди щодо лексичних одиниць на позначення ЛГБТ-спільноти у своїх публікаціях, чим зумовлена *актуальність* цього дослідження.

Мета дослідження полягає у проведенні порівняльного аналізу лексичних одиниць на позначення ЛГБТ-спільноти англійською мовою на матеріалі 5 статей англомовних ЗМІ.

Об'єктом дослідження є статті у англомовних друкованих виданнях, присвячені ЛГБТ-спільноті.

Предметом дослідження є лексичні одиниці, що використовуються ЗМІ для репрезентації квір-спільноти в англійській мові.

Матеріалом дослідження слугували 5 статей найвідоміших англомовних видань, а саме американських «Тайм», «Вашингтон пост» і «Нью-Йорк таймс» та британських «Гардіан», BBC News.

2. *Теоретичні засади дослідження.* Мова квір-спільноти охоплює широкий спектр лексичних одиниць, які використовуються на позначення специфічних або загальних явищ або покривають широкий спектр речей («парасолькові» терміни).

Під англ. *sexuality* 'сексуальність' розуміють те, як люди відчують і виражають власні сексуальні почуття. Сексуальний потяг – це частина сексуальності людини, а під сексуальною орієнтацією розуміють стійкі моделі сексуального потягу, який, як правило, ділиться на чотири категорії: гетеросексуальність - це потяг до осіб протилежної статі; гомосексуальність - це потяг до осіб власної статі; бісексуальність - це потяг до осіб будь-якої статі й асексуальність – це відсутність будь-якого потягу [2].

Намагаючись бути максимально інклюзивним та не забувати, що терміни на позначення ідентичності, пов'язаної зі спільнотами, не є монолітними, Пристонський ресурсний центр гендеру + сексуальності використовує «парасольковий» термін на позначення квір-спільноти, а саме акронім англ. *LGBTQIA+* 'ЛГБТКІА+', який об'єднує багато різних гендерних та сексуальних ідентичностей, які часто стикаються з маргіналізацією у всьому суспільстві. Акронім позначає лесбійок, геїв, бісексуалів, трансгендерів, квір-персон, людей, які ще не визначилися, інтерсексуалів, асексуалів та +, що залишає місце для розширення та переосмислення різних сторін різноманітних гендерних та сексуальних ідентичностей [1].

3. *Результати дослідження.* За результатами аналізу було відібрано 28 лексичних одиниць на позначення ЛГБТ-спільноти з 5 статей англомовних видань. Відібрані одиниці представлені двома частинами мови – іменником, 17 одиниць, та прикметником, 11 одиниць.

3.1 Лексичні одиниці на позначення спільноти. Лексичні одиниці на позначення спільноти представлені 4 іменниками-акронімами, а саме *LGBT*

‘ЛГБТ’, *LGBTQ* ‘ЛГБТК’, *LGBTQ+* ‘ЛГБТК+’ та *L.G.B.T.Q.* ‘Л.Г.Б.Т.К.’ та складають 14,28% від загальної вибірки.

3.2 Лексичні одиниці на позначення однієї особи. У вибірці представлено 16 лексичних одиниць на позначення однієї особи, з них 13 прикметників та 3 іменники, що складають 57,14% від вибірки.

3.2.1 Лексичні одиниці на позначення особи будь-якої гендерної ідентичності. У вибірці представлено 11 лексичних одиниць на позначення осіб будь-якої гендерної ідентичності, з них 9 прикметників, 4 простих прикметники, а саме *queer* ‘квір-, квірн_’, *gay* ‘що має ознаки приналежності до ЛГБТ-спільноти’, *trans* ‘транс-, *straight* ‘гетеро-, що не має ознак приналежності до ЛГБТ-спільноти’ та 5 складних, а саме *transgender* ‘трансгендерн_’, *bisexual* ‘бісексуальн_’, *nonbinary* ‘небінарн_’, *nonconfirming* ‘гендерно-неконфорн_’, *cisgender* ‘цисгендерн_’ та 2 іменника, один простий іменник – *a gay* ‘особа, яка належить до ЛГБТ-спільноти’, та один складний – *a bisexual* ‘бісексуальна особа’.

3.2.2 Лексичні одиниці на позначення особи жіночої гендерної ідентичності. У вибірці представлено 4 лексичні одиниці на позначення осіб жіночої гендерної ідентичності, з них 3 прикметники, *gay* ‘гомосексуальна’, *lesbian* ‘лесбійська’, *sapphic* ‘сапфічна’, та 1 іменник *a lesbian* ‘лесбійка’.

3.2.3 Лексичні одиниці на позначення особи чоловічої гендерної ідентичності. У вибірці представлена одна лексична одиниця на позначення осіб чоловічої гендерної ідентичності, а саме прикметник *gay* ‘гомосексуальний’.

Слід відзначити, що з часом лексична одиниця на позначення гомосексуального чоловіка набула ширшого значення та стала «парасольковим» терміном на позначення предмету, особи або явища, які мають ознаки приналежності до ЛГБТ-спільноти.

3.3 Лексичні одиниці на позначення явища. У вибірці представлено 8 лексичних одиниць на позначення явища, що складають 28,57% від вибірки. До цієї групи входять 1 прикметник на позначення характеристики будь-якого явища, яка вказує на стать сторін-учасниць, а саме *same-sex* ‘одностатев_’ та 7 іменників на позначення ідентичності, з-поміж них 3 простих, а саме *sexuality* ‘сексуальність’, *queerness* ‘квірність’, *straightness* ‘гетеросексуальність’, 3 складних, а саме *homosexuality* ‘гомосексуальність’, *bisexuality* ‘бісексуальність’, *heterosexuality* ‘гетеросексуальність’, та одного складеного, а саме *being transgender* ‘трансгендерність’, іменників.

Варто констатувати, що у вибірці 3 лексичні одиниці (10,7%) не використовуються на позначення власне ЛГБТ-спільноти, тим не менш часто вживаються у статтях на ЛГБТ-тематику для досягнення ефекту протиставлення та/або порівняння.

3.4 Частотність уживання. Набувши більш загального значення, лексична одиниця *gay* у всіх своїх конотаціях найчастіше зустрічається в усіх п’яти текстах, а саме 42 приклади. На другому місці за частотністю, 28 прикладів, зустрічаються акроніми на позначення ЛГБТ-спільноти, хоча варто зазначити,

що одностайності у використанні єдиної форми не простежується. Так, наприклад, видання BBC News та «Вашингтон пост» схильні чергувати різні варіації у своїх текстах, тоді як видавництво «Нью-Йорк таймс» користується власним варіантом написання акроніму, *L.G.B.T.Q.* Також «Нью-Йорк таймс» 24 рази згадує трансгендерних людей та пов'язані з ними явища, вживаючи при цьому лексичні одиниці *trans* та *transgender*. 17 разів згадуються гомосексуальні жінки та пов'язані з ними явища, водночас 14 разів, користуючись лексичними одиницями *lesbian* та *sapphic*, про них пише «Гардіан». Загалом про гетеросексуальних людей та пов'язані з ними явища, *straight*, *straightness* та *heterosexuality*, у статтях йшлося 9 разів, тоді як про решту гендерних та сексуальних ідентичностей, *bisexual*, *bisexuality*, *nonbinary* та *nonconfirming*, було згадано 1-4 рази.

4. *Висновки.* Результати поведеного дослідження дозволяють зробити такі висновки. По-перше, більшість лексичних одиниць на позначення ЛГБТ-спільноти представлені іменниками (60 %), які з огляду словотворення можуть бути простими, складними або скороченими словами. По-друге, переважна більшість лексичних одиниць, що використовуються для репрезентації ЛГБТ-спільноти, позначають одну особу певної гендерної ідентичності, що становить 57 %. По-третє, у сучасних англomовних друкованих ЗМІ переважна більшість лексичних одиниць є загальними термінами з широкою семантикою на позначення ЛГБТ-спільноти, її представників та пов'язаних з нею явищ.

ЛІТЕРАТУРА:

1. LGBTQIA+ 101 : веб-сайт. URL: <https://www.gsrc.princeton.edu/lgbtqia-101> (дата звернення 06.04.2024).
2. Sexual Orientation : веб-сайт. URL: <https://open.maricopa.edu/culturepsychology/chapter/sexuality-and-sexual-orientation/> (дата звернення 07.04.2024).

**Камак Ірина
Вінниця**

Науковий керівник: в.о. декана факультету філології, психології та іноземних мов, доцент кафедри романо-германської філології та зарубіжної літератури ДонНУ імені Василя Стуса, кандидат філологічних наук, доцент Білецька О.В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ В НІМЕЦЬКОМОВНИХ КОМІКСАХ

1. *Вступ.* Сьогодні комікс активно розвивається як окремий жанр мистецтва і складає невід'ємний пласт культури. У коміксах переосмислюється класична література, їх активно застосовують у ЗМІ, рекламних кампаніях, покладають в основу фільмів та серіалів. Особливої уваги заслуговує

характерна мова коміксів, яка, як правило, наближена до розмовної, тому насичена великою кількістю сленгізмів.

Жанр коміксу довгий час вважався суто розважальним і не викликав дослідницький інтерес мовознавців, через що у сучасній лінгвістиці наявна невелика кількість праць, присвячених дослідженню мовних особливостей творів цього жанру.

Мета дослідження полягає в проведенні аналізу використаних сленгових одиниць в німецькомовних коміксах та в спробі їхньої класифікації.

Об'єктом дослідження є одиниці німецького молодіжного сленгу, що використовуються в коміксовій літературі.

Предметом дослідження виступає класифікація та аналіз використання молодіжного сленгу в німецькомовних коміксах.

Матеріалом дослідження слугують окремі сленгові одиниці та вислови, отримані методом суцільної вибірки з німецькомовних коміксів.

2. *Теоретичні засади дослідження.* Термін «сленг» запозичений з англійської мови і часто ототожнюється з поняттями «арго» та «жаргон», хоча існують певні відмінності, що дозволяють розмежовувати ці поняття. За визначенням української дослідниці Л. Ставрицької «Сленг – це різновид розмовної мови, яка оцінюється суспільством як неофіційна» [1: 40]. Відповідно, традиційно сленг протистоїть офіційній (літературній) мові, урізноманітнює її, робить розмову невимушеною та фамільярною. Також субстандартна лексика певним чином диференціює суспільство, адже для кожної соціальної групи притаманні свої лексичні одиниці, так звані «мовний код».

Сьогодні використання та продукування сленгової лексики найактивніше відбувається саме у спілкуванні молоді, це явище має назву «молодіжний сленг», в німецькомовному середовищі також відоме як «*Jugendsprache*». Характерною особливістю молодіжного сленгу є креативність, що пояснюється бажанням молоді виокремитися та продемонструвати протест проти існуючих мовних норм, вражає також синонімічний ряд та семантична варіативність сленгових одиниць.

Варто зазначити, що часто метою вживання сленгу є вираження гіперболізованої позитивної чи негативної оцінки. Вважається, що сленгізми з негативним забарвленням кількісно переважають, хоча у різному контексті та при відповідній інтонації одні й ті самі лексеми можуть передавати абсолютно різну реакцію мовця.

Жанр коміксу, що починався з невеликих газетних колонок (стріпів) і носив суто гумористичний, часто карикатурний характер, з часом став засобом підняття більш серйозних тем, так виникли такі піджанри як комікс-репортаж, біографія, мемуари, історичний комікс та інші.

Основними засобами оповідання у жанрі коміксу є візуальна складова та діалоги, що цікавлять нас найбільше. Діалогічне мовлення коміксу є різновидом художнього діалогу, яке знаходиться на межі письмової та усної форм мови.

Тому відповідно, для них характерним є вживання розмовної мови, зокрема сленгових одиниць.

3. *Результат дослідження.* Уставленої класифікації сленгу не існує, усі дослідники мають свою власну думку щодо диференціації субстандартної лексики. Так як героями коміксів часто є саме молоді люди, за основу у пропонованому дослідженні було взято класифікацію молодіжного сленгу О. Шапочкіної.

За її класифікацією молодіжний сленг поділяється на:

- персоніфіковані узагальнення, напр.: *der Punker* ‘панк’, *das Modeopfer* ‘жертва моди’;
- «модні прикметники», що виражають ставлення мовця, напр.: *niederträchtig, blöd, happig, geil, voll, fett, krass* – ‘круто’;
- кліше або сталі вирази, напр.: *sich nicht so fit fühlen* ‘не дуже добре себе почувати’, *Ich glaub mich tritt ein Pferd* ‘Чорт забирай’, *voll krass* ‘оце так (іронічно)’;
- експресиви, які можуть бути також представлені нецензурною лексикою, напр.: *affengeil* ‘круто’, *arschlos* ‘відпад’, *Mist* ‘чорт’, *pack sich* ‘вимітайся’, *verdammt* ‘клятий’, *Scheiss* ‘фігня’.

Одним з ключових елементів сленгової лексики є образи. В контексті молодіжного сленгу їх вживання обумовлене бажанням мовця самоствердитися за рахунок приниження співрозмовника, звертаючи особливу увагу на її вік, стать, зовнішній вигляд чи персональні характеристики, напр.: *Hohlbirne* ‘бовдур’, *Spasti* ‘відсталий’, *Knacker* ‘старигань’, *Trottel* ‘бовдур’, *Stöpsel* ‘коротун’, *Rabe* ‘жмот’.

Слід також зауважити різноманітність сленгової лексики, яка вживається для зневажливого звертання до жінок, напр.: *Nutte, Schlampe, Fotze, Schickse*. Варто окремо зазначити і вживання англіцизмів (наприклад *Sorry* ‘вибач’, *Softie* ‘чутлива людина’, *Greenhorn* ‘новачок’, *Look* ‘зовнішній вигляд’, *Nerd* ‘задрот’, *Lifestyle* ‘стиль життя’), так як англійська мова сьогодні є дуже поширеною і зокрема активно впливає на формування сленгових одиниць.

Також в коміксах наявна ономаіопея, зокрема спроба передачі звуків, що відбуваються на фоні, або продукуються людиною, напр.: *böarks, buärgh, bjäch, botsch*. Характерним саме для цього жанру є те, що такі слова часто не просто надруковані (написані), а саме намальовані, що робить їх одночасно текстовим і візуальним елементом.

4. *Висновки.* Сленг є досить динамічною складовою мови, через що виникають певні труднощі у дослідженні цього прошарку лексики. Формат коміксів є досить зручним для відслідковування етапів розвитку сленгу, в історичному та соціальному контексті, особливо враховуючи той факт, що тут субстандартна лексика застосовується більш активно у порівнянні з класичною літературою. Тому проблема особливостей німецької коміксової мови, зокрема наявних в ній сленгових одиниць, потребує подальшого ґрунтового дослідження.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ставрицька Л.О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. К.: Критика, 2005. 406 с.
2. Шапочкіна О. В. Дефініційна характеристика молодіжного сленгу сучасної німецької мови. *Наукові записники Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2013. № 38. С. 140–141.

**Ковтун Владислав
м. Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії та практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Запужляк І. М.*

МЕТАФОРИЧНИЙ ПРОСТІР У РЕЛІГІЙНІЙ ЛІТЕРАТУРІ: НА ПРИКЛАДІ ТВОРУ ЕЛЛЕН ВАЙТ «ВЕЛИКА БОРОТЬБА»

Пропонована розвідка заглиблюється в складний світ метафоричного простору в релігійній літературі з фокусованим дослідженням основоположної праці Еллен Вайт «Велика боротьба». Застосовуючи мультидисциплінарний підхід, який об'єднує літературний аналіз, релігієзнавство та теорію метафор, це дослідження має на меті розкрити шари метафоричного вираження, вбудовані в оповідь Вайт за допомогою когнітивного підходу і декодувати послани авторки. Дослідження має на меті визначити, як метафорична мова формує розуміння читачами духовних істин, посилює їхню емоційну та інтелектуальну взаємодію з релігійними текстами та сприяє ширшому дискурсу, застосовуючи релігійну інтерпретацію та досвід. Завдяки поглибленому аналізу «Великої боротьби» ця розвідка ілюструє глибокий вплив метафоричного простору в релігійній літературі та його значення в донесенні читачам складних теологічних концепцій.

«Для створення метафор не існує інструкцій, немає довідників для визначення того, що вона означає, або про що повідомляє» [2: 45]. Релігійна література займає унікальний простір, де межі між буквальною і метафоричною часто стираються, що дозволяє авторам передавати глибокі духовні істини мовою символів. Як зазначає відомий релігієзнавець Девід Трейсі, «метафора відіграє центральну роль у релігійному дискурсі, дозволяючи віруючим чітко формулювати та інтерпретувати свою віру у спосіб, який резонує з їхнім життєвим досвідом» [4: 64]. Великий опус Еллен Вайт «Велика боротьба» є свідченням сили метафори в релігійному оповіданні, поєднуючи біблійні оповіді, алегоричні образи та теологічні роздуми для дослідження тем космічного конфлікту, спокути та есхатологічної надії. Ця праця намагається розкрити метафоричні виміри оповіді Вайт, досліджуючи, як метафори функціонують як засоби передачі абстрактних релігійних концепцій і формування інтерпретацій читачів духовних реалій. Заглиблюючись у

метафоричні тонкощі «Великої боротьби», це дослідження має на меті поглибити наше розуміння ролі метафори в релігійному дискурсі та її впливу на взаємодію читачів з релігійними текстами.

Перетин метафори та релігії вже давно захоплює вчених з різних дисциплін, спонукаючи досліджувати, як метафорична мова формує релігійну думку, досвід і дискурс. Лакофф і Джонсон у своїй основоположній праці «Метафори, якими ми живемо» стверджують, що «метафора — це не просто лінгвістичний феномен, а когнітивний і концептуальний феномен, який структурує наше розуміння світу» [1: 201]. У галузі релігієзнавства дослідники визначали різноманітні способи, якими метафора діє в релігійних текстах, починаючи від біблійних алегорій і закінчуючи містичними символами. Як зазначає відомий філософ релігії Поль Рікер: «Релігійна мова часто покладається на метафори, щоб подолати прірву між невимовним і конкретним, дозволяючи віруючим досягнути трансцендентне через відчутне» [3: 71]. Незважаючи на те, що існуючі наукові дослідження дали цінне розуміння широких контурів метафори в релігійній літературі, залишається потреба у більш цілеспрямованому аналізі конкретних релігійних текстів, щоб з'ясувати нюанси метафоричного вираження та його теологічне значення.

Досліджуючи метафоричний простір в книзі ми спостерігаємо глибоке значення в більшості прикладів метафор. Це може бути проілюстровано такими прикладами:

1. *The great controversy between Christ and Satan* [6: 119–120] – ця центральна метафора пронизує всю розповідь Вайт, слугуючи фундаментальною основою для розуміння космічної боротьби між добром і злом. Вайт яскраво зображує цю епічну битву, яка виходить за рамки часу та простору, охоплюючи всю історію людства. За допомогою метафори великої боротьби Вайт запрошує читачів поміркувати над всеохоплюючою розповіддю про спокуту, в якій гарантована перемога Христа над гріхом і смертю, незважаючи на невпинні напади супротивника.

2. *The sealed book of prophecy* [6: 223] – у розповіді «Велика боротьба» метафора запечатаної книги пророцтв символізує таємниці божественного одкровення, які доступні лише тим, хто щиро прагне духовного проникнення. Вайт спирається на біблійні образи, такі як запечатаний сувій у книзі Об'явлення, щоб передати ідею про те, що повне розуміння пророчої істини приховано для випадкового спостерігача, але поступово відкривається тим, хто старанно вивчає Боже Слово та розмірковує над ним.

Крім того, Вайт використовує метафору подорожі паломника, щоб викликати потужні образи духовного зростання, наполегливості та остаточного спасіння. Спираючись на біблійний мотив християнського життя як подорожі до небесного міста, Вайт зображує віруючих як паломників, які переживають випробування та страждання земного існування, прагнучи до вічного царства. Наприклад: *The pilgrim's journey towards heaven* [6: 59].

У зображенні стосунків між Христом і Його церквою Вайт використовує метафору нареченої, щоб передати інтимний і завітний зв'язок між Спасителем

і Його викупленим народом – *The bride of Christ* [6: 35]. Спираючись на біблійні образи, знайдені в таких уривках, як Ефесеям 5 і Об'явлення 21, Вайт зображує церкву як улюблену наречену Христа, об'єднану з Ним у священному союзі любові та відданості. Завдяки цій метафорі Вайт підкреслює духовну близькість і спілкування віруючих зі своїм Господом, підкреслюючи глибоку прихильність і турботу, якими Христос щедро виділяє Свою наречену. Представляючи церкву як наречену Христа, Вайт підкреслює значення церкви як об'єкта спокутної любові Христа та центру Його есхатологічних цілей.

У цьому дослідженні застосовано якісний підхід до аналізу метафоричного простору в «Великій боротьбі» Елен Вайт. Спираючись на теорію метафори та літературний аналіз, це дослідження розглядає окремі уривки з тексту, щоб виявити метафори, що повторюються, розкрити їхнє символічне значення та дослідити їхні риторичні функції в оповіді. Крім того, соціально-історичний контекст, який оточує автора та текст, буде взято до уваги, щоб висвітлити цільову аудиторію, культурне середовище та богословські перспективи, які свідчать про використання метафоричної мови у «Великій боротьбі».

Аналіз тексту «Великої боротьби» розкриває багатий гобелен метафоричних образів, які служать наративною основою тексту. Центральне місце в оповіді Вайт займає метафора «великої боротьби» між Христом і сатаною, яка служить концептуальною основою для розуміння космічного конфлікту між добром і злом протягом історії людства. Ця всеосяжна метафора не лише охоплює такі богословські поняття, як гріх, спокута та есхатологічна надія, але також запрошує читачів емоційно та інтелектуально брати участь у триваючій духовній битві між світлом і темрявою. Крім того, Вайт використовує низку біблійних метафор, таких як «запечатана книга» пророцтв і «мандрівка паломника» до неба, щоб викликати яскраві образи та передати глибокі духовні істини в доступних і зрозумілих термінах. Як сказав Марк Тренер в своїй роботі, «Метафора є мостом між відомим і невідомим, знайомим і таємничим, що дозволяє нам досягнути невимовне через відчутне» [5: 126]. Ці метафори функціонують як риторичні прийоми, які залучають уяву читачів, викликають емоційні реакції та спонукають до роздумів над глибшими значеннями віри та спасіння.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Lakoff George, Johnson Mark *Metaphors we live by* University of Chicago Press, 2008. P. 199–203.
2. Newmark Peter *A Textbook of Translation* : Pearson Education Limited, 2008. P. 43–46.
3. Ricoeur Paul *The Rule of Metaphor: Multi-Disciplinary Studies of the Creation of Meaning in Language* SAGE, 2003. P. 68–72.
4. Tracy David *Plurality and Ambiguity: Hermeneutics, Religion, Hope. Theology and the End of Doctrine.* Fortress Press, 1993. P. 64 – 69.
5. Turner Mark *The Literary Mind: The Origins of Thought and Language.* Oxford University Press, 1998. P. 125–127.
6. White Ellen *The Great Controversy*, Ellen G White Estate, inc., 1911.562 p.

**Корінь Аріна
Кропивницький**

*Науковий керівник: завідувачка кафедри мовних та гуманітарних
дисциплін ДНМУ, кандидат філологічних наук,
доцент Самойленко О. В.*

BASIC TERMS OF GASTROENTEROLOGY

Gastroenterology is one of the main areas of therapy. In the structure of diseases of the internal organs, the digestive system occupies a particularly important place due to their high prevalence, which increases with the age of the person. This system is characterized by chronic progressive, usually relapsing, resulting in severe dysfunction of many organs and systems of the body. So, stretching from the mouth to the anus, the digestive tract is one of the largest systems in the human body.

It is a set of digestive organs and related digestive the glands, individual elements of the circulatory and nervous systems involved in the process of mechanical grinding and chemical decomposition of food, as well as in the absorption of nutrients and the secretion of metabolites from the body.

The digestive system includes primary organs: oral cavity, pharynx, esophagus, stomach, small intestine (duodenum, small intestine, ileum), colon (colon), rectum and anal canal. Accessory organs are salivary glands, liver, gallbladder, pancreas.

Mouth contains structures that trigger digestion: teeth (grind food), salivary glands (secrete saliva, which contains enzymes that trigger the chemical digestion of sugar and fats), tongue (determines taste, pushes the bolus to the pharynx).

Throats conducts food to the esophagus. Esophagus muscle tube that conducts the bolus to the stomach; Has an upper sphincter (opens with a swallowing reflex and allows the bolus to enter the esophagus) and a lower sphincter (controls emptying of the contents of the esophagus into the stomach) [2].

There are also many more common terms that are often used in gastroenterology. Thus, there are most typical terminological elements, for example, **abdomin-** means connected with abdomen (**abdominoplasty** is surgical restoration of the abdominal cavity). There is another synonymic variant **laparo-** (**laparoplasty** is surgical restoration of the abdomen, **laparotomy** is an incision if the abdomen, **laparoscope** is a thin tube-like instrument used to examine tissues and organs inside the abdominal cavity; **laparoscopy** is a procedure that uses a laparoscope inserted through the abdominal wall to examine the inside of the abdomen). **Append-** stands for the process of the caecum: appendectomy is excision of the appendix, appendicitis is acute inflammation of the appendix.

Another common terminological element is **chole-** with the meaning bile:

cholangioma is tumor of the bile duct;

cholangiography is radiographic imaging of the bile duct;

cholecystectomy is excision of the gallbladder;

cholecystitis is inflammation of the gallbladder;

choledocholithiasis is the condition of gallstone disease in the common bile duct;

cholelithiasis is the presence of stones in the gall bladder.

Another part of the digestive system is colon, so the terminological element sounds and looks the same (col-): colectomy is excision of the large intestine; colitis is inflammation of the colon; A colonoscope is a thin tube-like instrument used to examine the inside of the colon.

Gastr- is a Greek root with the meaning stomach, which is a part of many compound words:

gastritis is inflammation of the mucosa of the stomach;

gastroenteritis is inflammation of the mucous membrane of the stomach and intestines;

gastroenterologist is a doctor who has special training in the diagnosis and treatment of digestive system disorders;

gastroenterology is subspecialty of internal medicine, studying the physiology and diseases of the digestive system and related structures;

gastrojejunostomy is a surgical procedure that connects part of the stomach with the small intestine;

gastroplasty is surgical restoration of the stomach;

a gastroscope is a thin tube-like instrument used to examine the inside of the stomach;

gastroscopy is examination of the inner part of the stomach with a gastroscope passed through the mouth and esophagus;

gastrostomy is creating an artificial hole in the stomach.

In modern terminology there are a lot of terms which are connected with the oral cavity:

gingivectomy is excision of gums;

gingivitis is inflammation of the gums;

glossitis is inflammation of the tongue;

odontoma is a tumour of teeth;

glossectomy is a removal of the part of the tongue [1].

There are a lot of terms which are connected with liver. The root **hepat-** is mostly used:

hepatitis is a liver disease causing inflammation;

hepatoma is primary cancer of liver;

hepatomegaly is enlargement of liver;

hepatorhaphy is putting stitches on the liver [3].

So, the terminological elements of Latin and Greek origin are the main source of developing medical terminology. The majority of English terms are made up with the help of compounding, or to be more precise, with the help of quasi-composition, when Greek or Latin roots are used as bricks for building new words.

The most common finishing elements are **-tomy** (incision), **-ectomy** (excision, removal), **-scopy** (instrumental examination), **-stomy** (anastomosis). The most

typical terms which stand for the parts of the digestive system are *col-, lapar-, proct-, typhl-, duoden-, sigmoid-, ileo-, jejun-*.

By integrating these terms into the discussion of gastroenterology and the digestive system, we gain a more comprehensive understanding of the anatomical structures, physiological processes, and pathological conditions involved in gastrointestinal health and disease.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Закалюжний М. М. Латинська мова і основи медичної термінології. Тернопіль: «Укрмедкнига», 2004. 224 с.
2. Міжнародна анатомічна номенклатура: Український стандарт. К.: «Здоров'я», 2001. 225 с.
3. Смольська Л. Ю. Латинська мова і основи медичної термінології. К.: Медицина, 2008. 360 с.

*Кузнєцова Олександра
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології
ДонНУ імені Василя Стуса,
доктор філософії з філології Стрюк Н. В.*

ТИПОЛОГІЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

У цифровому середовищі меми стали не просто невід'ємною частиною інтернет-культури, а й предметом досліджень у різних наукових галузях. Актуальні лінгвістичні розвідки присвячені вивченню цього явища як засобу комунікації та елементу культури у сучасному світі [1].

Меми є значущими для аналізу з різних причин. По-перше, вони втілюють собою важливу складову цифрової культури, яка визначає наше сприйняття інформації та спілкування в онлайн-середовищі. Дослідження мемів допомагає краще зрозуміти цей новий феномен та його вплив на суспільство[3]. По-друге, меми можуть слугувати джерелом вивчення суспільних та культурних явищ. Вони відображають тенденції, настрої та цінності сучасного суспільства, дозволяючи дослідникам отримати важливу інформацію щодо певних аспектів культурного та політичного життя. Меми мають великий потенціал для використання в освіті та комунікації. Вони можуть стати інструментом для передачі інформації, стимулювання обговорення важливих тем та сприяння вирішенню проблем шляхом створення спільного дискурсу.

Класифікація мемів є важливою для їх аналізу, оскільки допомагає визначити різні типи мемів та з'ясувати їхні особливості, що сприяє кращому розумінню походження, еволюції та впливу досліджуваного феномену на суспільство [4]. Пропонована робота має на меті розглянути типологію мемів з огляду на їхню структуру, вміст, а також методи поширення та взаємодії з

аудиторією, щоб отримати більш глибоке розуміння цього феномену в онлайн-середовищі.

Термін «мем» був вперше використаний англійським науковцем Р. Докінсом у книзі «Егоїстичний ген». Дослідник тлумачить меми як одиниці культурного передавання, які поширюються через процес, який, в широкому розумінні, можна назвати імітацією [5]. Оксфордський словник англійської мови визначає мем як «елемент культури, який передається не генетично, а, частіше імітацією» або ж як «зображення, відео, фрагмент тексту тощо, які дуже швидко передаються від одного користувача Інтернету до іншого, часто з невеликими змінами, які роблять його жартівливим» [6]. Отже, важливими характеристиками мему є копіювання, передавання культурної інформації шляхом імітації з певним жартівливим ефектом.

Меми, як важлива складова сучасної онлайн-культури, існують у різних формах і варіаціях, відображаючи різноманітність інтересів, гумористичних смаків та соціальних поглядів користувачів.

За критерієм структури поданої інформації виокремлюють такі види інтернет-мемів: 1) текстові; 2) ілюстративні; 3) креалізовані; 4) відеомеми [4].

Текстові інтернет-меми (вербальні) – це слова, словосполучення або речення, що почали широко використовуватися в Інтернеті. Одні з основних джерел таких об'єктів є орфографічні помилки та фрази які засідають в голові, найчастіше вони є досить простими («small», «me and who», «кіця»). Текстові мережеві меми також можуть з'являтися на основі лінгвістичних зворотів, що вже давно стали кліше в певній суспільній чи професійній галузі (наприклад, «яжмати», «ідемо в дурку», «а чого досяг ти?» тощо) [2: 59].

Ілюстративні інтернет-меми (невербальні) представлені зображеннями або фото реальних людей, казкових персонажів, кіногероїв, тварин, рослин тощо. Однією з основних причин їх популярності це те, що текстове листування не дає нам можливості передати свої емоції у повній мірі. Якраз щоб розбавити цей потік літер і використовуються меми без тексту, які передають тільки реакцію та емоційний стан. Проте такі меми не є чимось довговічним, адже потік фотографій в мережі інтернет просто величезний, одні картинки змінюють інші. Нещодавно дуже актуальним стало використовувати саме фото тварин, на яких люди бачать емоції та настрої, хоча це лише наша інтерпретація [2: 59].

Креалізовані інтернет-меми (комплексні) утворюються шляхом інтеграції ілюстративної та текстової частин. Це найбільш масова і популярна категорія мережевих мемів, оскільки вони поєднують у собі емоційний та інформативний потенціал. Вони мають як стабільну, так і змінну сторони. У більшості випадків такі меми мають комічний зміст. Вони відрізняються різноманітністю тематики і можуть охоплювати актуальні суспільно-політичні події, міжособистісні відносини, професійні, навчальні або побутові проблеми. Потужним джерелом креалізованих інтернет-мемів є кінематограф, телебачення та ютуб відео [2: 60].

Відеомеми виникають і розвиваються як за рахунок професійної зйомки (кліпи, фрагменти кінофільмів і телепередач, наприклад багато мемів взято із вдалих та невдалих інтерв'ю, кіноляпів тощо), так і любительської, де

особливою популярністю користуються сюжети з неадекватною, конфліктною поведінкою і нецензурною лексикою, потужного стрибку подібному контенту надала мережа ТікТок [2: 62].

Усього в світі мемів існує неймовірно багато форм і варіацій, які постійно змінюються та адаптуються під впливом культурних та соціальних контекстів. Цей різноманітний спектр включає образи, фотографії, відео, анімації, текстові фрази, гіфки та інші форми вираження, які відображають широкий спектр емоцій, ідей та культурних тенденцій [3].

Отже, сучасні науковці визначають мем як культурний елемент, який може бути ідеєю, концепцією, образом чи фразою, що поширюється шляхом імітації або наслідуванням в онлайн- або офлайн-середовищі. Виділяють чотири основних типів мемів: текстові, ілюстративні, креалізовані та відеомеми. Кожна категорія мемів має свої унікальні особливості та використання, що відображають широкий спектр виразності та комунікації в онлайн-середовищі.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в ґрунтовному аналізі комунікативно-прагматичних особливостей англійськомовних інтернет-мемів. Це включає такі аспекти, як способи використання мемів для вираження соціальних, культурних і політичних переконань, роль мемів у формуванні та поширенні думок, а також їх вплив на мовленнєву поведінку та взаємодію в онлайн-спільнотах.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гавриленко К. М., Чугай О. Ю. Лексичні особливості інтернет-мемів. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. Вип. 208. С. 99–104.
2. Зінченко О. В. Психологічний аналіз явища інтернет-мемів. *Теорія і практика сучасної психології*. 2017. № 1. С. 58–63.
3. Сучков Д. Г. Трансформація аудіовізуальної культури в епоху соціальних медіа: дис. д-ра філософії 034. Київський нац. університет культури і мистецтв. 2024. 200 с.
4. Чаплак Я., Чуйко Г. Специфіка Інтернет мемів у інтернет-просторі сучасного суспільства. *Scientific Collection «InterConf+»*. 2022. Вип. 18 (95). С. 337–350.
5. Dawkins R. *The Selfish Gene*. Oxford University Press, 1976. 224 p.
6. Meme noun – Definition, pictures, pronunciation and usage. *Oxford Learner`s Dictionary*: web-site. URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/meme> (дата звернення : 15.03.2024).

*Лехман Владислава
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Воловик А. А.*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ ЯК ВИДУ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Вступні зауваження. Аудіовізуальний переклад, один із найбільш популярних та затребуваних видів перекладацької діяльності, полягає в адаптації фільмів, серіалів та інших телевізійних програм для іншомовних глядачів. Щороку на світовому ринку з'являється тисячі нових фільмів, які потребують перекладу та адаптації. Незважаючи на свою популярність, аудіовізуальний переклад залишається одним із найменш досліджених аспектів перекладацької сфери, що підкреслює актуальність його дослідження.

Метою дослідження є визначення загальних особливостей аудіовізуального перекладу.

Задля досягнення зазначеної мети в роботі потрібно вирішити низку завдань: ознайомитися з поняттям аудіовізуального перекладу; розглянути його основні види та методи класифікації; визначити специфіку аудіовізуального перекладу.

2. Основна частина. У сучасному перекладознавстві поняття аудіовізуального перекладу відіграє важливу роль і привертає увагу як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Незважаючи на те, що цей вид перекладу існує впродовж усієї історії кінематографа, він досі не має належного наукового обґрунтування в якості окремої галузі перекладацької діяльності. Науковці не дійшли єдиної думки щодо визначення та класифікації аудіовізуального перекладу. Одні дослідники вважають його ідентичним кіноперекладу, інші – більш широким поняттям, яке охоплює різні види перекладу, що використовується в аудіо- та відеопродукції.

Вчені розглядають аудіовізуальний переклад як процес, під час якого вербальний контент передається мовою цільової аудиторії, забезпечуючи його синхронізацію з візуальним компонентом. Це означає передачу значень через обидва основних канали сприйняття: зоровий і слуховий. Важливо наголосити, що аудіовізуальний переклад – це складний процес, який вимагає співпраці перекладачів з іншими фахівцями, такими як редактори та актори озвучення.

Деякі дослідники розглядають аудіовізуальний переклад як передачу вербального змісту відеоряду, забезпечуючи його синхронізацію з аудіорядом. Інші підкреслюють, що аудіовізуальний переклад має полімодальний характер, оскільки включає різні семіотичні коди, які необхідно враховувати під час перекладу [2: 70].

Виділяють три основні види аудіовізуального перекладу: дубляж, субтитрування та синхронний переклад. Дубляж – це повне озвучення фільму

мовою перекладу, синхронізоване з рухами губ акторів в оригіналі. Цей вид перекладу є найдорожчим, але і найприроднішим для глядача. Субтитрування – переклад реплік героїв фільму у вигляді тексту, який з'являється внизу екрана. Цей вид перекладу дешевший і простіший, але вимагає прочитання тексту, що може відволікати від зорового сприйняття фільму. Синхронний закадровий переклад – це накладання перекладу цільовою мовою на оригінальну звукову доріжку фільму. Цей вид перекладу використовується рідше, оскільки може бути складно зрозуміти інтонації та емоції акторів [1: 82].

Вибір типу перекладу залежить від багатьох факторів, таких як бюджет, цільова аудиторія, жанр фільму та культурні особливості країни. Дублювання поширене в таких розвинених країнах, як Франція, Німеччина, Італія та Іспанія. У цих країнах вважають, що дублювання допомагає зберегти чистоту мови і сприяє зміцненню національної свідомості. Субтитрування поширене в скандинавських країнах, Нідерландах, Бельгії, Португалії, Греції та Ізраїлі. Синхронний закадровий переклад використовується в країнах, де дублювання є надто дорогим, наприклад, в Україні. Також цей вид перекладу часто використовується для документальних фільмів та інтерв'ю. Дедалі популярнішим стає аматорський переклад. Аматори перекладають фільми та серіали самостійно, і такі роботи можна знайти в Інтернеті. Якість аматорських перекладів може бути різною, але вони дозволяють глядачам значно раніше переглядати новинки кіноіндустрії [4].

Перекладачі, які займаються аудіовізуальним перекладом, використовують різні методи, такі як:

- 1) *транслітерація* (*London* – Лондон; *Zahar Berkut* – Захар Беркут);
- 2) *транскрибування* (*Paris* – Париж; *gentleman* – джентльмен);
- 3) *калькування* (*White House* – Білий дім; *Salvation Army* – Армія порятунку);
- 4) *описовий переклад* (*The Tommies were numbered, formed fours, right turned and marched away.* – Рядових солдат порахували, вишикували по чотири, повернули праворуч і відвели геть.);
- 5) *трансформаційний переклад*:
 - *перестановка* (*They silently passed the studio.* – Повз майстерню вони пройшли мовчки.);
 - *контекстуальна заміна* (*Sir, she, being his wife will not, according to custom, mention his name (M.R. Anand).* – Пане, їй, як дружині, згідно звичаю не можна називати ім'я свого чоловіка.);
 - *конкретизація* (*He works in recruiting campaign.* – Він працює у компанії з набору на військову службу.);
 - *генералізація* (*Can't I have a little peace?* – Ви можете дати мені спокій?);
 - *додавання* (*They took her to the Tower of London.* – Вони показали їй стародавню лондонську фортецю Тауер);
 - *упущення* (*Put it away!* – Ану сховай!),

– антонімічний переклад (*Hold on, please.* – Не кладіть слухавку, прошу).

Одним із основних викликів аудіовізуального перекладу є передача емоцій, гумору та культурних алюзій, які часто є незрозумілими для іноземних глядачів. Відповідно, перекладачі повинні знайти адекватні аналоги жартів, іронії та гумору, щоб зберегти задум автора.

Не менш важлива передача культурного контексту, адже різні культури мають свої особливості та вирази. Перекладач повинен дотримуватися балансу між культурами мов оригіналу та перекладу, щоб аудиторія могла правильно сприймати фільм [3].

Аудіовізуальний переклад виконує важливу роль у культурному обміні та взаєморозумінні, оскільки завдяки йому глядачі з усього світу можуть насолоджуватися кінопродукцією з різних країн. Для того, щоб успішно виконувати свою роботу, перекладачі повинні бути висококваліфікованими та володіти знаннями з різних галузей.

3. Висновки. Стрімкий розвиток кіноіндустрії у світі спричинив зростання потреби в аудіовізуальному перекладі. Науковці з різних країн досліджують теорію та практику цього виду перекладу, хоча й не мають єдиного визначення.

У ході дослідження також було з'ясовано, що основними видами аудіовізуального перекладу є дублювання, субтитрування та синхронний закадровий переклад. Кожен з них має свої особливості, переваги та недоліки, які впливають на вибір перекладацьких стратегій.

Переклад кінофільмів – це складний процес, адже він вимагає не лише точного перекладу слів, але й передачі емоційної палітри оригіналу. Перекладач повинен бути всебічно розвиненим, володіти знаннями, досвідом та розуміти культурні особливості.

Аудіовізуальний переклад – це не просто передача слів, а й емоцій та культурного контексту, що робить його складною, але й надзвичайно цікавою сферою для дослідження.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Каліщак Т. Т., Радецька С. В. Субтитрування як вид аудіовізуального перекладу: переваги та недоліки. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки.* 2016. Кн. 2. С. 81–84.

2. Кузенко Г. М. Кінопереклад як особливий вид художнього перекладу (на матеріалі англійської мови). *Одеський лінгвістичний вісник.* 2017. Вип. 9(3). С. 70–74.

3. Лукьянова Т. Г. Теоретичні аспекти кіноперекладу з англійської на українську. URL : <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/b20afac8-945d-43bd-a08f-975cbf4d53a1/content> (дата звернення: 07.01.2024)

4. Kara Rader, Kimberly A. Neuendorf & Paul D. Skalski. International Film and Audio-Visual Translation. *Journal of Intercultural Communication*, 2016. Issue 42, November. P. 1–20.

*Луцишина Наталія
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри загального та прикладного мовознавства і слов'янської філології ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Гарбера І.В.*

ЛЕКСЕКО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФРАЗЕОЛОГІЧНІ МАРКЕРИ КОНФЛІКТУ В МЕДІА-ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ОНЛАЙН-ЗМІ)

Дискурс – цілісна комунікативна подія, що містить комунікантів і повідомлення, зумовлюється когнітивними, мовними й позамовними чинниками. Під час цього процесу відбувається обмін інформацією та чиниться певний комунікативний вплив [3]. У сфері ЗМІ комунікантами є автор певного повідомлення (статті, коментаря до неї) та читач. На відміну від усної комунікації, медіа-дискурс є розлогішим, аргументованішим та структурованішим. Відбір слів та граматичних конструкцій відбувається за законами писемного (друкованого) спілкування. Цей вид дискурсу має потенційну небезпеку маніпулювання людською свідомістю [1].

Для дослідження маркерів конфлікту були обрані контексти з корпусу текстів ГРАК. Пошук здійснювався в онлайн-ЗМІ: “Zaxid.net”, “UNIAN.NET”, “LB.ua”, “Новини Хмельницького “Є””. Виокремлені слова-тригери, які використовуються для вираження негативної оцінки певної події та / або особи і можуть спричинити конфлікт.

Лексико-семантичні маркери конфлікту в медіа-дискурсі:

1) негативнооцінні субстантиви (та / або навіть нецензурного, пейоративного відтінку): *алкаш*: «Там і без медкомісії видно, що людина – *алкаш*, але військкомат вирішив, мабуть, що обличчя такого вигляду достойне представляти ЗСУ і підходить для виконання бойових завдань» (Онлайн-ЗМІ “Zaxid.net”); *бездарність*: ««Кадирівці», яких в Україні прозвали ТікТок-воїнами за абсолютну *бездарність* на полі бою, вирішили продемонструвати свою «хоробрість», але вистава не вдалася – її зіпсували ляпи» (Онлайн-ЗМІ “UNIAN.NET”); *бидло*: «Вони не вірять у солдата, для них солдат – це *бидло*, для них є генерали, полковники, піар, воєнкори, телеканал «Звезда» і оця совкова система, яку ми перебороли» (Онлайн-ЗМІ “LB.ua”); *бридота*: «Яка *бридота*: Тест на «людяність» заклад не склав ще тоді, коли на початку війни вирішив не видавати співробітникам зарплату. Зібрати петицію і закрити цю шарашкину контору» (Онлайн-ЗМІ “UNIAN.NET”); *валянок*: «Прилетів дрон, подав знак «Давай за мною, валянок!» та провів під конвоєм орка аж до місця, де на нього чекали наші воїни» – написав волонтер Сергій Притула, оприлюднивши відео, яке йому надали у підрозділі К2 54 ОМБр» (Онлайн-ЗМІ “UNIAN.NET”); *гнида*: ««Оце гнида»: Софія Стужук, яка зрадила Україну, зважилася на відчайдушний вчинок Стужук незвичайним способом хотіла привернути увагу до свого майбутнього розіграшу» (Онлайн-ЗМІ “UNIAN.NET”) та ін.;

2) негативнооцінні ад'єктиви: *бездарний*: «Насправді ж, як зауважує Олександр Коваленко, сьогоднішній вклад до неподобства *бездарний* і примітивний: «Просто достатньо подивитися відео, щоб зрозуміти, наскільки це халтурна брехня»» (Онлайн-ЗМІ «Новини Хмельницького «Є»»), *відморожений*: «Тобто зараз у ринку складається враження, що дії Китаю визначає не лише *відморожений* Цзіньпін, який бажає увійти в пантеон до Мао і Сяопіна, та задля задоволення свого его здатний кинути країну у антиринкове вогнище занепаду» (Онлайн-ЗМІ «Наші гроші») ; *дикий* «Цей *дикий* фейк спростувала, навіть, російська «Новая газета»» (Онлайн-ЗМІ «Новини Хмельницького «Є»») та ін.;

3) негативнооцінний субстантив + негативнооцінний ад'єктив: *бункерний дідуган*: «*Бункерний дідуган* зазначив, що «країна перебуває у стані війни з «колективним Заходом» (Онлайн-ЗМІ «Zaxid.net»), *безсоромний запродаєць*: «Звинувачувати Президента Порошенка в 130 злочинах на користь агресора може хіба що безнадійний невіглас, *безсоромний запродаєць* чи відвертий ворог» (Онлайн-ЗМІ «LB.ua»), *кремлівський блазень*: «*Кремлівський блазень* погрожував «капітуляцією Києва» (Онлайн-ЗМІ «UNIAN.NET») та ін.

Фразеологічні маркери конфлікту медіа дискурсу: *з горем навпіл*: «Однак, доки колишня дружина жила у Хмельницькому, то ще з *горем навпіл* я міг бачитися з дитиною: коли забирав сина з садочка, коли міг провести з ним вихідний» (Онлайн-ЗМІ «Новини Хмельницького «Є»»), *дивиться вовком*: «Ми ж сьогодні не *дивимось вовком* на французів – а, до речі, по Рівненщині і по Волині певні південні колони великої армії Наполеона проходили, і вони тут також не різдвяні подарунки йшли роздавати» (Онлайн-ЗМІ «Zaxid.net»), *хапатись за голову*: «Ми робимо це, щоб потім не *хапатись за голови* і не кричати, як сильно ми їх боїмося» (Онлайн-ЗМІ «LB.ua») та ін.

Отже, лексико-семантичні та фразеологічні маркери конфлікту в медіа-дискурсі є досить продуктивними.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. К., 2009. 344 с.
2. Білоконенко Л.А. Українськомовна репрезентація міжособистісного конфлікту: дис. на здобуття наук. ст. д.філол.н. зі спец. 10.02.01 – українська мова. Дніпро, 2016. 454 с.
3. Войцехівська Н.А. Конфліктний дискурс в українській художній літературі: структурний, семантичний, комунікативний і лінгвокогнітивний аспекти: дис. на здобуття наук. ст. д.філол.н. зі спец. 10.02.01 – українська мова. Київ, 2018. 512 с.
4. Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК). URL: <https://uacorpus.org/Kyiv/ua>

*Мазуренко Яна
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент Бойван О. С.*

РОЗВИТОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТЕКСТУ В ПРОЦЕСІ РЕФЕРУВАННЯ СТАТЕЙ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ВИДАННЯ «THE ECONOMIST»

У сучасному світі освіти, акцент на розвиток критичного мислення серед студентів стає важливим завданням. Критичне мислення, як ключова компетенція, стає фундаментальним елементом процесу навчання, оскільки воно сприяє аналізу, оцінці та критичному осмисленню інформації. На думку Баханова К., поняття «критичне мислення» в освітній діяльності зазнало суттєвих змін. Сьогодні це такий тип мислення, що передбачає практичне застосування наукового підходу до розв'язування життєвих, професійних, особистих проблем тощо; він вбирає у себе синтетичне і аналітичне, теоретичне і практичне, репродуктивне і продуктивне мислення [1: 4].

Критичне мислення як мислення вищого порядку розглядає психолог Чуба О.: «Таке мислення спирається на інформацію, усвідомлене сприйняття власної інтелектуальної діяльності та діяльності інших, яке сприяє розвитку такої особистісної риси, як креативність, і формує творче мислення, а отже, творчу особистість» [4: 202].

Розвиток критичного мислення є одним з перших пріоритетів у сучасній системі освіти, сприяє зростанню гнучких та самостійних особистостей. Це процес, що сприяє формуванню навичок аналізу, оцінки та самостійного ставлення до інформації. Важливо відзначити, що цей процес сприяє не лише засвоєнню фактичних знань, але й розвитку креативності та здатності шукати новаторські рішення. Критичне мислення також відкриває можливості для самовираження та формулювання власних думок. Студенти, навчаючись критично оцінювати інформацію, стають більш самостійними у формулюванні власних поглядів та думок, що робить їх активними учасниками навчального процесу.

Предметом роботи на заняттях з інтерпретації тексту є реферування статей. Реферування передбачає: науковий аналіз та оцінювання інформації первинного документа – монографії, статті, доповіді тощо (визначення її цінності); рекомендування (просування) через ті чи інші ресурси соціально важливої інформації, потрібної користувачам для певної суспільної діяльності. Згортання змісту первинного документа у процесі реферування ув'язується з поглибленим аналізом його тексту і відбором з нього найважливішої змістової інформації: основних положень, фактичних даних, результатів, висновків, рекомендацій, прогнозів тощо [2]. На заняттях з інтерпретації тексту

педагогічно-науковий колектив Донецького національного університету імені Василя Стуса обрав працювати над матеріалами англomовного видання «The Economist» з метою розвитку критичного мислення у студентів. «The Economist» – щотижневий англomовний журнал, де описуються різні глобально-орієнтовані теми такі як: політичні події, міжнародні відносини, фінансові, економічні й ділові новини, а також наука, культура і спорт. Одним з найголовніших завдань студентів є аналіз матеріалу на наявність когезії. Дослідниця Рябова К. зазначає, що у лінгвістиці когезія визначається як використання мовних засобів для позначення зв'язку в тексті чи речення визначається як зв'язки, які тримають текст і надають йому значення [3: 175]. Рябова додає, що когезія визначається як зв'язки, які тримають текст і надають йому значення. Висновком цих слів буде твердження, що когезія сприяє розвитку критичного мислення й застосовується у процесі реферування. Адже у процесі написання стислого викладу статті здобувачеві слід передати основну узагальнену інформацію, що буде більш ефективним за умови дотримання когезії автором у вихідному тексті, оскільки легше виділити ключові моменти та ідеї. Критичне мислення також передбачає здатність розуміти взаємозв'язки між різними частинами тексту та їх вплив на загальну думку або повідомлення. Когезія в тексті допомагає встановлювати ці зв'язки, що в свою чергу полегшує розуміння та оцінку матеріалу під час реферування.

Разом з тим, важливо також дотримуватися правильної структури реферування. Наприклад, викладачі-дослідники Університету Трента структурують реферування на три частини: вступ "*introduction*", основна частина "*body*" та висновок "*conclusion*". У вступі важливо чітко сформулювати статтю, тему, питання або мету статті, тезу і висновки. Основні абзаци аргументативного реферування статті пояснюють, як аргументи і докази підтримують тезу. Натомість, абзаци основного тексту емпіричної статті пояснюють методи і результати та пов'язують їх з передбаченнями. Висновок пояснює важливість аргументів або результатів. Така структура гарантує, що реферування буде цілеспрямованим і чітким [5]. Отже, науково-педагогічні працівники, які забезпечують якість освітньої програми «Англійська та друга іноземна мова та література (переклад включно)» Донецького університету імені Василя Стуса обирають для себе чітку структуру, відповідно до поданих варіантів реферування, де є вступ, основний абзац та висновок. У вступі студент має визначити об'єкт реферування, загальну описану проблему, вказати назву статті, автора, дату та місце публікації (якщо така інформація є). У наступному абзаці студент визначає основні думки автора статті. Використовуючи при цьому лише свої слова, не копіюючи тексту оригіналу, щоб уникнути плагіату. Тут подаються аргументи думки автора, загальний зміст статті описується коротко. У висновку студент зазначає остаточну позицію автора, підсумовуючи його переконання та свої аргументи до цього.

Зокрема, для якісного реферування і дотримання когезії студент повинен вживати певні фрази та конструкції, які зроблять його розширену анотацію більш лаконічною та правильною. Для вступу можна використовувати певні

фрази, що допомагають краще розкрити задумку автора, такі як: *"The article deals with"*, *"The author gives detailed information about / description of"*, *"It is often said that"*, *"The article is devoted to"*. Також необхідно приділяти увагу зв'язності абзаців розширеної анотації, тобто слідувати когезійності за допомогою використання таких фраз: *"Firstly, let us take a look at"*, *"Secondly / Thirdly"*, *"Furthermore / in addition"*, *"On the one hand / on the other hand"*. Слова та словосполучення, які можуть надати емоційності підсилення аргументів також рекомендуються. Наприклад, *"Obviously"*, *"Specifically"*, *"It should be noted"*, *"In fact/ Indeed"*. Також слід використовувати заключні фрази, що конструктивно зможуть підвести до логічного завершення реферування, зберігаючи основні вимоги когезії під час написання стислого викладу тексту. Такими можуть слугувати *"As a result"*, *"To sum up"*, *"Taking everything into consideration"*, *"All things considered"*.

Впровадження методології критичного мислення у навчальний процес, особливо на заняттях з інтерпретації тексту та реферування статей, є надзвичайно важливим та перспективним напрямом. Аналіз концепції реферування підтверджує, що його суть полягає у змістовному викладі основних моментів тексту без додавання власних думок чи аналізу. Елементи успішного реферування включають уміння виділити головну ідею, використання чіткої та об'єктивної мови, а також розрізнення суттєвої та несуттєвої інформації. Такий підхід сприяє розвитку аналітичних навичок студентів та формує їхню здатність чітко висловлювати власні думки та аналізувати інформацію.

Укладений викладачами алгоритм написання реферування статей сприяє систематизації та усвідомленню процесу реферування, адаптуючи його до конкретних потреб та вимог освітньої програми й розвиває навички критичного мислення, допомагаючи студентам ефективно аналізувати та висловлювати свої думки у письмовій формі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Баханов К. О. Технологія розвитку критичного мислення як психолого-педагогічне явище. *Історія та правознавство*. 2008. № 33. С. 4–10.
2. Негрейчук І.О. Реферування. *Українська бібліотечна енциклопедія* : веб-сайт. URL : <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%> (дата звернення : 06.04.2024).
3. Рябова К. О. Цілісність і зв'язність як основні текстуальні категорії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31 (70) № 4 Ч. 2. С. 172–179.
4. Чуба О. Формування критичного мислення як психологічно-педагогічна проблема сучасності. *Педагогіка і психологія професійної освіти* 2013. № 3. С. 202–208.
5. Writing Article Summaries. *Academic Skills* : веб-сайт. URL : <https://www.trentu.ca/academicskills/how-guides/how-write-university/how-approach-any-assignment/writing-article-summaries#writing> (дата звернення : 06.04.2024).

**Марковська Ульяна
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент Бойван О. С.*

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ВИКОРИСТАННЯ ГІПЕРБОЛ ТА ЛІТОТ У РОМАНІ МЕДЛІН МІЛЛЕР «ЦИРЦЕЯ»

Наукова розвідка «Загальні принципи використання гіпербол та літот у романі Медлін Міллер «Цирцея» присвячена дослідженню специфіки використання художніх засобів гіперболи та літоти на основі вище зазначеного твору. Як відомо, гіперболи та літоти є одними із найважливіших стилістичних прийомів у літературі та мові загалом. Їх вживання дозволяє авторам та мовцям виражати ідеї та почуття за допомогою перебільшення або применшення, що робить висловлення більш експресивним та ефективним, й аналізований твір не є виключенням.

Гіперболою вважається явне перебільшення, що посилює експресивність висловлювання і надає йому емоційність. Гіперболічне перебільшення використовується навмисне, і застосовується автором не для того, щоб помилково зобразити справжні якості і властивості обговорюваного, а з метою, щоб передати свої емоції. О. О. Потебня висловлювався з приводу сутності гіперболи, її емоційного значення так: «Гіпербола є результат як би деякого сп'яніння почуттям, яке заважає бачити речі в їх справжніх розмірах. Тому вона рідко, лише у виняткових випадках, зустрічається у людей тверезої й спокійної спостережливості. Якщо згадане почуття не може захопити слухача, то гіпербола стає звичайною брехнею» [3: 136].

О. А. Галич підкреслює, що гіпербола в своїй основі завжди має елемент паної абсурдності, вона різко протистоїть здоровому глузду та соціальному досвіду. Гіпербола не може не привернути до себе увагу, так як є певною несподіванкою, яка сильно руйнує та змінює читацьке сприйняття [223: 1].

Гіпербола – це літературний засіб виразності. Зазвичай, цей прийом застосовується із єдиною метою звернути увагу слухача представлену ситуацію чи деякі її властивості і створити слухача спотворене, перебільшене уявлення про цю ситуацію чи її властивості [1: 4–37].

У художніх творах автор не прагне використовувати вже готові мовні засоби й образи, а створити власні, неповторні гіперболи. Медлін Міллер використовує гіперболи для зображення могутності богів та для перебільшення деяких ознак та подій: *"I have seen her do a thousand such tricks a thousand times."* У цьому твердженні гіпербола використовується, щоб підкреслити те, що споглядач бачив *"тисячі разів"* такі *"тисячі трюків"*, і перебільшує кількість та частоту їх виконання. *"Men and gods paid dearly for the chance to breed from their blood, and my father's treasury was said to rival that of the king of the gods himself."* Тут гіпербола використовується для підсилення значення, що

деякі люди та боги платили дуже високу ціну, а також для порівняння батьківського скарбу з тим, що належить самому царю богів. *"The pain was such as I had never imagined could exist, a searing agony consuming every thought."* У цьому висловлюванні гіпербола використовується для підсилення сили та інтенсивності болю. Ствердження перебільшує враження про неймовірну силу та страждання особи.

Літота представляє собою засіб вираження позитивної характеристики, куди входять слова, що описують поняття чи риси, які можуть мати негативний відтінок. Це троп, який включає художнє зменшення або пом'якшення якостей, величини, сили чи значення зображуваного об'єкта або явища для підсилення емоційного впливу та вираження авторської оцінки. Літота виступає як форма мейозису та протилежність гіперболи.

В. В. Грещук у «Навчальному словнику стилістичних термінів» наводить наступне визначення термінів «літота» та «мейозис»: літота є різновидом мейозису, в якому відбувається пом'якшення категоричності оцінки через заперечення протилежного поняття, часто за допомогою антонімів: непоганий - хороший; нелегко – важко [2: 38]. Мейозис ж є тропом, суть якого полягає у навмисному применшенні інтенсивності ознаки або перебігу дії, розміру та кількості предметів, значущості чого-небудь: *нічого, нічогенько, пристойно, гріх скаржитися - добре*. Мейозис та літота нерідко ототожнюються, але вони не є однаковими [2: 39].

У літературних колах багато поетів та письменників використовували цю концепцію для передачі дивних і яскравих образів та створити специфічний ефект для читача. Літоти служать для письменників способом висловити скромність, розсудливість або словесну іронію, роблячи твердження про те, що «є», заявляючи, чого «нема».

Медлін Міллер використовує літоти для применшення або заперечення значення, що дозволяє їй підкреслити скромність, неприємність або беззначність персонажів або об'єктів. *"Least of the lesser goddesses, our powers were so modest they could scarcely ensure our eternities."* Тут літота використовується для підкреслення малозначності сил богинь. *"Least of the lesser"* применшує їхню важливість, а *"scarcely ensure"* вказує на те, що їхні зусилля малопродуктивні. *"There is a sharpness to it that is less than pleasing."* Літота використовується для применшення гостроти обличчя, що робить героїню менш приємною. *"I was nothing, a stone. One more nymph child among the thousand thousands."* У цій ситуації літота використовується для підкреслення беззначності або непомітності особи, що говорить. Вона вважає себе «нічим», або «каменем».

Проаналізувавши використання гіпербол та літот у художній літературі, а саме в романі Медлін Міллер «Цирцея», було досліджено їхню специфіку використання в сучасних напрямках філології. Тобото, гіперболи та літоти відіграють важливу роль у літературі та мові загалом, надаючи висловлюванням більшу експресивність та ефективність. Гіпербола використовується для перебільшення, вона допомагає авторові передати свої

емоції та почуття, надаючи тексту виразність та яскравість. Літота, навпаки, служить для применшення або заперечення значення, що дозволяє авторові висловити скромність, розсудливість або іронію. Медлін Міллер вдало використовує гіперболи та літоти для створення живих образів, підкреслення ключових моментів та передачі емоційної насиченості у романі «Цирцея».

Отже, загальні принципи використання та аналіз гіпербол та літот у романі Медлін Міллер «Цирцея» свідчать про їхню важливу роль у творчому процесі та здатність до ефективного використання для створення живих та емоційно насичених образів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Галич О.А. Теорія літератури: підручник для студ. філол. спец. вищ. закладів освіти. О. Галич, В. Назарець, Є. Васильєв; за наук. ред. О. Галича. Київ : Либідь, 2001. 488 с.

2. Ґрещук В.В. Стилїстика української мови. Короткий словник термінів. Уклала Валентина Ґрещук. Івано-Франківськ : НАІР, 2023. 82 с.

3. Потебня О.О. Естетика і поетика слова : збірник. Упоряд., вступ. ст., приміт. І. В. Іваньо, А. І. Колодної; Пер. А. Колодної. Київ : Мистецтво, 1985. 302 с.

4. Circe. Madeline Miller. Bloomsbury Publishing. 2018.

5. Claudia Claridge. Hyperbole in English: a corpus-based study of exaggregation. 2011. 301p.

*Мартинюк Аліна
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології
ДонНУ імені Василя Стуса,
доктор філософії з філології Стрюк Н. В.*

ВИКОРИСТАННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ФІГУР І ТРОПІВ У НАПИСАХ НА ОДЯЗІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ МОДИ

1. *Вступні зауваження.* Здійснення комунікативного впливу на цільову аудиторію потенційних споживачів та реалізація потреби особистості в самопрезентації частково відбувається завдяки стилістичному забарвленню написів на одязі. Проблемі зіставного дослідження засобів образності та виразності у мікротекстах на вбранні присвячені праці Н. Стрюк [6; 8], проте існує потреба в ґрунтовному аналізі стилістичних прийомів у написах на одязі в англійськомовному дискурсі моди.

Актуальність наукової розвідки випливає з постійного зростання інтересу до моди та впливу мови на формування модного образу, що робить важливим дослідження використання стилістичних фігур і тропів у написах на одязі в англійськомовному дискурсі моди.

Мета пропонованого дослідження полягає в аналізі використання фігур і тропів у написах на одязі в англійськомовному дискурсі моди та їх впливу на сприйняття та споживання брендового вбрання. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: аналіз фігур і тропів, які використовуються у написах на одязі відомих брендів; визначення семантики та стилістичних особливостей таких текстів; дослідження впливу засобів виразності на споживачів модного вбрання.

Матеріалом дослідження слугують 300 англійськомовних написів на одязі, які були отримані шляхом суцільної вибірки з інтернет-магазинів брендів одягу, серед яких зокрема Zalando, Lyst, Modesens.

2. Результати дослідження. Тексти на вбранні повинні привертати увагу як споживача, так і оточуючих, які сприйматимуть написане на одязі. Великою мірою це залежить від оригінальності. Найкращим способом зробити напис оригінальним та неповторним є використання різноманітних засобів виразності. Згідно М. Ідзьо, стилістичні засоби, як-от метафори, порівняння, перифраз, здатні поєднувати інформативну та експресивну функції. Це, насамперед, дає можливість передати влучно і цікаво інформацію, не витрачаючи для цього надто багато мовного матеріалу, що є важливою причиною їхнього широкого вживання в дискурсі моди [4].

Мовні засоби виразності традиційно називають риторичними фігурами або тропами. Це такі стилістичні звороти, метою яких є посилення образності мовлення. Риторичні фігури роблять мовлення розмаїтим і яскравішим, а значить, привертають увагу читача, збуджують в ньому емоції, примушують замислитися [7]. Тропи і фігури розглядаються як явища, що мають спільні та відмінні ознаки: їх вважають відхиленням від загальноприйнятих висловлень, тобто і фігури, і тропи не є нейтральними. Такі засоби є суб'єктивно-емоційними (це виражено їхнім змістом), бо мають конкретного автора-мовця і аксіологічними, оскільки містять певну оцінність, для чого й утворюються. І тропи, і фігури – це своєрідне переосмислення з різним ступенем зміни семантики, яким властива фігуральність (образність) [3].

У сучасній лінгвістиці немає усталеного погляду на визначення понять «фігури» і «тропа» [1]. Оскільки відмінність між тропами і фігурами не є принциповою для нашого дослідження, тому ми ігноруємо її на користь синонімічного використання цих термінів.

У результаті аналізу досліджуваних мікротекстів було встановлено, що написи на одязі в англійськомовному дискурсі моди характеризуються використанням таких стилістичних фігур і тропів: епітети, порівняння, метафори та оксюморон.

2.1 Епітет – один із основних тропів, художнє образне означення, що підкреслює характерну рису, визначальну якість предмета, поняття, дії [5: 338]. Стилійстична функція епітета – створення художньої виразності, яка поєднується з позитивною або негативною оцінкою. Всього налічується 150 написів, у яких вживаються епітети, що становить 50%, наприклад:

1) Емоційні висловлювання, що виражають почуття та ставлення до людей, предметів і явищ: *DELICATE ECOSYSTEM* ‘Делікатна екосистема’; *RADIANT BRIDE* ‘Сяюча наречена’.

2) Сенсорні назви стосуються почуттів і відчуттів та описують об’єкти за кольором, запахом, смаком і дотиком: *WARM SMILE ICY GLARE* ‘Тепла посмішка, холодний погляд’.

2.2 Образне порівняння потрактовують як вираз, що виникає внаслідок зіставлення одного предмета, явища чи поняття з іншим на основі їхніх спільних ознак [9: 383]. Написи, для яких характерним є використання образних порівнянь складають 80 одиниць, що становить 26,8%, наприклад: *BRIGHT MIND LIKE SUN* ‘Розум яскравий як сонце’; *TEMPER HOT AS TEA* ‘Темперамент гарячий як чай’; *HER EYES LIKE OCEAN* ‘Її очі як океан’; *BUSY AS A BEE* ‘Зайнята як бджола’.

2.3 Метафора – це один із найпоширеніших тропів, що виникає в результаті вживання слова в переносному значенні за схожістю означуваного предмета з іншим [5]. Використання метафор робить написи на одязі цікавішими та ближчими до реципієнтів. Вони привертають увагу, інколи має гумористичний ефект та завжди краще сприймаються, ніж звичайний текст. У результаті аналізу емпіричного матеріалу було виділено 50 метафоричних написів, що складає 16,6%. У досліджуваних текстах виділяємо такі семантичні групи метафори:

1) Антропна метафора, наприклад: *SHE HAS A HEART OF GOLD* ‘В неї золоте серце’; *WIND WHISPERS SECRETS* ‘Вітер шепоче секрети’.

2) Артефактоморфна метафора, наприклад: *LABYRINTH OF THOUGHTS* ‘Лабіринт думок’; *HEART IS A LOCKED CHEST* ‘Серце – це замкнена скриня’.

3) Істотоморфна метафора. Наприклад: *FRIENDSHIP WEATHERED STORMS* ‘Дружба, що пережила бурю’.

4) Сенсорна метафора, наприклад: *THE TASTE OF VICTORY IS SWEET* ‘Смак перемоги солодкий’; *THE SOFT LIGHT OF DAWN* ‘М’яке світло світанку’.

5) Екоморфна метафора, наприклад: *I RADIATED WARMTH* ‘Я випромінюю тепло’.

6) Ботаноморфна метафора, наприклад: *RELATIONSHIPS BLOOM AND FLOURISH* ‘Відносини розквітають і процвітають’; *BLOSSOMED WITH CREATIVITY* ‘Розквітнув творчістю’.

7) Зооморфна метафора, наприклад: *LOYALTY OF A FAITHFUL DOG* ‘Вірність вірного пса’; *TIME FLIES* ‘Час летить’; *OCEAN ROARS WITH ITS MIGHTLY WAVES* ‘Океан бушує своїми могутніми хвилями’.

2.4 Оксюморон тлумачать як тип висловлювання, в якому різко контрастні, діаметрально протилежні слова поєднуються для створення нової семантичної якості або несподіваного експресивного ефекту [2: 505]. Написи на одязі, в яких використовується оксюморон налічують 20 одиниць, що становить 6,6 %. Наприклад: *TERRIBLY HANDSOME* ‘Страшно вродливий’; *BITTERSWEET* ‘Гірка радість’.

3. *Висновки*. Фігура мови потрактовуються як різні мовленнєві конструкції, які надають мові стилістичну значимість, образність і виразність. Використання таких стилістичних засобів у текстових принтах підсилює комунікативний ефект та вплив на потенційних споживачів брендового одягу, а також сприяє реалізації потреби в самопрезентації носія такого вбрання.

Половина аналізованих написів на одязі характеризується використанням епітетів; більше ніж чверть досліджуваних мікротекстів містить образні порівняння. Метафоричні написи на вбранні є менш продуктивними і становлять 16,6%. Найменш чисельними ж тексти, в яких використовується оксюморон (6,6%).

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в подальшому ґрунтовному аналізі інших стилістичних засобів (синтаксичних, фонетичних, графічних) у написах на одязі в англійськомовному дискурсі моди.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Берегова О. А. Проблеми дефініцій понять стилістичний засіб, фігура, троп і стилістичний прийом. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2016. № 29. С. 25–35.

2. Гром'як Р. Т. Ковалів Ю.І. Теремко В. І. Літературознавчий словник. К. : ВЦ «Академія», 2006. 752 с.

3. Ємець О. В. Семантика, синтактика та прагматика тропів в аспекті поетизації художньої прози (на матеріалі оповідань Ділана Томаса): дис. ... канд.філол.наук : 10.02.04. 2000. 209 с.

4. Ідзьо М. Я. Стилістичні засоби експресивізації (на матеріалі текстів сучасних польських ЗМІ). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2014. №. 44. С. 107–109.

5. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилістика української мови: за ред. Л. І. Мацько. 2-ге вид. К. : Вища школа, 2006. 462 с.

6. Стрюк Н. В. Фонетичні стилістичні особливості написів на одязі української та англійською мовами. *Типологія мовних значень у діяхронічному та зіставному аспектах* : зб. наук. праць. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. Вип. 37. С. 54–63.

7. Ходаковська, Н. Г. Лексико-стилістичні засоби поетичного мовлення німецьких поетів-символістів. *Філологічні науки*. 2016. Вип.1 (83). С. 107–112.

8. Striuk N. Semantic classification of metaphors in Ukrainian and English inscriptions on clothing. *Ezikov Svyat (Orbis Linguarum)*. 2021. Vol.19 (1). P. 23–33.

9. Wales K. *A Dictionary of Stylistics*. 3rd ed. Routledge, 2014. 496 p.

*Мельничук Ірина
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент Бойван О. С.*

ЕПІТЕТ ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ ПАЛІТРИ ОСОБИСТОСТІ ЖІНКИ В СУЧАСНІЙ ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ПОЛИ ГОУКІНЗ «ДІВЧИНА В ПОТЯЗІ»)

Наукова розвідка «Епітет як засіб творення палітри зовнішності жінки в сучасній художній літературі (на матеріалі роману Поли Гоукінз «Дівчина в потязі») присвячена дослідженню специфіки використання стилістичного засобу епітету задля повного передачі образу жінки на основі вищезгаданого твору. Слід зазначити, що у сучасній філологічній науці спостерігається активний науковий інтерес до проблеми стилістичного вираження епітетів. Незважаючи на значний прогрес у вивченні їхньої ролі у художній літературі, все ще існує дефіцит достатньої методологічної впевненості та високого рівня методологічного розуміння при розгляді функціонального призначення епітетів мови в широкому контексті загальної теорії стилю.

Епітет, у визначенні Л. Мацько, є важливим словесним художнім засобом, спрямованим на образне визначення та акцентування характерних рис, визначальних якостей чи унікальних аспектів предмета, явища чи концепції дії. Вживання епітетів у літературній мові підвищує виразність і барвистість мовного вираження [2: 81–82]. Тобто епітет не лише додає тонкості передачі інформації про конкретний факт, але також здатен викликати емоційну реакцію, збагачуючи сприйняття читача щодо описуваного об'єкта чи явища. Варіативність використання епітетів проявляється в їхній здатності передавати різні рівні емоційності та виразності, а також у різниці ступенів виразності переданої характеристики.

Г. Л. Сташко у свою чергу, зазначає наступне: «Епітет як художнє означення, що підкреслює характерну рису, визначальну якість явища, предмета, поняття, дії та викликає певне ставлення до нього. Може виступати як емоційно-оціночне або експресивно-образне (метафоричне) означення денотата. Цим епітет відрізняється від звичайного чи логічного означення, яке не має емоційності, оціночності чи образності» [4: 138].

Відповідно до цього, саме в образності полягає здатність створити живописний портрет жінки, який в подальшому виражатиме певний символ, зрозумілий одним і загадковий для інших. Такий образ не лише відтворює зовнішність, а й виражає внутрішність персонажа, його почуття, мрії та суперечливості, спонукаючи читача до глибокого розуміння та співпереживання.

Найбільш вичерпний термін епітету надала у своїй роботі О. О. Селіванова: «Епітет – стилістична фігура, троп, що є означенням чи

обставиною в реченні як атрибут предмета, дії, стану й характеризується високою емотивно-експресивною зарядженістю, оціннісністю й образністю. Епітет має метафоричну або метонімічну природу. У широкому розумінні епітет є не лише метафорою чи метонімією, а й будь-яким емоційно-оціночним атрибутом» [3: 145]. Дослідниця в своєму визначенні наголошує, що епітети мають не лише експресивне значення, а й важливий зв'язок з іншими літературними тропами, і розглядає їх у контексті тропеїчної системи мови. Таким чином, загальне тлумачення терміну «епітет» включає в себе стилістичний прийом, що передає особисте сприйняття та уявлення письменника про світ, створюючи образне визначення, яке викликає у читача певні емоції відносно описуваного об'єкта.

Щодо епітетів у романі «Дівчина у потягу», то в ньому використання епітету переважає над усіма художніми засобами. Один з прикладів такого застосування є художнє означення, напр.:

*анг. she is one of those **tiny bird-women** [5: 10];*

*укр. вона з тих **крихітливих жінок-пташок** [1: 10].*

У цьому випадку епітет стосується зовнішності зокрема і позначає мініатюрність описуваної героїні твору. Справедливим буде відмітити те, що у своєму романі Пола Гоукінз акцентувала увагу читача скоріше на емоційному стані персонажів, аніж на зовнішності, напр.:

*анг. I am not the girl I used to be. I am no longer **desirable**, I'm **off-putting** in some way ... or that my face is **puffy** from the drinking and the lack of sleep [5: 14];*

*укр. Я зовсім не схожа на ту дівчину, **якою була раніше**. Більше я **не бажана**, у певному сенсі я **збиваю з пантелику** ... **моє обличчя набрякле** через **пияцтво та брак сну** [1: 14].*

Вивчаючи це, можна помітити переплетіння епітетів, що описують як зовнішній, так і внутрішній стан головної героїні, проте з перевагою в емоційний стан. Це, в свою чергу, в поєднанні з влучно підібраними епітетами зробило особливий вклад у роботу авторки, відкриваючи антигероїв на глибинному емоційному рівні.

Іншими словами, акцент на внутрішньому стані героїнь за допомогою епітетів інтегрує читача у психологічний контекст роману, що розширює спектр світосприйняття самої героїні. Застосування епітетів дозволяє авторці не тільки висвітлювати зовнішні образи героїнь, але й розкривати їхні внутрішні переживання, відчуття та психологічні конфлікти. Цей підхід сприяє формуванню більш глибокого й комплексного портрету героїні, її внутрішнього світу та почуттів. Тож, без сумніву, цей спосіб дозволяє читачеві краще зрозуміти та відчути мотивацію жінки, реакції на події та її внутрішній розвиток. Таким чином, за допомогою епітетів автор поглиблює емоційне зв'язок читача з героїнею, створюючи більш проникливе та інтимне сприйняття її образу.

Досліджуючи феномен епітета, можна зробити висновок, що за цим стилістичним засобом спостерігається висока частота використання в художніх творах, отож це об'єкт великого інтересу для дослідження в галузі

стилістики та теорії літератури. Його важливість обумовлена спектром його функціоналу – він виступає ваговою складовою, без якої мова була б скупою, а художні тексти нечіткі. Одне вдало підібране слово може передати не лише характеристику описуваного об'єкта, а й те, які емоції він викликати. Тим самим, епітети спрямовані на посилення виразності предметів чи явищ, на виділення їхніх найбільш суттєвих ознак.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гоукінз П. Дівчина у потягу : роман / Пола Гоукінз ; перекл. з англ. І. Паненко. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. 320 с.
2. Мацько Л. Стилістика української мови. Підручник / Л. Мацько, О. Сидоренко., 2003. 462 с.
3. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля. Київ, 2010. 844 с.
4. Сташко Г. І Епітет як засіб створення жіночих образів в американському пісенному фольклорі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. № 15. Т. 2. С. 138–139.
5. Hawkins, P. A. *The Girl on the Train*. Novel. L. : Transworld Publishers, 2015. 320 с.

*Мороз Діана
Луцьк*

*Науковий керівник: доцентка кафедри німецької філології
ВНУ імені Лесі Українки,
докторка філософії, доцентка Галицька О.Б.*

НЕОЛОГІЗМИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ ХХІ СТОЛІТТЯ: ТЕМАТИЧНІ АСПЕКТИ

Розвиток будь-якої мови супроводжується постійними змінами: змінюється її звукова, лексична, морфологічна і синтаксична підсистеми. Важливими чинниками мовних змін є цифровізація та глобалізація, які сприяють появі неологізмів, що не тільки відтворюють актуальний стан речей у суспільстві, а й збагачують її іншомовними лексемами.

У німецькій мові ХХІ століття також відбувається постійний розвиток і поява нових слів, які відображають сучасні технології, культурні та соціальні тенденції. Аксель Герольд [1] порівняв приблизно 60 000 ключових слів з Wortwarte I із газетним корпусом і веб-корпусом DWDS. Частота вживання виявила певні тенденції: часовий проміжок – від вересня 2000 р. до кінця 2021 р. Наведемо неологізми, які найчастіше вживалися з моменту їхньої появи, перша десятка у газетному корпусі – це *Smartphone*, *Migrationshintergrund*, *Cineplex*, *twittern*, *Elektromobilität*, *Blogger*, *Homeoffice*, *Zeitfenster*, *Strommarkt* und *Ein-Euro-Job*. *Smartphone* зустрічається в газетних корпусах майже 300 000 разів, тоді як *Ein-Euro-Job* – понад 25 000 разів. Наступні десять

найпоширеніших неологізмів знаходимо у веб-корпусах: *Smartphone, Blogger, verlinken, Permalink, bloggen, googeln/googlen, Firmware, twittern, Kontaktformular, Megapixel*. Як бачимо, ми «перебуваємо в блогосфері».

Метою цих тез є дослідження неологізмів у сучасній німецькій мові за листопад – січень 2023–2024 рр. зі спеціального сайту неологізмів «Wortwarte».

Отож, джерельною базою слугує сайт неологізмів <http://www.wortwarte.de>. Wortwarte – це онлайн-проект, який документує розвиток німецького словникового запасу. Він працює з вересня 2000 року і є цінним ресурсом для лінгвістів, соціолінгвістів та всіх, хто цікавиться сучасними тенденціями в німецькій мові.

Погляд у майбутнє створили професорка Анжеліка Шторпер та її команда з Дортмундського університету, які розробили інтерфейс для Wortwarte, що значно розширив можливості пошуку. Слова, які не були відібрані (наразі їх менше 1,3 мільйона), також будуть доступні через фронтенд.

Про Wortwarte мовили такі медіа:

- онлайн: *heute.de, bild.de, morgenwelt, telepolis, Informationsdienst Wissenschaft, Innovations-Report, Gallileus, sprache.web.de, mediaculture, Lehrer-Online, sciencz.com, ecin.de, yahoo.com;*

- інформаційні агентства: *Deutscher Depeschendienst, Deutsche Presseagentur;*

- газети та журнали: *Schwäbisches Tagblatt, Tagblatt Anzeiger, Stuttgarter Zeitung, Stuttgarter Nachrichten, c't, Leipziger Volkszeitung, Schweriner Volkszeitung, Freie Presse, Sächsische Zeitung, Kreiszeitung Böblinger Bote, Speyerer Tagespost, audimax, Tübinger Universitätsnachrichten;*

- радіо: *SWR1, HR4, RBB, FFH.*

Основними функціями Wortwarte є:

1) виявлення нових слів: проект використовує автоматизовані методи для щоденного виявлення нових слів, що з'являються в різних онлайн-джерелах;

2) документування та підтвердження: виявлені слова перевіряються вручну та публікуються з невеликою затримкою, разом із прикладами їх використання;

3) відстеження тенденцій: аналіз списків нових слів може бути корисним для розуміння того, які теми зараз обговорюються в німецькому суспільстві. Ці списки є цінним джерелом інформації для соціологів, які вивчають зв'язок мови та суспільства.

Wortwarte використовує онлайн-версії журналів та газет як джерела, наприклад: *Spiegel, ZEIT, Handelsblatt, Financial Times Deutschland, Süddeutsche Zeitung, Tagesspiegel, Rheinische Post.*

За моїми спостереженнями на досліджуваному сайті кожного дня з'являються від 5 до 15 неологізмів, які поповнюють лексичний склад сучасної німецької мови. Так, у листопаді цей сайт збагатився ще дев'ятьма словами. У грудні неологізмів було лише шість, але у січні їх кількість зросла у два рази.

У результаті семантичного аналізу отримані неологізми покласифіковано за такими тематичними групами: економіка, професії/кар'єра, здоров'я, культура, медіа, наука і техніка, політика, соціальні мережі, суспільство.

Наведемо приклади:

- *Afterzugparty, Arbeitsausstand, Bargeldversorgung, Einwanderungshaft, Gestaltungshaushalt, Karte-zu-Karte-Überweisung, Onlinesicherheit, Profichallenge, Sanierungsfahrplan, Supererde, zuckerreduziert, Zwergtaggecko* (січнева вибірка);
- *Contentpartnerschaft, Fachkräftelücke, Kontrollquittung, Next-Gen-Update, Überschreitensbeschluss, Voltage-Glitch-Angriff* (груднева вибірка);
- *Bahnhöflichkeit, Bewertungsboard, Hassredeforscher, Kontrollknoten, Leckagesensor, Notlagenbeschluss, Post-Ärger-Tool, Resonanzkette, Triggerereignis* (вибірка листопада).

Отже, проведений аналіз неологізмів у німецькій мові за 2023–2024 рр. показав, що мова розвивається та збагачується за рахунок лексем-іменників у таких семантичних доменах, як:

- соціальні мережі,
- суспільство,
- економіка.

Саме ці теми постійно обговорюються у сучасному суспільстві, тому з кожним днем з'являється все більше нових слів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Trends aus der Wortwarte I. URL: <https://wortwarte.org/2021/03/08/trends-aus-der-wortwarte-i/> (дата звернення : 04.04.2024).

**Мялюк Вадим
Луцьк**

*Науковий керівник: доцент кафедри іноземної та української філології
Луцького національного технічного університету,
кандидат філологічних наук, доцент Киселюк Н. П.*

ПРАВДА І ЩИРІСТЬ В ЕКОЛОГІЧНІЙ/НЕЕКОЛОГІЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Нині дедалі частіше обговорюється нагальна потреба впровадження системи екоконтролю в різні сфери людської діяльності. При цьому підкреслюється, що важливо не лише приділяти увагу стану довкілля, природі, культурі та різним аспектам соціального життя, але й прогнозувати та регулювати розвиток мови та мовної особистості. Це можна пояснити тим, що людське суспільство продовжує розвиватися та ускладнюватися [1]. Нині екологічна лінгвістика, або 'еколінгвістика', не є гіпотетичною нішою в царині мовознавства, а являє собою утверджену наукову галузь. Вона взаємодіє з новими напрямками, включно з емотивною еколінгвістикою, яка, окрім основних дисциплін, також пов'язана з лінгвістикою емоцій.

Еколінгвістику вважають міждисциплінарною наукою, дотичною до безлічі мовних дисциплін, таких як культура мовлення, стилістика, соціолінгвістика, лінгвокультурологія прагматика тощо. Еколінгвістика або

лінгвоекотологія, у найзагальнішому сенсі, досліджує два ключові аспекти мовної діяльності. З одного боку вона займається вивченням проблем мовної та мовленнєвої деградації (чинників, що негативно впливають на функціонування і розвиток мови), а з іншого – проблемами мовної та мовленнєвої реабілітації (методів і засобів збагачення мови і поліпшення суспільно-мовленнєвої практики) [2]. У контексті емотивної еколінгвістики ця проблематика розглядається крізь призму впливу на емоції співрозмовника в комунікативній взаємодії. Таким чином, йдеться про поширення низки проблем еколінгвістики на емоційний аспект комунікації.

Терміни ‘екологічна’ та ‘неекологічна комунікація’ поки що не стали широко вживаними в лінгвістичній термінології. До неекологічного простору комунікації входять будь-які засоби, стратегії та тактики комунікативної поведінки, що порушують комунікативно-прагматичні та етико-мовленнєві норми. Ці прояви знижують комфортність спілкування і негативно впливають на емоційний стан учасників спілкування [4].

Щирість у комунікації відіграє неймовірно важливу роль. Її вплив важко переоцінити. Окрім того, що чесність, щирість і правдивість учасників спілкування є особистими цінностями, які являють собою ключові характеристики мовної особистості, вони також вважаються невід’ємними умовами успішної комунікації [3]. Ми розуміємо щирість як відповідність між думками та/або почуттями мовця і тим, що він передає адресату в процесі спілкування. Щирість тісно пов’язана з наміром мовця бути правдивим. Це означає, що щирість є усвідомленим прагненням до правди та істини, що робить її одним із ключових принципів, які сприяють розвитку розумної комунікації та формуванню гармонійних відносин між учасниками спілкування. Це, безумовно, є основою для визначення комунікативної взаємодії як екологічної. Але не завжди щирість вважається тією категорією, якою слід керуватись у процесі спілкування. Доволі часто комуніканти вважають, що щирість робить їх надто вразливими.

Щирість може провокувати негативну емоційну реакцію адресата. В більшості контекстів, що демонструють негативне сприйняття щирості, зазначається, що такі емоції та почуття адресата, як образа, роздратування, розчарування, викликані щирістю партнера по комунікації, що зовсім не сприяє екологічному спілкуванню.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок про те, що в повсякденному спілкуванні щирі та відверті комунікації часто оцінюються негативно, як руйнівний елемент, що завдає болю та страждань як тому, хто передає повідомлення, так і тому, хто його отримує.

Таким чином питання про те, чи наближує відвертість людей до екологічності комунікативної взаємодії не може мати однозначної відповіді, оскільки це залежить від самих учасників спілкування. Не всі люди можуть приймати те, що в думках інших, як і не всі, що думають не так, як говорять, у змозі висловити те, що справді відчувають. Зважаючи на вищесказане, неможливо чітко визначити, чи сприяє щирість екологічності комунікації. Усе

залежить від окремих випадків, від того, які емоції та почуття переживатиме партнер по комунікації, як він відреагує на почуту правду.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Жуковська В.В., Деркач Н.О. Еколінгвістика: становлення та основні напрями досліджень. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки*. 2011. Серія «Філологічні науки», Ч. 1 (2). С. 66–70.

2. Куца В. А. Еколінгвістика як новітній напрям досліджень у сучасній науковій парадигмі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2021 № 52. Т. 1. С. 120–122.

3. Скрябіна В. Щирість у сучасній персуазивній комунікації. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. 2014. Серія : Філологія (мовознавство). Вип. 20. С. 134–138.

4. Тараненко К. Принципи екологічної медіакомунікації під час пандемії. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип 33, том 2. С. 168–173.

**Надъожкіна Валерія
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
Донну імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Воловик А. А.*

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРУ «ДЕ Ж ТИ ДІВСЯ, СВІТЕ МІЙ ПРЕКРАСНИЙ» ПИСЬМЕННИЦІ САЛЛІ РУНІ)

Проблеми перекладу в художніх творах створюють значні виклики для перекладачів, оскільки вони повинні боротися зі втратою нюансів, культурних різниць, полісемією та іншими труднощами, щоб передати сутність та естетику оригінального тексту в інші мови.

Художній переклад відіграє дуже важливу роль у літературі, адже від того, наскільки якісно перекладений твір, залежить загальне сприйняття його читачем. Переклад художнього твору буде якісним лише тоді, коли перекладач зможе відтворити всі художні прийоми, зберегти настрій сюжету та авторський стиль.

Вивчення способу сприйняття художнього тексту іншої культури через переклад дозволяє виявити значні культурні відмінності. Необхідно встановити, чи може одна культура розуміти іншу на рівні художнього перекладу, і проаналізувати фактори та умови, що забезпечують культурну адекватність перекладу художніх текстів. Потреба у вивченні питання при відтворенні художніх засобів у творах художньої літератури пояснюється також важливістю відтворення стилістичного ефекту оригіналу в перекладі. Вивченням способів перекладу термінів займалися багато вчених, як у нашій країні, так і за кордоном: А. Федоров, В. Комісарів, А. Швейцер, К. Райе і ін.

Теоретичні висновки з цих аспектів перекладознавства лягли в основу ряду концепцій, наприклад «Скопос-теорія» Х. Фермеера і К. Райе, або концепція типів адекватності Ю. Ванникова. **Актуальність** даного дослідження полягає у тому, що кожного року кількість літературних творів зростає, а отже, читачі мають право на якісний переклад художньої літератури на свою рідну мову. Еквівалентний переклад художніх засобів на рідну мову є важливим фактором для сприйняття ідей автора іншомовним читачем [1: 208–209].

Мета розвідки – встановити особливості перекладу художніх засобів з англійської мови українською на матеріалі твору «Де ж ти дівся, світе мій прекрасний» авторки Саллі Руні.

Завданням дослідження є виявлення та аналіз способів передачі художніх засобів, стилю та емоційного забарвлення оригінального тексту в українському перекладі твору «Де ж ти дівся, світе мій прекрасний».

Художній переклад – це один з найкращих проявів міжлітературної (і значить певним чином міжкультурної) взаємодії. Фактично він є основною частиною національно-літературного процесу. Художній переклад має справу не з комунікативною функцією мови, а з її естетичною функцією. У художньому творі відображаються не лише певні події, а й естетичні філософські погляди автора, його світогляд. Важливим у процесі перекладу є вибір твору, який найчастіше обумовлений внутрішніми потребами сприймаючої літератури, її здатністю певним чином засвоїти іншонаціональне літературне явище, здатністю певним чином зреагувати на його художні особливості. Проблема художнього перекладу – співвідношення контексту автора і контексту перекладача. Художній переклад обумовлений не лише об'єктивними факторами, але й суб'єктивними. Жоден переклад не може бути абсолютно точним, оскільки сама мовна система приймаючої літератури за своїми об'єктивними даними не може досконало передати зміст оригіналу, що неминуче призводить до втрати певного об'єму інформації. (Чайковська Т.В.) [3: 25].

Основну художньо-естетичну функцію в художньому творі виконують художні засоби. Аналізуючи твір «Де ж ти дівся, світе мій прекрасний» можна стверджувати, що в ньому часто використовуються образні порівняння.

Наприклад:

His voice sounded strangely similar to his ordinary speaking voice, the pronunciations were the same, but with sudden resounding depths.

Його голос лунав дзвінко й мелодійно, з якоюсь неймовірною чистотою тону, здіймався, заповнюючи тишу, а потім стихав до ледь чутного.

Аналізуючи переклад цього порівняння, можна зазначити, що оригінальне речення складається з двох частин: опис голосу та його характеристики. Український переклад розділено на дві частини, щоб відтворити цей самий порядок думок, тобто відбулась адаптація структури речення, також змінився поряд слів та деякі вирази були замінені синонімами, задля кращої передачі емоцій.

The sea to the west, a length of dark cloth. And to the east, up through the gates, the old rectory, blue as milk.

На захід море, відріз темної тканини. А на схід, угорі ,за хврткою, - старий пасторський будиночок, синюватий, як молоко.

В цьому прикладі збережено основну ідею про протиставлення моря на заході та старого пасторського будиночка на сході. Відбулась трансформація метафори, а саме «a length of dark cloth» перекладено як «відріз темної тканини», що зберігає основну ідею темряви або темного кольору, але вже в іншій формі. Враховані також культурні асоціації, наприклад, «the old rectory» може бути асоційований зі старовинними будівлями. Переклад відтворює структуру оригінального тексту, що містить два фрагменти з протилежними образами [2: 111–114].

Висновки. Дослідження специфіки перекладу художніх засобів на матеріалі твору "Де ж ти дівся, світе мій прекрасний" Саллі Руні свідчить про складний та многогранний процес перекладу, який вимагає від перекладача не лише вміння передати смисловий зміст, але й відтворити авторський стиль, естетику та емоційне забарвлення оригіналу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Пушик Н. В. Особливості перекладу художніх творів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2022. № 54. С. 209–211.

2. Особливості художнього перекладу: лексико-семантичний аспект : монографія / Т. Жужгіна-Аллахвердян, С. Ревуцька, В. Зінченко, І. Сіняговська, Г. Удовіченко, А. Покулевська, Н. Рибалка, С. Остапенко; ДонНУЕТ. Кривий Ріг : Вид. Р. А. Козлов, 2020. 125 с.

3. Чайковська Т. В. Труднощі художнього перекладу. *Сучасні наукові дослідження – 2006*: матеріали II Міжнар. наук. -практ. конф., 20–28 лютого 2006 р. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2006. С. 25–29.

**Пугач Наталія
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент Бойван О. С.*

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ТА ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ НА МАТЕРІАЛІ ВІДЕО-ЛЕКЦІЙ «TED talks»

У сучасному світі спостерігається неабиякий розвиток мовної культури та її адаптація до змін суспільного середовища. Одним з проявів цього процесу є активне використання молодіжного сленгу, який набуває особливого значення у комунікації та викладанні інформації. Молодіжний сленг відображає

культурні, соціальні та мовні трансформації, які відбуваються у сучасному світі [1].

Проблематика й особливості сленгу є предметом постійної уваги лінгвістів, соціологів та культурологів, що вказує на його значущість у вивченні мови, суспільства та міжособистісної взаємодії [1; 2]. Різні аспекти сленгу вивчалися такими українськими та зарубіжними дослідниками та вченими, як Оксана Данилевська, Максим Грачов, Катерина Атаманчук, Анна Вірцан, Марина Петренко, Оксана Дзюбіна, Андрій Коваленко, Пітер Традгілл, Тоні Торн, Джонатон Грін, Майкл Адамс, Конні Ібль, Ерік Партрідж, Сюзан Ервін-Тріпп, Девід Крістал, Бетані К. Дюмас, Барбара Енн Кіпфер, Бен Ціммер та інші. *Актуальність* роботи визначається необхідністю вивчення вживання молодіжного сленгу в контексті популярних відео-лекцій, представлених у форматі «TED Talks».

Мета роботи полягає в з'ясуванні структурно-семантичних та функційних особливостей молодіжного сленгу англійської мови в контексті відео-лекцій «TED Talks».

Об'єктом дослідження є лексичні одиниці молодіжного сленгу, що використовуються у відео-лекціях «TED Talks», а *предметом* – структурно-семантичні та функційні особливості молодіжного сленгу.

Аналіз відео-лекцій «TED talks» розкриває ряд структурно-семантичних особливостей молодіжного сленгу, які активно використовуються в цих лекціях. Ці особливості спільно визначають як структуру мовлення, так і семантику використовуваних лексичних одиниць.

Однією з основних структурно-семантичних особливостей молодіжного сленгу в «TED talks» є використання специфічних слів та абревіатур, які можуть бути незрозумілими для старшої аудиторії [4]. У лекціях можна зустріти такі акроніми, як «FOMO» (*Fear of Missing Out – страх пропустити щось важливе*), «YOLO» (*You Only Live Once – ти живеш тільки раз*) та інші, які відображають культурні та мовні тенденції молодіжного середовища [6].

Крім того, іншою структурно-семантичною особливістю є використання нестандартних мовних конструкцій, включаючи скорочення та створення неологізмів. У лекціях можна почути фрази типу: «*They are jealous of her slayage*», де «*slayage*» – це новостворене слово, що вживається для підсилення висловлення та означає дивовижну приголомшливість [5: 289].

Семантичні особливості молодіжного сленгу включають в себе відтінки емоцій та виразності. Молодь використовує сленгові вирази для вираження своєї унікальної ідентичності та сприйняття світу [5]. Наприклад, фраза «*This idea slays*» вказує на високий рівень враження від ідеї та активно використовує мовний інструмент для передачі емоцій [6: 371].

Молодіжний сленг виконує ряд важливих функцій у мовленні лекторів та сприйнятті інформації аудиторією. Однією з них є підкреслення актуальності та релевантності обговорюваних тем. Наприклад, у лекції про молодіжну культуру було сказано: «*Young people today face many challenges and have to deal with adulating, but they also want to level up their lives*» [3]. У цьому вислові, «*adulating*»

та «*level up*» підкреслюють особистий розвиток та актуальність теми для молоді.

Ще однією функцією молодіжного сленгу є створення емоційного зв'язку з аудиторією. Наприклад, в лекції про інновації було сказано: «*This idea is not just one of those «unicorn» ideas; it's a real «game-changer».*» Вживання сленгових слів «*unicorn*» та «*game-changer*» створює гумористичний тон, що робить лекцію більш цікавою та доступною для молоді аудиторії [7].

Отже, інтерпретація структурно-семантичних особливостей молодіжного сленгу в «TED talks» показує, що він не лише збагачує мову та виразність, але й має глибокий семантичний потенціал, сприяючи передачі емоцій, актуальності та особистої ідентичності. Функційне значення молодіжного сленгу в лекціях «TED talks» полягає у підкресленні актуальності та релевантності тем, а також у створенні емоційного зв'язку з аудиторією, що сприяє кращому сприйняттю та розумінню інформації. Це робить лекції більш привабливими та динамічними для молоді.

Дослідження молодіжного сленгу підкреслює важливість його розуміння та аналізу в сучасному медійному та освітньому контексті, а також слугує актуальним та цікавим полем для подальших лінгвістичних та культурологічних досліджень, оскільки воно відкриває нові можливості для розуміння комунікації в сучасному світі.

Узагальнюючи, молодіжний сленг є важливим елементом культурної, соціальної та мовної динаміки сучасного суспільства, що впливає на спосіб спілкування, ідентичність та медіа-простір.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Атаманчук К. О. Особливості функціонування молодіжного сленгу в англійській мові. *Молодий вчений*. 2017. С. 58–63.
2. Вірцан А. Є. Структурно-семантичні особливості англійського молодіжного сленгу. *Вісник ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка*. Серія : Філологічні науки, 2018. С. 115–121.
3. Adult Behavior, Youth Development, and You. TEDx Talks. URL : https://www.ted.com/talks/jennifer_fowler_howard_adult_behavior_youth_development_and_you (дата звернення : 05.01.2024).
4. Andersson L.G., Trudgill P. *Bad Language*. Oxford : Blackwell, 1990. 202 p.
5. Jay T. *Cursing in America : A Psycholinguistic Study of Dirty Language in the Courts, in the Movies, in the Schoolyards, and on the Streets*. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1992. 273–295 p.
6. Partridge E. *A dictionary of slang and unconventional English*. London : Routledge, 1937. 347–452 p.
7. TEDx Talks. TED: Ideas Worth Spreading. URL : https://www.ted.com/talks/natasa_christou_how_to_be_a_unicorn_from_ideas_to_innovation/details (дата звернення : 19.01.2024).

*Сохацька Анастасія
Вінниця*

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Запужляк І.М.*

**ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В АНГЛІЙСЬКО-
УКРАЇНСЬКОМУ ХУДОЖНЬОМУ ПЕРЕКЛАДІ
(НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ БЕНЖАМІНА СТВЕНСОНА
«ВСІ У МОЇЙ РОДИНІ ВБИВЦІ»)**

Пропонована розвідка присвячена дослідженню перекладацьких трансформацій, які виникають при художньому перекладі. Їхнє використання важливе задля розуміння та адаптації літературного твору до мовно-культурного контексту цільової аудиторії. Потрібно також зберегти індивідуальність автора, мовну гру, яку він використовує, образність та метафори, що властиві оригіналу.

Перекладацькі трансформації – це зміни або перетворення, які відбуваються під час процесу перекладу тексту з однієї мови на іншу [2: 130–135]. Вони включають у себе лексичні трансформації, за яких відбувається вибір слів та виразів; граматичні адаптації, спрямовані на збереження граматичної структури, семантичні перетворення, спрямовані на точніше передання значення, а також стилістичні або комплексні зміни для збереження емоційної та контекстуальної значення тексту [2: 130–35].

І. В. Корунець зазначає, що **лексична трансформація** – це заміна одиниці вихідної мови на одиницю цільової мови, яка не зареєстрована як її словниковий еквівалент, тобто це зміна лексичних одиниць мови оригіналу на лексичні одиниці мови перекладу [4: 210].

Лексико граматичні трансформації – це комплексні трансформації, тобто ті, які комбінують різні види перекладацьких змін. Ці трансформації можуть включати не лише лексико-граматичні зміни, а й стосуватися структури речень, порядку слів, стилю мовлення та інших аспектів тексту [1: 78].

Граматичні трансформації – це зміна граматичних категорій, форм або структур мови оригіналу на граматичні категорії, форми або структури мови перекладу [8: 318]. Ці трансформації охоплюють перебудову речення та різні заміни, включаючи як синтаксичний, так і морфологічний порядок слів.

Стилістичні трансформації включають в себе зміну мовних засобів у тексті перекладу таким чином, щоб вони відповідали іншому функціональному стилю або мали інше експресивно-стилістичне відтінок у порівнянні з оригіналом [3: 493–494].

При перекладі кримінального роману «Всі у моїй родині вбивці» Анна Цвіра використовувала різноманітні перекладацькі трансформації для адаптації тексту, щоб врахувати специфіку української мови та культурні реалії, а також, щоб відтворити атмосферу і стиль оригіналу в перекладі.

Прикладом лексичних трансформацій можуть слугувати таке речення і його український еквівалент:

"I was half asleep, so only barely registered he'd said someone and not something" [7: 13].

"Мовив я сонно, лише краєм свідомості розуміючи, що він сказав «декого», маючи на увазі людину" [5: 15].

У вказаному реченні слово «half» замінено на «сонно», що ефективно передає стан дрімоти та підсилює емоційний відтінок. Вибір виразу «мовив я» замість «asleep» вказує на перехідну фазу між станом дрімоти та пробудженням, що додатково розкриває стан героя. Переформулювання «barely registered» в «лише краєм свідомості розуміючи» відображає більш деталізований спосіб сприйняття, підкреслюючи туманність у свідомості героя. Заміна «someone» на «маючи на увазі людину» введена для підвищення зрозумілості для читача та акцентуації на людському аспекті висловлення.

Грамматичні трансформації, використані у аналізованому творі можна проілюструвати таким чином:

"We were even still technically married" [7: 23].

"Власне, тоді ми ще навіть не перебували в офіційному шлюбі" [5: 26].

У вихідному реченні "We were even still technically married" порядок слів є типовим для англійської мови. Проте в перекладі фраза "ми ще навіть не перебували в офіційному шлюбі" використовує іншу послідовність слів, що передає ту ж саму ідею, але з урахуванням граматичних особливостей української мови та стилістичних вимог.

Стилістичні трансформації:

"Oh, grow up" [5: 28].

Ох, дитячий садок" [7: 34].

У даному випадку спостерігається стилістична трансформація, оскільки оригінальне висловлювання «Oh, grow up» має більш прямий, найсмішливий тон, що характеризується дещо легковажним відношенням до адресатів. У перекладі фраза "Ох, дитячий садок" передає той самий сенс, але за допомогою іншого стилістичного підходу. Використання терміна «дитячий садок» може створювати враження більшої іронії та глузування, ніж просте «вирости б».

При перекладі роману «Всі у моїй родині вбивці» Бенджаміна Стівенсона Анна Цвіра вдало використовувала різноманітні перекладацькі трансформації для адаптації тексту до українського мовно-культурного контексту та збереження його літературних якостей. Вона широко використовувала лексичні трансформації для передачі сенсу оригінального тексту, зокрема, замінювала слова та вирази для забезпечення кращого розуміння та відтінку мовлення, тим самим роблячи текст більш адаптованим для українського читача.

ЛІТЕРАТУРА:

1. . Руда А. В. Лексико-граматичні трансформації під час перекладу розмовної лексики англійської мови. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2020, № 7, С. 77–82.

2. Білоус О.М. Теорія і технологія перекладу. Курс лекцій: доопрацьований та доповнений. Навчальний посібник для студентів перекладацьких відділень. Кіровоград, РВВ КДПУ ім.В.Винниченка, 2013. 200 с.

3. Кияк Т. Р., Огуй А. Д., Науменко А. М. Теорія та практика перекладу. Вінниця : Нова Книга, 2006. 592 с.

4. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник. 5-те вид., виправ. і допов. Вінниця : Нова Книга, 2017. 448 с.

5. Стівенсон Бенджамін Всі у моїй родині вбивці. К., 2022. 384 с.

6. Jakobson, R. "On Linguistic Aspects of Translation". In L. Venuti, (1st ed.), *The Translation Studies Reader*. New York: Routledge, (1950), pp. 113–118.

7. Stevenson B. *Everyone in My Family Has Killed Someone*. Mariner Books. 2023. 371 p.

8. Pirnazarova Malika Grammatical Transformations. *Proceedings of International Multidisciplinary Scientific-Remote Online Conference on Innovative Solutions and Advanced Experiments*. June 18th & 19th. 2020. pp. 318–321.

**Стасюк Юлія
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії та практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Запужляк І. М.*

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРИСЛІВ'ІВ І ПРИКАЗОК НА ПОЗНАЧЕННЯ РИС ХАРАКТЕРУ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

Пропонована робота присвячена дослідженню прислів'їв і приказок на позначення рис характеру в англійській та українській мовах. Відомо, що прислів'я та приказки є одними з найдавніших жанрів усної народної творчості і визначаються як перші вияви мовної діяльності та пам'ятки словесного мистецтва людини.

Зазвичай вони є ритмічними та поетичними висловлюваннями, які складаються з двох або трьох рядків. Деякі лінгвісти, щоб здійснити об'єктивне дослідження, часто використовують метод моделювання.[7]

Прислів'я та приказки мають чітку структуру, яка складається з трьох елементів:

1. Суб'єкт дії – це той, хто здійснює дію, яка описується в прислів'ї або приказці.

2. Дія – це те, що робить суб'єкт дії.

3. Об'єкт дії – це те, що отримує суб'єкт дії.

До прикладу прислів'я укр. *Хто рано встає, тому Бог дає*, та англ. *The early bird catches the worm*. У цьому випадку суб'єктом дії в українському прислів'ї є людина, дією є вставання рано вранці, а об'єктом дії є щось добре,

що дає Бог. В англійському суб'єкті дії *bird*, дією – *catches*, а об'єктом дії є *worm* [3].

Важко розрізнити прислів'я від приказки, оскільки вони часто переплітаються, межують між собою. Якщо до приказки додати одне слово чи змінити порядок слів, вона може перетворитися на прислів'я. Таким чином, в усному мовленні приказки іноді перетворюються на прислів'я, а прислів'я – на приказки [1].

Згідно з висловленням О.В. Кореня, прислів'я та приказки можна віднести до нетипових текстів, які відрізняються відсутністю сильних позицій, фабули, структурно-композиційних параметрів, що є характерними для звичайних текстів [9: 5–7].

Виявлено, що приказки можуть виступати у формі речення лише у вигляді розгорнутих обставин, у той час як прислів'я мають характерну особливість завершеної, самостійної фрази [8].

Існує чотири загальні типи прислів'їв: питальні, розповідні двоскладові, односкладові непередикативні та односкладові передикативні (головним чином імперативні), і кожен з цих типів має свої конституційні, змістовні та прагматичні властивості. До таких прислів'їв відносяться

Розповідні прислів'я часто використовуються для передачі життєвої мудрості або нагадування про правильність деяких дій чи вчинків.

Розповідні фразеологізми можуть бути проілюстрованими такими виразами: англ. *Curiosity killed the cat.*, укр. *Багато будеш знати – скоро постарієш*, або *Цікавій Варварі на базарі носа відірвали*.

Головними складовими питальних прислів'їв є значення реальності, поради, спонування, виправдання, докору, здивування, засудження, протесту, пропозиції. Цим прислів'ям властиві, з одного боку, знижена негативна конотація, з іншого – емоціональність, ввічливість. Наприклад: англ. *Why keep a dog and bark yourself?*, укр. *За те собаку годують, що вона гавкає*"[4].

Предикативні односкладові: англ. *once bitten, twice shy*, укр. *Лякана ворона і куца боїться*.

Предикативним односкладовим прислів'ям притаманна демонстрація наслідків та застереження від негативного досвіду .

Також, як і в українській, так і в англійській мові наявні спонукальні прислів'я позначення рис характеру. Спонукальні прислів'я - це ті, які мають форму закликального або наказового речення та містять у собі моральні або побажальні настанови. Вони часто використовуються для спонування до певних дій, вчинків або розумових рефлексій. Наприклад – англ. *Give credit where credit is due* «давати належне», укр. *Не вір собаці, бо вкусить* [5].

Непередикативним прислів'ям притаманна аргументація фактів, явищ та демонстрація наслідків, до яких вони можуть призвести [9]. Непередикативні односкладові вирази притаманні лише англійській мові, наприклад: *Yorkshire born and Yorkshire bred, strong in the arm and weak in the head*.

Важливим є те, що структурні особливості прислів'їв і приказок є невід'ємним елементом їхньої "природи". Вони надають певної лаконічності,

ритмічності та поетичного оформлення, що дозволяє їм виконувати свої функції в мові [6].

Загалом, прислів'я та приказки в українській та англійській мовах мають багато спільного. Вони часто описують подібні риси характеру людини та її поведінки, а також висміюють дурість та недоліки.

Проаналізувавши прислів'я та приказки в українській та англійській мовах можна стверджувати, що вони мають багато спільного в семантичному плані і часто описують подібні риси характеру, але також мають деякі відмінності, які відображають різні культурні традиції народів, також демонструють установки та моральні цінності обох культур.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Глущенко Ж. Є. Про англійські прислів'я та приказки. *Англійська мова в початковій школі*. 2012 № 5. С. 43–44.

2. Дворова К. В. Структурні особливості німецьких прислів'їв про кохання. *Вісник мариупольського державного університету. Сер.: Філологія*. 2012 .Вип. 7. С. 121–126.

4. Джей Д. Англійські прислів'я про роботу. URL : https://dovidka.biz.ua/angliyski-prisliv-ya-pro-robotu/#google_vignette (дата звернення : 15.03.2024).

3. Каганець О. Англійські прислів'я, що вони говорять про національний характер англійців. URL : <https://www.ar25.org/article/angliyski-pryslivia-shcho-vony-govoryat-pro-nacionalnyy-harakter-angliyciv.html> (дата звернення : 15.03.2024).

8. Кирпа Т. А. 2018. Прислів'я та приказки на позначення емоцій людини в сучасній англійській та німецькій мові: перекладацький аспект. URL : <https://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/154384/%D0%BA%D0%B8%D1%80%D0%BF%D0%B0.pdf?sequence=1> (дата звернення : 15.03.2024).

9. Корень О. В. 2000 Системно-функціональні особливості англійських прислів'їв. автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Харків, 20 с.

6. Кудіна О. Ф. Перлини народної мудрості : посіб. для студ. та виклад. вищ. навч. Закл. Вінниця : НОВА КНИГА, 2005. 320 с

7. Лебеденко Ю. М. Прислів'я та приказки: номінація, складова контексту чи мікротекст? URL : <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/7715/1/279-285.pdf>. (дата звернення : 15.03.2024).

5. Пастушенко Т. О. Архітектоніка етноспецифічного образу людини в англійських пареміях. *Наукові записки. Сер. Філологічні науки*. 2005. № 81 (3). С. 143–147.

*Ткачук Аліса
Вінниця*

*Науковий керівник: завідувач кафедри іноземних мов професійного
спрямування ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук, доцент Калініченко В. І.*

ЛІНГВІСТИКА ФЕЙКУ В ПЛОЩИНІ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ

Медіапростір є ключовим інструментом формування громадянського суспільства, оскільки він забезпечує реципієнтів інформацією, що впливає на формування їх думок, поглядів і політичних уподобань. У наш час важко відрізнити фейкову інформацію від правдивої, оскільки вона стає все більш поширеною у медіа. Мета таких маніпуляцій – ввести людей в оману. Навіть професійні журналісти можуть поширювати фейкові повідомлення через соціальні мережі або власні матеріали через мас-медіа. І навіть якщо професійні ЗМІ утримуються від публікації фейкових матеріалів, користувачі все одно можуть зустріти їх на інших ресурсах. Популярність таких повідомлень в ЗМІ і соціальних медіа гарантує аудиторії щоденну порцію дезінформації, чуток та брехні. Боротьба з інструментами інформаційної війни є складною, оскільки часто важко розрізнити істинну інформацію від фейкової.

Проблематика дослідження категорії фейку є, безперечно, *актуальною* на сучасному етапі розвитку мовознавства. Протягом останнього десятиліття коло питань, дотичних до студіювання фейку в медіа- та інших типах дискурсу, було зосереджено в безпосередньому вузькому мовознавчому напрямку – *лінгвістиці фейку* (що також синонімно називається лінгвістичною ментіологією або лінгвістикою брехні). Лінгвістику фейку студіюють не лише мовознавці, а й філософи, психологи, когнітивісти, нейролінгвісти (згадаймо релевантні наукові розвідки Д. Болінжера, Х. Вайнрайха, П. Екмана, Т. Космеди, О. Морозової, Т. Осіпової, М.-М. Рибалко, Л. Сваричевської, Л. Терещенко та ін.).

Термін *фейк* (від англ. *fake* – підробка) має кілька значень. Фейк в широкому розумінні – це будь-яка спроба підробки, коли хтось намагається представити щось фальшивим, що може включати обман, фальсифікацію або неправдиву інформацію. Нині ми стикаємося з низкою таких новоутворень, як: *фейк-нюз, фейк-програма, фейкова інформація, фейкова реальність, фейкова перемога, фейкове СМС, фейковий теракт* тощо [1: 40]. У медійному просторі термін “фейк” часто описують як оманливий, жахливий, брехливий, образливий, лицемірний, маскарадний, безбарвний, жалюгідний, отруйний, зрадницький, даремний, огидний, брудний, політичний, інформаційний, черговий, інсценований, відвертий, нахабний, обурливий, безцінний тощо. Формат ‘фейк’ замінює реальність, викликаючи змішані почуття і ставлячи людину в роль ‘актора’ фальшивого образу, що сприяє поширенню обману [2].

Фейк часто розглядають як синонім до ‘неправдивої інформації’, але таке тлумачення не є повністю коректним. Фейк включає у себе намірне перекручення, вигадкування та дезінформування, в той час як неправдива інформація може бути представлена у ЗМІ випадково через халатність або недбалість журналістів. Неправдиву інформацію можна спростувати в тому ж ЗМІ, де вона була опублікована, що зменшує її вплив на аудиторію. Отже, фейк є лише одним з видів неправдивої інформації, а не її повним еквівалентом [3].

Фейки створюються з метою привернути увагу читачів, переважно за допомогою сенсаційних заголовків. Загальними лексичними маркерами для фейків і реклами є фрази типу «*YOU WILL BE AMAZED*»/«*ВИ БУДЕТЕ ВРАЖЕНІ*», «*ENDANGERED SPECIES*»/«*ПІД ЗАГРОЗОЮ ЗНИКНЕННЯ*», «*WORLD DISCOVERY*»/«*СВИТОВЕ ВІДКРИТТЯ*», «*SOMETHING TERRIBLE*»/«*ЩОСЬ ЖАХЛИВЕ*». Наприклад, новина про візит колишнього президента США Барака Обама до Парижа найімовірніше не приверне багато уваги у пересічного читача. Проте, якщо цю інформацію переформулювати у вигляді «*Президент Франції Франсуа Олланд плюнув на взуття Обама в Парижі*», вона може викликати більший інтерес. Додавши до цього відеоролик, можна підвищити кількість переходів за посиланням на новину [4].

Однією з ключових характеристик фейкових повідомлень є використання достовірних фактів у комбінації з вигаданими деталями, які можуть змінювати суть повідомлення. Цей підхід може бути особливо ефективним, оскільки він викликає довіру у частини аудиторії, яка базується на відомих фактах, стереотипах та нормах. Існує три типи таких фейків [5]:

1. Фейки, що базуються на достовірних фактах з незначними змінами, що можуть робити повідомлення діаметрально протилежними. Ці фейки використовують відомі факти, стереотипи та правила, що прийняті для цільової аудиторії, з метою досягнення вражаючого ефекту. Їх ефективність може сягати 30-50% і вони часто використовують технології web 3.0 для масового розповсюдження.

2. Фейки на основі напівправди, що об’єднують реальні та вигадані факти у єдиний сюжет. Цей підхід значно ускладнює виявлення та розкриття фейку, а його ефективність може досягати до 80%. Проте, це може зробити повідомлення менш керованим.

3. Фейки, що базуються на вигаданих фактах, які виходять за рамки традиційних переконань або поглядів. Результативність таких повідомлень важко передбачити, але вони можуть стати поштовхом для формування медіа-вірусів.

Розглянемо різноманітні цілі, які стоять за поширенням фейкової інформації:

– Сіяння паніки серед людей: Фейки можуть бути створені для спричинення страху та неспокою серед аудиторії.

– Розпалювання міжнаціональної ворожнечі: Фейки можуть містити пропаганду або маніпулятивні повідомлення, спрямовані на підтримку конфліктів міжнаціонального характеру.

- Поширення хибних думок: Фейкова інформація може бути створена для плутання або відволікання уваги від справжніх подій або проблем.
- Маніпуляція свідомістю: Фейки можуть бути використані для впливу на думку або переконання аудиторії в певних питаннях.
- Реклама продуктів чи послуг: Фейкова інформація може бути використана для просування товарів або послуг через маніпулятивне представлення їх як кращих або необхідних.
- Прибуток ЗМІ: Деякі ЗМІ можуть створювати фейкові новини з метою збільшення своєї читачької аудиторії.
- Плямування репутації: Фейкова інформація може бути використана для наклепу або дискредитації осіб, організацій або політичних партій.
- Розважальний характер: Деякі фейки можуть бути створені для розваги або розважальних цілей, без серйозних наслідків.

Отже, у медіапросторі, що є ключовим інструментом формування громадянського суспільства, поширення фейкової інформації є серйозним викликом. Фейки, використовуючи різні лексичні маркери та маніпуляції з достовірними фактами, можуть змінювати сприйняття реальності та впливати на думки та погляди аудиторії. З ростом популярності соціальних медіа та цифрових платформ, фейкова інформація стає все більш поширеною та доступною. Боротьба з цим явищем вимагає розвинених стратегій та співпраці між ЗМІ, правоохоронними органами та громадськістю. Важливим є підвищення медіаграмотності та критичного мислення серед громадян для ефективного розмежування правдивої і фейкової інформації. Тільки шляхом спільних зусиль можна забезпечити надійне та об'єктивне інформаційне середовище, яке сприятиме розвитку прогресивного суспільства.

Аналізована проблематика є *перспективною* для подальших наукових розвідок, що можуть бути сфокусованими на студіюванні фейків у медіадискурсах англійської, німецької, української та інших мов як у монолінгвальному аспекті, так і у контрастивній площині.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Грищенко О. Фейкова мовна особистість із погляду дискурсивної лінгвістики. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич, 2016. № 6. С. 39–41.
2. Главацька Ю. Л. Класифікація «фейкових» новин у сучасному медіапросторі: синергетичний аспект. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон: ХДУ, 2019. Випуск 1. С. 275–280.
3. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. № 1. С. 281–287.
4. Омельчук Ю. О. Фейки в сучасному англomовному новинному медіапросторі. *Науковий вісник молодих учених і аспірантів ХДУ* : зб. наук. праць. Херсон, 2017. С. 151–157.
5. Гуменна К., Почигаїло К. Фейки у сучасних медіа: типологія та ідентифікація / наук. кер. Т. Решетуша. *Сучасний масмедійний простір: реалії*

та перспективи розвитку : збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції для молодих учених і здобувачів освіти (м. Тернопіль, 11 квітня 2023 року). Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2023. С. 142–144.

**Чернілевська Яна
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри романо-германської філології
та зарубіжної літератури ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук Ігнатенко Д.Є.*

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ФАНТАСТИЧНИХ СВІТІВ У РОМАНАХ «ЧОРНИЛЬНЕ СЕРЦЕ» КОРНЕЛІЇ ФУНКЕ І «ОКО СВІТУ» РОБЕРТА ДЖОРДАНА

Вступні зауваження: Взаємозв'язок між мовою та культурою, мисленням і культурою досі залишаються основними сферами інтересів багатьох лінгвістів. Не варто оминати увагою і той факт, що наразі величезну популярність має жанр фентезі, який як літературне явище та концептуальний простір є майже не дослідженим [3: 41]. Так, сьогодні тексти цього жанру перебувають у фокусі уваги переважно когнітивної лінгвістики, та комбінованих лінгвокультурологічних та стилістичних досліджень [1: 3]. В Україні тему фентезі у своїх дисертаційних роботах окреслили І. Александрук, А. Потапова, О. Солодова, І. Терсіна.

Сьогодні, коли віртуальна реальність та інші медіатехнології вирішують різні аспекти нашого життя, збереження та дослідження мовних засобів у літературі стало ще важливішим. Такі дослідження допомагають нам краще зрозуміти вплив літератури на нашу свідомість і сприяють розвитку критичного мислення та обміну культурними ідеями. У сучасній літературі фантастика завжди відігравала значну роль у створенні захопливих та непередбачуваних світів, які зачаровують і занурюють читачів у свої захопливі історії. Вербалізація цих фантастичних світів має надзвичайну вагу, оскільки саме за допомогою мови автори створюють і передають нам свої уявні світи. У цьому контексті романи «Чорнильне серце» Корнелії Функе та «Око світу» Роберта Джордана є яскравими прикладами творчого відтворення фантастичних світів, які заповнили уяву мільйонів читачів по всьому світу.

Актуальність дослідження дослідження обумовлена популярністю фантастичних творів, що стрімко зростає та її впливом на сучасну культуру, а також загальною тенденцією сучасних лінгвістичних досліджень до багатоаспектного аналізу художніх текстів і відсутністю системного порівняльного аналізу особливостей вербалізації фантастичних світів у романах «Чорнильне серце» Корнелії Функе та «Око світу» Роберта Джордана.

Аналіз мовних елементів, використаних у цих творах, розкриває унікальні аспекти творчих процесів авторів у жанрі фентезі та підкреслює їхній вплив на мовні практики. Таке дослідження пропонує свіжі ідеї та підходи до вивчення мови та літератури, сприяючи глибшому розумінню культурного та лінгвістичного значення фентезійних наративів.

Мета роботи полягає в аналізі особливостей вербалізації фантастичних елементів, шляхом класифікації їх за локаціями, подіями, предметами, іменами та угрупованнями.

Виклад основних положень. У лінгвістичному розумінні вербалізація – це вираження думки за допомогою слів і форм мови [2: 106]. З погляду лінгвістики вербалізація у фентезійній літературі досліджується завдяки різним мовним засобам, що використовуються для створення та опису фантастичних світів. Аналіз включає в себе використання лексики, синтаксичних структур, стилістичних прийомів і створення нових мовних систем або винайдення термінів і назв для унікальних аспектів фантастичної реальності.

Вивчення вербалізації передбачає аналіз того, які лінгвістичні засоби використовуються для опису різних аспектів фантастичних світів, таких як місця, люди, події та об'єкти. Крім того, дослідження вербалізації дозволяє нам розглянути вплив художніх творів на мовну практику та розвиток мовленнєвих засобів у літературі та поза нею.

Слід зауважити, що надзвичайно вагомим у формуванні ірреальних світів романів жанру фентезі є вплив культурних, історичних та мовних особливостей носіїв німецької та англійської мов. Наприклад, в романі «Око Світу» Роберта Джордана, не всі найменування були вигадані автором, децю він узяв з легенд та оповідей.

Створюючи художній твір жанру фентезі, автор наповнює його когнітивними елементами та образами, які вибудовують специфічний концептуальний простір цього твору. На основі здійсненої суцільної вибірки лексем, що позначають елементи фантастичних світів, які відображені в романах «Чорнильне серце» Корнелії Функе та «Око світу» Роберта Джордана, було виокремлено п'ять тематичних груп лексем:

1) імена: ця група включає імена персонажів та імена міфічних або фантастичних істот («Staubfinger», «Capricorn», «Myrddraal», «Bili Congar»);

2) локації: включає назви унікальних локацій і місць, які існують у фантастичному світі, зокрема країни, міста тощо («Sand Hills» «Mountains of Mist», «Tintenwelt»);

3) події: ця група містить назви важливих подій, конфліктів або сюжетних моментів, які відбуваються у світі книги («Breaking of the World» «Bel Tine»);

4) речі: сюди входять назви об'єктів, артефактів, які мають особливе значення чи вплив у фантастичному оточенні («Tintenherz», «Avendesora»);

5) угруповання: включає назви важливих для сюжету груп («Wisdom», «The Congars and the Coplins»).

Систематизація виокремлених груп дозволяє проаналізувати особливості мовного вираження фантастичних елементів у романах, а також виявити тенденції та специфіку мовного творення уявного світу в аналізованих творах.

З лінгвістичного погляду дослідження вербалізації фантастичних світів має на меті пояснити, як мова використовується для створення яскравих і переконливих образів уявної реальності, а також вивчити роль мови у формуванні вражень і емоцій читача.

Висновок. Вивчення вербалізації фантастичних світів у романах «Чорнильне серце» Корнелії Функе та «Око світу» Роберта Джордана має велике значення для сучасного літературного та культурного контексту. Таке дослідження спрямоване не лише на виявлення і впорядкування мовних елементів, а й когнітивні фактори, які впливають на сприйняття та розуміння творів. Шляхом вербалізації автор активно залучає читача у світ фантазії, створюючи образи, які відкривають перед ним нові горизонти. Вивчення вербалізації фантастичних світів не лише розкриває літературний талант письменників, але й допомагає нам зрозуміти, які мовні засоби та образи використовуються для передачі складних концепцій та ідей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Александрук І.В. Вербалізація можливих світів у жанрі фентезі (на матеріалі творів сучасних англійських та американських авторів): автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. філол. наук: 10.02.04. Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. 2011. 20 с.

2. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни: В 4-х т.: [наук.-навч. вид.]. А.П. Загнітко. Донецьк: ДонНУ, 2012. Т. 2. 350 с.

3. Ткачик О. Місце квазіреалій у вербалізації концепту “POWER” у концептуальному просторі англомовної серії фентезі-романів Дж. Р. Р. Мартіна «Пісня льоду і полум'я». *Advanced Linguistics*. 2020. № 5. С. 41–53.

**Чорнобіль Діана
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук, доцент Юрковська М. М.*

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ СТЕРЕОТИПІВ У МЕДІАДИСКУРСІ

Засоби масової інформації мають значний вплив на формування думок великої частини суспільства і можуть сприяти стереотипізації соціальних груп чи явищ. Через повторення певних наративів, зображень і репрезентацій, медіа може впливати на те, як люди сприймають навколишній світ.

У лінгвістиці з'явилася нова галузь в аналізі медіатекстів, яка називається «медіалінгвістика». У своїй роботі Маріна Ламбру та Алан Дюрант у вивченні медіалінгвістики виокремлюють три важливі аспекти:

1) Ставлення до медіа як до способу чи каналу передачі інформації між людьми чи організаціями. Засобами передачі інформації слугують газети, журнали, телебачення, телефони, та інші види цифрових медіа. Такі медіа слугують основою для досягнення комунікативних цілей, таких як реклама, художнє вираження, пропаганда тощо.

2) Медіа можна визначити як метонімію, адже воно також означає людей та компанії, які залучені у виробництво і працюють у цій сфері. Тобто медіа – це збірна множина, що позначає журналістів, редакторів, фоторепортерів. (

3) Засоби масової інформації набувають міфічного характеру через позитивні асоціації з популярними особистостями, гламуром та соціальним впливом, або через негативне уявлення пов'язані з сенсаційністю, нав'язливістю та маніпуляціями [3].

Кожна людина або соціальна група має своє сприйняття навколишньої дійсності. Людському розуму властиво спрощувати інформацію, яка надходить і поділяти явища та об'єкти на категорії, таким чином з'являються стереотипи. Загалом вони виникають під впливом культури, особистого досвіду, ЗМІ та соціальних норм. Однак, стереотипи можуть бути неточними, тому призводять до несправедливих суджень та дискримінації.

Американський публіцист Уолтер Ліппманн уперше вжив поняття «стереотип» у 1922 році. Він визначив стереотип як «викривлену картинку» чи образ у свідомості людини, що не базується на особистому досвіді, а походить від культури. Стереотипи економлять зусилля розуміння складних об'єктів, які оточують нас. Але У. Ліппманн не вважає стереотипи цілком неправдивими. Стереотипи можуть бути правдою, або частково правдою, або ж брехнею [4].

ЗМІ мають особливий механізм дії, за допомогою якого впроваджують і поширюють стереотипи у громадськість [1].

Перша специфіка виняткова тим, що інформація перш ніж інформація дійде до людей, вона пройшла через відбір, класифікацію, категоризацію фактів і явища суспільного життя, тому є організованою. І на цьому етапі відбувається стереотипізація інформації. Складний для розуміння об'єкт примітивізують до кількох відомих для отримувача понять.

Друга специфіка мас-медіа в тому, що вони окрім передачі інформації, функціонують як засіб масової комунікації, у своїй властивій формі створюють контекст. Особливість цієї форми спілкування в тому, що вона не має зворотного зв'язку, який типовий для міжособової комунікації. Тобто адресант не може одразу дізнатися чи його інформацію прийняли або проігнорували.

Суть третьої специфіки в тому, що подання інформації через різноманітні медіа-канали піддається більшому контролю, ніж при звичайному спілкуванні та прийнятним у суспільстві нормам спілкування.

Стилістичні засоби відіграють важливу роль у ЗМІ, привертаючи увагу реципієнтів та ефективно передаючи повідомлення. За допомогою стилістичних

засобів ЗМІ можуть наголосити на головній ідеї, викликати емоційний резонанс, впливати на думку суспільства і формувати корисні та необхідні для них погляди.

У сучасній медіакомунікації виділяють понад двадцять різних стратегій та лінгвістичних тактик [2]. У цій роботі розглянемо декілька з них.

Одна з таких стратегій є викривлення інформації. Завдяки засобам применшення, гіперболізації, повторів, спрощення понять відбувається перекручення фактів. Тотальна гіперболізація наділяє об'єкта перебільшеними можливостями, тому створює враження всеосяжності. Повтор мовних одиниць має на меті швидко вкласти повідомлення в думки адресата. Наділення повідомлення лексичними мовними засобами з негативною конотацією.

Стратегія імунізація висловлювань полягає в тому, що вживання крилатих висловів, афоризмів може залучити і зацікавити аудиторію.

Стратегія групової ідентифікації використовуються для наближення або віддалення, тобто поділ на «свій-чужий».

Стратегія вербального ультиматуму побудована на принципі підміни понять, навішування ярликів, використанні емоційно-експресивної лексики для дискредитації або створення певних асоціацій. Для здійснення психологічного тиску застосовують прийом нагромадження мовних засобів – висхідної та низхідної градації.

Стратегії позитивного надання інформації передбачають використання прийомів, що виявляються в наголошенні на перевагах і високих якостей. Вони побудовані на принципах довіри та пріоритетів.

Стратегія позитивного позиціонування покликана створити позитивний образ і формує «правильні» рекомендації при отриманні повідомлення, а також робить висновки з малої кількості наявних фактів.

У стратегії ухиляння від істини використовують прийоми, які акцентують увагу на вигідній інформації, нав'язується штучно змодельоване повідомлення, у якому вживають мовні засоби, що утверджують здобуті відомості.

Отже, стереотипи в засобах масової інформації мають значний вплив на формування суспільної позиції і сприйняття. Мовні засоби сприяють маніпулятивному впливу медіа і можуть викликати позитивне і негативне уявлення залежно від контексту. Стилїстичні фігури є важливими інструментами, які використовують для підсилення стереотипів і навпаки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Лавлінський Р. Механізми формування соціальних стереотипів у суспільстві засобами мас-медіа. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Філософія.* 2010. № 7. С. 164–176.
2. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Теорія медіалінгвістики : підручник / за ред. Л.І. Шевченко. К. : ВПЦ "Київський університет", 2021. 214 с.
3. Lambrou M., Durant A. The analysis of the media. In: Stockwell, Peter and Whitely, Sarah, (eds.) *The Cambridge Handbook of Stylistics.* Cambridge, U.K.: Cambridge University Press. 2014, pp. 503-519.
4. Lippman W. Public Opinion. New York: Simon and Schuster, 1997. 272 p.

**Шрамова Альона
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри теорії і практики перекладу
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат педагогічних наук, доцент Бойван О. С.*

ВИКОРИСТАННЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ У ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ІЕНА МАК'ЮЕНА «СПОКУТА»

Важливим аспектом перекладацької діяльності є вміння майстерно та гармонійно передати смислове навантаження, стиль та емоційну окрасу тексту за допомогою перекладацьких трансформацій. Ці трансформації допомагають досягти еквівалентності перекладу та подолати розбіжності між мовами оригіналу та перекладу [2: 313]. З точки зору О. Селіванової перекладацька трансформація – це «перетворення, модифікація форми, або змісту і форми зокрема, з метою збереження відповідності комунікативного впливу на адресатів оригіналу й перекладеного тексту» [5: 202]. Залежно від того, який мовний аспект знаходиться під впливом, перекладацькі трансформації поділяють на стилістичні, лексичні, граматично-стилістичні, лексико-граматичні та лексико-семантичні.

Серед усіх перекладацьких трансформацій детально розглянуто та проаналізовано лексико-семантичні трансформації, які характеризуються змінами у значенні та використанні лексичних одиниць (слів або виразів) з метою кращого відтворення сенсу тексту оригіналу, його емоційного навантаження, а також максимальної відповідності між оригіналом та перекладом з урахуванням мовних, культурних та стилістичних особливостей. До цих трансформацій відносять:

- конкретизацію;
- генералізацію;
- опущення;
- додавання;
- смисловий розвиток (модуляція) [2: 314].

У процесі роботи над перекладом роману Іена Мак'юена «Спокута», виконаного українською мовою Ольгою Смольницькою, було розглянуто та опрацьовано використання різноманітних лексико-семантичних перекладацьких трансформацій. Отже, конкретизація виступає однією з найбільш вживаних трансформацій, суть якої полягає в заміні слова широкого значення словом вузького значення:

...who would persuade him to return to the countryside... – ...яка змусила б його повернутися до села...

У даному реченні слово *countryside* має наступне словникове значення: сільська місцевість; але у перекладі було використано слово *села*, яке є більш

вузьким терміном, що визначає окремий тип сільського населеного пункту, це дозволило передати контекстуальні нюанси оригінального тексту.

Протилежна конкретизації перекладацька трансформація – генералізація – представлена заміною слова вузького значення словом широкого значення. Ця перекладацька трансформація використовується перекладачами як «заміна конкретного, видового, поняття на більш абстрактне, родове, чого інколи вимагає логіка побудови думки» [1: 82]:

... *Briony's was a shrine to her controlling demon...* – ...кімнатка Брайоні була храмом, де мешкав дух стриманості ...

Так, слово *shrine* має конкретний та обмежений переклад, а саме «святиня» або «святилище», що вказує на особливе місце, яке вважається святим або священним, для перекладу було використано слово *храм*, яке може використовуватися для опису будь-якої будівлі, яка призначена для релігійних або духовних цілей, де проводяться релігійні обряди або молитви.

Для вилучення неважливої мовної одиниці під час перекладу було використано метод опущення:

...*on 'a windy sunlit day in spring'*. – ...«у сонячний весняний день».

Опущення слова *windy* зумовлене спрощенням тексту перекладу для кращого зрозуміння читачем. Слово розглядається як додаткова деталь, вилучення якої не впливає на загальний зміст сцени.

Наступна перекладацька трансформація, яку було використано в процесі перекладу роману «Спокута» – додавання. Це один з видів лексико-семантичних трансформацій, що використовується як доповнення тексту перекладу мовними одиницями, котрі не мають прямих відповідників в оригіналі:

If this was supposed to be a joke, Briony ignored it. – Якщо це й було жартом, Брайоні ігнорувала такі випадки.

Цей приклад демонструє додавання у перекладі слова *випадки* з метою розширити або уточнити контекст для читача, а також задля підсилення логічного зв'язку між цим та попереднім реченням у тексті перекладу.

Іншою лексико-семантичною перекладацькою трансформацією є смисловий розвиток або ж модуляція – заміна або опущення слова або словосполучення тексту оригіналу мовною одиницею перекладу, яка за значенням близька до початкової, але має більш широкий контекст або асоціаційний спектр. Наступний приклад демонструє застосування смислового розвитку:

She let that hang, and Briony stared at her... – Вона дозволила фразі повиснути в повітрі...

У перекладі фраза оригіналу *let that hang* була розвинена або ж модульована словами *дозволила фразі повиснути в повітрі*, що передало той самий момент паузи або роздумів, але використовуючи додаткову образність атмосфери напруженості між персонажами.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що лексико-семантичні перекладацькі трансформації у романі Ієна Мак'юена «Спокута» є важливим

інструментом збереження та досягнення еквівалентності між оригіналом та перекладом. Зосереджуючись на лексико-семантичних аспектах, було визначено, що використання таких трансформацій дозволяє перекладачам враховувати мовні, культурні та стилістичні особливості обох мовних систем, що сприяє покращенню сприйняття та розуміння художнього тексту перекладу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Лобанова В. В. Конкретизація та генералізація в палітрі перекладацьких трансформацій. *Англістика та американістика*. 2020. № 17. С. 80–85.
2. Матвійчук О. В., Сітко А. В. Дослідження перекладацьких трансформацій в українському перекладознавстві. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2023. № 31. С. 313–314.
3. Мак'юен І. Спокута. Пер. з англ. Ольги Смольницької. Київ: КМ-Букс, 2018. 413 с.
4. McEwan I. *Atonement*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group, 2003. 351 p.
5. Саліванова О. О. Проблема диференціації перекладацьких трансформацій. *Нова Філологія*. 2012. № 50. С. 201–208.

Шульга Ольга

Луцьк

*Науковий керівник: доцент кафедри іноземної та української філології
Луцького національного технічного університету,
кандидат філологічних наук, доцент Киселюк Н. П.*

НОВІТНЯ ЛЕКСИКА В АНГЛІЙСЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕКСТАХ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Впродовж останніх десятиліть сфера економічного життя була сферою кардинальних змін, які знайшли своє відображення в численних інноваціях. Вона є одним із головних постачальників новотворів в англійську мову, оскільки виникають насамперед нові слова і словосполучення, призначені для номінації і характеристики економіки в умовах інформаційної революції, та посилення економічної глобалізації.

Лексика економічної сфери – це та частина словника, котра пов'язана з відповідними сферами економічного життя – менеджментом, маркетингом, фінансами, інформаційними технологіями, людськими ресурсами, виробництвом, оподаткуванням, статистикою, страхуванням тощо.

Так, наприклад, існує цілий ряд неологізмів, які визначають та описують особливості умов праці. У зв'язку з тим, що сучасні робочі місця в офісах оснащені сучасною технікою, яка генерує високий рівень шуму, виникла проблема «акустичної приватності» службовців (*acoustic privacy*). Вирішенням цієї проблеми стали окремі кабінки (*cubicles*), в яких розташовували офісних працівників. Ще одним неологізмом, пов'язаним з організацією робочих місць в

установах є так зване «відкрите планування» (*open plan office*) – офісний простір без перегородок між робочими зонами.

Наприкінці ХХ століття реструктуризація ділових підприємств, яка включала переважно зменшення персоналу, відповідала терміну *reengineering*. Пізніше цей термін було замінено словосполученням *enterprise resource planning* (часто скорочено як *ERP*) [1: 5].

Активно також збагачується вокабуляр таких галузей, як маркетинг, торгівля та реклама. Так, наприклад, новий термін *top-to-top* позначає стратегію ведення бізнесу, при якій керівник однієї компанії продає товари або послуги безпосередньо керівнику іншої. Існує також ряд новітніх термінів, які регулюють процес обміну товарами та послугами. До прикладу, новий термін «Бізнес-для-бізнесу» (*Business-to-Business*) означає обмін товарами, послугами або інформацією між компаніями і не включає в цей процес кінцевого фізичного споживача товару чи послуги. Термін, що регулює відносини між компанією і кінцевим споживачем є неологізм «Бізнес-для-споживача» (*Business-to-Consumer*), який означає, що компанія продає свої товари або послуги безпосередньо споживачам через роздрібну торгівлю. Термін, який позначає відносини між компанією та урядом називається «Бізнес-для-держави» (*Business-to-Government*). Зазвичай його використовують для класифікації систем електронної комерції. Прикладом такого ведення бізнесу можуть слугувати системи електронних держзакупівель [3]. Результатом економії мовних зусиль стало вживання замість цих термінів їхніх скорочень: *Business-to-Business – B2B*, *Business-to-Consumer – B2C*, *Business-to-Government – B2G*.

В останні роки широко застосовується такий маркетинговий прийом, як *product endorsement*, коли до рекламної кампанії на телебаченні залучені «споживачі», які нібито придбали певний товар і тепер підтверджують його високу якість своїми відгуками та коментаріями щодо цього продукту.

Наприкінці минулого століття виник неологізм *brick-and-mortar*, який означав «простий, практичний, життєвий» [2: 171]. Але вже у ХХІ столітті цей термін стали застосовувати для позначення магазинів традиційної торгівлі на протипагу торгівельним закладам, які працюють як традиційно, так і через інтернет (*click-and-mortar*). Оскільки традиційна торгівля вимагала більшої націнки на товар (оренда приміщення, зарплата продавцям, тощо), а інтернет-торгівля змушена була знижувати ціни через жорстку конкуренцію та відсутність витрат на утримання фізичного (*brick-and-mortar*) магазину, таке ведення бізнесу спричинило появу подвійного ціноутворення (*dual pricing*).

Не оминули новоутворення і назв керівників вищого рівня управління компаній. Аналогічно до назви посади головного виконавчого директора *chief executive officer*, створюється ряд нових виразів для опису адміністраторів, які відповідають за конкретні, особливо нові функції в корпоративному середовищі. Серед таких нових термінів можна виділити такі вирази: *chief content officer*, що позначає адміністратора по роботі з веб-сайтом компанії; *chief hacking officer* на позначення менеджера, що опікується системами та

програмами захисту компанії від хакерських атак; *chief knowledge officer*, що позначає керівника, відповідального за створення та функціонування інформаційної системи; *chief learning officer* – менеджер, який займається підвищенням кваліфікації персоналу; *chief privacy officer* – особа, відповідальна за збереження комерційної таємниці компанії; *chief risk officer* – працівник, в обов'язки якого входить захист компанії від потенційних ризиків.

Результатом виникнення цих новоутворень було створення новітніх аббревіатур. Наприклад: *chief executive officer*- *CEO* (топ-менеджер, генеральний директор підприємства); *chief finance officer* – *CFO* (фінансовий директор компанії); *Human Resources (department)* (відділ по роботі з персоналом) – *HR (department)*; *Research and Development (department)* – *R&D (department)* (науково-дослідний відділ).

Отже, зі сказаного вище можна зробити висновок, що нова лексика, яка позначає реалії економічного життя суспільства, становить найбільшу соціофункціональну групу інновацій останнього десятиліття. Викладений матеріал свідчить, що сфера економіки та бізнесу не тільки є одним із головних постачальників інновацій в англійську мову, але й сферою зародження нових тенденцій у словниковому складі, зокрема у словотворі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Зацний Ю. А. Неологізми англійської мови 80-90 років ХХ століття. Запоріжжя : РА «Тандем-У», 1997. 396 с.
2. Head S. *The New Ruthless Economy, Work and Power In the Digital Age*. New York : Oxford University Press, 2003. 222 p.
3. Wikipedia. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/B2G> (дата звернення : 20.03.2024).

**Яворська Олеся
Вінниця**

Науковий керівник: в.о. декана факультету філології, психології та іноземних мов, доцент кафедри романо-германської філології та зарубіжної літератури ДонНУ імені Василя Стуса, кандидат філологічних наук, доцент Білецька О.В.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ GERUNDIЯ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ РЕЯ БРЕДБЕРІ «451 ГРАДУС ЗА ФАРЕНГЕЙТОМ»

У сучасному перекладознавстві майже не залишилося граматичних явищ, які б не привертали увагу науковців для подальшого дослідження та аналізу. Особливий інтерес вчених викликають ті граматичні одиниці, які відносяться до групи безеквівалентних категорій. Оскільки українська мова не має герундію у своїй граматичній системі, його переклад може становити певні труднощі.

Пропонована робота присвячена дослідженню герундія та герундіальних конструкцій в англійській мові та особливостей їхнього перекладу українською.

Актуальність дослідження зумовлена наявністю спірних питань щодо теоретичних засад та практичних способів перекладу герундія та його конструкцій з англійської мови українською.

Метою роботи є дослідження способів перекладу герундія та герундіальних конструкцій з англійської мови українською на матеріалі роману Р. Бредбері «451 градус за Фаренгейтом». Реалізації поставленої мети сприятиме вирішення таких завдань: 1) дослідити герундій та його ознаки в англійській мові; 2) проаналізувати функції герундія та герундіальних конструкцій у реченні; 3) скласти вибірку досліджуваного матеріалу; 4) проаналізувати способи перекладу герундія та герундіальних конструкцій з англійської мови українською.

Об'єктом дослідження є герундій та герундіальні конструкції в англійській мові, вилучені методом суцільної вибірки з роману.

Предметом дослідження є способи перекладу зазначених.

Герундій, одна з безособових форм дієслова, є складною граматичною категорією в англійській мові. Він має ту саму форму, що й дієприслівник (Participle I). Щодо його використання, відзначається його схожість з інфінітивом. Ця двоїста природа герундія може ускладнювати його переклад з англійської на інші мови. До цього часу в класичній англійській граматиці існує досить неоднозначне розуміння, чи слід розглядати герундій як окреме явище, чи він повинен розглядатися разом з дієприслівником. Деякі лінгвісти вважають, що герундій і дієприслівник мають однакові морфологічні форми і різняться лише за функцією [1: 83].

Герундій може виконувати різноманітні синтаксичні функції, такі як підмет, частина складеного іменного присудка, частина складеного дієслівного присудка, прямий та непрямий додаток, означення, обставина часу, обставина способу дії, обставина мети, обставина умови, обставина причини тощо.

Аналіз та опис методів перекладу герундія у романі Рея Бредбері «451 градус за Фаренгейтом» проводився з огляду на їхню частотність. Результати аналізу фактичного матеріалу показали, що найбільш поширеною функцією герундія у романі є роль частини складеного дієслівного присудка. У цій ролі герундій найчастіше перекладається особовою формою дієслова і так само, як і в англійській мові, виконує роль присудка в різних часових формах, напр.:

англ. *A bomber flight must be moving east all the time they talked, and only now did the two men stop and listen, feeling the great jet sound tremble inside themselves* [3].

укр. *Весь час, коли вони розмовляли, на схід нібито рухався бомбардувальник, і тільки тепер двоє чоловіків зупинилися і прислухалися, відчуваючи, як усередині тремтить звук величезного реактивного літака* [2].

англ. *This is your house as well as mine. I feel it's only fair that I tell you something now. I should have told you before, but I wasn't even admitting it to myself* [3].

укр. *Це твій будинок, так само як і мій. Я відчуваю, що буде справедливо, якщо я скажу тобі щось зараз. Я повинен був сказати тобі раніше, але я не зізнавався в цьому навіть самому собі* [2].

англ. *They will only gathering up their stones to hurl at each other. Montag, go home. Go to bed* [3]

укр. *Вони тільки зберуть каміння, щоб кидати їх один в одного. Монтег, йди додому. Лягай спати* [2].

Другий за чисельністю прикладів способом перекладу герундія є переклад за допомогою дієприслівника, напр.:

англ. *Two minutes more and the room whipped out bashing the town to the jet cars wildly circling an arena, backing up and bashing each other again* [3].

укр. *Ще дві хвилини, і зал заревів розбиваючи місто на реактивні машини, що дико кружляють по арені, що здають назад і знову б'ють один одного* [2].

англ. *She paused running her finger under a line in the script* [3].

укр. *Вона водячи пальцем по рядках п'єси* [2].

англ. *It was not unlike the feeling he had experienced before turning the corner and almost knocking the girl down* [3].

укр. *Це відчуття скидалося на те, якого він зазнав, звернувши за поріг і мало не збивши дівчину...* [2].

Інші способи перекладу герундія т герундіальних конструкції представлені поодинокими прикладами.

Отже, герундій в англійській мові є складною граматичною категорією, яка не має чітко визначеного аналога в українській мові, і тому може створювати складнощі при перекладі. Герундій виконує в реченні різні синтаксичні функції і найчастіше перекладається українською мовою за допомогою тих конструкції, що відповідають його синтаксичній функції в оригінальному тексті.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Беседіна Т. Г. Граматичні особливості перекладу герундія на українську мову. URL : <http://intkonf.org/besedina-tg-savchuk> (дата звернення: 03.04.2023).

2. Бредбері Р. «451 градус за Фаренгейтом» : роман. Тернопіль : Маєстат слова, 2015. 272 с.

3. Bradbury Ray. Fahrenheit 451°. Random House Publishing Group, New York City, 1953. 176 p.

**Ямкова Світлана
Вінниця**

*Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології
ДонНУ імені Василя Стуса,
кандидат філологічних наук, доцент Ковтун О. В.*

ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІСЕННИХ ТЕКСТІВ НАПРЯМУ R&B

Дослідження тексту пісень може допомогти найкращим чином відстежити взаємозв'язки між музикою і мовою. Вважається, що музика має більшу силу над емоціями людини, ніж мовлення, хоча коли йдеться про пісні, музика і мовлення змінюють свої ролі. Люди зазвичай слухають як тексти пісень, так і музику, і не можна заперечувати, що якщо хоча б одному із цих компонентів не вдається вразити слухача, пісня ніколи не буде вважатися успішною. Тексти пісень дозволяють аудиторії сприймати ідею пісні й емоційне навантаження, яке вона несе, а музика допомагає передати емоції й внутрішній характер виконавця.

R&B, або Rhythm and Blues, є музичним жанром з багатою історією, що витоки бере від афроамериканської музики середини 20 століття, поєднуючи в собі елементи джазу, госпелу, та блюзу. Музикознавець Роберт Крістгау в одному зі своїх оглядів підкреслив: «R&B втілює у собі духовність через ритм та блюз, надаючи голос емоційним досвідам афроамериканської спільноти» [2].

Для R&B характерною є розмовний стиль мовлення, характерним для якого є скорочені форми, невживані в офіційному мовленні (*Know that I can't get over you; Cause everything I see is you; And I don't want no substitute*), сленгізми (*I used to bag girls like Birkin bags; she about to steam; I'm a motherfuckin' starboy*), розмовні вирази (*Look what you've done; gotta be having*), діалекти, провінціалізми, усічені форми слів (*TV* замість *television*, *phone* замість *telephone*, *CD* замість *compact disc* тощо) для створення необхідного емоційного впливу на слухача [1].

Характерним порушенням граматичної норми, уживаної в текстах аналізованого стилю, є вживання подвійних заперечень для посилення аргументації, пор.: *I don't want no substitute; Don't want to compare nobody to you*.

Варто відзначити, що у текстах музичних творів стилю R&B, як і у розмовному мовленні, використовують спрощену граматику, найпростіші видо-часові форми, створюючи таким чином ефект звичайного повсякденного спілкування. У текстах стилю R&B, емоційна складова пісні часто передається через використання різних часів дієслова. Девід Кристал у "The Cambridge Encyclopedia of the English Language" наголошує на важливому значенні видо-часових форм для вираження темпоральної перспективи та емоційної зарядженості тексту [3 : 137].

The Weeknd часто використовує минулий час для розповіді про колишні відносини й досвід, теперішній час – для вираження поточних почуттів, а майбутній – для експресії надій та бажань на майбутнє. Наприклад, текст пісні «Save Your Tears» написаний у Past Simple для підкреслення закінченості відносин та локації подій у далекому минулому, напр.: *I saw you dancing in a crowded room*. Це допомагає слухачу відчувати глибину переживань виконавця. У "Blinding Lights" використано Present Simple для створення відчуття безпосередньої присутності, пор.: *I'm blinded by the lights*. Такий прийом дозволяє слухачеві бути більш залученим у емоційний стан співака. Хоча події твору "Can't Feel My Face" відбуваються у теперішньому часі, автор тексту вживає форми Future Simple, які створюють атмосферу передбачення майбутнього, його неминучості, пор.: *And I know she'll be the death of me; At least we'll both be numb*.

Модальні дієслова додають експресивності та глибини емоційному змісту висловлювання [4]. У піснях The Weeknd вони часто слугують для підкреслення внутрішнього конфлікту персонажа або глибини його почуттів. Наприклад, у тексті «Can't Feel My Face» використання заперечної форми модального дієслова *can* підкреслює відсторонений стан ліричного героя, його зануреність у почуття, пор.: *I can't feel my face when I'm with you*. Модальне *be to* передає передбачення майбутнього, відчуття його зумовленості або неминучості, напр.: *The worst is yet to come*.

Пісенному дискурсу R&B притаманна наявність великої кількості діалогічного мовлення, прямої мови, які властиві розмовному мовленню та роблять тексти більш динамічними, живими, пор.: *She told me, "You'll never be alone"; She told me, "Don't worry no more"*.

Отже, жанр R&B слугує не лише музичним виразом емоцій та переживань, але способом комунікації автора тексту із слухачем. Такі особливості цього жанру як емоційна насиченість, близькість до звичайного розмовного мовлення роблять його унікальним та впізнаваним. Вивчення граматичних особливостей пісенних текстів на прикладі альбому «The Highlights» музичного виконавця The Weeknd дозволить глибше зрозуміти граматичну специфіку дискурсу R&B жанру, його відмінність від текстів інших музичних напрямків.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Chambers J. K. Sociolinguistics Theory: Linguistic variation and Its Social Significance. Wiley, 2003.
2. Christgau R. Black Music: Once Good, Now Even Better, Maybe Best? URL: <https://www.robertchristgau.com/xg/news/nd730114.php> (дата звернення: 03.04.2023).
3. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. Bangor, 2018. 582 с.
4. Knapp P., Watkins M. Genre, Text, Grammar: Technologies for Teaching and Assessing Writing. UNSW Press, 2005.