

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет

# **ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ІННОВАЦІЇ**

## **МАТЕРІАЛИ**

### **V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Суми, 12–13 березня 2015 року)

Суми

Сумський державний університет

2015

Перекладацькі інновації : матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 12–13 березня 2015 р. / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. – Суми : Сумський державний університет, 2015. – 150 с.

У матеріалах подані тези V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Перекладацькі інновації». До збірника увійшли наукові дослідження, присвячені актуальним проблемам сучасного перекладу, мовознавства, лінгвістики, стилістики, методики та методології сучасних літературознавчих досліджень.

Для мовознавців, перекладачів, викладачів та студентів філологічних та перекладацьких факультетів.

## LACUNARITY vs. TRANSLATION

*S. O. Shvachko, D. Litt, Prof.  
(Sumy State University)*

Lacunar spots work in many domains. Translation has also a wide range of interest. The process of conveying and rendering hidden thoughts is of consistent emphasis of scholars. Dark places (gaps) are not to be deleted otherwise adequate information will be lost in translation. Vistas of lacunarity are opened for brain-trust both at home and abroad. Many a problem is to be solved therein. The major questions refer to taxonomy, choice of methods. Pertinent is the process of delacunization (getting implicit, hidden information) – non-verbalized, non-literal in the original texts, but highly valuable within target ones. Translation works with nominative and communicative units, their outer and inner structures. Preference is given to the latter ones. Semantics and pragmatics come to the forefront in terms of adequate rendering of congruent information.

There has come into a being a newly-born, young science – lacunology which is obtaining metasigns, objects, methods and aims. This very science is of interdiscipline nature. The term *lacunae* has a wide cluster of allonyms with inter- and extra- culturemes and linguaremes. Cf.: *gaps, hollows, missing places, dark places, white spots*. These lexemes go back to the naïve picture of the world. In the scientific picture of the world the dominant word is *lacunae*. This word is of Latin-Greek etymology. It was born in the naïve worldview with the meaning “lake”, “shallow place”, “something devoid of water”. With times *lacunae* came to be “civilized”. Lacunar notion works in psychological cluster (*attention span*), in vocabulary (*linguistic shock*), in behavior (*poor manners*), in illiteracy (*poor grammar, stylistics*), in logics (*discrepancy, deterioration, lost in thoughts*), in epigrammatics (*unserious text derivation, quasi definitions, jokes*).

*To love oneself is the beginning of a life-long romance (O. Wilde)*

*Elephants are smaller than life, but a flea is always larger (J. Swift).*

*Gossip is charming. History is nearly gossip. The scandal is gossip made tedious of morality (O. Wilde).*

*He gave her a look you could have poured on waffle (L. Rardner).*

*A woman's fondest wish is to be weighed and found wanting (W. Winchell).*

*Diamonds are girls' best friends (A. Loos).*

*The only charm of the past is that it is the past (O. Wilde).*

*The bride at the altar: "At last! At last!"*

*The bridegroom: “ Too fast! Too late!”*

Lacunar researches work as Perpetuum Mobile. It is indispensable in the processes of evolution and involution. Lacunology is pertinent and workaholic with secondary derivatives (semantic and formal). It produces the effect of silent crying.

Translatology has obtained its status in the paradigm of sciences. Alternate *to be or not to be* does not refer to this science. *To be* is a positive attribute, with widely acknowledged topicality.

Modern scholars let lacunology go, develop, prosper. Tomorrow is with this newly-born science. The scholars' hypnotic principle works in words *Gains, Gaps and Goals*.

Секція  
"АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО  
МОВознавства"

CONCEPT "NOTHING". LINGUISTIC WORLD PICTURE

*Bykova K.*

*(Sumy State University)*

*Academic supervisor – D. Litt, Prof. Shvachko S. O.*

Linguistic researches of the last years are characterized by heightened interest to a question of a linguistic or language world picture. The notion of a linguistic world picture is a part of cognitive paradigm in linguistics [1, 22]. This notion is being actively used in analyzing of natural language.

The notion of linguistic world picture is closely connected with the conceptual world picture, which in the form of concepts relates to conscious endozone.

The main notion of a conceptual picture of the world is *Concept*. According to the Russian scientist Stepanova concept is a basic cultural cell in the mental world of a person [2, 8]. Concept "NOTHING" is of considerable interest for modern linguistic, as it verbalizes the category of negation in language. The category of negation is a universal phenomenon as it is peculiar to all languages. It is characterized by a specific status almost in all branches of science, particularly in philosophy, psychology and linguistics.

The category of negation is verbalized at all language levels and is characterized by a broad paradigm of verbalizing means.

Thus, the verbalization of the category of negation at the morphological level is realized by a wide range of affixes such as *un-, dis-, im-, non-, in-, il-, ir-, mis-, -less* etc. For instance: *They did defeat me with swords, you chinless cretin* [5, 22].

Lexical means of negation verbalization include notional parts of speech and syntactical formants. Frequent markers of negation include verbs, adjectives and particles. This phenomenon is predetermined by that fact, that language negates mostly the quality, state or the action of a definite referent [1, 63]. Syntactical formants perform rarely the function of a negation marker. Lexeme *nothing* is negative holic; it's a metasign and a basic word in the paradigm.

*And now it sometimes bought me a bowl of soup in Woolworth's cafeteria when there was nothing left at home for me to take for lunch [3, 94].*

The syntactical level of negation is presented by various conjunctions, such as *until, unless* alongside with motional units.

*Let's wait until the go in [4, 196].*

*The sound went on and on and on, until it seemed it would never die [3, 17].*

Negation in the English language can be verbalized by all members of a sentence. This category has a wide range of syntactic roles in English artistic discourse.

*No sense to draw attention, when their hour was so close [4, 14].*

Thus, the category of negation is verbalized at all language levels, and has a variety of expressive means.

Negation as a linguistic phenomenon requires further scientific investigation considering lacuna questions of modern cognitive linguistics.

1. Кухаренко В. А. Интерпретация текста [Текст] / В. А. Кухаренко. – М. : Просвещение, 1998. – 191 с.
2. Степанова Т. В. Категория отрицания в морфемной структуре слова: на материале диалектной речи: [автореф. канд. филол. наук] / Т. В. Степанова. – Великий Новгород : Прогресс, 2008. - 25 с.
3. George R. R. Martin. A Storm of Swords ! / R. R. Martin George : Steel an Snow. – London : Harper Voyager, 2011. – 623 p.
4. Sachar Louis. The Holes / L. Sachar – London : Bloomsbury Publishing Plc, 2000. – 234 p.
5. Hill Reginald. The Woodcutter. / R. Hill – London : Harper Collins Publishers, 2011. – 581 p.

## **INTRALINGUAL ENTITY OF THE SILENCE CONCEPT**

*Dmytrenko I.*

*(Sumy State University)*

*Supervisor – PhD., Assistant Professor S. V. Baranova*

Intralingual and interlingual entity and construction of the concept is a very interesting philosophic and linguistic notion. The interpreting of the global structures of the text units appears urgent in terms of modern methodological and linguistic tendencies for the realization of the

globalization, conceptualization and categorization issues.

Concept is a mental and psychological entity. Globalization makes it possible to import concepts [4]. The notion may become a concept when it is verbalized (acquires some value associations and mental essence).

Silence being an unknown component of the non-verbal communication is closely connected with speech and social culture. Linguistic research of the communicative silence is the proofs of the fact that silence is interpreted as an illocutionary act with a zero proposition [1, 47]. The basic nominations of the silence concept are verbalizers which are defined at the lexical level: *silence, pause, stop, hesitation, stillness, quiet*; at the phrasal level: *human silence, nature silence, say nothing, no sound, none response, in silence, did not say, stopped talking, without a word*; at the text level: *Silence [1]. I bit down on my lip [1, 8]. She pressed her lips together [1, 30]. He let the sentence hang [1, 68]. He had refused to say another word [1, 86]. Jev said nothing for a moment [1, 116]. None response came [1, 139]. My mouth was switched closed [1, 160]. I was not sure what to say in response [1, c. 182].*

Silence has its variations – stillness, numbness, speechlessness. A person cannot communicate without silence which alongside with other forms of non-verbal communication is the central form of the communication. Silence is the end of the thought because the comprehension of the communicative goal is realized through silence. Silence is the end of language but it is not the end of speech which is directly related with cogitative activity of the individual.

Silence effect in the English artistic discourse is represented by heterogeneous verbal exteriorization. The basic lexical elements are *silence* and *pause*. *Silence* is used more frequently than *pause* [2, 111-114; 3, 10-15].

The notion of silence is interchangeable with that of pause in certain contexts, both short interruption of the action and prolonged stops are semantically expressed.

1. Fitzpatrick, Becca. *Silence*. Publisher Simon & Schuster Books For Young Readers, 2013. – 438 p.
2. Kurzon D. The right of silence: A socio-pragmatic model of interpretation / D. Kurzon // *Journal of Pragmatics* 23, 1995. – P.55-69
3. Анохіна Т. О. Компліментарність вербального та невербального позначення мовчання в англomовному художньому дискурсі /

Т. О. Анохіна // Нова філологія. – Запоріжжя: ЗНУ, 2005. – №1 (21). – С. 111-114.

4. Анохіна Т. О. Пауза як поліфункціональний феномен полікодового тексту / Т. О. Анохіна // Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. пр. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2002. – Вип. 7. – С.10–15.

## **СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ СКЛАДОВИХ ПРИВАТНОГО ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕННЯ**

*Домашенко Т.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Чуланова Г. В.*

Проблематика дослідження текстів мережі Інтернет привертає увагу все більшої кількості науковців-філологів. Досліджуються структурні, дискурсивні, етикетні аспекти Інтернет комунікації, розвиваються перекладацький, прагматичний напрямки вивчення Інтернет комунікації.

Матеріалом нашого дослідження є тексти оголошень про роботу, відібрані з мережевого варіанту Британського видання «The Guardian» [2]. Так як Інтернет комунікація розвивається виключно як опосередкований спосіб спілкування, то тексти, розміщені на шпальтах електронної версії видання, найкраще піддаються опису та класифікації як конвертований різновид традиційних текстів.

Для виділення основної інформації досить популярним у написанні Інтернет оголошення, а особливо його скороченої версії, є використання односкладних речень: *Courses from journalism, photography, film and animation, to sound arts and graphic in a huge range of areas*. Також нами було виявлено складні речення з герундіальними та інфінітивними конструкціями: *We're looking for a Youth Programmes Officer to be part of our Youth Programmes team, developing and delivering activities for 14-to-19-year-olds*.

Для надання оголошенню певного емоційного забарвлення у текстах зустрічаються окличні речення: *Best Private PA role around!* Але такі речення не зовсім типові для досліджуваного виду оголошень.

Більший вплив на адресата та створення діалогу між автором та реципієнтом у оголошенні забезпечуються завдяки питальним



реченням: *Are you innovative, commercially minded, open to new ways of thinking, enthusiastic and passionate about delivering excellent customer service?*

Часто зустрічаються спонукальні речення, які підштовхують реципієнта до прийняття певних рішень на основі прочитаного оголошення.: *Join a team of nine in Business Marketing and work closely with Business & IP Centre colleagues across the British Library.*

Невербальні компоненти набувають особливої значущості, оскільки беруть участь у формуванні як плану їх вираження, так і плану їх змісту. Під час аналізу нами було виявлено вживання великої літери у випадках, не обумовлених правилами граматики: *We are now seeking a DIRECTOR OF MARKETING AND COMMUNICATIONS to develop, manage and deliver a comprehensive marketing and communication strategy.* Для привернення більшої уваги адресата, автор цього оголошення виділяє певні фрази жирним шрифтом: *Handle Recruitment are searching for an Assistant Theatre Manager for this well-known theatre in the heart of London's West End.*

Так як емоційне навантаження не зовсім характерне для приватних Інтернет оголошень про роботу, то нами було помічено лише поодинокі використання засобів посилення емоційності тексту (знаків оклику, трьох крапок, смайликів): *Work as a key member of our fundraising department!!!!*

На наш погляд, феномен креолізованих текстів ще недостатньо добре вивчений. У подальшому дослідження текстів Інтернет оголошень надасть можливість вибудувати комунікативні моделі адресанта та адресата, дослідити особливості функціонування різнорівневих лексичних одиниць, що у свою чергу допоможе виокремити специфічні та інваріантні особливості текстів-оголошень як жанру Інтернет-комунікації.

1. Чуланова Г. В. Лінгво-прагматичні особливості тексту-регулятиву в рекламно-художньому дискурсі сучасної англійської мови / Г. В. Чуланова . – Донецьк , 2012 . – С. 20.
2. Guardian.co.uk. [Electronic resource] – Access : <http://www.theguardian.com/uk>

## INTERLINGUAL MODI OF THE CONCEPT NOTHING

Zaika I.

(Sumy State University)

Academic supervisor – D. Litt, Prof. Shvachko S. O.

The last decades saw extensive research in cognitive linguistics. The change of dominant paradigm of the humanities from mechanistic to cognitive-discursive in the third part of the 20<sup>th</sup> century shifted the focus of linguists' attention from the system of language to speech human activities. This naturally increased interest in studying a concept as an operational unit that provides speech activity and formed many directions of conceptual analysis: ontologic (M. Boldyrev, O. Kubryakova, R. Jackendoff, G. Lakoff), logical, linguistic and cultural (S. Vorkachev, V. Karasyk), psycholinguistic, semantic, psychological (J. Sternin, Z. Popova) and discursive (M. Nikitin).

Concept is one of the major metasigns in modern cognitive linguistics. The attention of linguists is primarily attracted by the concepts that are closely related to the culture of the people and clearly reflect the specificity of their collective consciousness. It became the key sign of cognitive linguistics, one of the most popular verifying models of reality and linguistic categorization perceptron [1, 92].

The concept NOTHING is closely connected to the category of negation that is a complex multidimensional universal category, which is of linguistic and general scientific interest. The problem of negation is one of the key problems in the theory of grammar. That's why many researchers have studied various aspects of this category: A. Bakharev, S. Shvachko, V. Bondarenko, V. Panfilov and others.

Negation is inherent of all languages, of the world semantic categories, which is apparent at all levels of linguistic structure. The specificity of linguistic negation is the ability to update one logical negation in various means of language: *He was joyless. He did not know the joy. He was not joyful. He was joyful. Does he know what the joy is? Isn't he joyful?*

"NOTHING" is a category associated with the denial of existence and is correlated with the category of non-existence. It shows the dual nature of the world, division into positive and negative, existing and absent.

Concept NOTHING is an operational and semantic memory unit that has a certain structure. It consists of components (conceptual signs), that are certain features of objective and subjective reality. These features are

differentiatedly reflected in the content of the concept. They are called "*modi*".

Interlingual *modi* of the concept NOTHING are specially presented in the language. This semiotic system affects mental activity, the results of world cognition are evaluated interlingually in the semes "yes / no", "present / absent", "explicit / lacunar", "positive / negative", "affirmative / negative".

T. Lunyova offers the following concept model, which includes kernel five *modi*. The kernel is a core of the concept. The kernel maintains the most essential information about a particular subject, performance, quality, person. Concept *modi* are divided into:

- rational and logical *modus*; it is associated with the formation of logical notions of the perceived object or aspect of reality;

- pictorial and figurative *modus*; it is associated with visual and sensory perceptions of the object / reality aspect;

- fictitious *modus*; it is an arranged set of metaphors with the help of which occurs additional understanding;

- axiological *modus*; it contains assessment of a certain fragment of reality by speakers;

- value *modus*; it is characterized by practical or cultural significance attributed by the speakers to a particular phenomenon [2, 134].

M. Nikitin models the structure of the concept in the form of operating interlingual *modi* as substructures that actualize particular components of its potential content and implement various functions of speech and intellectual activity [3, 53].

Each *modus* contains both cognitive (subject) and pragmatic (emotional and evaluative) parts. In the systematized *modus* the concept is constructed by means of summing the list of its essential features. Normative *modus* provides the correlation of conceptual features as typical or atypical for identifying of regulatory and extreme representatives [3, 55].

Normative *modus* is a model of internal organization that can be represented as a framing structure. The categorized *modus* reflects external relations of the concept.

As a result, the methods of interlingual *modi* are widely used for structuring concepts in the modern cognitive linguistics.

1. Кубрякова Е. С. Концепт. Концептуализация / Е. С. Кубрякова // Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Филологическ. ф-т МГУ. – 1996. – С. 90-94.

2. Луньова Т. В. Лексикалізований концепт ГАРМОНІЯ в сучасній англійській мові: структура і комбінаторика: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 – К., 2006. – 348 с.
3. Никитин М. В. Развернутые тезисы о концептах / М. В. Никитин // Вопр. когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 53-64.

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СТИСЛИХ ГАЗЕТНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ**

*Калмикова В.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Рева Н. С.*

В своїй праці Ю. М. Фаткабарова виділяє стисле газетне повідомлення як тип газетного тексту організований переважно короткими в структурно-семантичному плані формам [1]. Найхарактернішою рисою СГП є саме стислість, що і відрізняє цей вид газетного тексту від інших.

Структурно-семантична організація СГП являє собою такі елементи як заголовок і основний текст. В свою чергу основний текст складається з таких елементів, як вступ/ зачин та основний корпус матеріалу [1].

Сучасні газетні заголовки розділяють на інформативні (в яких міститься основна тема газетного тексту); комунікативні (спрямовані на те, щоб встановити акт комунікації з читачем, висловити авторську думку); графічно-видільні (реалізовані немовними засобами: за допомогою шрифтових виділень, метаграфічних засобів, розміщення матеріалів на смузї); рекламно-експресивні (які залучають читацьку увагу до матеріалу за допомогою своєї емоційності, експресивної насиченості, яскраво вираженою авторською модальністю) [1].

Слід зауважити, що сучасний публіцистичний текст побудований за принципом “перевернутої піраміди”, тобто результат і фінал події виносяться на початок тексту, що висвітлюється в вступі, а причини і наслідки події розглядаються в кінці газетного повідомлення, що містяться в основному корпусі матеріалу [2].

Серед типів вступу можна виділити такі:

1. Резюме, або короткий виклад матеріалу (результатів): “*BEIJING – Chinese leader Xi Jinping and President Obama struck a deal*

*Wednesday to limit greenhouse gases, with China committing for the first time to cap carbon emissions and Obama unveiling a plan for deeper U.S. emissions reductions through 2025 (3)*".

2. Репрезентативний тип, в якому виділяється тільки один аспект представленого матеріалу: *"Interest rates will not rise until well after the general election, the Bank of England signalled today as it warned that inflation has further to fall (3)"*.

3. Драматичний тип, в якому задана конфліктна ситуація: *"Privacy not an absolute right, says GCHQ chief (3)"*.

4. Запитальний тип, в якому задається якесь питання читачам: *"Ask Matt: Which homebuilder stock is tops? (3)"*.

5. Анонс: *"A doctor in New York City who recently returned from treating Ebola patients in Guinea became the first person in the city to test positive for the virus Thursday, setting off a search for anyone who might have come into contact with him (3)"*.

Після вступу слідує основний корпус матеріалу, в якому викладаються подробиці події. Виділяються наступні способи викладу матеріалу:

1. Привід: *"Russia soon annexed the Crimea region of Ukraine, and the ensuing fighting in Ukraine's east has left relations between Russia and the West at their lowest level since the Cold War (3)"*.

2. Конкретизуюче судження: *"The president continues to send a signal that he has no intention of moving toward the middle," said Sen. Mitch Mc Connell (R-Ky.), who will undergo a title change from minority leader to majority leader in January (3)"*.

3. Передісторія події: *"The crisis in Ukraine is rooted in tensions over the country's shift away from Russia's influence and toward Europe, marked by demonstrations that ousted a pro-Russian president in February (3)"*.

4. Подія: *"On Tuesday, Obama struck a potentially historic climate deal with China (3)"*.

Зі структурно-семантичної точки зору стисле газетне повідомлення можна розділити на дві головні складові. Перша – заголовок. Власне другою складовою є основний текст, до якого відносять вступ і основний корпус матеріалу. Специфіка основного тексту стислого газетного повідомлення заключається в тому, що він написаний по принципу "перевернутої піраміди".

1. Фаткабарова Ю. М. Структурно-семантическая характеристика кратких газетных сообщений: автореф. дис. на получение учен. степени кан-та филологических наук [Электронный ресурс] / Ю. М. Фаткабарова – Режим доступа: <http://www.avtoref.mgou.ru/ar/ar151.pdf>
2. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / Э. Фихтелиус – Стокгольм, 1999 – С. 54.
3. The Washington Post. November 12, 2014 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/11/12/what-happens-when-housing-for-the-poor-is-remodeled-for-millennials/>

## THE EQUIVALENCY OF THE TERMINOLOGY IN LEGAL TEXTS

*Kardashevska O.*

*(Sumy State University)*

*Research supervisor – lecturer Nazarenko O. V.*

Legal terminology system of the English language is a complex, well-structured, extensive system of legal terms, being constantly enriched with new terminological units. Due to this fixed conceptual set becomes more profound and improved.

Legal term is considered to be a unit of language that expresses a specific concept that belongs to the theory and practice of jurisprudence, characterizing and identifying it [1, 75].

There are many types of legal terms and *terminological word combinations, which in the English language* create the system of legal field terms. The methods of translation such terminological units are one of the most important subjects of research in the field of terminology [2, 29]. The main problem in translation of legal terms and terminological word-combinations is their polysemantic characteristic, not only of different branches of science but also occurring inside the field of legal text.

The research of methods of legal terms translation, carried out on the basis of English legal and court documents, revealed that there are many ways of their translation from English into Ukrainian.

The basic methods of translation of terms used in legal literature are the same as those of English terminology translation from other professional branches [3, 148].

Among the most used lexical transformations are the following:

- calquing – reproduction of not a sound but combinatorial structure of word or word-combination, when components of the word (morphemes) or phrase (lexemes) are translated by the corresponding language elements;
- transliteration – formal reproduction of original lexical unit using the alphabet of a target language;
- transcription – formal reproduction of original lexical unit using phonemes of the language of translation;
- descriptive translation;
- loan translation;
- analogue translation;
- loosetranslation [4, 267].

Besides, in the process of translation of such terminological units, combining of these transformations often occurs.

The usage of grammatical transformations that is the sentence structure transformation such as: segmentation of the sentence, combining different sentences and their transposition, is carried out with the standards of target language.

The research revealed that the most frequent method of translation of legal terms is translation by the lexical equivalent, being fixed equivalent to the micro-unit of translation with minimal dependence on context [4, 267].

The theoretical and experimental study of English-Ukrainian translation of legal terminology makes it possible to draw a conclusion that an obligatory precondition of the adequate translation of legal terminology is the translator's ability to analyze the structure of a foreign language term correctly, to identify grammar difficulties and build a translated equivalent in conformity with the target language norms by choosing the appropriate method of translation.

1. Sarcevic S. *New Approach to Legal Translation*, The Hague, Kluwer Law International, 1997.
2. Gemar, J.-C. *La traduction juridique et son enseignement, aspects theoriques et pratiques*, Meta, no.24. 1979.
3. Nida, E. A. *Towards a Science of Translating*. London, 1964.
4. Sandrini, P. *Comparative Analysis of Legal Terms: Equivalence Revisited*.// Galinski, Ch.; Schmitz, K-D., Frankfurt, 1996.

## ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ОДИНИЦІ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Кисла А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Баранова С. В.

Термін «гендер» використовують у гуманітарних науках для відбиття соціокультурного аспекту статевої належності людини. Але це не лише суто анатоמו-фізіологічні особливості, за якими розрізняють чоловічу та жіночу стать. Гендер на відміну від поняття статі стосується соціально сформованих рис, притаманних «жіночності» (femininity) та «чоловічності» (masculinity) [1, 67]: розрізняють соціальну й біологічну стать.

З цього випливає визначення гендера як сукупності норм поведінки (у тому числі й мовленнєвої), яка, зазвичай, асоціюється з особами чоловічої та жіночої статі в даному суспільстві [2, 45]. В основі гендера лежить ідея про те, що важливі не стільки біологічні й фізичні розбіжності між чоловіком і жінкою, а те культурне і соціальне значення, якого надає цим розбіжностям суспільство [4, 42].

У мовознавстві термін «гендер» спочатку вживався виключно для позначення граматичної категорії роду. Гендерно-марковані одиниці на граматичному рівні представлені категорією роду в українській мові. Єдиною ознакою, за якою можна говорити про «рід» іменника в англійській мові, є його співвіднесення з особовими, присвійними та зворотними займенниками третьої особи однини. Так, іменник *dragon* співвідноситься із займенником чоловічого роду *he* не безпосередньо, не формально, а тому, що і *dragon* і *he* означають осіб чоловічої статі [3, 26].

Українські іменники “людина” або “особа”, що належать до жіночого роду, не є гендерно маркованими, оскільки позначають особу і жіночої, і чоловічої статей, наприклад:

Загальнородовий англійський займенник «*he*» використовується як анафора *somebody / someone*. В українській мові йому відповідає неозначений займенник «*хтось*» чоловічого роду, який позначає особу і чоловічої, і жіночої статей, наприклад:

- *Follow a simple code of warriors: if **someone** knocks at your door, even your own worst enemy or a murderer, it's your duty to give **him** sanctuary from his pursuers.*



- Дотримуйся простого правила воїнів: якщо **хтось** стукає у твої двері, навіть якщо це твій запеклий ворог або вбивця, твоїм обов'язком є надати **йому** притулок від його переслідувачів.

До вивчення категорій «фемінності» та «маскулінності» зверталися й у дослідженнях фразеології. Фразеологізми – це душа будь-якої національної мови, у якій неповторним чином виражається культурна своєрідність народу, і тому вони становлять надзвичайно цінне джерело знань про особливості концептуалізації гендера у свідомості носіїв тієї чи іншої мови .

В англійських фразеологізмах значна увага приділяється зовнішньому вигляду жінки. Так, багато фразеологізмів характеризують фігуру жінки, її красу, молодість, привабливість. Наприклад: *as fresh as a daisy; beautiful like poppies; dainty as Dresden China*. В українській мові зовнішній вигляд пов'язаний з такими поняттями, як врода (краса, привабливість) та неврода (потворність, бридкість). Дуже гарна дівчина сприймається українською національною свідомістю як щось недосяжне (*як сонце, зіронька на небі*), або пов'язане з тим прекрасним, що є у природі – *гарна як квітка небесна, як річка у лузі, як маків цвіт, як маківка (ягідка, писанка)*. Про хлопця, гарного на вроду, кажуть, що він *гарний як вогонь*; про гарно вбраного – *гарний як павич*.

Отже, гендерно марковані одиниці представлені на багатьох рівнях англійської та української мов.

1. Кирилина А. В. Гендерные компоненты этнических представлений (по результатам пилотного исследования) /А. В. Кирилина // Гендерный фактор в языке и коммуникации: сб.науч.тр. МГЛУ. – М.,1999. – Вып. 446. – С. 67-78.
2. Бурейчак Т. І. Криза маскулінності в теоретичній та емпіричній перспективі // Збірник доповідей Міжнародної науково-практичної конференції "Гендерні теорії, гендерні практики: налагоджуючи мости" / Упорядн. О. Плахотнік, Л. Гусянова, Т. Ісаєва./ Т. І. Бурейчак. – Х. : Райдер, 2008. – 100 с.
3. Грамматический род в гендерном аспекте // Діахронічне, типологічне і контрастивне дослідження германських, романських і слов'янських мов (семантика й словотвір): Матеріали міжнародної наукової конференції. – Донецьк: ДонНУ, 2001. – С. 26 – 31.

4. Нелюба А. М. «Гендерна лінгвістика» і малопродуктивні словотворчі засоби // Лінгвістика. / А. М. Нелюба – 2011. – №1(22). – С.142.

## NEGATION VS HETEROGENEOUS LEVELS OF THE ENGLISH LANGUAGE

*Kulemina O.*

*(Sumy State University)*

*Academic supervisor – D. Litt, Prof. Shvachko S. O.*

Being the basic mental operations, negation is an important category of speech. The universality of negation is determined by human desire to differentiate the reality and reflection of this process in the language. In linguistics negation is often viewed as an element of sentence meaning that indicates the connection between the components of the sentence, that do not really exist or that the affirmative sentence is identified by speaker as false.

The *relevance of this theme* is that negation is a multifaceted phenomenon changing with the development of language, that requires constant reflection. Despite many publications and studies conducted by linguists, problem of negation is poorly studied.

The *object* of the paper is negation in the English discourse. By nature of the attitude towards the reality expressed in the sentence, negation can be divided into positive and negative. Negation is accompanied by a statement implicit and explicit. Affirmative and negative statements are interrelated phenomena. Every negation is the assertion of the contrary. In English, the negation can be expressed by:

- a) subject: *Nothing will induce me to part with him.*
- b) predicate: *I do not think your team could pull through the sand.*
- c) object: *I tell you I have nothing like that for you to do.*
- d) adverbial modifier of time: *They never make a mistake.*
- e) with negative conjunction:  
*There was no sunshine in the valley now in December.*

In speech negation can be transmitted through various means such as negative words, negative prefixes and negative forms of the verb, or may not have individual expression, as a component of the word (*to refuse = not to accept*). A word without a negative prefix can be seen as a word with

negative meaning. This is the expression of negation at the lexical level. These words have implicit negation.

Implicitness is a phenomenon characterized by unspoken elements. It is observed at every speech level. Lexical negation means include meaningful parts of speech and syntactic formants. Thus lexical means of expressing negation are those markers that contain negation in their semantics. The negative word meaning of one speech unit fluently moves to another part of the speech in the process of word-building. *I hated to go out into the night; The papers all said he was a fiend.*

Affixation refers to morphemic means of negation represented by prefixation and suffixation. The most commonly used prefixes with negative meanings are: *il-, ir-, im-, in-, -un-, dis-, mis-, non-, de.* *incorrect - correct; improbable - probable; illegal – legal, unusual, dislike, misunderstand, decode.*

Suffix – less is used to express negation. It points out the absence of somethings that expressed by noun without this suffix. After that a noun becomes adjective: *homeless, motionless.*

Suffix -free is used to indicate the absence, lack of something. For example: *fat-free, calorie-free - without the calories, cholesterol-free, salt-free - no salt.*

In English the negative affixes are attached to nominal stem. Prefixes are a significant majority. Compatibility of negative affixes to the stem of different parts of speech varies from language to language and inside one language.

Verbal stems are very rare combined with negative affixes because verbal negation transmits in English by analytical form of the verb with particle *not*.

*When one is bitten on the chest there is not much that can be done.*

*Fog and rain did not go together.*

Ways of expressing negation are particles *not, no*; negative pronouns *none, nothing*; preposition *without*; adverbs *never, scarcely*.

The main morphemic means of negation is prefixation and affixation, and negative affixes are used frequently. At the level of negative particles, *not* is the basic means of negative sentences, and it can provide a negative connotation for different parts of sentences (eg, predicate);

Lexical means of expressing negation are independent. Negation moves freely from one part to another part of speech derived from it.

In our analysis we found out 412 examples of negation at lexical level, 208 at morphemic level, and 580 examples at grammatical level. We

defined the main means of negation in English, and completed the main task of the paper.

## **НЕОЛОГІЗМИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ СФЕРИ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ ДЖ. БУША)**

Курило Т.

(Сумський державний університет)

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Попова О. В.*

Політика – це домінуюча сфера життя суспільства. Вона охоплює всі види суспільної діяльності. Відповідно у політичному дискурсі використовується не лише політична лексика, а лексика інших сфер діяльності людини (економіка, право, медицина).

Найбільшою популярністю серед політиків користується суспільно-політична лексика, що обумовлено її здатністю відображати всі сфери політичного та суспільного життя, крім того суспільно-політична лексика є зрозумілою для більшості реципієнтів політичного дискурсу.

З метою впливу на реципієнтів політичні діячі використовують різноманітні стилістичні засоби, спеціально підбрану лексику (неологізми, терміни, розмовна, книжна, нейтральна лексика), повторення та ін.

Саме політики найчастіше виявляються авторами суспільно-політичних неологізмів.

Соціально-політичні неологізми – це нові мовно-мовленнєві одиниці, які виникають за необхідності номінації нових явищ та понять і виявляють відмінні ознаки як у формі, так і в змісті.

Політики не тільки сприяють утворенню неологізмів, але й їх поширенню. Це зумовлено тим, що політики постійно перебувають в центрі уваги як ЗМІ, так і реципієнтів. Такі неологізми інтенсивніше входять до системи парадигматичних і синтагматичних відношень, більше відповідають мовному узусу і, очевидно, швидше ввійдуть до загального корпусу слів англійської мови. Спочатку вони минають певний період узуалізації та акцептуалізації носіями мови, а потім їх реєструють у лексикографічних джерелах і таким чином вони вступають у стадію лексикалізації.

Наприклад, під час свого перебування на посаді президента Дж. Буш часто використовував термін *axis of evil* (*вісь зла*) для позначення

режимів, які на думку США спонсорують терористів або володіють та/ або роблять спроби розробити зброю масового ураження. Такими державами, на думку Буша були Ірак, Іран, та Північну Корею.

*States like these, and their terrorist allies, constitute an axis of evil, arming to threaten the peace of the world.*

Термін став досить популярним, що зумовлено його тодішньою актуальністю для американського суспільства. Вперше Буш використав його незадовго після теракту 11 вересня 2001 року в Нью-Йорку. Крім того, у той час американські дипломати швидко поширювали інформації про те, що в Іраку, Ірані та Північній Кореї розробляється зброя масового знищення. Таким чином термін *axis of evil* набув широкого поширення, ввійшов до узусу і був включений до словникового складу англійської мови.

Неологізми також вживаються політиками для створення експресивно-емоційного фону. Політик може наповнювати неологізми зручним і потрібним йому раціональним та емоційним змістом.

Слід також зазначити, що політик, який вдало вживає і створює неологізми, вважається творчою, освіченою особистістю. Це сприяє конструюванню позитивного іміджу політичного діяча і посиленню його впливу на маси.

Наприклад колишній президент США Дж. Буш використовував термін *ownership society*:

*We're creating... an ownership society in this country, where more Americans than ever will be able to open up their door where they live and say, welcome to my house, welcome to my piece of property.*

Термін позначає суспільство, де панують, такі ключові цінності як особиста відповідальність, економічна свобода і право власності. Саме ці аспекти дуже важливі для американців і таким чином термін наповнюється потрібним для політичного діяча раціональним і емоційним змістом, який дає змогу ефективно впливати на реципієнтів.

Таким чином, саме політичні діячі досить часто є творцями суспільно-політичних неологізмів. Крім того, вони відіграють значну роль у їх поширенні, що зумовлено значною увагою, яку ЗМІ та реципієнти приділяють політичному дискурсу. Перебуваючи постійно в епіцентрі суспільної уваги політики свідомо чи несвідомо здатні перетворити власні «ляпи» на лексичні новотвори, які матимуть шанс на подальше життя у мові та функціонування у мовленні, адже такі неологізми використовуються для: створення потрібного емоційно-

експресивного фону, підвищення авторитету політика в суспільстві або завуалювання небажаних та незручних понять.

## ВПЛИВ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНТЕРНЕТУ НА РОЗВИТОК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Лауц К.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.

Наприкінці ХХ сторіччя Інтернет та інформаційні технології набули неабиякого поширення. Цей процес добряче вплинув на мову і спричинив появу нових термінів для позначення нових технічних засобів тощо. Це, в свою чергу, вплинуло на розвиток словникового запасу мови та поширило Інтернет-інновації в мовах світу.

У нашій роботі ми досліджуємо вплив нових технологій та Інтернету на лексику мови.

Інтернет з'явився не так і давно, але він міцно укорінився у житті людини. Він призвів до появи «віртуального світу», який збагатив словниковий склад мови у різних галузях, наприклад, економіці, науці, культурі тощо.

Навіть торгівля не оминула простори Інтернету і зараз у «світовій павутині» знаходяться тисячі онлайн-магазинів (*online companies*). Бізнесмени, що ведуть торгівлю в мережі, називаються *entrepreneur*, *enprenererd*, процес торгівлі називають *E-shopping*, *cybershopping*, а електронні гроші називають *E-money*, *cybermoney* тощо.

Також Інтернет зробив навчання простішими. Люди надають перевагу навчанню в Інтернеті, на навчальних сайтах, яке називають *teleschooling*, *cyberschool*, а згодом виникла і дистанційна форма навчання (*distance education*, *web-learning* тощо), яка активно застосовується університетами в усьому світі.

Розвиток мобільних технологій також спричинив появу нових слів, назв функцій та файлів: *mobile*, *wireless*, *mobilecontent*, *wireless call* тощо. Виникла величезна кількість абревіатур: *WAP*, *3G*, *SMS*, *MMS*, *Wi-Fi*.

Інтернет-технології зумовили утворення «реторонімів» для позначення існуючих понять, як *hard mail* (звичайна пошта) або *real*

*time* (реальний час), адже з'явилися такі поняття, як *e-mail i virtual time*.

Людина не може існувати без спілкування, тож не дивно, що Інтернет використовується для комунікації. Виникають сайти та програми для спілкування: ICQ, QIP тощо. У результаті виникає особлива мовна форма, електронна.

Вчені-лінгвісти стверджують, що електронна мова впливає на живу мову. Інтернет, телебачення, радіо – все це формує кіберпростір. Користувачі кіберпростору називають «Webies», мову, яку вони використовують назвали «Netspeak», а правила поведінки в ньому – «Netiquette». Інтернет-мова невибаглива і допускає помилки, аббревіатури, сленг чи скорочення. Використовуються всі засоби скорочення слів для зменшення затрат часу на написання повідомлення. Зазвичай ця лексика входить до звичайної англійської мови.

Деякі вчені вважають таку мову «вандалізмом», адже навіть ті, хто не користуються Інтернетом починають вживати сленгові фрази та допускати ті ж помилки.

Але не всі науковці надто категоричні до «електронної мови». Так, Девід Крістал вважає кібер-мову можливим способом розвитку мови. Люди спілкуються нестандартною мовою і цей вчений захоплюється надзвичайною різноманітністю її форм, її креативністю та був вражений таким винаходом. Сама мова змінюється дуже повільно, але Інтернет значно прискорює цей процес. Саме «юзери» Інтернету формують нові норми мови.

Щодо перенасичення англійської мови Інтернет-словами, лише 10 % слів у повідомленнях замінюються скороченнями чи аббревіатурами.

Не можна недооцінювати Інтернет, адже завдяки йому англійська мова поширилась в усьому світі. Інтернет створили в Америці, тож англійська стала його основною мовою. Популярність міжнародних комунікації зросла і люди стали більш зацікавлені у спілкуванні з англомовними іноземцями. Для живого спілкування між людьми була створена програма Skype, щоб говорити без скорочень та аббревіатур.

«Netspeak» дуже схожий на сленг, тож чи використовувати його чи ні – залежить від людини. Англійську мову можна порівняти із живою істотою, тож навколишнє середовище, в тому числі і Інтернет-простір, впливає на напрям її розвитку.

## CONCEPTUAL COMPREHENSION OF IRONY

*Levchenko K.*

*(Sumy State University)*

*Academic advisor – PhD., Associate Professor Kobyakova I. K.*

The notion of irony is present in different historical and philosophical contexts as well as in linguistic ones. Each epoch introduced its shades to the meaning, the future trends of its development and study remain open. The urgency of the topic of investigation is determined by interest of scholars to conceptual comprehension of irony and availability of many gaps in the sphere. An object of investigation is presented by the concept of negation in English language discourse.

Ironic meaning is the meaning of a language unit of any level the direct meaning or stylistic coloring of which does not coincide with the essence of denotate. Irony works only if there are any formal signs in the context that point at the contrary content of the utterance. That is contradiction underneath the mask of approval and assent when phenomenon is intentionally imputed to pose the quality it does not really have. For example one of the Robert Burn's epigrams where contradiction underneath the mask of approval can be legibly trailed:

*That there is a falsehood in his looks*

*I must and will deny;*

*They say their master is a knave –*

*And sure they do not lie [2].*

The context determines irony of the situation through the contrast between expected information and reality opposed to it. Sometimes a hint for the pretence is given out of the text, in the situation of creating or in conditions of an epoch. Let us consider the example of ironical expression in the tragedy of William Shakespeare "Romeo and Juliette": *Two households, both alike in dignity ...* [3].

At first it seems that there is no irony. Learning the creation, however, a reader understands that none of the families indeed is noble and dignified since their doings affirm the contrary.

Negation is considered to be one of the means of denial, prohibition, reluctance. Negation is a special language category, one of the language universals that differs with exceptional status in many social sciences such as philosophy, logic, psychology, mathematics and linguistics[4, 79]. It is significant for the communication process and considered to be one of the main mental operations. It is an abstract concept that exteriorizes in modus of all languages. As for the means of expression of negative meaning in



speech scholars distinguish explicit and implicit negation. Explicit expression of the concept means direct, open expression of some meaning whereas implicit expression is based on indirect, hidden verbalization. Implicit meaning forms due to stylistic devices and expressive means, usage of certain language units that break logical connections within a text and usage.

Ironic utterance contains two contrary mental spaces, where lingual unit itself that is ironic utterance appears to be put in the forefront and the back burner is based on real cognitive encirclement. Irony represents the conceptual projection of two different mental spaces, contradiction of which within a context creates ironic assessment. This contradiction is an essence of negation and key feature of irony at the same time.

Among works of Robert Burns we can find the following epitaph:

*HERE lies John Bushby — honest man,  
Cheat him, Devil — if you can[2]!*

A reader understands that it is easy to cheat an honest and righteous man unlike a sly one, who will stop at nothing for his own prosperity. Contradiction intensifies with mentioning of devil. After all he is master of temptation and swindle. Thus, inner and outer structures of an ironic utterance form the contradiction: with the help of outer structure the author claims that John Bushby was an honest man whereas by the inner structure this claim is objected. That confirms that negation objectifies through the contrast between inner and outer structures. Since irony is based on implicit negation that appears under breaking of logical connections within communicative units, so it takes the special place among stylistic devices. Consequently in ironic utterances negation finds its expression in the level of communicative language units. Characteristic feature of verbal expression of irony consists in coexistence of two meanings that is direct explicit and implicit. Thus, negation appears in nature of above mentioned stylistic device and serves as its key feature.

1. Дойчик О. Я. Постмодерністська іронія Джуліана Барнса: лінгвокогнітивний аналіз // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». – №972. 2011. – С. 112-118.

2. Английская классическая эпиграмма. – [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.imwerden.info/belousenko/presents/english\\_epigrams.htm](http://www.imwerden.info/belousenko/presents/english_epigrams.htm)

3. Irony Examples in Literature // Buzzle. – [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.buzzle.com/articles/irony-examples-in-literature.html>
4. Shvachko, S. O. On the Status of Translation Terms // Multidimensional Translation: From Science to Arts: the Baltic International Academy, Latvia.– Riga: Baltic International Academy, 2013. – P.78-87.

## **PHILOSOPHICO-LINGUISTIC BACKGROUND OF THE PROBLEM NOTHING**

*Marchenko A.*

*(Sumy State University)*

*Academic supervisor – D. Litt., Prof. Svachko S. O.*

A range of sciences and disciplines deal with the problem NOTHING, among them there are philosophy, logics, psychology, linguistics. Each science finds its own background in the existence of the category of nothing, in accordance with the dominating current in the certain academic sphere. At the moment there is a tendency to dedicate researches to the linguistic and philosophical background.

The problem NOTHING was in the center of attention of George Hegel, Jean-Paul Sartre, Martin Heidegger and many other famous philosophers and researches in Ukraine and abroad.

The universality of negation finds its reflection in nature, society and human consciousness, that is why there is a wide range of the ways of how to define the category NOTING. At the present stage of research the tendency is to pay more attention to philosophical and linguistical background of this notions.

Democrits supposed that nothing can emerge out of nothing. The non-existence according to him contains the moment of existence. He even defines spheres of two kinds of NOTHING – the objective NOTHING, containing the moment of existence and the absolute NOTHING.

Hegel who brought the dialectical method to its pinnacle of development, dealt with the problem NOTHINGI. On a greater scale he declared the interwovenness between NOTHING and SOMETHING, there's no pure NOTHING, there's no pure ABSOLUTE, that's why ABSOLUTE has to include NOTHING [1].

Another wave of attention to the problem NOTHING was arisen by existentialists. Influenced by the works of Martin Heidegger, one of the

most prominent figures of the existential philosophy and literature Jean-Paul Sartre in his phenomenological ontology comes to the conclusion, that absence, non-being possess the same existence as presence and being, because the existence is impossible to be determined only by the physical presence, but as a mental category [2], that is why non-existence has its place in the ontological being of the universe and is a part of its existence.

To understand fully the linguistic aspect of the problem NOTHING one needs to pay attention to semantic means of realization of this category in speech. This realization is impossible without defining senses, semantic fields and metasigns of category NOTHING.

Considering the philosophical and logical understanding of opposition, semantic dichotomies being::non-being, present::absent, explicit::implicit, positive::negative, affirmative::negative can be considered as the extreme elements of the scaling opposition, and all the elements on the scale in between those two, create the bridge from existence to non-existence, from clear to obscure, from knowing to not-knowing.

Semantic field is the biggest paradigmatic unity, it is the “the aggregate of the words characterized by the same semantic features [3] The most stylistically neutral word from a chain, which in our case is NOTHING. The lexemes, that can be included in this semantic field are the metasigns of the category NOTHING.

Among the metasigns of the category NOTHING the most frequent ones are *negation, absence (nothing), non-existence, irreality, lacunarity (lack, shortage), negativism, ban (prohibition, denial), untruth, emptiness (vacuum), silence, etc.*

Negation is the element of the meaning of the sentence, identifying that the connection represented in the sentence seems unreal to the speaker (writer), or that the affirmation is false [3]. If viewed as the exchange of the old notion for the new one, that denies the old one, negation is inseparable with the category SOMETHING.

For example: *A man who would violate his own sister, murder his king, and fling an innocent child to his death deserves no other name* [5].

The word combination *no other* is used not only in the meaning of denying anything, but in the meaning of emphasizing something, it indicates the absence of alternative, but not the total absence of everything.

Another metasign of the category NOTHING is non-existence. Non-existence is ontological category opposite to the existence, e.i. the state

when being, life, existence come to an end [3]. Category of non-existence correlates with concepts of death, withering.

Thus, while investigating the philosophical and linguistic background of the problem NOTHING we come to the conclusion, that this problem is multi- dimensional. The metasigns by which this category is represented in the language include unreality, lacunarity (lack, shortage), negativism, ban (prohibition, denial), untruth, fail, loss, emptiness (vacuum), silence, etc. But the complex research of the problem NOTHING is scarcely possible without taking into account its dichotomy opposition, category SOMETHING, and the complex analysis should be carried out on the basis of semantic oppositions being::non-being, present::absent, explicit::implicit, positive::negative, affirmative::negative. The further research of these categories and their interrelations looks promising.

1. Гегель Г. Наука логики / Г. Гегель // Соч. в 3 т. Т.1. – М. : Мысль, 1970. – 501 с.
2. Сартр Ж.-П. Буття і ніщо. Нарис феноменологічної антології / Пер. з франц. В. Лях, П. Таращук. – К., 2001. – 854 с.
3. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980.
4. Швачко, С. А. Лингвистические концепты аспекта негация / С. А. Швачко // Сучасні лінгвістичні парадигми: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (19 березня). – ГІМ, 2014. – С.369-374.
5. Martin G. A Storm of Swords 1: Steel and Snow / George R. R. Martin. – London: Harper Voyager. 2011. – 623 p.

## КОМЕРЦІЙНА РЕЦЕНЗІЯ

*Микитенко А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Чуланова Г. В.*

Продаж сучасної літератури з доставкою додому – найпоширеніший вид послуг на книжковому інтернет-ринку. Існує безліч великих і дрібних сайтів, де книголюби можуть замовити вподобану книгу. Такі сайти використовують електронні рецензії як засіб залучення та переконання потенційного читача і покупця.

Електронна рецензія, індукуючи певну поведінкову реакцію, модифікує модель світу, наявної в свідомості адресата, стереотипізуючи її, призводячи до деякого універсального стандарту [2, 32]. Цьому підпорядкована структура тексту з жорстко фіксованими частинами, клішованість мовних засобів, очікуваність оцінки (особливо в комерційних рецензіях), організація гіпертексту, яким по суті і є рецензія. Гіпертекст містить посилання як на власні фрагменти, так і на інші тексти [1, 7]. Електронна рецензія може бути правильно розцінене тільки в контексті всього гіпертексту.

Рецензія на комерційних сайтах схожа на розгорнуту рекламу. Надалі ми будемо називати такі рецензії комерційними. Творцями комерційних рецензій часто використовується інформація і посилання, які можна назвати, як *better together*, де покупцеві пропонуються книги аналогічного змісту, схожі за жанром, або книги того ж автора. Ефект прямого нав'язування згладжується формою подачі від імені інших покупців, які купували ці книги разом. Тим самим автори рецензії ненав'язливо радять вам придбати ці книги додатково: *Customers who bought this book also bought...*, *Customers who shopped for this item also shopped for these items*. Слід звернути увагу на використання дієслів у минулому часі *bought*, *shopped*, які, позначаючи вже dokonanu дію, вказують на необхідність придбання книги.

Короткий зміст рецензії, що включає одне-два речення, насичені оцінною лексикою та експресивними прикметниками, які по суті, мало що говорять про зміст і якість книги: *Absolutely the most original book. It is absolutely a must read. I can't say enough about it [3]*. Оцінка виражена за допомогою позитивно забарвленої лексики (the most original, a must read) і посилюється за рахунок гіперболізації позитивних моментів (the most, can't say enough) і повтору прислівники *absolutely*, що надає висловлюванню відтінку ширості та емоційності. Такі рецензії відрізняються високим ступенем оцінювання, простотою викладу, явно вираженою суб'єктивністю.

Ще один ефективний прийом авторів електронних рецензій містить аргументи «за» і «проти» (Pros and Cons). Його ефективність заснована на тому, що все не може бути надто добре. У будь-якої книги повинні бути недоліки. Якщо аргументи «за» включають в себе все той же набір позитивної оцінної лексики (Excellent writing, intense story, super characters), то аргументи «проти» або містять заперечення, або містять зовсім незначні недоліки. Наприклад, у розділі «Cons» можна зустріти такі фрази: «*Ends too soon*», «*The book*

*had to end...»*, які є швидше достоїнствами.

Розглядаючи елементи гіпертексту, важливі в прагматичному аспекті, ми не можемо не зупинитися на інформації про автора рецензії. Потенційний читач, безсумнівно, захоче дізнатися, хто дає йому поради і чи має він право оцінювати літературний твір. Для цього існує посилання на автора рецензії (100% текстів), де вказані всі його професійні дані (категорія авторитетності).

Всі перераховані вище елементи є взаємопов'язаними і надають комплексний вплив на читача. Все це створює ефект необхідності придбати книгу, що і є головною метою електронних комерційних рецензій.

1. Коломієць Н. В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004 – 21 с
2. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення: Навч. Посібник. – К. : Літера, 2000. – 480 с.
3. <http://www.amazon.com/Pros-Cons-Jenna-Black-ebook>.

## **THE PROBLEM OF UNDERSTANDING WRITTEN TEXTS (EFL ENGINEERING STUDENTS)**

*Nikonova E.,*

*Pronina A.*

*(Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia)*

*Muzzarelli J.*

*(Sapienza - Università di Roma, Rome, Italy)*

*Scientific adviser – senior lecturer N. A. Kobzeva*

*(Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia)*

At every EFL classes engineering students deal with different texts to read, translate and understand: textbook passages, worksheet questions, short stories, Internet articles, etc.

For these reasons it is essential that EFL students should understand what they read. It is not unusual for a student to pore over a text for a couple of hours with a dictionary and still not understand it very well. Yet with a little assistance their frustrating reading experience can be turned into a more profitable one.

**The purpose of this paper** therefore is to consider some of the factors that can make texts difficult to understand.

What makes texts difficult to understand? Here are the main problems of language difficulty for EFL engineering students [1]:

### ***Illegibility***

The wildest spread difficulty in reading connected to the legibility of a text. EFL students may have problems that are caused by the fact that what they are trying to understand has been poorly printed or copied.

### ***Unfamiliar Words***

A written message may be difficult to understand because it contains many words that students never meet before. In the sentence bellow, for example, the instruction is simple, but the language in which it is expressed is not:

*Device as claimed in one or more of the foregoing claims, wherein the pressureless container comprises a cartridge holder adapted for the placing of one or more extinguishing agent cartridges, wherein the number lies between 1-6 and preferably equals 3 [2].*

### ***Lack of Background Knowledge***

Another difficulty arises in cases where the necessary background knowledge is missing. Unless the student has a basic understanding of engineering, for example, there is little point him/her looking up the unknown words in the following passage since the definitions are unlikely to further comprehension.

*The hungry machine chews up the wood and then forces it through a meshed screen with different sized holes that separates the finer, almost sawdust-like, bits into one pile and spits out the roughly chopped chunks along another conveyor [3].*

### ***Difficult Concepts***

The next difficulty can be seen in texts such as the following:

*They're explicit about moving away from fossil fuels, and reorganizing energy markets around efficiency and renewability, and many of the surrounding notions of what will be required to achieve that are strong [4].*

The words in themselves are not unduly difficult and no special background knowledge is required, but the concept expressed in the passage is complex.

### ***Complex Syntax***

The engineering texts are also difficult because of their syntactic complexity. In general, long sentences containing subordinate or embedded

clauses tend to be less immediately intelligible than shorter, simpler ones. For example, the sentence below would be more understandable if it were divided in few sentences with more simple structure

*Some authors estimate the activity coefficient of the hydrogen ion in solutions of polybasic acids to be much greater than the mean activity coefficient of the acid, and that the activity coefficient of the hydrogen ion is between 100 per cent and 82 per cent for all concentrations up to an ionic strength of 0.6 molar [5].*

### ***Polysemy***

Polysemic words are words with multiple meanings. These can cause difficulty if the student has learned one meaning of the word, but the word has a different meaning in the context of the sentence the student is reading. An example is the word solution which can mean either the answer to a problem or a mixture of two substances. Mathematics is full of words that EFL students are likely to have learned first with their everyday meaning: table, mean, power, even, volume, root, etc.

Jokes and puns are frequently based on the polysemic nature of the words they contain, which is why they are usually so difficult for EFL students.

### ***Poor Writing***

The final source of difficulty is associated with the many different manifestations of poor writing. For example, a text may be difficult because the ideas are not organized logically, or because punctuation is lacking, faulty or ambiguous, or because cohesion is slipshod. The following extract, taken from a recent IB Computing Studies exam, has an example of poor cohesion.

*A bar code is often found on produce sold in supermarkets and, by means of a bar code reader, a computer can directly identify that item [1].*

### ***Conclusion***

In this way, EFL engineering students should read texts, especially technical texts, as more as they can in order to improve their ability to understand these texts, to be able to deal with this kind of paper work and to become highly qualified specialists in their future professional career.

1. A guide to learning English / Web site //

URL: <http://esl.fis.edu/teachers/support/commun.htm>, free.

2. FIRE EXTINGUISHING DEVICE AND FIRE MANAGEMENT SYSTEM / Web site // URL:



<http://www.sumobrain.com/patents/wipo/Fire-extinguishing-device-management-system/WO2010024672.html>, free.

3. Waste not, want not: how the rubbish industry learned to look beyond landfill // The Guardian / URL: <http://www.theguardian.com/environment/2015/feb/27/waste-rubbish-industry-landfill-recycling-dumps-incineration>

4. EU's energy union must overcome serious obstacles / Web site // URL: <http://www.theguardian.com/environment/2015/feb/25/eu-energy-union-must-overcome-serious-obstacles>.

5. Physical chemistry; a brief course with laboratory experiments, by Louis J. Bircher / URL: <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=coo.31924000036594;view=1up;seq=317>.

## **УСТОЙЧИВЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ И ОБОРОТЫ В НАУЧНОЙ РЕЧИ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)**

*Овчинникова И.*

*(Национальный исследовательский Томский политехнический университет)*

*Марини К.*

*(Римский университет «La Sapienza», Италия)*

*Научный руководитель – ст. преподаватель Кобзева Н. А.*

*(Национальный исследовательский Томский политехнический университет)*

В настоящее время практика учебного процесса дисциплины «Иностранный язык» в неязыковых вузах свидетельствует о тенденции выполнения курсовых и дипломных работ на английском языке.

Однако у студентов возникает проблема выбора языковых средств для передачи научной информации на иностранном языке. Общеизвестно, что в основе построения научных текстов используются устойчивые выражения и обороты, служащие в качестве средств передачи научной информации. Устойчивые выражения и обороты помогают исследователю обеспечить языковое выражение элементов научной работы, которая, независимо от темы, состоит из следующих стадий: перспектива и гипотеза, сбор данных, систематизация и организация материала, анализ, заключение и передача данных.

**Целью** данной работы является рассмотрение наиболее часто употребляемых оборотов в научной речи на английском языке.

Далее рассмотрим этапы построения научного текста. Этап первый – подготовительный, на котором формулируется проблема научного исследования. Для формулирования проблемы исследования в английской речи наиболее часто используются следующие выражения:

*The problem here to be studied... is...* – Рассматриваемая проблема заключается в том, что...

*The question therefore naturally arises that...* – Таким образом, естественно возникает вопрос о...

*The problem of... is in the focus of attention of...* – Проблема... находится в центре внимания

*We would like to dwell on the problem of...* – Нам бы хотелось остановиться на проблеме...

После того, как сформулирована научная проблема и доказательство того, что она не имеет ещё должной разработки и освещения в кругу специальной литературы, логичным будет начать формулировку цели исследования, а также отметить конкретные задачи:

*The aim of the paper is to provide an up-to-date account for...* – Цель работы заключается в изложении в современном понимании...

*The main task is as follows...* – Основная задача заключается в следующем...

*The purpose of my work is to examine and investigate...* – Цель моей работы заключается в исследовании...

Кроме того, обязательной ступенью исследования на данном этапе является введение формулировки объекта и предмета исследования:

*We are engaged in the study of...* – Мы занимаемся изучением...

*The subject of the investigation is...* – Предметом исследования является...

*At the heart of the discussion is...* – В центре обсуждения находится...

Завершающей ступенью подготовительного этапа является построение гипотезы. Надо отметить, что построение гипотезы – это один из самых важных моментов всего исследования. Гипотеза содержит в себе относительное решение поставленной проблемы и отражает главную идею исследования. Для построения гипотезы можно использовать следующие обороты:

*One reasonable hypothesis to account for... is...* – Одной из обоснованных гипотез, объясняющих... является...

*This hypothesis is in accord with the facts established...* – Эта гипотеза согласуется с фактами, установленными...

*The most common hypothesis in... is...* – Наиболее распространенной гипотезой является...

Далее наступает второй этап – исследовательский. Для начала следует отметить инструмент добывания фактического материала, а именно указать методы исследования:

*There are different approaches to the solution of the problem...* – Существуют разные подходы к решению этой проблемы.

*The method is based on the idea that...* – Данный метод основывается на том, что...

*The usual approach was followed in...* – Традиционный метод используется...

На третьем этапе, этапе обработки полученных результатов, исследователь приступает к непосредственному изложению основной части работы, опираясь на существующие идеи, концепции, точки зрения и теории. Например:

*The doctrine provided that...* – Исходя из концепции...

*Another way of looking at this question is to ...* – Чтобы взглянуть на эту проблему с другой стороны, надо ...

*The theory was applied to...* – Теорию применили к...

Перед тем как перейти к выводам, на данном этапе исследователь также может изложить свою точку зрения по проведенной работе, используя следующие устойчивые выражения:

*We have come to accept that...* Мы пришли к тому, что...

*We must therefore hold that...* Следовательно, мы должны полагать, что...

*The idea still needed considerable working out...* Эта идея требует дальнейшего изучения...

*It is a mistaken view to...* Ошибочно считать, что...

Заключительный этап, включающий формулировку вывода, предполагает наличие обобщенной итоговой оценки. Чтобы подвести читателя или слушателя к подведению итогов, традиционно используют следующие обороты:

*We must conclude that...* – Подведе итог, отметим...

*From this we can conclude...* – Из этого мы можем сделать вывод...

*Our survey may be fittingly concluded with a word or two about...* – В заключении следует сказать несколько слов о...

*Finally it can be observed...* – В заключении можно отметить...

*We, thus, arrive at the following observation...* – Таким образом, мы приходим к следующему выводу...

*It has been the result of...* – Это явилось результатом...

Кроме того, нельзя забывать о необходимости выражения благодарности при общении с аудиторией или с собеседником в обсуждении научных проблем, что является неотъемлемой частью научного этикета. Благодарность можно выразить таким образом:

*Thank for attention* – Спасибо за внимание.

*I am indebted to... for this information...* – Я признателен... за данную информацию...

*Work in... was difficult and could not have been conducted without the help of several scholars, including...* – Работа оказалась сложной и не была бы выполнена без поддержки таких ученых как...

Устойчивые выражения и обороты, представленные выше, показывают наиболее общую, типичную закономерность речепроизводства, основанную на воспроизводстве. Данные образования составляют неотъемлемую часть научных произведений, они служат «формулами» в научной речи и являются, прежде всего, средством связности в научном тексте. В данной работе они систематизированы с учетом логической последовательности построения научного исследования.

## **ЗВ'ЯЗОК МІЖ МОВОЮ І МИСЛЕННЯМ**

*Петухова А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.*

Досліджуючи зв'язок мови та мислення звертається увага і на їх генетичний аспект, а саме на те, що мислення виникає раніше за появу звукової мови як філогенезі (в історії виду) так і в онтогенезі (в історії окремої особи).

Процеси мислення однакові для всіх людей світу, незважаючи на те, якою мовою вони розмовляють. Ці процеси реалізуються в логічних формах понять, суджень, висновків. Вираження мислення у

кожній мові своєрідне, що залежить від специфіки, внутрішніх ознак певної мови.

Прослідковується і діалектична єдність мови і мислення. Вона вбачається в тому, що думка не пов'язана безпосередньо з мовою у загальному розумінні, вона пов'язана з певною, конкретною мовою, яка є як засобом спілкування і знаряддям передачі чи обміну людських думок у соціумі.

Мислення людини тісно пов'язане з мовою. У цьому вбачається його принципова відмінність від примітивного мислення тварин, що перебуває лише на наочно-дійовій стадії та не може бути опосередкованим мовою, реалізуючись як пізнання. Мова – носій і знаряддя пізнання.

Тільки з появою слова стає можливим відокремлення властивості від предмета, закріпивши словами уявлення чи поняття про неї. Будь-яка думка виникає і нерозривно розвивається у зв'язку з мовленням. Виражаючись матеріально за допомогою слова, вона стає доступною для інших людей. Це вказує на те, що мова є засобом вираження думки, формою її існування і тривалого збереження. Чим ґрунтовніше сформована думка, тим чіткіше вона виражається за допомогою слів і є доступною для розуміння під час комунікації.

Представники різних психологічних шкіл (асоціативної психології, вюрцбурзької школи та ін.) по-різному тлумачать зв'язок мислення з мовою. Одні вважають, що мислення незалежне від мовлення, а саме мовлення вільне від мислення, інші – ототожнюють мову і мислення. Насправді ж, мова і мислення перебувають у єдності. Процеси мислення і мовлення не тотожні, оскільки здатні відображати різні психологічні реальності: мислення – процес пізнання, а мовлення – процес спілкування і вираження думки. Водночас вони і не є відокремленими.

Суспільна природа мислення також передбачає його тісний взаємозв'язок з мовою. Мислення стало могутнім засобом формування індивідуального і суспільного досвіду, оскільки виникає в процесі трудової діяльності людини. Суспільно-історична зумовленість мислення характеризується тим, що в кожному акті пізнання людина бере до уваги та аналізує досвід попередніх поколінь. Таким чином відбувається і розвиток особистості в цілому, а знання передаються з покоління в покоління. Хоча мислення індивіда формується і розвивається в процесі активної пізнавальної діяльності, його

характер та зміст залежать від загального рівня пізнання, який на кожному етапі суспільного розвитку має певні особливості.

Мислення нерозривно пов'язане з мовою та мовленням. Думка об'єктивується у мові та мовленні. При цьому, мовлення є способом, а мова – засобом вираження думки і формою її існування. Кожна окрема думка виникає і розвивається безпосередньо у слові, а вдало підібране слово вдосконалює, уточнює та конкретизує думку. Чим точніше сформована думка, тим чіткіше її можна виразити і у самому мовленні. Враховуючи особливості взаємозв'язку і взаємодії мислення та мовлення, П. Я. Гальперін розглядає факт формування думок вголос, закріплення думки або судження в слові як один із послідовних етапів формування розумових процесів, що доводить пряму залежність мислення і мови. Тому наприклад, якщо вчитель пропонує учневі думати вголос, це безпосередньо вдосконалює і саму думку учня, розвиває і стимулює мислення.

Наголошуючи на специфічній взаємодії мови і мислення, німецький філософ Й. Діцген зазначав, що «мислення слугує художником, за допомогою якого можна відобразити світ, а мова є своєрідним пензлем для цього художника, яким він змальовує загальну спорідненість усіх речей». Отже, мислення людини не існує поза мовою.

## **CATEGORIZATION VS CONCEPTUALIZATION. LINGUO-COGNITIVE COMPREHENSION OF CATEGORY "NOTHING"**

*Pyshchyk N.*

*(Smy State University)*

*Academic supervisor – D. Litt, Prof. Shvachko S. O.*

Language reflects the state of human society in synchrony and diachrony. Linguistic and cognitive analysis of verbalized notion "nothing" provides solving questions: TO BE OR NOT TO BE / TO COGNIZE OR NOT TO COGNIZE / THE PLACE OF HUMAN IN COGNITION. This knowledge makes it possible to draw parallels between "good" and "evil", "existence" and "non-existence".

Linguistic and cognitive comprehension of the category "NOTHING" is connected with conceptual and linguistic pictures of the world of speaker, his nationality and empirical experience [1, 5].

Categories are formed around the concepts. Concepts are formed through a process of cognitive activity and categorization.

"NOTHING" is one of the most fundamental categories, that is present in all languages. It's is one of the oldest phenomena that is verbalized by different means.

Cognitive linguistics explores not the world as it is, but general and subjective knowledge of it, which is reflected in the language of the ethnic group and in notions they use in a process of communication and verbalization of thoughts [2, 52]. The category "NOTHING" is researched by cognitive linguistics.

The conceptual system is a system of knowledge about the world, presented in the language. This representation is expressed in the form of categories. The knowledge of the world is different in different language moduses. Cf.:

*No enemies*

*You have **no enemies**, you say?*

*Alas, my friend your boast is poor;*

*He who has mingled in the fray of duty*

*That the brave endure,*

*Must have made foes! [4].*

Here the negation "*No enemies*" has an explicit expression, determined by a negative particle '*no*'. The short idea of this poem is — "*You have no enemies = you are a coward*" (ironic presentation).

Cf. an example in an extract from Taras Shevchenko poem:

*І на оновленій землі*

***Врага не буде, супостата,***

*А буде син і буде мати,*

*І будуть люди на землі [3].*

"*Врага не буде*" in a given context has a visual form of explicit negation, but it expresses an implicit positive meaning.

Here the phenomenon of takes place. "Nothing" and "Something" express the opposite meaning, but in the context they can be interchangeable and negative meaning can get positive connotations. In English there are some clichés with explicit markers of negation that convey positive implicit meaning: *whether or no "in either case"; no problem "OK"; no end of joy "much joy"*.

The concept "NOTHING" is associated with the category of negation, the research of which determines a deep comprehension of

linguo-cognitive processes in the semiotic system of language, its semantic derivations.

1. Болдырев Н. Н. Языковые категории как формат знания / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. — Тамбов, Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2006. — Вып. 2. — С. 5-22.
2. Пименова, М. В. Языковая картина мира: [учебное пособие] [Текст] / М. В. Пименова; изд. 2-е. — Кемерово : КемГУКИ, 2011. — 106 с. (Серия «Славянский мир»).
3. Шевченко Т. Г. I Архімед, i Галілей. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.t-shevchenko.name/uk/Kobzar/1860/IArximedIGalilej.html>
4. Mackay Charles. You Have No Enemies. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.inpearls.ru/comments/591628>.

## ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КІЛЬКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

*Поліщук І.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – ст. викладач Чепелюк А. Д.*

Числівником називається повнозначна змінна частина мови, до складу якої входять слова, що означають число, кількість предметів і їх порядок при лічбі.

Але для того, щоб ми побачили числівник таким, як сьогодні, він пройшов тисячі років свого розвитку. Ще з давніх-давен людині було необхідно мірило задля того, щоб віднайти себе у космосі, порівняти себе зі світом. Саме з бажання людини, знайти своє місце у світі, стало поштовхом до зародження поняття «число».

Так, наприклад, коли в давнину людина хотіла показати, скільки у неї тварин, вона брала мішок, і складала у нього стільки камінчиків, скільки тварин, власне кажучи, вона мала. Від цієї дії, до речі, пішло слово «калькулятор». На латині «calculus» означає – «камінь»

Розрізняють такі групи числівників:

- Кількісні (*Kardinalzahlen / Grundzahlen*): *eins* – один, *zwei* – два.
- Порядкові (*Ordinalzahlen / Ordnungszahlen*): *der erste*- перший, *der zweite*- другий...
- Дробові (*Bruchzahlen*): *ein drittel / Drittel* – одна третина.



- Розмножувальні (*Vervielfaltigungszahlwörter; Wiederholungszahlwörter*): *dreifach* -тричі, в три рази; *zweimal* – два рази, двічі  
- Типові (*Gattungszahlwörter*): *zweierlei* – двоякий, *dreierlei* – троякий.

- Сурядні сполучники (прислівники) (*Einteilungszahlen / Zahladverbien*): *erstens* – по-перше, *zweitens* – по-друге.

- Невизначені числівники (*unbestimmte / indefinite Zahladjektive*): *andere* інші, *einzig* єдині.

- Дистрибутивні або розподільні (*Distributiv - oder Verteilungszahlen*): *je 2* – по дві.

Кількісні числівники позначають певне число осіб або предметів *eins* – один, *zwei* – два і відповідають на питання *wie viel?* – скільки?

Але не тільки цифри може надати кількісну характеристику тому чи іншому предмету.

Кожен день у нас виникає необхідність виміряти предмети, масу, речовину, відстань приблизно або точно.

За допомогою невизначених числівників *zahlreich, zahllos, ungezählt* виражається більш-менш велика кількість або повнота; з *gesamt, ganz* все в цілому, з *wenig, verschieden, gering, einzeln, vereinzelt* більш-менш малу кількість або повноту.

В якості мовних найменувань подібних засобів вимірювання застосовуються: 1) вже наявні в мові лексеми, що набувають значення приблизної кількості: *der Korb* – корзина, *der Eimer* – відро; 2) створюються нові слова для цієї ж мети: *der Teil* – частка, часточка, *der Schober* – стіг, *die Ladung* – віз.

Найвідоміші математики і філософи Стародавнього Вавілону, Стародавньої Греції і, пізніше, Індії вважали, що числа можуть демонструвати принципи, на яких заснована світобудова, а також закони часу і простору. Грецький філософ Піфагор говорив: «Все в світі є числа»

Так як числа використовувалися богами для управління світом, вони, як вважалося, мали специфічні символічні значення. Числа використовувалися як основа в музиці, поезії, архітектурі та мистецтві.

Числівник у Німеччині має яскраво виражений символічний аспект. Числа можуть виражати не тільки кількість, вони мають і психологічний вплив на людину, можуть стати причиною людських невдач (як, наприклад, число 13), чи, навпаки, перемог. Вважалося, що

числа мають неабиякий вплив на долю людини, через що їм приписали магічну силу. Така віра у силу чисел в певній мірі пов'язана з німецьким менталітетом.

Так, наприклад число "три" служить символом щастя: *Dreizahl* - *Glückszahl*. Три рази сплюнути через плече (*das dreifache Ausspucken über die Schulter*) – це теж приносить щастя.

Числівник має настільки широке коло вживання та широкий спектр, що він часто використовується у німецьких фразеологізмах. Числівник розвився таким чином, що, показуючи кількість, він може також стати елементом якісної характеристики. Наприклад, головна характеристика у фразеологізмі «*wie sieben (acht, drei, vierzehn) Tage Regenwetter (aussehen)*» не кількісна, а якісна, показуючи, наскільки сильно похмурою є людина.

Отже, числівник не завжди виражає кількісну характеристику, а кількість, у свою чергу, не завжди потребує числівника, адже її у німецькій мові можна виразити як за допомогою числівників, так і за допомогою інших частин мови, а числівник можна показати не тільки з боку кількісної характеристики, але й якісної.

## **СЕМАНТИКО-КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУ МАЙДАН НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ**

*Рогоза І.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Єгорова О. І.*

У часи динамічного розвитку міжкультурної комунікації концептуалізація етноспецифічних феноменів постає об'єктом дослідження низки гуманітарних наук. Одним з таких етноспецифічних соціокультурних явищ останніх років виступає феномен майдану, що має своє унікальне концептуальне осмислення та лінгвокультурну репрезентацію.

У рамках семантико-когнітивного підходу на матеріалі дискурсу німецьких Інтернет-ЗМІ (104 інформаційні статті про події в Україні на Майдані Незалежності наприкінці 2013 – початку 2014 року) пропонується описання структури та наповнення концепту МАЙДАН, до складу якого входять поняттєвий, асоціативно-образний та валоративний компоненти [1, 298].

Поняттєвий шар концепту, що репрезентує фактуальну інформацію про реальний або уявний предмет, слугує основою для формування концепту [2, 13], та експлікує інформацію про логічне осмислення майдану як факту реального світу. У ході проведеного аналізу виявлено, що в основу поняття «майдан» покладено образ центральної локалізації об'єкту. Виявлені в результаті компонентного аналізу семи, услід за З. Д. Поповою та Й. А. Стерніним [3, 98], ототожнюються з концептуальними ознаками-конституентами поняттєвого шару досліджуваного концепту (рис. 1.1).

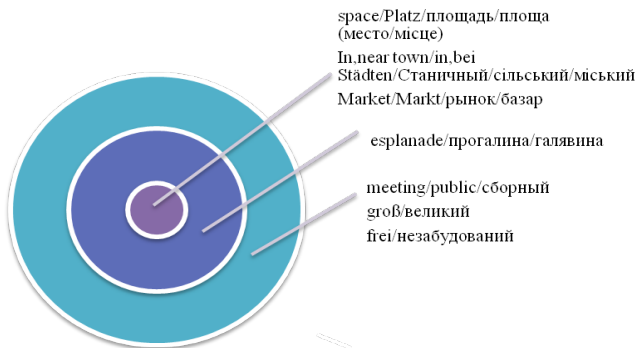


Рис.1.1. Модель поняттєвого шару концепту МАЙДАН за результатами компонентного аналізу номінації *майдан* у дистантних мовах

У ході дослідження перцептивно-образного шару, що являє собою сукупність знань, образів та асоціацій, пов'язаних із денотатами [1, 59], було виокремлено низку базових метафоричних моделей, що співвідносяться з класифікацією когнітивних метафор, запропонованих Лакоффом та Джонсоном [4], як от: МАЙДАН є ВІЙНА, МАЙДАН є ТЕАТР, МАЙДАН є ЖИВА ІСТОТА, МАЙДАН є ПРОЦЕС, МАЙДАН є ЦЕНТР, МАЙДАН рухається ВГОРУ, ВЛАДА рухається ВНИЗ.

В рамках вивчення фактичної цінності концепту МАЙДАН було виявлено позиції трьох сторін-евалюаторів: протестувальників, влади та ЗМІ. За нашими спостереженнями, незважаючи на переважну об'єктивність та нейтральність викладення інформації про події на Євромайдані у ЗМІ, можна зробити висновок, що репрезентація концепту МАЙДАН у дискурсі німецьких Інтернет-ЗМІ відбувалася з переважно негативною евалюацією; влада оцінює майдан різко негативно, протестувальники – позитивно.

1. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
2. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г. Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с.
3. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2001. – 191 с.
4. Lakoff G. *Metaphors we live by* / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago : Chicago University Press, 1980. – 242 p.

## VERBAL AND NONVERBAL MEANS OF NEGATION

*Sakharova N.*

*(Sumy State University)*

*Anokhin Y.*

*(SE Ukrmetrstandard)*

*Academic supervisor – D. Litt, Prof. Shvachko S. O.*

Negation turns to be a pragmatic, semantic, morphologic and syntactic category, therefore it can be found in all languages. Every language possesses affirmative and negative forms of expression [2, 109]. Negation, as an interdisciplinary science, is related to linguistics, philosophy, logic, psychology, mathematics etc. This fact explains exceptional status in the scientific world picture. Modern linguistics' studies focus on an integrated approach to the language. It seems to be viewed not only as a distinct semiotic system, but also as the means of communication, thinking and understanding the world as a whole.

Negation is reflected at all levels of a language. First of all, it can be expressed explicitly (using special language units) and implicitly (hidden). This means one should take into account not only the surface structures, but also its deep structures. Based on empirical data analyzed in the English discourse, negation is mainly expressed explicitly.

The category of negation can be expressed both verbally and nonverbally. Verbally it can be conveyed with the help of lexical means, represented by semantic markers of an implicit negative meaning, including basic verbs (*to deny, to reject, to end, to banish, to antagonize, to abandon, to refrain, to hate, to stop, to fail, to absent, to lack*) and phrasal verbs (*to give up, to take away, to back away, to shut down, to shut up*).

Negation is expressed by morphemic means [3, 47], transmitted via negative affixation: *ir-* (*irrational*), *dis-* (*disarmingly, dissatisfaction, disposition*), *anti-* (*antisocial*), *in-* (*inconsiderate, indelicate*), *un-* (*unfair, unbearable, undeserved, unpredicted*), *-less* (*seedless, thoughtless, relentless, merciless, heartlessness*), *-free* (*carefree, moneyfree, duty-free*) etc.

The category of negation as a fundamental category of world knowledge, is characterized by a complex and varied system of means and forms of representation that are particularly denominated at the grammatical level. Thus, negation is expressed by negative particles *no* and *not*, modal structures (*ought to + infinitive* and *might have + verb*) and conditional sentences, while on the syntactic level the important markers of negation are syntactic formants *neither ... nor, unless and lest*. Questioning and imperative sentences can also carry a negative meaning, giving it an emotional and expressive coloring. Verbal communication components primary use metaphors and epithets in order to transfer the comparison.

Nonverbal means of negation's categorization are fully reflected at the cultural level and generally belong to the semiotic gestures that identify denial [4, 15]. Non-verbal expression of negation correlates with the feelings of the speaker, namely uncertainty, anger, disappointment, assessment, it underlines his/her emotional state.

In every language there are individual heterogeneous nonverbal negation markers. Such cross-language contradictions are expressed by the help of cultural models. For example, in the Bulgarian language head shaking means consent, while for the Ukrainian, Russian and English languages this gesture marks negation. Sometimes these semiotic signs create a great problem for conveying information. However, there are homogeneous commonly used negative markers in all languages. For example, there are some well-known nonverbal markers of negation: *to shake one's head, to avert one's face, to shrug one's shoulders* etc.

Nonverbal means are not only associated with various sensory systems, but can also be correlated with extralinguistic factors of communications (pauses while talking, laughing, etc.) That's why intonation, tone of an expression, modulation of voice, facial expressions, gestures, smiles belong to the nonverbal expression level: *in a tone of disapproval, to shake one's head in denial, to laugh scornfully* etc.

Nonverbal components are considered to be the object of linguistic, psychological, sociological and discursive analysis [1, 5]. They have

unconscious, spontaneous and planned nature, as nonverbal human behavior points out a certain psychological state.

An interaction of verbal and non-verbal components also plays an important part in the explication of negation. Nonverbal means enhance the effect of words, providing more opportunities for recognition of denial. But it can also be refuted due to the dissonant implementation. Despite the double nature of non-verbal means, they still contribute to facilitation and acceleration of the communication process.

The study has been conducted on the empirical material collected from 4716 pages. It consists of 1,200 language units possessing a negative meaning. There are 1053 cases of mononegation and 151 cases of polynegation. Thus, the ratio of mononegation to polynegation is 7 to 1. Verbal negation is expressed by 755 notional parts of speech, including nouns 76 (*disappointment, failure, disbelief, nonsense, disapproval*), 196 verbs (*to give up, to end, to fail, to hate, to disappear*), 192 adjectives (*uneven, unusual, unbearable, seedless, disgraced*), 85 pronouns (*none, nobody, nothing, no one*) and 206 adverbs (*never, regardlessly, impatiently, hardly, unflatteringly, hopelessly*). There are 674 structural parts of speech that include 12 prepositions (*except of, excluding, opposite to, unlike*), 29 conjunctions (*neither ... nor, unless, lest*) and 633 particles (*not, no*). Accordingly, the ratio of notional parts of speech to structural ones is 5 to 4. Herewith we can once more confirm that English is a mononegative language and the notional words prevail in explicating the category of negation.

In our opinion, the category of negation and verbal and nonverbal means of its expression have a wide potential for further research.

1. Анохіна Т. О. Семантизація категорії мовчання в англомовному художньому дискурсі / Т. О. Анохіна. – Вінниця : Нова книга, 2008. – 160 с.
2. Коробко А. О. Репрезентація категорії негачії на граматическом уровне англійського языка / А. О. Коробко // Русский язык в XXI веке: исследования молодых: материалы I международной конференции. – Астана : Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, 2014. – С. 109 – 111.
3. Пономаренко М., Швачко С. А. Статус морфемных средств выражения негачии в англійском языке / М. Пономаренко, С. А. Швачко // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: матеріали всеукраїнської наукової конференції

викладачів, аспірантів, співробітників та студентів. – Суми : СумДУ, 2014. – С. 47 – 48.

4. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : [автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філолог. наук: спец. 10.02.04] / Л. В. Солощук. – К. : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2009. – 37 с.

## **STATUS OF NEGATION IN COGNITIVE PROCESS**

*Serhiienko A.*

*(Sumy State University)*

*Tur V.*

*(Public JSC Ukrnaftohkimproekt)*

*Academic advisor – PhD., Associate Professor Kobayakova I. K.*

Negation is one of the key concepts in various fields of science: philosophy, logic and linguistics. Searching for its own approach to the study of negation, each science interprets this phenomenon in terms of its characteristic position. Defining the diversity of the problem of negation, this category is considered in the totality of its aspects. The existence of negative statements is stated by the dialectics of cognition of the world which is constantly evolving.

Negation is one of the fundamental categories of the language. The category of negation is present in all languages, negation is one of the oldest phenomena in language, and is expressed by a wide variety of means. The linguistic category of negation holds a special place among the numerous linguistic categories, as it expresses proper category of logic most clearly and directly, pointing out the connection between language and thinking, language and objective reality. Statements containing the information of negative semantics are quite common in all functional styles of the language. Realization of the category of negation is complex and includes two blocks of information: semantic and pragmatic.

Negation is an element of the meaning of a sentence, indicating that the connection that is established between the components of the sentence does not really exist or that the speaker rejects proper affirmative sentence as false one. Negation in a language can be, likewise logical, characterized as the operator that has the peculiarity to change the content to the opposite one, transforming true sentence into false and vice versa. More frequently, negative expression is observed in such situation when the appropriate

affirmative sentence has been done before, or included in the total presumption of the speakers. Negation is one of the common to all world's languages initial, not semantically decomposed categories which is not identifiable through a simple semantic elements.

Negation, along side with its contrmember, forms a universal binary opposition. Negation manifests itself in terms of formal representation - in the form of more complex lexical and grammatical structures, and in terms of a richer semantical interpretation and in the manner the recipient receives negative structures. Despite secondary character of negative sentences compared to the affirmative ones, they play a very important and sometimes decisive role in the cognitive process. Negative sentences contain information about the world around us and describe it.

Topicality of negation is prominent, because it can change the course of communication, establish new relationships and "new order" between communicants.

1. Медвідь К. М. Категорія негачії як фундаментальний лінгвістичний феномен // Філологічні трактати. – 2014. – Т.6, № 1. – С. 109–113.
2. Швачко С. О., Наливайко І. І. Стилiстичнi засоби омовлення негачії на матерiалi англomовного художнього дискурсу // Філологічні трактати. - 2014. – Т.6, № 1. – С. 146–148.

## **NEGATION MARKERS VS LANGUAGE MODUS**

*Sirobaba L.*

*(Sumy State University)*

*Academic supervisor – D. Litt, Prof. Shvachko S. O.*

The cognitive approach to the language study now is extremely popular and perspective. Linguists understood that language is more volumous than its orthoepic, lexical-semantic, syntactic systems.

The notion of "picture of the world" refers to the basic scientific units. It considers the most essential human characteristics, its being. The picture of the world as a global image permanently forms in the process of human contact with the environment and other members of society.

The image of the world, embodied in language, is an equivalent to "linguistic picture of the world." The initial thesis about the linguistic picture of the world belongs to W. Humboldt, who claimed that "every natural language has a typical review of the world." "Every language,



denoting individual items, actually creates: it creates for the people, who are its native speakers, the picture of the world" [2, 138].

Language reflects our view of the world, it is also an important tool by which a person receives and generalizes knowledge, captures and transmits it to the society.

The naïve picture of the world is the result of practical knowledge of reality that has ethnic specificity, and is reflected in the linguistic material, traditions and culture.

Negation is one of the most important categories of the language caused by a human striving for differentiation of reality. Linguistic negation belongs to complex linguistic categories. It permeates the entire vocabulary and grammar, has different means and ways of expression, complex semantic and syntactic structure.

So negation as any universal category, not only supports the existence of language as a system but also fills it with new forms of new categorical meanings.

The contrast between conceptual picture of the world and linguistic picture of the world in which a set of generalized formal structural notions gets its verbal expression allows to determine negation as a "concept" that includes "various substrate units of operational consciousness", which in addition to concepts and notions includes also images, attitudes, evaluations and emotions [3, 220].

In contrast to the notion, the concept is not only thought but comprehension and experience of the surrounding world.

Negation is an extremely complex concept that is expressed in the language at different levels: lexical, morphological and syntactic.

The word is the basic unit of language, it performs important functions, so it can not be ignored. Criteria for the word distinguishing among other linguistic units are various.

The meaning is natural to other linguistic units (morphemes, sentences). The specificity of the word is that it is the smallest independent meaningful unit of the language. All the words in terms of their importance can be divided into 3 groups:

- notional;
- functional;
- exclamations.

Notional word always has a real content that is called its lexical meaning.

Notional parts of speech are words with lexical meaning (performs a nominative function). One distinguishes among them noun, adjective, pronoun, numeral, verb, adverb.

Lexical means of negation expression contain negative component of the meaning and on the basis of expressing of negativity are divided into explicit and implicit.

Explicit negation is easier to recognize even without a context and a discourse [1, 49]. Morphemic markers expressed by the suffix -less and prefixes *un-*, *mis-*, *dis-*, *ir-*, *im-*, *in-* and their derivatives facilitate it: *He felt helpless. Gwenllyn had come to fetch him all too soon. Soon he slept, unaware that only half a mile away his father's men were searching for him. Sudden misunderstanding appeared between them. All day Dave felt bad and it was a reason to misbehave. She understood that it was irrational to react in that manner.*

Lexical means of negation are explicit negation moves freely from one part of the speech to another.

1. Баранов А. Н. Отрицание в идиомах: семантико-синтаксические ограничения / А. Н. Баранов, С. И. Юшманова // Вопросы языкознания. – 2000. – № 2. – С. 46-65.
2. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. – М., 1984. – 314 с.
3. Jackendoff R. An interpretative Theory of Negation / R. Jackendoff // Foundations of Language. No 5. – Stanford, 1969. – P. 218-241.

## **МОДЕЛЮВАННЯ ФРЕЙМА-СЦЕНАРІЮ МАЙДАН НА МАТЕРІАЛІ КОРПУСУ БРИТАНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ**

*Степанов В.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Єгорова О. І.*

Одним із провідних напрямків сучасних когнітивних досліджень є вивчення структурованих знань, що подаються у вигляді когнітивних моделей – фреймів. Вивчення фреймової репрезентації знань має усталені традиції (С.А. Жаботинська, М. Мінський, Ч. Філлмор, Р. Шенк, Р. Абельсон, Н.В. Таценко та ін.), що у поєднанні з потужною теоретичною базою для створення та використання лінгвістичних корпусів (Т. МакІнері, Е. Вільсон,

П. Бейкер, Е. Гарді та ін.) уможливило їх комбінування з метою вивчення концепту МАЙДАН.

Фрейм-сценарій як окремий різновид концепту має певні відмінності від фрейму та сценарію відповідно. По-перше, фрейм-сценарій є динамічним, у той час як фрейму притаманна статичність. По-друге, на відміну від сценарію, фрейм-сценарій залучається до контексту конкретної ситуації. По-третє, фрейм-сценарій інтегрує в собі знання про світ людей та їхню взаємодію, виступаючи культурно маркованим концептом [1, 165].

У наш час моделювання фрейму-сценарію доцільно здійснювати на матеріалі корпусів – набору текстів у електронному форматі, що відбираються з метою проведення лінгвістичних досліджень із використанням комп'ютерних програм [2, 48]. Пропоноване моделювання фрейму-сценарію МАЙДАН здійснене на матеріалі корпусу статей британських інтернет-видань, що висвітлюють відповідні події в Україні.

Фреймове моделювання фрейму-сценарію МАЙДАН залучає використання базових фреймів С. А. Жаботинської (предметного, акціонального, посесивного, компаративного), структура яких репрезентується вузлами – поняттями та слотами [3, 76]. Поняття виступають незмінними елементами, а слоти – змінними. Інтерпретуючи поняття, слоти об'єктивують конкретну ситуацію, відтворюючи динаміку змін у межах фрейму-сценарію МАЙДАН.

Фрейм-сценарій МАЙДАН моделюється як послідовність каузативних та контактних взаємодій концептів ВЛАДА та МАЙДАН, що репрезентується предметними та акціональними фреймами із пропозиціями «ДЕЩО-каузатор робить ДЕЩО-фактив» та «ДЕЩО-агенс діє на ДЕЩО-пацієнс»:

*Pro-European protests in Ukraine, known as Euromaidan, started almost two months ago when the country's **government abruptly stopped preparations** for free trade deal with Europe under Russian pressure (The Guardian, Sunday, 19 January 2014).*

***Police responded with stun grenades, teargas and water cannon, but were outnumbered by the protesters** (The Guardian, Monday, 20 January 2014).*

Динаміка подій, що відбуваються на Майдані Незалежності, зумовлює контактну взаємодію концептів ВЛАДА і МАЙДАН, унаслідок чого у фреймовій будові даних концептів з'являються нові слоти або змінюється наповнення вже існуючих слотів. Аналіз

розгортання подій на Майдані об'єктивує динаміку змін наповнення слотів МЕТА, ІНСТРУМЕНТ, ЯК. Крім того, додаються слоти компаративного фрейму, що актуалізує порівняння Майдану із революцією, війною проти корупції тощо:

*There were reports that riot police were firing smoke and stun grenades. Opposition sources said police snipers were firing on demonstrators from rooftops* (The Guardian, Wednesday, 19 February 2014).

*Many people feel the government is trying to repress the truth and remove their rights. This protest is now more than a pro-EU movement, it is fuelled by anti-government feeling, with many activists seeing their cause as a fight against corruption* (The Independent, Friday, 24 January 2014).

Таким чином, структура фрейму-сценарію МАЙДАН має динамічний характер, репрезентований змінними слотами акціональних, предметних та компаративних фреймів. Перспективою подальших досліджень вважаємо застосування пропонованого фреймового моделювання для аналізу структури інших фреймів-сценаріїв.

1. Полатовская О. С. Фрейм-сценарий как тип фреймов / О. С. Полатовская // Вестник ИГЛУ. – 2013. – №4 (25). – С. 161–166
2. A Glossary of Corpus Linguistics / P. Baker, A. Hardie and T. McEnery. – E. : Edinburgh University Press, 2006. – 187 p.
3. Жаботинская С. А. Онтологии для словарей-тезаурусов : лингвокогнитивный подход / С. А. Жаботинская // Філологічні трактати. – 2009. – Том 1. – №2. – С. 76–80.

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СТАТЕЙ

Хаба Н.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Баранова С. В.

У мові газетних статей знаходять відображення риси, характерні для публіцистичного стилю. Серед них виокремлюють вживання виразально-зображувальних засобів та стилістичних прийомів.

Широковживаним стилістичним прийомом є варіювання **метафор**. Механізм концептуальної метафори полягає у перенесенні деяких смислових рис з концептуальної галузі одного об'єкта в концептуальну галузь іншого об'єкта. Наприклад, термін *bulls and bears* відображає образи ведмедя, який масивною лапою опускає котирування на фондовому ринку, та бика, який на рогах піднімає ці котирування [1].

Найхарактернішим випадком метафоризації є опора на такі концепти:

– організм людини: *arm* (a part of a large organization that is responsible for one area of its business), *muscle* (financial power or influence);

– стан здоров'я людини: *healthy* (large or successful, working well), *economic recovery* (the process of improving or becoming strong again);

– сім'я: *problem child* (a product, business, or part of a business that is not very successful or causes difficulties), *parent* (an organization that controls another company), *daughter company* (a company that is owned by another company);

– будинок /житло: *accommodation* (money lent for a short time), *price ceiling* (a limit on the price of goods), *floor price* (the lowest price);

– меблі: *war chest* (money available to spend on a particular project); *chair* (a person in charge of a company);

– предмети домашнього вжитку: *basket case* (a country or an organization whose economic or financial situation is very bad);

– їжа: *bread-and-butter* (a company's main source of income), *peanuts* (a very small amount of money), *lemon* (a poor investment);

– одяг: *to pocket* (to take or keep smth, especially an amount of money, in an illegal or a dishonest way), *white-collar* (working in an office rather than at a factory), *blue-collar* (workers who do physical work in an industry);

– релігія: *icon* (a famous person, organization or thing that people admire and see as a symbol of a particular idea, style, way of doing things), *mission* (a particular purpose or aim that a company or an organization has);

– природний світ: *mouse* (a small company), *gazelle* (a company that is growing very quickly);

– транспорт: *passenger* (who doesn't contribute much to the company), *to pilot* (to test a new product, idea), *to ship* (to be available to

be bought);

- інструмент, знаряддя праці: *axe* (strong measures taken to reduce costs, e.g. removing workers from jobs);
- місце роботи: *boiler room* (place where people sell shares by telephone, in an unfair and dishonest way) [2].

Крім метафори дуже поширений прийом **метонімії** – троп, побудований на переносі значення за суміжністю, тобто на основі тісного внутрішнього чи зовнішнього зв'язку між зіставлюваними поняттями. Так, Wall Street – вулиця, на якій розташовані найбільші банки США, стала символом американського капіталу [3].

Мова економічних газетних статей включає в себе й інші тропи:

1. **Синекдоха** – перенесення назви з одного предмета на інший за кількісним співвідношенням між ними: *California doesn't talk down Silicon Valley* (*The Economist*, 7 Jan 2012)

2. **Антономазія** – стилістичний засіб оцінної експресії, що досягається шляхом ідентифікації людини з явищами оточуючого світу. Наприклад, людина може бути ідентифікована з тваринами, предметами, якостями: *Lack of passion from 'Mr Cool'* (*The Financial Times*, 6 Oct 2012)

3. **Оксиморон** – різновид тропа, що полягає у зведенні слів або словосполучень, значення яких взаємовиключає одне одного, створюючи ефект парадоксу: *The Beginning of the End of Putin* (*The Economist*, 2012-03-02)

Отже, газетні економічні статті багаті на різноманітні стилістичні засоби. Метафора як їх невід'ємна частина виступає ефективним засобом впливу на читача та є головним способом досягнення образності та емоційності в зображенні економічних процесів. Експресивність в економічних статтях також вербалізується метонімією, синекдохою, антономазією, оксимороном.

1. Лакофф Дж. Метафора и война: система метафор для оправдания войны в заливе / Лакофф Дж., Будаев Э. В., Чудинов А. П. – Екатеринбург : Изд-во УрГУ– 2006 – с. 67.
2. Петушинская Е. Г. Особенности концептуальных метафор в языке популярного экономического дискурса // Вестник МГГУ им. М. А. Шолохова. Серия «Филологические науки» / Петушинская Е.Г. – № 3, 2008. – С. 62-68.
3. Терехова Г. В. Теория и практика перевода. Учебное пособие / Терехова Г. В. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004. – 103 с.

## ЛІНГВІСТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «СЛЕНГ»

*Хлюстова А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.*

Дослідження сленгізації мовного середовища ще на своєму початку стикається з проблемою ідентифікації цього поняття. Ця проблема пов'язана першочергово з термінологічною плутаниною щодо самого поняття «сленг». Багато науковців об'єднують під його визначенням й арго, й жаргон, й професіоналізми, й інші близькі, проте за своєю суттю відмінні від сленгу явища.

За час свого існування термін «сленг» майже втратив своє конкретне денотативне значення і перейшов у конотативну-оцінну характеристику, що, як правило, ускладнює розгляд цього мовного явища. Академічний тлумачний словник української мови надає таке визначення слова «сленг»: «Розмовний варіант професіонального мовлення; жаргон».

Жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, що, проникають в літературну мову й набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення» [3].

У тлумачному словнику за редакцією Т. Ф. Єфремової поняття «сленг» визначається так: «Сленг – сукупність слів і виразів, уживаних представниками певних груп, професій й т. п., що складає прошарок розмовної лексики, який не відповідає нормам літературної мови (як правило щодо англomовних країн)» [1].

Вільна енциклопедія «Вікіпедія» тлумачить поняття «сленг» таким чином : «Сленг – міський соціолект, що виник з арго різних замкнених соціальних груп (правопорушників, крамарів, ремісників, в'язнів, бурсаків-учнів, вояків, інтернет-спільноти), як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю (зрідка й словотворів: випивон – пиятика, закусон – закуска), поширена серед соціальних низів і певних вікових груп (ремісничої, шкільної молоді) міст» [5].

Із лінгвістичної точки зору найбільш вдалим є формулювання, дефіноване дослідницею В. О. Чеховською: «Сленг – це стиль мови, що посідає місце, автентичне занадто формальній, офіційній мові» [4].

Відмінність відтінкових значень професіоналізмів та арго від сленгу підкреслює О. Є. Матюшенко: «Сленг – це особливий, історично-сформований більшою або меншою мірою загальний всім соціальним верствам розмовний варіант мовних (переважно лексичних) норм, який існує переважно у сфері мовлення, і генетично і функціонально відмінний від жаргонних і фахових елементів мови» [2].

Отже, сленг за своїми лексико-семантичними особливостями належить до специфічних засобів мовного спілкування, за допомогою яких реалізується людська необхідність й здатність ототожнювати власну особистість із різноманітними соціальними угрупованнями, а звідси витікає невпинний процес утворення соціолектів.

1. Апресян В. Ю. Лексическая семантика: Синонимические средства языка / Ю. В. Апресян. – Москва: Наука, 1988. – 307 с.
6. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка / М. П. Брандес. – М. : Высш. шк., 1990. – 320 с.
3. Домашнев А. И. Проблемы классификации немецких социолектов / А. И. Домашнев // Вопросы языкознания. – Москва : Вектор, 2001. – 284 с.
4. Матарыкина Н. Д. Неологизмы немецкого молодежного сленга на рубеже XX и XXI веков: дис. канд. филолог. наук: 10.02.04 / Матарыкина Наталья Дмитриевна. М. : Просвещение, 2005. – 214 с.
5. Немищенко Г. П. Питання мовознавства / Г. П. Немищенко. – М. : Перун, 2001. – 254 с.

## **СУБСТАНТИВАЦІЯ ЧИСЛІВНИКІВ У АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ**

*Чорнобривець Є.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Шуменко О. А.*

Числівники, як частина мови, наділені категоріальним значенням числа, граматичним представленням у словосполученнях та словотвірними потенціями. Здатність числівників конструювати нові лексичні одиниці сприяє розширенню словникового складу мови та ідентифікації еволюційних процесів квантитативної лексики.



Числівник не меншою мірою, ніж прикметник залучений до сфери означуваних слів, тому субстантивація так само яскраво представлена в даній частині мови.

Субстантивація – складне лексико-граматичне явище, викликане цілим комплексом факторів лексичного, синтаксичного та морфологічного порядку. Під терміном «субстантивація» слід розуміти не тільки перехід слова в розряд іменника з інших частин мови, а й здатність вказувати на предмет та його ознаки. Субстантивація числівників - набуття ними предметного значення, що свідчить про їх семантичну близькість з словами, які використовують для лічби та спільність етимологічних витоків.

Аналіз результатів дослідження субстантивації числівників дає змогу виокремити субстантивовані числівники та розподілити їх до таких груп: для позначення групи людей або речей (напр.: *«She looked thoughtfully at the other two – Carrie Louise thinner and frailer and yet curiously untouched – and the old man with the sweet smile.»*); для позначення десятиріч, часових або вікових періодів (напр.: *«Long story short, this afternoon Marla was just lying in bed, waiting for the Meals on Wheels delivery between noon and two.»*); для позначення приблизної кількості, часто в гіперболічному значенні для передачі ідеї дуже великого числа (напр.: *«Thousands of visitors were that day at the exhibition.»*); використання субстантивованого числівника з іншим числівником (напр.: *«But we have about eight hundred unsterilized ones who need constant drilling.»*).

Роль субстантивації охарактеризована як засіб поповнення словникового складу мови новими номінативними одиницями. У наведених прикладах субстантивованих числівників простежується контекстуально зумовлений синтаксичний рівень частиномовної транспозиції, при якій числівник (подібно до прикметника в аналогічних умовах) стає виразником іменниково-числівникового словосполучення, перебираючи на себе значення предметності.

Що стосується внутрішнього наповнення, то в результаті лексикалізації синтаксичних конструкцій утворюються складні слова особливого типу, які мають значну інформаційну ємність і відрізняються семантичною насиченістю. Вивчення семантики новоутворених лексичних одиниць ґрунтується на співвіднесенні значення похідних слів зі значенням компонентів твірної основи. У результаті лексикалізації синтаксичної одиниці зв'язки між її

компонентами втрачають актуальність як граматичні показники, але впливають на семантику похідного слова.

У сучасній англійській мові спостерігається тенденція до появи деривацій числівника, утворених на основі частиномовної транспозиції. Відтворення специфіки національно-мовної картини світу визначає необхідність подальших досліджень субстантивованих числівників у порівняльно-зіставному аспекті субстантивації інших частин мови.

1. Швачко С. О. Числівник англійської мови : навч. посіб. / С. О. Швачко, С. В. Баранова, І. К. Кобякова та ін.; за заг. ред. С. О. Швачко. – Суми : Вид-во СумДУ, 2010. – 171 с.
2. Шуменко О. А. Лінгвістичний статус денумеративів / О. А. Шуменко // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства. Ч. I – Суми, СумДУ. – 127 с. – С. 52-54.
3. Agatha Christie «They Do It with Mirrors». – Signet: March 1st 2000, p. 224.
4. Chuck Palahniuk «Fight Club». – Routledge: November 7th 2011, p. 180.

## **КАТЕГОРИЯ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

*Шаймерденова Д.*

*(Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева,  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор  
Жаркынбекова Ш. К.*

Понятие ценностей – одно из значимых понятий в гуманитарных науках. Категория ценности стала предметом исследования ряда наук, изучающих особенности человека, человеческой деятельности и общества – философии, социологии, психологии, политологии и др. Каждая из этих наук развивает свои подходы, методы изучения, исходя из задач исследования и специфики областей знаний. В современной научной литературе имеется обширный материал, который посвящен разным подходам к изучению проблемы ценностей. Несмотря на активный интерес разных ученых к аксиологии, остаются малоразработанными теоретические и

методологические аспекты, культурные, социальные, психологические основания ценностей.

Изменения, происходящие в экономической, политической, социальной, духовной сферах общества в последние десятилетия, влекут за собой изменения в психологии, ценностных ориентациях и поступках людей. Появляется необходимость формирования нового взгляда на культурные, национальные традиции, основу которых составляют базовые ценности индивида и общества.

Категория ценности является центральной в аксиологии, которая представляет собой одну из молодых отраслей философского учения о природе ценностей, их месте в реальности и о структуре ценностного мира, то есть о связи различных ценностей между собой, с социальными и культурными факторами и структурой личности.

Как идеалы и приоритеты человеческой деятельности ценности характеризуют духовный мир личности и своеобразие национально-культурного миропонимания, закрепленного и отраженного в языке.

С точки зрения лингвоаксиологии все, что является ценным, отражается в языковой оценке, а то, что отражено в языке имеет ценность для его носителя. Ценности и нормы выступают базовыми единицами аксиологической картины мира.

Большинством лингвистов ценность понимается как общепризнанная норма, сформированная в определенной культуре, которая задает образцы и стандарты поведения, оказывает влияние на выбор между возможным тем или иным поведением. Именно ценность служит основой всякой культуры. Стернин И. А. справедливо отмечает, что ценности представляют собой «... социальные, социально-психологические идеи и взгляды, разделяемые и наследуемые каждым новым поколением» [1, 69].

Ценности недоступны непосредственному восприятию, однако анализ описания системы ценностей возможен благодаря тому, что мы пользуемся языком, что в словарь языка входят слова, за которыми стоят значения, содержащие понятие ценности.

На первый взгляд, казалось бы вполне логичным предоставить область исследования ценностей психологам, социологам. «Однако, – пишет в своем научном исследовании Н. С. Федосюткина, – психолингвистический подход даёт возможность увидеть ценностные представления в другом ракурсе, предлагает свои методы организации эксперимента и анализа экспериментальных данных. В изучении ценностных представлений язык является не целью, а инструментом

исследования» [2, 5]. Такой подход дает возможность объединять в исследование данные психологии, социологии, лингвистики, когнитивных наук с тем, чтобы результаты изучения ценностных представлений по возможности объяснить с точки зрения теории языкового сознания.

Языковое сознание может быть изучено через языковую деятельность личности. Языковая деятельность личности немыслима вне социума как естественной среды существования людей и, соответственно, вне сложившейся идеологической системы общественной морали, науки, религии, искусства. Руководитель коллективной монографии «Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов», посвященной проблемам современного лингвистического аксиологического анализа Серебренникова Е. Ф. считает: «Преобладающие социокультурные установки в форме оязыковленных стереотипов, норм объективно создают определенную шкалу ценностей, которая, будучи интериоризованной человеком, проявляется в выражении им ценностного отношения в выборе жизненных приоритетов и его бытийного горизонта ожидания. В настоящее время следует считать общепринятым положение об аксиологичности человеческого сознания, его ориентации на выработанные обществом и принятые субъектом сознания ценности» [3, 16-17].

Изучение особенностей аксиологических аспектов в языковом сознании носителей разных культур важная и актуальная проблема в современной лингвистике.

1. Стернин И. А. Концепты и невербальность мышления // Филология и культура. Материалы международной конференции 12-14 мая 1999 г. – Тамбов, 1999. – С.69-79.
2. Федосюткина Н. С. Слова-ценности как средство доступа к ценностной картине мира: Экспериментальное исследование. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Курск, 2005. – 160 с.
3. Серебренникова Е. Ф. Аспекты аксиологического лингвистического анализа // Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография. – М. : ТЕЗАУРУС, 2011. – С. 7-26.

## ВЕРБАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛІМЕНТУ В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ФАТИЧНІЙ МЕТАКОМУНІКАЦІЇ

*Шкіль І.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Косенко Ю. В.*

Актуальність теми зумовлена тенденцією в сучасному мовознавстві до пізнання складної природи людського спілкування, в якому мова є важливим засобом соціальної взаємодії, що дозволяє людям впливати на розумову та практичну діяльність один одного. Про соціокультурну значимість компліменту як однієї з основних людських потреб свідчить увага, що приділяється вказаному явищу представниками різних дисциплін, у тому числі лінгвістики. Така увага закономірна, бо комплімент – одна з найбільш розповсюджених стратегій впливу на адресата, на стосунки, погляди та поведінку людей, зняття взаємодії, більш гармонійної, погодженої, продуктивної й ефективної.

Комплімент — важлива складова мовленнєвої поведінки представників англomовної та української культури. Комплімент впливає як на характер міжособистісних стосунків комунікантів, так і на успішність комунікації в цілому. Комплімент — це простий, але потужний засіб, що допомагає встановлювати добрі стосунки з іншими людьми. Компліменти кажуть з різних причин, але всі вони зазвичай приносять задоволення і піднімають нашу самооцінку. Наша симпатія до людини, як правило, починається з того, що вона уміло підкреслила якусь нашу гідність [2, 10]. Комплімент розглядається як одна з численних мовленнєвих тактик, з метою встановлення контакту і підтримання доброзичливих стосунків [1, 36]. За класифікацією мовленнєвих актів комплімент входить до класу експресивів і належить до неінформативних мовленнєвих дій, тож має регулятивний, індексальний та емоційно-оцінювальний зміст. Як мовленнєвий акт, комплімент характеризується іллокутивною силою та перлокутивним впливом на співрозмовника і може виражатися як вербально так і невербально.

Мовленнєва дія, в силу її спрямованості на якісно різні (мовленнєві і немовленнєві) комунікативні цілі, являє собою складну єдність іллокутивного акту, перлокутивного акту і соціальної дії. Іллокутивний акт є вираженням повністю відкритих намірів мовця, що

має розпізнати адресат. Суть перлокутивного акту полягає у запланованій зміні психічного стану адресата. Соціальна дія в нашому розумінні — це цілеспрямований процес управління поведінкою адресата. Основною іллокутивною ціллю компліменту є повідомлення не про те, як мовець оцінює адресата, а про те, які почуття та емоції він відчуває у зв'язку з позитивною оцінкою, тобто ця ціль полягає у вираженні позитивного психологічного, чи так званого інтенційного стану мовця, репрезентативний зміст якого складає позитивна оцінка. Так, вимовляючи висловлювання *“Ви гарно виглядаєте”* з іллокутивною силою компліменту мовець має на увазі приблизно наступне: *Я радий / мені приємно / я відчуваю задоволення від того, що ви гарно виглядаєте.*

Зазвичай комплімент описується та аналізується як певна мовленнєва форма, що містить визначений набір функцій. Проте комплімент доцільно розглядати ще й як одиницю мовленнєвої поведінки, як особливий вид мовленнєвих вчинків. Такий підхід дає можливість розкрити характер залежності між потребами, мотивами, цілями, бажаннями, почуттями, емоціями комунікантів, з одного боку, і формою та змістом самих висловлювань, з іншого.

Переклад компліментів є важливим аспектом теорії мовленнєвих актів (зокрема, експресивів) і вимагає особливої уваги. Різниця в структурі компліментарних висловлювань англійською та українською мовами може викликати труднощі під час перекладу, тому що англійські моделі часто не збігаються з українськими. У такому випадку перекладач повинен шукати еквіваленти не лише на граматичному рівні, а й на лексичному. Переклад компліментів не передбачає буквальне відтворення слів оригіналу, він повинен передавати зміст і мету компліменту. Важливим є також і те, що компліменти повинні відтворюватися аналогічними мовленнєвими актами в мові перекладу, з огляду на їх прагматику

Можна зробити висновок, що компліменти складають важливу підмогу для створення приємного настрою в суспільстві. Комплімент як невід'ємний компонент діяльності є своєрідним елементом мовленнєвого етикету. Аналіз мовленнєвої тактики компліменту дає змогу засвоїти правила комунікативної поведінки, влучно підбирати лексичні та синтаксичні одиниці для успішної реалізації ситуації спілкування.

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. — К. : Видавничий центр „Академія”, 2004. — 344 с.
2. Голубничка О. І. Семантико-функціональні особливості висловлювань, спрямованих на підтримку адресата (на матеріалі англійської мови). Автореф. дис...канд. філол. наук. 10.02.04. / Київськ. держ. лінгв. ун-т. — Київ, 1994. — 24 с.

## СЕМАНТИЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ АНТРОПОНІМІВ У СКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ)

Щербаченко К.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Дегтярьова Л. І.

Антропоніми, або власні особові назви, становлять своєрідну, але дуже важливу частину словникового складу мови. Вони містять важливу теоретико-лінгвістичну, історичну, етнографічну та іншу наукову та побутову інформацію. На думку Анжнюка Б. М.: «Антропоніми – це фонові знання, специфічні види національно-культурних текстів, що зберігають у своїй семантичній пам'яті культурно-історичні сюжети, вписані в сучасну суспільну свідомість» [1, 42].

Антропоніми, які входять до складу фразеологізмів, носять етнокультурну інформацію. Вони мають певне конотативне забарвлення, набувають додаткових семантичних відтінків слова і надають вислову експресивного забарвлення. Власні назви можуть виконувати численні функції, серед яких основними виступають такі функції: комунікативна (*Kate, Betsy*); номінативна (*Monika, Richard*); ідентифікаційна (*Bryan* – вказує на англійське походження, *Heinrich* – вказує на німецьке походження); експресивна (*Hansi, Johnny*).

За структурно-граматичними характеристиками англійські та німецькі фразеологізми з антропонімічним компонентом розподіляються на такі групи: фразеологізми з будовою підрядних та сурядних словосполучень (*нім. seit Adams Zeiten; англ. as poor as Job*) і фразеологізми, організовані за типом простих і складних речень (*нім. Das kannst du Frau Blaschke erzählen!; англ. All work and no play makes Jack a dull boy*). Власні імена відіграють провідну роль у формуванні

експресивного та емоційно-оцінного забарвлення, а також семантичної характеристики фразеологізму.

Фразеологізми з антропонімами своїм походженням завдячують наступним джерелам: історії, традиціям, культурній спадщині та побуту країн, а також літературним джерелам, Біблії і міфології. До складу фразеологічних одиниць з антропонімічним компонентом входять імена двох типів – ті, що співвідносять з конкретною історичною особою і ті, що співвіднесені з багатьма особами. Антропоніми, що містять у своїй структурі імена-факти викликають в уяві людей певні асоціації культурного, соціального і побутового характеру. Наприклад: *англ. Teddy boy* – «стиляга» (від імені англійського короля Едуарда VII, який був відомий через свою своєрідну манеру одягатися; *нім. Tante Emma* – володарка маленького магазину, яка одночасно виконувала обов'язки продавщиці. В Німеччині ім'я *Emma* уособлювало бюргерську добropорядність.

Антропоніми, що співвіднесені з багатьма особами у складі фразеологізму набувають нейтрального значення «людина», «чоловік»: *нім. Otto Normalverbraucher* – «звичайна людина»; *англ. every Tom, Dick and Harry* – «кожен, всякий». Також вони вживаються для характеристики людини за її національністю, віковими особливостями й морально-етичними якостями (позитивні: мужність, фізична сила, сміливість, або ж негативні: ледарство, жорстокість, самовдоволення, зрадництво). Наприклад, *нім. doller Otto* – «смілива людина»; *англ. a plain Jane* – «довірлива жінка». Буває, що фразеологізми з антропонімом не вказують на поняття «людина», а називають реалії матеріального життя народу: *нім. Tin Lizzie* – дешевий автомобіль; *англ. Aunt Sally* – дитяча гра.

Структурним компонентом фразеологічних одиниць найчастіше виступають поширені чоловічі імена (*нім. Hans, Michel, Heinrich, Otto, August*; *англ. Tom, Jack, Harry, John, Dick*) та жіночі (*нім. Minna, Trine, Liese, Lotte, Frieda*; *англ. Jill, Joan, Jane*). Ці особові імена набувають різноманітних конотацій, що, як правило, характеризують людину за різними ознаками.

В основі багатьох образів, створених народною уявою, лежать спостереження над навколишнім середовищем, природою, поведінкою людей і тварин, відображення трудових процесів, побутових ситуацій; передусім того, що підлягає рецепторному сприйняттю і створює національно-культурну картину світу [2, 223]. Закріплення асоціативних ознак в значенні мовної одиниці, тобто



виникнення конотацій – процес культурно-національний, він не підлягає логіці здорового глузду. Антропоніми у складі фразеологізмів підвищують різноманітність їх емоційної, стилістичної направленості і надають специфічне національно-культурне забарвлення.

1. Ажнюк Б. М. Англійська фразеологія у культурно-етнічному висвітленні / Ажнюк Б. М. – К. : Наук. думка, 1999. – 136 с.
2. Петрова Н. Д. Семантичні механізми в процесі фразотворення // Мови європейського культурного ареалу: розвиток і взаємодія. – К., 1995. – 232 с.

## Секція "ПЕРЕКЛАД ТА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ"

### ТРУДНОЩІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Гармаш В.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Кириченко О. А.

Існує широкий спектр труднощів, що виникають при перекладі фразеологізмів. Пропонуємо короткий огляд найбільш типових та шляхи їх подолання.

Практично в будь-якій мові існує декілька рівнів фразеологізмів, і деякі з них використовуються тільки певними групами носіїв мови, а тому не фіксуються в словниках. Отже головне завдання перекладача - розпізнати фразеологічну одиницю в тексті, вирізнити стійке сполучення та змінне. Слід також не забувати, що фразеологізми характеризуються багатозначністю і омонімією, тобто одне і теж словосполучення може бути і стійким, і вільним [1]: *The girl next door* - 1. дівчина, що живе поруч, сусідка; 2. дівчина, яких багато.

З найбільшими труднощами перекладач стикається при перекладі фразеологічних одиниць, заснованих на сучасних реаліях. Лише лічені набувають популярності і потрапляють в міжнародні словники [2]:

*Hell's Angels* - Ангели некла; *Поле чудес* - «*the Land of Wonders*».

Інколи перекладач мусить відновлювати фразеологічні одиниці, що зазнали авторської трансформації, і передавати в перекладі досягнутий ними ефект.

Також труднощі викликають національно-культурні відмінності між близькими за змістом фразеологічними одиницями в різних мовах. Типово фразеологічні одиниці, хоч і збігаються за змістом, мають різну емотивно- стилістичну забарвленість

Основні труднощі в області перекладу фразеологізмів все ж пов'язані з перекладом образної фразеології. Такі фразеологізми вирізняються розмаїттям експресивно-стилістичних відтінків. Тому перекладач мусить не тільки передати зміст певного фразеологізма, а і його образність та експресивність. Переклад образної фразеології складний, оскільки певний читач може сприйняти фразеологічну одиницю як вільну сполуку слів чи неправильно пояснити її значення через характер образу [2].

Тому вміння аналізувати мовні функції, зокрема весь спектр особливостей фразеологізмів, є важливою умовою адекватного перекладу фразеологізмів на іноземні мови.

1. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография: Избранные труды/ В. В. Виноградов – М. : Наука, 1977. - 312с.
2. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка: учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков/ А. В. Кунин. – 3-е изд. – Дубна : Феникс+, 2005. - 488с.

### **ОСОБЛИВОСТІ АНТОНІМІЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ (НА МАТЕРІАЛІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ)**

*Гарцунова Л.*

*(Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка)*

*Науковий керівник – викладач Гуменюк І. Л.*

Важко переоцінити ту роль, яку в науковому житті відіграє переклад. Бурхливий розвиток науково-технічного прогресу та збільшення потоку інформації, вимагає від сучасного перекладача швидкого та якісного виконання адекватного перекладу технічної документації.

З огляду на необхідність досягнення перекладацької еквівалентності, точності та відповідності нормам у перекладі науково-технічних текстів актуальною є проблема дослідження особливостей перекладацьких трансформацій та їх використання у перекладі з англійської мови на українську. За визначенням відомого перекладознавця А. Д. Швейцера: «Переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности ("адекватности перевода") вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [3, 118].

Метою даного дослідження є розгляд антонімічного перекладу як смислової перекладацької трансформації у науково-технічному перекладі.

Залежно від характеру одиниць мови оригіналу, що розглядаються як вихідні в процесі перетворення, перекладацькі трансформації діляться на лексичні та граматичні. Крім того, існують також комплексні лексико-граматичні трансформації, де перетворюються одночасно як лексичні, так і граматичні одиниці мови оригіналу. Такі трансформації є міжрівневими, тобто вони здійснюють перехід від лексичних одиниць до граматичних і навпаки.

Антонімічний переклад – це лексико-граматична трансформація, при якій заміна позитивної форми в мові оригіналу на негативну в перекладі, або негативної на позитивну, супроводжується заміною лексичної одиниці мови оригіналу на одиницю мови перекладу з протилежним значенням. Пор.: англ. *In order to ensure that the transformer does not restrict the exchange of reactive power between the generator and the power system it may be necessary to provide tapplings in the high voltage windings of the transformer.* – укр. *Для того, щоб запобігти обмеженню трансформатором обміну реактивної потужності між генератором та системою потужності необхідно є наявність у трансформаторі відгалуження в обмотці з великою напругою* [2, 253].

Якщо взяти до уваги той факт, що при антонімічному перекладі відбувається лише заміна форми слова або словосполучення у мові перекладу, доцільним для позначення такого типу перекладу є використання терміну формальна негативація [1]. Пор.: англ. *This hypothesis lacks support from any known factual evidence.* – укр. *Ця гіпотеза не підтверджується усіма відомими даними* [4].

У науково-технічних перекладах з англійської на українську ця трансформація застосовується особливо часто, коли в оригіналі негативна форма вжита зі словом, що має негативний префікс. Пор.: англ. *Statement seems not unworthy of further consideration as a suitable definition* – укр. *Твердження видається вартим подальшого розгляду в якості відповідного визначення.* Або англ. *Neglect of the connected component in the system of thermoelasticity equations may be not unreasonable.* – укр. *Нехтування зв'язаним доданком у системі рівнянь термопружності може бути виправданим.*

Сюди ж відноситься і вживання негативної форми з негативними сполучниками: англ. *Any costs and expenses shall not be*

*reimbursed by the other party unless a recovery is not possible in a given case for reasons other than the fault of the party requesting reimbursement.* – укр. Будь-які витрати будуть відшкодовані іншою стороною тільки у випадку, коли стягнення неможливе з інших причин, ніж порушення, допущені стороною, що вимагає відшкодування витрат [4].

*The gas mixture produced by the carburetor is of no value unless it is ignited, and gas ignited quickly produces more force if first compressed* [4]. – Газова суміш, вироблена карбюратором є марною доки вона не запалюється, а швидко запалювана суміш створює більшу силу у разі її попереднього стискання.

В англійській мові зустрічаються словосполучення, які пом'якшують категоричність висловлювання. У науково-технічній літературі англійською мовою – це негативні конструкції типу *does not appear, it is not expected* пор.: англ. *It does not appear to be possible to obtain agreement with experiment even for absorption energies if polarization effects are neglected* [5]. – укр. Вочевидь, якщо знехтувати поляризаційними ефектами, не можливо отримати узгодження з експериментальними даними навіть для енергії поглинання; англ. *However, the use of these results is not expected to alter the general details* [6]. – укр. Тим не менше, використання цих результатів вочевидь не змінить загальні дані.

Розглянемо випадок антонімічного перекладу англійських дієслів *prevent, preclude, defy, omit*, які мають позитивну форму, але за змістом несуть в собі заперечення: *Note that the delegation is frequently necessary to conform to the vertical layer architecture that prevents(disallows) direct ommunication between non-neighboring layers.* – Зверніть увагу, що делегування є часто необхідним для узгодження вертикальної структури рівнів, яка не дозволяє прямого зв'язку між несусідніми рівнями.

*The long-term use limit precludes the testing of some high-temperature polyamides near their maximum temperature capability.* – Обмеження довгострокового використання не дозволяє проведення тестування окремих високотемпературних поліамідів в умовах максимально допустимої для них температури.

*Omitted for clarity.* – Умовно не показано (підпис під рисунком).

*This law defies all attempts of mathematical formulation. – Цей закон не підлягає ніяким спробам його математичного формулювання [4].*

Зважаючи на наведені вище приклади, можна зробити висновок про те, що антонімічний переклад належить до таких способів перекладу, який може використовувати перекладач у разі відсутності словникової відповідності або у випадках, коли словникова відповідність не може бути використана за умовами контексту у зв'язку з асиметричністю систем мови оригіналу та мови перекладу.

1. Колесник А. О. Перекладацькі прийоми під час перекладу термінології наукових текстів / А. О. Колесник, О. Ф. Белікова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 1. – С. 719-727 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/esprstp\\_2010\\_1\\_103.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/esprstp_2010_1_103.pdf)
2. Підгорна А. Б. Переклад слів із різним об'ємом значення в науково-технічних текстах / А. Б. Підгорна – Вісник запорізького національного університету, №1. – Запоріжжя, 2010. – С. 251-255.
3. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 215 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Linguist/shveyz/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/shveyz/)
4. Електронний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.multitran.ru>.
5. Point Defects in Ionic Crystals. II. The *F* Center in KCl, KBr, KI, and NaCl. – Phys. Rev. 179, 783 – Published 15 March 1969 [Electronic resource]. – Режим доступу <http://journals.aps.org/pr/abstract/10.1103/PhysRev.179.783>
6. Williams M. M. R. Progress in Nuclear Energy. – V. 5 / M. M. R. Williams, R. Sher. – Pergamon Press Ltd., 1980 [Electronic resource]. – Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books?id=qWe2AgAAQBAJ&pg=PA85&lpg=PA85&dq='...>

## ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

Кревсун Я.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – ст. викладач Кириченко О. А.

Переклад фразеологічних одиниць – традиційно актуальна тема для перекладацького загалу, оскільки саме передача іншомовних фразеологізмів викликає ряд труднощів.

У силу свого семантичного багатства, образності, лаконічності і яскравості фразеологія грає в мові дуже важливу роль. Особливо широко фразеологізми використовуються в усному мовленні, в художній і політичній літературі. Вибір того чи іншого виду перекладу залежить від особливостей фразеологічних одиниць, які перекладач повинен розпізнати і зуміти передати їх значення, яскравість і виразність.

Основні способи перекладу фразеологічних одиниць – це фразеологічний еквівалент, фразеологічний аналог, калькування, описовий переклад, контекстуальна заміна.

Фразеологічний еквівалент, тобто передача фразеологізма фразеологізмом, – є найкращим способом. Він можливий тоді, коли англійська та українська мови запозичили фразеологічний зворот з інших мов (найчастіше класичних): *Strike while the iron is hot.* – *Куй залізо, поки гаряче* [1].

Переклад фразеологічним аналогом, тобто використання в українській мові фразеологічних одиниць, які мають те саме значення, але які побудовані на іншому образі. При такому перекладі слід враховувати, що український образ повинен бути нейтральним щодо національного забарвлення: *Absence makes the heart grow fonder.* – *Відстань посилює почуття* [1].

Переклад калькою, тобто спроба скопіювати англійський образ і створити свою фразеологічну одиницю. При такому способі треба пам'ятати, що образ повинен бути зрозумілим, метафоричне, переносне значення повинно виходити з прямого значення: *Little pitchers have long ears.* – *У малих дітей великі вуха* [2].

Якщо в перекладі є реалія, то вона повинна бути зрозумілою українському читачеві: *To carry coal to Newcastle.* – *Ніхто не возить вугілля в Ньюкасл.*

Перекладові слід надати форму фразеологізму: *Rome was not built in a day.* – *Не зразу Рим будувався.*

Описовий переклад – відмова від перекладу фразеологізмом: *to cut off with a shilling*. – *залишити без спадщини*

До фразеологічних зворотів відносяться також і крилаті вирази та посилання, що широко вживаються у різних типах мовлення та стилях мови. До їх числа відносяться і різні цитати - літературного характеру, біблеїзми, висловлювання історичних осіб тощо. При їх передачі перекладач повинен керуватися традицією, що існує в українській мові, незалежно від словникового значення слів, що входять до складу виразу. Тут часто спостерігається розходження між українською та англійською мовами. Одне і те ж слово, що входить до складу різних виразів в англійській мові, може вимагати перекладу різними словами у зв'язку з усталеною в українській мові традицією [3].

Передача при перекладі фразеологічних одиниць - дуже важке завдання. Вибір того чи іншого виду перекладу залежить від особливостей фразеологічних одиниць, які перекладач повинен розпізнати і зуміти передати їх значення, яскравість і виразність. Так як фразеологічні одиниці широко використовуються в літературі всіх стилів, то грамотний перекладач не повинен допускати неточностей у перекладі того чи іншого фразеологізму. Без знання фразеології неможливо оцінити яскравість і виразність мови, зрозуміти жарт, гру слів, а іноді просто і сенс всього висловлювання.

1. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка: учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков / А. В. Кунин. – 3-е изд. – Дубна: Феникс+, 2005. – 488с.
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. – Л.: ЛГУ, 1978. – 208с.
3. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 2001. – 424с.



## МОВЛЕННЕВА СИТУАЦІЯ ПЕРЕКЛАДУ ЯК ВУЗЬКИЙ КОНТЕКСТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕКЛАДАЧА

*Кривошея В.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Медвідь О. М.*

Поняття мовленнєвої ситуації належить до найбільш опрацьованих теорією перекладу. Мовленнєву ситуацію розглядають як конкретну ситуацію мовленнєвого спілкування й виділяють такі її основні складові, як: предметна ситуація, що охоплює сферу комунікації й конкретну тему повідомлення; ситуація спілкування, або соціолінгвістичні фактори, що визначаються особами комунікантів, їх соціально-рольовими відносинами й умовами, у яких відбувається спілкування; психолінгвістичні фактори, обумовлені психічними особливостями; власне лінгвістичні фактори, тобто мовне оформлення повідомлення. Для адекватного розуміння мовленнєвої ситуації, а отже, успішного здійснення перекладацького завдання, перекладач повинен мати уявлення про предмет спілкування. З. Л. Львовська наголошує на тому, що предмет мовлення особливим чином впливає на учасників комунікації, зокрема, "детермінує мовні засоби вираження змісту як самим автором, так і перекладачем".

Важливість впливу фонових знань перекладача на повноту, точність і адекватність передання змісту повідомлення не тільки визнається теоретиками й практиками перекладу, але й дає змогу деяким з них стверджувати, що успішно перекладати у конкретній галузі науки та техніки може лише людина із профільною технічною освітою. У межах конкретної мовленнєвої ситуації предметна ситуація постійно вступає у тісний зв'язок із ситуацією спілкування, що одночасно розширює зміст повідомлення і надає перекладачеві можливість глибше й точніше його зрозуміти. Соціолінгвістичні фактори, які визначають ситуацію спілкування, охоплюють місце й час мовленнєвої ситуації та особливості її учасників.

Технічний перекладач, отримавши дані про те, де, коли й ким було опубліковане певне повідомлення, завчасно готує себе до роботи із ним, обираючи ту чи іншу стратегію перекладу. Особа автора вихідного повідомлення має рівний вплив на зміст й оформлення і художнього твору, і наукового тексту або технічного документу, тому кваліфікований технічний перекладач повинен приділити достатньо уваги усвідомленню того, чий текст він перекладатиме. Так,

полегшити розуміння повідомлення та його передання засобами іншої мови можуть такі екстралінгвістичні знання, як стать, вік та національність автора; його освіта й кваліфікація; провідна сфера науково-теоретичної або практичної діяльності; місце роботи або приналежність до певної наукової школи.

Нарешті, перш ніж приступити до реалізації конкретного перекладацького завдання, кваліфікований технічний перекладач повинен дізнатися, хто виступає реципієнтом повідомлення, щоб надалі користуватися цими знаннями для вибору певного мовного оформлення або здійснюючи необхідну прагматичну адаптацію тексту. Зазвичай письмовий перекладач не має безпосереднього контакту із аудиторією, тому читач може залишатися для нього так само неперсоніфікованим, як і автор, що не може сприяти покращенню якості перекладу. Під час навчання майбутні перекладачі у галузі науки та техніки повинні чітко усвідомити необхідність установити, на якого реципієнта вихідного тексту розрахований оригінал й орієнтуватися на відповідну групу рецепторів у мові перекладу, адже від того, як перекладач сприйматиме читача залежить адекватність вибору стратегії перекладу й успішність виконання перекладацького завдання.

Таким чином, конкретна мовленнєва ситуація перекладу становить собою вузький контекст професійної діяльності, тобто постійно повторюваний етап широкого контексту – усієї сукупності умов, у яких здійснюється професійна діяльність перекладача, суспільних відносин, у які він вступає, завдань, які перед ним постають, засобів, які він використовує під час виконання цих завдань, і факторів, які впливають на успішність їх виконання.

1. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад: на матеріалі англomовних перекладів укр. прози / Р. П. Зорівчак – Львів : Вид-во при Львівському ун-ті, 1989. – 215 с
2. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову / В. І. Карабан. – Вінниця, 2004.
3. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. - М. : Изд-во «ЭТС». – 2004. – 424с.
4. Миньяр-Белоручев Р. К. Общая теория перевода и устный перевод / Р. К. Миньяр-Белоручев. – М., 1980.
5. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы аспекты / А. Д. Швейцер – изд. 2-е.

## СЦЕНАРИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР КАК ЖАНР ПЕРЕВОДА

Лапин А.

*(Нежинский государственный университет им. Николая Гоголя)  
Научный руководитель – канд. философ. наук, доцент Корнеева Л. Л.*

Компьютерная игра – сложное синтетическое произведение, включающее в себя помимо программной архитектуры не только графическое изображение, но и вербальный текст. Отсюда и возникает проблема перевода в контексте игровой индустрии и игрового творчества. Перевод компьютерной игры с языка оригинала на другой пользовательский язык называется «локализация». Но этот термин имеет несколько более широкое значение, нежели традиционный перевод. Локализация – это полный процесс адаптации программного обеспечения под конкретные культурные и национальные требования. И термином локализация охватывается не только сам по себе вербальный перевод, но и чисто технические, программные особенности архитектуры продукта, этот перевод облегчающие.

«В процессе разработки игра должна планироваться таким образом, чтобы ее можно было локализовать без дополнительной переработки и перекомпиляции, то есть национально-зависимая часть приложения должна храниться отдельно от приложений в виде набора данных: объектов локализации. При этом возможность гибкого и простого изменения языкового окружения под конкретные требования происходит без перекомпиляции этих приложений», – пишет А. Пашутина [1].

Существует несколько последовательных «уровней» локализации игрового продукта: бумажная, поверхностная, экономичная, углубленная, избыточная и глубокая локализация. Причем, при выборе любого уровня подразумевается, что все предыдущие включены автоматически.

Бумажная локализация подразумевает перевод материальных составляющих игры, например надписей на упаковке и руководства пользователя. Такой метод используют в странах, где понимают язык оригинала. Поверхностная локализация подразумевает добавление незначительных материалов, – например, изменение процесса инсталляции продукта. Так же издатель вправе добавить сюда свой логотип либо описание.

Экономичная локализация на данный момент одна из самых популярных. Принцип ее состоит в том, что в игре переводится полностью весь письменный текст (субтитры диалогов, советы и

прочее). Углубленная локализация подразумевает полный перевод также и звучащей речи. Собственно, на этих двух уровнях локализации дело касается перевода своего рода сюжетного сценария компьютерной игры. Именно эти два уровня локализации в наибольшей степени связаны с проблемами, свойственными традиционному межязыковому переводу. Наиболее ответственная задача здесь – подбор профессиональных актеров, которые смогут войти в образ героя и подарить ему свой голос. Как правило, для подбора актеров, озвучивающих игры, проводятся специальные кастинги. Нередко для создания образа героя голос актера существенно модифицируется, – например, понижением или повышением тембра техническим способом. Казалось бы, простая манипуляция – но в результате вы отчетливо слышите или ужасный голос чудовища, либо доброго сказочного существа. Многие актеры, имеющие опыт озвучивания компьютерных игр, утверждают, что порой полностью «входят» в свой образ и в игровой мир, и получают от процесса не меньшее удовольствие, нежели при исполнении ролей в кино или театре. Ведь подарить герою новый голос – все равно, что подарить новую жизнь, а мастерство актера оценивается, прежде всего, способностью точно передать чувства и эмоции героя.

При следующей ступени локализации («избыточной») необходимо сделать перевод так называемых «текстур». Сюда включаются всякого рода надписи, обозначения и пр. При этом приходится перерисовывать отдельные графические части игры.

Глубокая локализация является последней в списке и самой дорогой. Активно применяется, например, в играх жанра шутера, когда необходимо изменить некоторые ассоциации негативных образов с той или иной культурой, этносом и т. п., поскольку расстановка акцентов в оригинале игры вводит в противоречие с местными традициями восприятия и оценок.

Таким образом, компьютерная индустрия является еще одной новой сферой переводческой деятельности. Особенностью такого перевода является то, что он в несколько большей мере сориентирован на запрос конечного потребителя, нежели на оригинал игрового сценария.

1. Пашутина А. Локализация компьютерных игр: суть, проблемы и решения [Электронный ресурс] // <http://www.dtf.ru>

## УКРАЇНОМОВНІ ТА РОСІЙСЬКОМОВНІ ПЕРЕКЛАДИ Р. БРЕДБЕРІ У КОНТЕКСТІ СПЕЦИФІКИ ФАНТАСТИЧНОГО ТЕКСТУ

*Ломоносов М.*

*(Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя )*

*Науковий керівник – канд. філософ. наук, доцент Корнєєва Л. Л.*

На протязі багатьох століть актуальним у перекладацькій практиці залишається питання художнього перекладу, що має свої особливості та специфіку. Передати читачеві не тільки зміст закладений автором та відголосок соціального середовища, але й художню ауру тексту – не легке завдання. Методологія художнього перекладу пережила чимало змін і сьогодні не втрачає інтересу науковців. Теорія та методика художнього перекладу були чітко прописані ще радянськими мовознавцями Л. С. Бархударовим, В. Н. Комісаровим, Т. Р. Левицькою та іншими. На сучасному етапі проблемам художнього перекладу свої праці присвячують Р. Зорівчак, М. Іваницька, О. Г. Павленко, Ю. Є. Черніцина, М. Г. Шемуда та ін.

Однією із ключових проблем у перекладацькій праці є фактор жанру, особливо такого специфічного, як наукова фантастика. Чи не найвідомішим представником цього жанру останні півстоліття був Рей Бредбері. Твори цього письменника перекладала ціла плеяда російських та українських перекладачів вже 60-80-х рр. А всесоюзним тиражам Бредбері могли позаздрити майже всі тогочасні американські письменники. Інтерес до творчості відомого фантаста зберігається і у наші дні, що спонукає й подальшу працю як нових перекладачів, так і дослідників самого перекладацького процесу та його результату у радянських та пострадянських Україні та Росії.

Відомі радянські перекладачі В. Т. Бабенко, Н. Галь, Р. Є. Облонська, Т. Шинкар та інші допомогли прозі Бредбері предстати світу російською мовою. Перші переклади Бредбері на російську мову з'явилися ще у 1956 році. Це були новели, що друкувалися у літературних журналах. Пізніше світ побачили й окремі збірки оповідань автора. Українських читачів з творчістю фантаста познайомили, так звані перекладачі-шістдесятники Є. Крижевич, В. Митрофанов, О. Терех та інші. У видавництві «Молодь», однією з перших у Союзі вийшла окремою книгою «Марсіанська хроніка» (1963) (у пізніших редакціях «Марсіанські хроніки») [1, 177].

Ю. Є. Черніцина на прикладі творів Р. Бредбері виокремлює труднощі, з якими перекладач стикається під час перекладу науково-

фантастичного тексту, [2, 295]. У доробках письменників саме фантастичного жанру перекладачі виділяють так звані «квазітерміни» та «квазіреалії», себто вигадані, не існуючі речі, майстерно поєднані з реальним життям [2, 296]. У Бредбері їх справді багато. Приміром у романі «451° за Фаренгейтом» присутні авторські терміни *оси-втулки*, *телевізійна вітальня*, *електронні бджоли*. Не звичні для вуха середньостатистичного читача словосполучення українські та російські перекладачі перекладали перетворюючи їх на кальки, міняючи місцями слова і розділяючи оригінальні «квазітерміни» на дві окремі словесні одиниці (*металеві щелепи*) для ширшого охоплення смислового кола Бредбері [3, 194]. Порівняння українського та російського варіантів перекладу дає зрозуміти, що проблеми обох груп спеціалістів були тотожними.

Суперечність перекладу таких мовних одиниць, звісно, одна з перепон, але разом з тим і яскрава деталь, що може збагатити мову, якою відбувається перекладання. Вибір, що завжди стоїть перед перекладачем – знайти простий синонім чи віднайти спосіб передати авторську родзинку. Впливає на процес перекладу й культурно-освітній рівень читача, задля комфорту якого з творів Бредбері часто прибиралися важкозрозумілі квазіреалії.

Отже, незважаючи на труднощі перекладу художнього фантастичного тексту, українські та російські перекладачі на прикладі творів Р. Бредбері показали можливість відтворення їх квазіреалій без руйнування контексту на українській та російській мовах.

1. Павленко О. Г. Художній переклад як складова літературного шістдесятництва / О. Г. Павленко // Науковий вісник МДУ ім. В. Сухомлинського. Сер. : Філологічні науки. – 2013. – Вип. 4.11. – С. 173–178.
2. Черниціна Ю. Е. Квазіреалії як лексический елемент науко-фантастического текста на примере перевода рассказа «Февраль 1999: Илла» Рэя Бредбери на русский язык / Ю. Е. Черниціна // Вестник МГОУ «Лингвистика». – 2007. - №1. – С. 294–299.
3. Черниціна Ю. Е. Особенности перевода лексических элементов научно-фантастического текста на примере романа Рэя Бредбери «451° по Фаренгейту» / Ю. Е. Черниціна // Филология и проблемы преподавания иностранных языков. – 2006. – №2. – С. 192–200.

## СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ

*Матузка В.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.*

Особливою проблемою для перекладача є пошук перекладацьких рішень, коли відповідник слова, що перекладається, відсутній у мові перекладу.

Під час перекладацьких трансформацій потрібно приділяти велику увагу контекстуальному перекладу, а також пам'ятати про те, що реалія може бути використана як стилістичний засіб. Головною відмінністю відтворення реалій в іншій мові – є ґрунтовні знання перекладача. Займаючись перекладом тексту іноземної мови, необхідно використовувати ресурси рідної мови та уявляти, яку назву мали б ті чи інші явища, якщо б вони існували в житті народу перекладача.

Реалії, які вживаються в різних контекстах, мають різні значення, а стилістика реалій – широко варіюється. Реалії можуть мати не лише пряме, а й кілька переносних значень.

Використовуючи в тексті нову реалію, для незнайомих читачів, перекладач має вказати на неї наголосом, тому що лексична схожість слів для читача передбачає і його фонетичні спорідненості.

Як відомо, транслітерація використовувалася перекладачами аж до кінця XIX століття, але як виявилось, англійські назви вимовлялися зовсім по-іншому, ніж в рідній мові, а самі англійці не могли розпізнати навіть імен письменників.

Перед науковцями постає питання про вибір між транскрипцією і перекладом, який залежить від мови, якою перекладають, від її граматичних і словотвірних відмінностей, від мовної культури і традиційного для неї сприйняття чи несприйняття реалій.

До суспільно-політичних реалій відносять реалії, що називають адміністративно-територіальний устрій, населені пункти, політичні організації, органи влади, політичні та соціальні рухи, політичних діячів, звання, ступені, титули. Існує багато способів перекладу суспільно-політичних реалій: транслітерація, транскрипція, переклад, калькування, уподібнення, дескриптивний перифраз, перейменування (вилучення певної інформації, втрачається культурологічна цінність реалій).

Переклад реалій – різносторонній процес. Перекладаючи реалії професіонал повинен мати знання про певні історичні відомості, орієнтуватися в культурі, традиціях, звичаях, менталітеті, та мати знання про те, який спосіб життя має той чи інший народ, у мові якого існує певна реалія. Переклад реалій – дуже цікава лінгвістична тема, тому, що розвиток цього лексико-семантичного класу слів відбувається дуже швидко ніж інші, і він відображає в собі різні новітні зміни соціуму.

## TO THE TECHNICAL TRANSLATIONS FEATURES

*Nikonova E.*

*(Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia)*

*Scientific adviser – senior lecturer Kobzeva N. A.*

It is common knowledge that translation is something that is translated, or the process of translating something, from one language to another [1].

Translation is the means of international and interlingual communication as people have to translate from the origin language into target language in all spheres of human activity: art, business, law, politics, medicine, science, technology and engineering.

Nowadays, technical translations are one of the demanding aspects of global manufacture, science, business for the exchange of special technical information between people speaking different languages.

Most international companies need to translate technical documentation. Manuals and instructions for production equipment, user guides for consumer goods, data sheets, software documentation, science works, research papers, articles for science and engineering journals, science reports, textbooks and educational documents, drafts, diagrams, architectural drawings and charts need to be reproduced in foreign languages as companies operation expands over the world.

*The aim* of this paper is to outline and point the technical translations features.

Views from several practitioners and theorists indicate that technical translation is an indispensable human communication practice. This problem was investigated by the following scientists: G. Wilson (2001), J. Munday J. (2001), R. Douglas (2003), J. Byrne (2006) and others [2, 3,



4, 5]. *The materials* of this paper are based on the analysis of the above literature.

Technical literature can be divided into three basic groups:

a) periodicals press specially intended for the exchange of information: branch bulletins, which contain abstracts, summaries and titles; bibliographic indicators which contain titles, summaries and reviews, etc.

b) patent literature, which contain information about new inventions;

c) periodicals and other types of publications which are not specially intended for the exchange of technical information but can be used for this purpose: special books, instructions.

While translating technical papers must take into account some features.

1. Definitely, technical texts have stylistic, grammatical and lexical characteristics. The principal stylistic features of scientific and technical texts are:

a) information, which is given precisely, clearly, logically as technical translators often deal with the newest information, concepts and words, which often don't exist in the target language;

b) absence of emotions and expressive elements, avoidance of free interpretation.

The very important technical translator' task is to reflect precisely, clearly, logically the ideas of the author.

2. The length of the text should be controlled. For example, French, Italian, and especially German can be up to 30% longer than their English equivalents, while ideographic scripts like Chinese and Japanese are usually shorter. When translating technical documents translator should be ready expand or contract text blocks.

3. Exact terminology management is vital when translating technical documentation. The style and structure of original text affects the quality of technical translations, therefore it is necessary to keep sentences clear, short, and avoid idioms and florid style.

4. It is important to keep grammar and sentence structures as simple as possible and limit the use of dependent clauses.

So translators should not only know and master the target language perfectly but also understand the problem, be good specialists in the fields and gifted writers to express the message in the target language.

Thus, technical translation has its own specific character, and the main features include the need for the most accurate description of

technological processes, competent translation of specific terms and observance of an appropriate presentation style.

1. Oxford Dictionary URL: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/translation>.
2. Wilson, Greg Technical Communication and Late Capitalism: Considering a Postmodern Technical Communication Pedagogy. *Journal of Business and Technical Communication*, 15.1 (Jan. 2001):72 – 99.
3. Jeremy Munday Introducing Translation Studies, *London and New York, Routledge*, 2001.
4. Douglas Robinson Becoming a Translator. An Introduction to the Theory and Practice of Translation, Second Edition, London and New York, Routledge, 2003
5. Byrne, Jody Technical Translation: Usability Strategies for Translating Technical Documentation. Springer, 2006.

## МЕЖИ УСУНЕННЯ ПОМИЛОК У ПЕРЕКЛАДІ

*Романенко А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Мовчан Д. В.*

Тема помилок у перекладацькій діяльності є надзвичайно цікавою та обширною. Аналіз, класифікація та усунення типових перекладацьких помилок сприяє якісній підготовці фахівців-перекладачів. Розуміючи помилки, у перекладача формується практичне уявлення про якість перекладу.

Зазвичай помилка визначається як об'єктивне відхилення від норми, яке є різницею між неправильним компонентом повідомлення та його правильним поданням [4, с.78].

При коригуванні повідомлення редактор використовує різні засоби (методи) виправлення помилок.

**Переставлення** – це метод виправлення, коли компонент повідомлення переміщують в іншу позицію для усунення помилки. Наприклад, переставляють літери у словах, слова у реченнях, речення в абзацах [2, 32]. Такий метод виправлення дозволяє повністю зберегти всі складові авторського тексту, а обсяг повідомлення не змінюється. Таким чином авторський оригінал залишається майже не змінним як цього й вимагають норми авторського права. Проте навіть

цей найпростіший метод виправлення має узгоджуватися з автором, інакше можна порушити хронологічну послідовність, логічні зв'язки.

**Видалення** – це метод виправлення, при якому з повідомлення усувають компоненти, що містять помилки [2, 33]. Наприклад, усунення зі слова зайвої літери чи видалення двічі набраного одного й того ж слова. Видаленню підлягають також компоненти не зрозумілі читачу. Завдяки видаленням зменшується обсяг авторського оригіналу й відбувається стиснення інформації.

**Заміна** – це метод виправлення, коли в повідомленні на місце видаленого компонента, що містив помилку ставлять інший без помилки. Порівняно з іншими методами (перестановкою, видаленням) заміна складніша, оскільки вимагає одночасно і видалення і становлення тексту. Негативні наслідки:

1. редактор вносить у текст заміни проти яких автор може заперечувати з позиції захисту своїх авторських прав. У такому випадку редактор може запропонувати авторові виконати заміну самостійно;

2. можливість ненавмисно видалити цінну інформацію, а також внести недостовірну інформацію.

**Встановлення** – це метод виправлення, коли додають потрібні компоненти для усунення помилки в місце, де вона є. [3, 56]. Це призводить до збільшення авторського оригіналу, що є негативним наслідком даного методу. Проте з іншого боку встановлення може зробити повідомлення зрозумілішим.

**Скорочення** – це метод виправлення, коли видаляють окремих компонентів із повідомлення, скорочуючи його обсяг [3, 57].

**Опрацювання** – це метод виправлення, коли в повідомленні роблять перестановку, видалення, заміну, встановлення та скорочення при чому ступінь редагування не перевищує 25-30%.

**Переробка** – це метод виправлення, який вимагає перестановку, видалення, заміну, встановлення, скорочення, при чому в цілому ступінь редагування не перевищує 30-35%. Негативними наслідками є: наявність у тексті максимальних за обсягом заміни та необхідність пристосування до авторського стилю [1, 67].

Таким чином, виявлення чужих помилок – дуже ефективний засіб освоєння навиків перекладу і підвищення його якості. Студент повинен постійно проводити роботу з виявлення та аналізу перекладацьких помилок. Ідеальним варіантом стало б створення навчального посібника (друкованого чи електронного), що містить

великий корпус текстів, а також аудіо-та відеоматеріалів з допущеними при перекладі помилками. Така допомога була б надзвичайно корисною для навчання перекладачів вмінню знаходити, аналізувати та класифікувати перекладацькі помилки.

1. Зелінська Н. В. Теоретичні засади роботи редактора над літературною формою твору. (Літературнеопрацювання тексту): Навч. посібн. К. : ІМКВО, 1989. – 76 с.
2. Партико З. В. Галузеве редагування з в засобах масової інформації: Конспект лекцій. – Львів: Афіша, 2007. – 104с.
3. Партико З. В. Загальнередагування: нормативніоснови: Навчальнийпосібник. Л. : ВФ Афіша, 2006.– 416с.
4. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування: Навчальний посібник/ За ред. В. В. Різуна. У 2-х частинах. – К., 2004. – Ч.2. – 130с.

## **ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОР (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ)**

*Філоненко А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.*

У політичному дискурсі метафора має вагоме значення, оскільки дозволяє побачити, уявити та оцінити певне явище із вигідної мовцю точки зору. Метафора привертає і утримує увагу, насичує текст виразними образами, здатними надовго зберегтися у пам'яті, впливає на асоціативне мислення реципієнта. Даний троп використовується для того, щоб підкреслити одні особливості предмету, а інші зробити менш помітними.

У більшості випадків мова політичних діячів відрізняється високою частотою вживання метафор для формування у реципієнта підсвідомого емоційного фону і певного ставлення до якогось явища, події чи діяча. Яскравим прикладом цього є публічні виступи президента США Барака Обама, який вдало та майстерно користується метафорами, що робить мову образною і живою.

У дослідженні способів перекладу метафор було взято за основу класифікацію, запропоновану П. Ньюмарком: збереження аналогічного метафоричного образу, переклад метафори порівнянням,

заміна еквівалентної метафорою у мові перекладу, збереження аналогічного метафоричного образу з додаванням пояснення, яке дає підстави вважати порівняння експліцитним, перефразовування.

Для перекладу метафор, взятих із різних промов президента США Барака Обами на різноманітні тематики, у більшості випадків спостерігаємо використання прийому збереження аналогічного метафоричного образу.

Пор.: *Our nation is at war, against a far-reaching network of violence and hatred.* – Наша країна перебуває в стані війни проти широко розкинутої павутини насильства і ненеєвисті.

*And yet, year after year, as this moral cancer ate away at the American ideals of liberty and equality, the nation was silent.* – І все ж таки, рік за роком, оскільки це ракове захворювання моральності знищує американські ідеали свободи та рівності, нація мовчала.

*So the United States of America will work with a broad coalition to dismantle this network of death.* – Тому США буде співпрацювати із широкою коаліцією для того, щоб знищити цю організацію смерті.

Активно уживаним є прийом заміни еквівалентною метафорою у мові перекладу.

Пор.: *But they sense, deep in their bones, that with just a slight change in priorities, we can make sure that every child in America has a decent shot at life, and that the doors of opportunity remain open to all.* – Але вони відчували на підсвідомому рівні, що як тільки ми трішки змінимо пріоритети, то переконаємося, що кожна дитина в Америці має високий шанс на життя, постукайте – і вам відчинять.

*Nearly two centuries ago, before civil rights, before voting rights, before Abraham Lincoln, before the Civil War, before all of that, America was stained by the sin of slavery.* – Близько двох століть тому, коли ще не існувало громадянських прав і права голосу, не було ні Авраама Лінкольна, ні громадянської війни, коли не було всього цього, Америка носила клеймо рабства.

Прийом перефразування для перекладу метафор, ужитих у політичному дискурсі, є дієвим, оскільки дозволяє передати образність мовлення.

Пор.: *With old friends and former foes, we'll work tirelessly to lessen the nuclear threat, and roll back the specter of a warming planet.* – Разом зі старими друзями та колишніми ворогами ми невтомно працюватимемо заради зменшення ядерної загрози та зупинення примари глобального потепління.

Аналіз фактичного матеріалу свідчить, що у способах перекладу метафор, використаних Бараком Обамою, переважає принцип збереження аналогічного метафоричного образу та заміна еквівалентною метафорою у мові перекладу, перефразування використовується рідше, випадки використання інших прийомів поодинокі.

## **ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА: СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ**

*Яворская Э.*

*(Университет Туран-Астана,  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – канд. психолог. наук, доцент  
Кулжабаева Л. С.*

В условиях социально-экономического развития современного общества одной из важнейших его функций является педагогическая деятельность, направленная на воспитание, обучение будущих высококвалифицированных специалистов. Мастерство учителя, преподавателя тесно связано с психологическими, педагогическими, нравственными аспектами профессиональной деятельности. Среди главных факторов успешной педагогической деятельности можно выделить индивидуально-личностные качества педагога. Часто наше сознание обобщает определенные личностные качества преподавателя, создавая так называемый «имидж учителя», нередко фиксируя суждения о педагоге в виде стереотипов.

«Имидж учителя (от англ. image – образ) – эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа учителя в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. При формировании имиджа учителя реальные качества тесно переплетаются с теми, которые приписываются ему окружающими» [1]. К внешней стороне имиджа можно отнести мимику и жестикуляцию, тембр голоса, манеры поведения, стиль одежды и т.д. Внутренняя сторона имиджа преподавателя – это его духовное и интеллектуальное развитие, его морально-нравственные качества. Современный учитель должен умело совмещать строгий внешний вид с умением наладить психологический контакт с обучающимися, построить доверительные отношения с ними, быть открытым к

общению. С целью выявления устойчивых стереотипных установок в учебном процессе нами проведено социолингвистическое исследование среди обучающейся молодежи Казахстана.

Анкетирование проводилось среди студентов казахского отделения Евразийского национального университета им. Л. Н. Гумилева будущих специалистов в области информационных технологий, в частности, вычислительной техники и программного обеспечения, систем информационной безопасности, информатики; а также будущих физиков и ядерщиков. Студентам необходимо было указать сведения личного характера: пол, возраст, национальность, образование. 286 респондентам были заданы вопросы, касающиеся внешнего вида преподавателя и его влияния на формирование интереса не только к изучаемому предмету, но и к процессу обучения.

В нашем исследовании на вопрос о том, влияет ли внешний вид преподавателя на учебный процесс, 41% респондентов выбрали ответ «конечно влияет», 43% – «не влияет»; Почти одинаковое соотношение противоположных ответов «конечно влияет» и «не влияет» свидетельствует о том, что внешний вид преподавателя играет важную роль в процессе обучения, воздействуя на познавательный интерес обучающихся как положительно, так и отрицательно. Стоит отметить, что определенный процент студентов мыслит иначе. Так, 10% респондентов отметили, что внешний вид преподавателя «отвлекает внимание» от изучаемой дисциплины; 4% опрошенных внешний вид преподавателя «мешает восприятию информации». Подобный выбор ответов, на наш взгляд, подтверждает, что в учебном и воспитательном процессе культура внешнего вида педагога (удачная цветовая гамма одежды, минимальное количество украшений, прическа и т.п.) должна положительно влиять на эмоциональное и интеллектуальное состояние студента, не отвлекая его внимание, не вызывая любопытство или удивление.

Одежда играет важную роль во взаимоотношениях человека с окружающими его людьми. Преподаватель всегда находится на виду у студентов, поэтому одежда преподавателя должна быть не только чистой, опрятной, удобной, но и соответствовать сдержанному классическому стилю. Данное утверждение подтверждается и результатами нашего анкетирования. На вопрос: «В чем, на ваш взгляд, не должен приходиться преподаватель?» респонденты ответили следующим образом: 55% – «в мини-юбке»; 54% – «в спортивном костюме»; 39% – «в вечернем платье»; 24% – «в джинсах»; лишь 3%

ответили «мне все равно». 7% респондентов указали, что преподаватель должен соблюдать дресс-код, одеваться в классический деловой костюм. Таким образом, в сознании студентов присутствует некий образ преподавателя с определенными особенностями в одежде, манере одеваться. Внешний вид современного преподавателя, манера поведения и его настроение должны вызывать только положительные эмоции, желание учиться, подчеркивать профессиональные качества педагога и способствовать эффективности учебного процесса.

1. Коджаспирова Г. М., Коджаспиров А. Ю. Педагогический словарь [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://slovo.yaxy.ru/87.html>



## Секція "ДИСКУРСИВНА ЛІНГВІСТИКА"

### ПРИЙОМИ МОВЛЕННЕВОГО МАНІПУЛЮВАННЯ У ПЕРЕДВИБОРЧОМУ АМЕРИКАНСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Вірчак Г.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, асистент Прокопенко А. В.

Маніпулятивні особливості передвиборчого дискурсу США заслуговують на особливу увагу. Передвиборчий американський дискурс – тип комунікативної діяльності американських політиків, який являє собою сукупність будь-яких мовленнєвих утворень, що стосуються сфери економічного та суспільно-політичного життя країни, актуалізуються в ситуаціях ведення передвиборчої агітації та спрямовані на залучення прибічників серед виборців. Мовленнєва маніпуляція знаходить застосування в засобах масової комунікації і є ефективним інструментом впливу на громадську думку.

Використання політичної міфології є невід’ємною частиною будь-якої передвиборчої кампанії у будь-якій країні. Міф дозволяє спростити реальність та існуючі в ній численні протиріччя, звести до декількох найбільш очевидних. Для здійснення мовленнєвого маніпулювання американські політики використовують як стратегію апелювання до міфологічного простору, так і стратегію дискредитації опонента. Ідея відродження “американської мрії” присутня в усіх передвиборчих виступах Б. Обама. Він обіцяє повернути “американську мрію”, саме тому у своїх промовах Б. Обама часто використовує лексичну одиницю *promise* – “обіцянка”. Відтак, у передвиборчих промовах нинішнього президента США знаходимо неодноразові повторення словосполучення “*American promise*”.

*“Tonight, I say to the American people, to Democrats and Republicans and Independents across this great land – enough! This moment – this election – is our chance to keep, in the 21st century, the American promise alive” [2].*

У своєму виступі 6 травня 2008 в штаті Північна Кароліна Барак Обама неодноразово згадує поняття «американської мрії» (*American Dream*). Це всім відоме нині поняття, в розумінні Обама, включає в себе можливість мати свій будинок, отримувати доступну медичну допомогу і дати дітям гарну освіту.

*So don't ever forget that this election is not about me, or any candidate. Don't ever forget that this campaign is about you – about your hopes, about your dreams, about your struggles, about securing your portion of the American Dream [1].*

Вживаючи такі словосполучення як *American dream, American people*, він автоматично звертається до міфологічного простору, торкаючись тих знань, які апіорно мають виключно позитивну оцінку та викликають дух єдності та боротьби за славетне майбутнє своєї країни.

У своїх передвиборних агітаційних зверненнях Б. Обама часто критикує опонентів, політичних попередників, вдаючись вже до стратегії дискредитації опонента. Так, наприклад, в тій же промові, виголошеній у Денвері 28 серпня 2008, для характеристики політики Дж. Буша він використовує такі негативно забарвлені лексичні одиниці, як *failure* (“ураження”, “провал”), *failed policies* (“невдала політика”).

*“But the failure to respond is a direct result of a broken politics in Washington and the failed policies of George W. Bush” [2].*

Вживання лексичної одиниці *failure*, в межах конвенціоналу значення якої вже закладено негативну оцінку ситуації, а також контекстуальна комбінація з *“a broken politics”* лише наголошують на присутності у репрезентованому прикладі тактики дискредитації політичного супротивника, на знищення його політичної значущості.

Б. Обама використовує такі вирази, як *‘bad strategy’* (“погана стратегія”), описуючи політику Дж. Буша та Дж. Маккейна:

*“John McCain wants to follow George Bush with more tough talk and bad strategy, that is his choice – but it is not the change we need” [2].*

Передвиборчий дискурс наскрізь пронизаний стратегіями та тактиками з метою здійснення маніпулятивного впливу на адресата. Добираючи лексичні одиниці, які максимально відповідають інтенції, Б. Обамі вдається заволодити увагою реципієнта. Апелюючи до знань, якими володіють виборці, до міфологічного простору, що є спільним для пересічних американців, він вправно реалізує як стратегію апелювання до міфологічного простору, так і стратегію дискредитації опонента.

1. Obama's North Carolina Victory Speech [Electronic resource]. – Access mode : [http://www.realclearpolitics.com/articles/2008/05/obamas\\_north\\_carolina\\_victory.html](http://www.realclearpolitics.com/articles/2008/05/obamas_north_carolina_victory.html)

2. Obama Promise when Acceptance Speech at the Democratic Convention Mile High Stadium, Denver Colorado August 28, 2008 [Electronic resource]. – Access mode : <http://ranahedukasi.blogspot.com/2011/11/obama-promise-whenacceptance-speech-at.html>

## ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ

Глуховець А.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.

Інтернет-дискурс – це особлива форма комунікації, в процесі якої відбувається взаємодія людей один з одним в мережі Інтернет, здійснюється обмін знаковими та мультимедійними повідомленнями.

У глобальній мережі утворюються нові мови. Деякі з них базуються на картинках-ієрогліфах, що характеризують певні слова, а деякі – на цифрах чи символах. Існує ряд вигаданих мов, так званих *конлангів*. Каталоги таких мов є в Інтернеті. Найвідомішими з них являються *келен*, *еналь*, *ларимін* [1]. Загалом словник Інтернету ґрунтується на стандартній лексиці, яка змінюється за існуючими в мові словотворчими моделями.

Аналіз досліджуваного матеріалу свідчить, що для сучасного англомовного інтернет-дискурсу характерним є порушення традиційних норм письма.

I. На лексичному рівні:

1. Використання сленгових виразів, таких як, наприклад, *gooffline* – поговорити віч-на-віч.

2. Використання великої кількості абревіатур та акронімів. Це може бути засобом економії часу та сил в процесі спілкування чи уживатися з метою приховування змісту [4], наприклад: *AWHFY* (Are we having fun yet?), *GMTA* (Great minds think alike).

II. На рівні синтаксису і пунктуації.

Можуть зустрічатися незвичайні комбінації знаків пунктуації такі, як граматичні крапки (...) (для вираження паузи), дефіси (---), коми (,,,).

III. На граматичному рівні.

Зміни на граматичному рівні у мові Інтернету не такі масштабні, коли вони доречні, вони завжди обмежені певною конкретною ситуацією або групою користувачів.

Фактичний матеріал свідчить, що використання великих літер, інтервалів, символів несе емоційне навантаження. Яскравими прикладами може бути повтор букв (*aaaaahhhhh, hiiiiii, ooooo, soooo*), знаків пунктуації (*no more !!!!!, whole ????, hey !!!!!, see what you started ??? ???????????????*). З метою імітації крику активно використовуються великі літери. Пор.: *I SAID NO*.

Порушення традиційних правил орфографічного, граматичного і синтаксичного оформлення мовних висловлювань наділяє їх додатковими смислами, а також сприяє створенню нових вербальних і невербальних одиниць.

Незважаючи на відсутність прямого візуального контакту між учасниками інтернет-дискурсу, комп'ютерна комунікація може бути доволі емоційною. Для цих цілей використовуються не лише вербальні, але і невербальні засоби, до яких можна віднести передачу емоцій, міміки за допомогою емотиконів.

1. Вжещ Я. Л. Інтернет-дискурс: проблема визначення поняття, особливості структури / Я. Л. Вжещ // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – Львів, 2012. – №14 (249). – С.15-19.
2. Хуснуллина Ю. А. Структурно-семантическая и функциональная специфика аббревиатур компьютерного дискурса : автореф. дис. ... канд. философских наук : спец. 10.02.19 «теория языка»/Ю. А. Хуснуллина. – М., 2012. – 22 с.

## ДЕТЕРМІНОЛОГІЗАЦІЯ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ США

Дяченко І.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Попова О. В.

Політика як суспільне явище передбачає вплив на масову свідомість. Щоб досягнути своєї мети, політики намагаються вербально впливати на аудиторію, не дивлячись на те, що кожна людина має священне право на вибір своєї громадської позиції. Аудиторія мимоволі погоджується чи не погоджується з тим, що

говориться з трибуни, а отже політичний діалог відбувається незалежно від слухача.

Політична термінологія завдяки частому вживанню отримує можливість для розширення концептуального простору, коли з'являється безмежна кількість концептуальних сіткових моделей, які розгортаються «вшир» та «вглиб», забезпечуючи тим самим нарощування та специфікацію інформації, тобто внутрішньої форми. Детермінуючою обставиною повсюдної детермінологізації політичної термінології є те, що політична комунікація, як ніякий інший домен суспільних відносин, спрямована на масового споживача (адресата).

Для того, аби прослідити як відбувається процес детермінологізації, візьмо для аналізу термін *freedom* у промовах президентів Сполучених Штатів Америки.

1) *These will be offered to you with the more freedom as you can only see in them* (George Washington, September 19, 1796).

2) *The war has proved moreover that our free Government acquires in its progress a force portioned to its freedom, and that the union of these States, the guardian of the freedom and safety of all and of each, is strengthened by every occasion that puts it to the test* (James Madison, March 4, 1809).

Відповідно до етимологічного словника первинна семантика слова *freedom* – “state of free will” (Old English, “freedom”, “character”, “deliverance”). Переглянувши промови американських президентів кінця XVII – середини XIX століття, можна побачити наступний синонімічний ряд *freedom, liberty, independence, democracy*, який засвідчує, що денотативне значення синонімів повністю відповідає інтенціоналу значення *freedom*.

Разом з тим, паралельно з нарощуванням синонімічного ряду спостерігається процес детермінологізації, що здійснюється за рахунок популяризації політичного дискурсу та суспільно-політичних проблем в цілому. Саме тому сьогодні відбувається пошук нових вербальних відповідників, які б краще та більш влучно висвітлювали потрібну інформацію, але при цьому б перетиналися із контенціоналом значення (*freedom*).

1) *We have effected the emancipation of the children of the country by releasing them from hurtful labor* (Woodrow Wilson, September 2, 1916).

2) *Everybody knows that I recommended to the Congress the civil rights program* (Harry S. Truman, July 15, 1948).

3) *It has been my fortune in the discharge of public duties, civil and military* (Ronald Reagan, January 25, 1988).

4) *Our earnest effort is to help people upward along the stony and difficult path that leads to self-government* (George W. Bush, January 15, 2009).

5) *As far as you know, our work isn't based on the free hand, and we have to discuss many issues with the new Congress first and to set up the plan to make the next two years as productive as possible* (Barack Obama, November 5, 2014).

На сьогоднішній день тлумачні словники дають наступне семантичне розмежування лексеми *freedom*: 1) *the state of being free or at liberty rather than in confinement or under physical restraint*; 2) *exemption from external control, interference regulation, etc.*; 3) *personal liberty, as opposed to bondage or slavery*; 4) *exemption from the presence of anything specific*.

Тож прослідковується наступний синонімічний ряд *freedom, emancipation, civil rights, discharge, self-government, free hand*. На сучасному етапі контенціонал значення *freedom* “*state of free will*” збережений, але так як прагматична сторона в рамках когнітивних операцій не залишається осторонь, адже людина реагує на зовнішній світ у міру своєї освіченості, психологічного емоційного стану, тобто суб'єктивно, керуючись вже контекстними моделями, то це й відбивається у конотативному складі лексичного значення слова *freedom*.

На сьогоднішній день термінологічна складова політичного дискурсу США все більше зазнає процесів детермінологізації, спрощення значення та узуалізації, так як політичний дискурс характеризується орієнтацією на масову аудиторію та безпосереднім впливом на слухача, тобто політична промова має на меті висвітлити певні події та переконати людей у їх важливості.

## ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ ФЕНТЕЗІ

*Кадуріна В.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – викладач Назаренко О. В.*

Останнім часом намітилася тенденція появи літературних творів як паралельної реальності, де автор виступає в ролі творця і створює особливий світ зі своєю історією, культурою та етносами, де говорять на різних вигаданих мовах. Подібну художню творчість відносять до порівняно нових літературних жанрів – наукової фантастики і фентезі.

Фентезі – жанр ненауочної фантастики, що веде свій родовід від різних видів міфотворчості, легенд, казок, утопій. Фентезі, як правило, будується на антитезі: добра і зла, порядку і хаосу, гармонії і дисонансу; герой пускається в подорож, борючись за істину і справедливість. Багато історій цього жанру відбуваються у вигаданих світах, де магія є звичною справою.

На відміну від наукової фантастики, фентезі не прагне пояснити світ, в якому відбувається дія твору, з точки зору науки. Сам цей світ існує у вигляді якогось допущення, а його фізичні закони можуть відрізнитися від реалій нашого світу. В такому світі може бути реальним існування богів, чаклунства, міфічних істот (дракони, гноми, тролі), привидів і будь-яких інших фантастичних створінь. Водночас, принципова відмінність «чудес» фентезі від їх казкових аналогів – у тому, що вони є нормою описуваного світу і діють системно, як закони природи. Як зазначено у словарі літературознавчих термінів, фентезі – це різновид фантастики: твори, що зображують вигадані події, в яких головну роль грає ірраціональне, містичне начало, і світи, існування яких не можна пояснити логічно. В фентезі діють боги, демони, добрі і злі чарівники, гноми, велетні, говорять тварини і предмети, привиди, вампіри, міфологічні та казкові істоти. Фентезі – своєрідне з'єднання казки, фантастики та пригодницького лицарського роману.

Можна виділити такі жанрові ознаки фентезі:

1. неіснуючий світ, що володіє властивостями, неможливими в нашій реальності;
2. магія і фольклорні персонажі як необхідний елемент;
3. авантюрний сюжет (як правило – пошук, мандрівка, війна тощо);
4. середньовічний антураж, хоча тут можливі варіанти;

5. приховане протиставлення технології і чарівництва на користь останнього;

6. на перший план висуваються герої, їхні вчинки і переживання, чарівне і казкове відіграє допоміжну, але далеко не другорядну роль;

7. протистояння добра і зла як основний сюжетоутворюючий стрижень. Звичайно, фентезі відрізняється від казки. Зло і добро в ній рівнозначні, а в казці добро перемагає без втрат.

8. наявність потойбічного світу та його проявів;

9. повна свобода автора: він може повернути сюжет найнесподіванішим чином, оскільки чарівний світ фентезі припускає, що в ньому можливо все. Ця остання жанрова особливість – одна з найбільш важливих, визначальних.

Невід'ємною жанровою особливістю фентезі також є надприродні істоти, такі як ельфи: *«The face of Elrond was ageless, neither old, nor young; his hair was dark as the shadows of the light; his eyes were grey as a clear evening, and in them was a light like the light of stars».*

У якомусь роді, Фродо у «Володарі кілець» нагадує Артура: він теж отримав жахливу рану, яку не можна було вилікувати і був відправлений в Валінон (ті самі Безсмертні Землі), для того, щоб зцілитися: *«Frodo heard a sweet singing running in his mind; a song that seemed to come like a pale light behind a grey rain-curtain, and growing stronger to turn the veil all to glass and silver, until at last it was rolled back, and a far green country opened before him under a swift sunrise».*

Стиль – це не тільки сукупність прийомів, а й відбиття у повідомленні сприйняття оточуючої дійсності, образного бачення світу та образного мислення, невід'ємного від емоційної оцінки. Найбільш частотним стилістичним прийомом, використаним Джоном Толкіном, є алітерація.



## ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДИСКУРСИВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ

Мізін Є.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Щигло Л. В.

Характер обміну інформацією між людьми визначається тим, що за допомогою системи знаків партнери можуть вплинути одне на одного. Обмін інформацією передбачає вплив на поведінку партнера, тобто знак змінює стан учасників комунікативного процесу. Комунікативний вплив – це психологічний вплив одного комуніканта на іншого з метою зміни його поведінки [14, 72].

Ефективність комунікації вимірюється саме тим, наскільки вдався цей вплив. Реклама як одна із форм мовленнєвої комунікації намагається “перекласти якість товарів і послуг, а також ідеї на мову потреб та запитів споживачів” [7, 25].

Насичення тексту експресивними мовними засобами, стилістичними фігурами спрямоване на емоційне сприйняття. Творець реклами за допомогою вдалого використання троп та фігур реалізує прагматичне завдання. Наприклад, 1. *Kleider machen Leute. Dächer machen Häuser. Alles gut bedacht. Braas. (Stern. – № 20, 2003. – S. 155);* 2. *Die Zeiten ändern sich. Coran d’Ache. (Der Spiegel. – № 48, 2004. – S. 19).*

Джерелами для рекламного тексту в прикладах (1, 2) є приказка та сталий вираз, що добре відомі адресату та можуть бути їм інтерпретовані. В прикладі (1) відбувається трансформація приказки, яка легко декодується реципієнтом, а також вдало застосовується гра слів (*Dach – bedacht*).

У наведених прикладах багатозначність не знімається, а додається контексту, що сприяє компресії інформації, а відповідно, й найбільш ефективній її передачі. Таким чином, досягаються наступні ефекти: 1) завдяки цікавому й ігровому характеру рекламного повідомлення формується зацікавленість до нього; 2) участь у цій грі, в свою чергу, сприяє запам’ятовуванню рекламного тексту, а значить, і торгової марки; 3) реципієнт за допомогою залучання до гри отримує позитивні емоції.

Отже, треба відмітити, що стилістичне наповнення рекламного тексту витікає з його когнітивних та прагматичних властивостей, що системно взаємодіють.

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
2. Назайкин А. Н. Иллюстрирование рекламы: одно изображение стоит тысячи слов... / А. Н. Назайкин. – М. : Эксмо, 2005. – 320 с.

## **ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ *ТЕРОРИЗМ* В БРИТАНСЬКОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ 2014 РОКУ**

*П'янтковська А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.*

Зацікавленість до вивчення концептів невпинно зростає, а з огляду на теперішнє соціально-політичне становище в світі, концепт *ТЕРОРИЗМ* є одним з таких, що вимагають ретельного вивчення. Щоб дати визначення концепту *ТЕРОРИЗМ*, перш за все треба визначити, що являє собою сам концепт.

Концепт — це змістовна сторона словесного знаку, за яким стоїть поняття, що відноситься до розумової, духовної чи матеріальної сфер існування людини, закріплене в досвіді народу, що має в його житті історичне коріння та через ступінь осмислення пов'язане з іншими поняттями [1, 37]. Концепт не має чітких меж, в ході життя мовного колективу актуальність його, інтенсивність його оцінки може змінюватись.

Концепт складається з компонентів, тобто окремих ознак об'єктивного і суб'єктивного світів, які диференціюються в свідомості за ступенем абстрактності. Ядро концепту складають конкретно-образні характеристики, які є результатом чуттєвого сприйняття світу. Абстрактні ознаки є похідними по відношенню до тих, які відрізняються конкретністю, і відображають спеціальні знання про об'єкти, отримані в результаті теоретичного пізнання. Взаємне розташування цих ознак має індивідуальний характер, так як залежить від умов формування концепту у кожної окремої людини.

М. В. Нікітін визначає концепт як складну гештальтну структуру взаємопов'язаних операційних підструктур (модусів). Кожен такий модус вміщує когнітивну(предметну) та прагматичну (емоційно-оцінну) частини. Кількість модусів невизначена: вони складаються як результат препарування накопичуваних знань про світ [1, 188].

Особливу роль у модусній моделі відіграє образ, який займає проміжну позицію між логічним та повсякденним поняттями (уявленнями), які забезпечують рух думки від одиничного до загального і, навпаки, від загального до одиничного.

Логічне поняття встановлюється шляхом інтерпретації семантичних властивостей концепту в абстрактних типових контекстах, зафіксованих в словниках [2, 40].

Повсякденне поняття формується на основі ознак, які суб'єкт буде інтуїтивно пов'язувати з відповідним класом сутностей.

Виходячи з нинішньої політичної ситуації, можна виділити такі основні номінації, які відображають повсякденне поняття концепту ТЕРОРИЗМ: *separatism* (сепаратизм), *alarm* (тривога), *fighter* (бойовик), *DNR* (ДНР — Донецька Народна Республіка), *LNR* (ЛНР — Луганська Народна Республіка), *ISIL* («Ісламська Держава»), *horror* (жах), *anarchy* (беззладдя), *rebel* (повстанець), *violence* (насилля), *dismay* (хвилювання), *sabotage* (диверсія), *menace* (небезпека), *shelling* (сильний артилерійський обстріл), *bombardment* (бамбардування, обстріл), *oppression* (тиранія), *threaten* (загрожувати), *dread* (ціпеніти від жаху).

Наприклад, номінація *terrorism* (*n*) у британському газетному дискурсі проявляється на позначення руху, націленого на злам встановлених політичних систем шляхом залякування, озброєних нападів, обстрілу, підривної діяльності: *Although the British government warns tourists of a "general threat of terrorism" in Malaysia, Kuching is not listed among the country's dangerous areas on the Foreign office website. (The Daily Telegraph, Aug 5, 2014, p.24)*

Номінація *alarm* (*n*) у проаналізованому дискурсі несе значення чогось страшного та приголомшуючого, що несе тривогу: *Disappointing performances by the manufacturing and services sectors may be the "first alarm bell" of slower growth, according to the British Chambers of Commerce. (The Times, Oct 9, 2014, p.28)*

Поняття *sabotage* (*n*) у британському газетному англомовному дискурсі об'єктивує процес знищення, пошкодження стороною противника діям певного об'єкта: *There is a blatant attempt at sabotage by way of a wrecking amendment proposed by prominent opponents of Palestinian statehood which makes recognition dependent on negotiations. (The Mirror, Oct 12, 2014, p.22)*

Проаналізувавши поняття, за допомогою яких даний концепт вербалізується в британському газетному дискурсі, можна відзначити, що концепт ТЕРОРИЗМ відноситься до етнічних, соціально- та

політичнообумовлених концептів, і хоча він сформувався в межах політичного дискурсу, сьогодні регулярно відтворюється саме в газетному дискурсі.

1. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие/ Маслова В. А. – Минск : ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
2. Жулавська О. О. Визначення та структура концепту «Тероризм»/ Жулавська О. О.// Філологічні трактати. – 2013. – Т.5, №2. – С. 38-42.

## ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МЕДІАДИСКУРСІ

Телєгіна Д.,  
(Сумський державний університет)  
Ліліан Хантер  
(перекладач, Лондон)

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Медвідь О. М.*

Проблематика мовних змін завжди була предметом наукових зацікавлень мовознавців. Невичерпним джерелом поповнення лексичного рівня системи мови, який серед інших мовних рівнів є найвідкритішим для інновацій, є сучасний медіапростір, що репрезентує публіцистичний стиль мовлення сучасної мови.

Метою дослідження є аналіз особливостей функціонування інноваційних одиниць в англо-американському медіадискурсі. В якості матеріалу дослідження використовуються електронні ресурси сучасних англо-американських ЗМІ: «*The Washington Post*», «*The Globeand Mail*», «*The Columbus Dispatch*» та інші.

Під час роботи над статтями було виявлено, що одна з головних функцій неологізмів - стилістична, яка полягає в розкритті певної риси предмета, явища або людини. Крім того, нове значення містить, як правило, оцінний компонент.

Наприклад, неологізм *wasband* у наступному контексті відображає іронію автора з приводу ситуації в цілому:

«... *The bride's aunt dances with her wasband on the hay-strewn" dance floor" in fron to fthe barn ...»[1]*

У статті «Surrogate Boyfriends» автор вдається до використання неологізму *shopping boyfriends*, що описує молодих людей, які можуть супроводжувати дівчину під час її походів по магазинах, допомагати їй з покупками і в той самий час не давати їй нудьгувати:

«Glasgow's Braehead Mall recently offered women a shopping boyfriend, a guy who «takes a girl around, helps her pick her outfits, stand outside the changerooms – does all the things men do not like about shopping»[2]. Тут неологізм shopping boyfriend вказує на придбання людиною нового статусу по відношенню до інших людей.

Зі статті «New Kinds Of Treatment. Welcome!» ми дізнаємося про появлення нового в житті американців явища, яке отримало назву *eatertainment*:

«... *Eater-tainment has become the industry buzzword for restaurants such as RockCafé, Dave & Buster's and Jullian's, which bring together dining and play under the samero of ... And your wives will find here not only good food, but will try to invent a new dish before your eyes ...* » [3]

В даному випадку неологізм *eatertainment* є складовим зі слів *eater* – «той, хто їсть» та *entertainment* «розвага» і відображує поєднання в собі двох характеристик - в ресторані можна і поїсти, і розважитися.

Незважаючи на те, що неологічний матеріал знаходиться під пильною увагою мовознавців, неодноразово був об'єктом аналізу на окремих часових зрізах та на матеріалі різних мов, деякі питання сучасної неології залишаються дискусійними до сьогодні. Це пояснюється насамперед тим, що теорія неології до цього часу не має чітких дефініцій, а неологізм ототожнюється, як правило, з новим словом або його значенням.

1. Get Ready For A New Challenge [Електронний ресурс]: The Washington Post. – 2011. – Режим доступу: <http://www.washingtonpost.com/>, вільний.

2. Surrogate Boyfriends [Електронний ресурс]: The Globe And Mail. – 2013. – Режим доступу: <http://www.marginalia.org/log/archives/the-globe-mail.html>, вільний.

3. New Kinds Of Treatment. Welcome! [Електронний ресурс] : The Columbus Dispatch. – 2012. – Режим доступу: <http://www.dispatch.com/live/content/index.html>, вільний.

## ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

*Хвостик Ю.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Таценко Н. В.*

Одним із провідних напрямків сучасних лінгвістичних досліджень є вивчення питань гендерної маркованості новинних повідомлень у публіцистичному дискурсі англомовних країн.. Вивченню гендерних питань присвячені праці багатьох вчених, зокрема Строганової К., Горошко О., Філіпс С., Лакофф Дж., Таннен Д. та ін., що дозволяє детально проаналізувати гендерну комунікацію англомовних ЗМІ.

Термін дискурс наразі має низку інтерпретацій. Арутюнова Н. Д. визначає дискурс як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами; дискурс – текст, узятий в аспекті подій; мовлення, що розглядається як цілеспрямоване соціальне явище; дія як компонент, що приймає участь у взаємодії між людьми і механізмах їх свідомості; мовлення, занурене у життя [1, 356-357]. Дискурс спрямований на ментальні процеси учасників комунікації: етнографічні, психологічні та соціокультурні правила і стратегії породження та розуміння мовлення в тих чи інших умовах.

Окремим видом дискурсу постає публіцистичний дискурс, що охоплює низку характерних ознак: спрямованість на новизну; динамічність; актуалізацію сучасності; інформативність; політичну, суспільну, морально-етичну оцінку повідомлення; документально-фактологічну точність; декларативність; емоційність, переконливість тощо. Саме в публіцистичному дискурсі найбільш яскраво проявляються гендерні стереотипи створення повідомлень, що реалізується в контексті тематичного, комунікативно-прагматичного, синтаксичного та стилістичного параметрів.

Параметри чоловічого та жіночого стилю створення повідомлень об'єктивуються в чотирьох аспектах повідомлення – змістовному, інформативному, експресивному та стилістичному. Аналізуючи повідомлення в поданих аспектах, стає можливим диференціація суто чоловічих та суто жіночих гендерних стереотипів у англомовних ЗМІ.

Змістовний аспект повідомлення дозволяє визначити, що чоловіки через відповідні терміни переважно висвітлюють політичні, юридичні, економічні та наукові проблеми, пов'язані зі стихійними лихами в глобальних масштабах (*frozen funds, to issue contracts, contractors, subcontractors, fraud, criminal proceeding*). Жінки здебільшого розглядають особистісні та соціальні проблеми (*Why Women Writers Still Take Men's Names; New Orleans may lose 80% of its black people, says Katrina stud*).

Інформативний аспект повідомлення стверджує, що чоловіки розташовують інформативні блоки повідомлення в суворій логічній послідовності, репрезентуючи інформативну структуру тексту у наступній послідовності: 1) заголовок; 2) головна подія; 3) наслідки, коментарі, реакція; 4) історія; 5) фон; 6) обставини. У статтях жінок натомість нерідко відсутні такі блоки, як фон, обставини, історія, або спостерігається індивідуальне варіювання інформативних блоків чи їх злиття.

Емотивний аспект повідомлень відтворює чоловічу емоційність в емотивних номінаціях стихійного лиха, його політичних і економічних наслідків для нації (*ferocious supertyphoon, nightmarish earthquake, horrendous damage, terrifying economic consequences*), у той час як жіноча криється у природженому вмінні співпереживати, проявляти емпатію до учасників події, помічати і розшифровувати невербальні сигнали (*hold something or someone tightly, especially because you are frightened; feel very upset or worried; they were crying noisily, taking in deep breaths*).

Стилістичний аспект свідчить, чоловіки у повідомленнях часто використовують метафори, епітети, паралельні конструкції, порівняння, градації, антитези, риторичні запитання (*the valley of death; stubborn residents; There are no food queues, no water tankers, no tents; Who cares?*). Тексти жінок натомість відрізняються способами цитування, зокрема автори запитують думку очевидців стихійного лиха, що емоційно описують свій фізичний і психічний стан, розміри збитків, втрат. Цитування такого роду допомагає жінці створити в інформаційному тексті ефект присутності, апелюючи не стільки до розуму читачів, скільки до їх почуттів.

Таким чином, гендерні відмінності створення повідомлень у ЗМІ цілком різняться між собою у контексті розглянутих аспектів.

## ІМПЛІКАТИВНИЙ КОМПОНЕНТ АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

Щербак Е.

(Сумський державний університет)

Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ємельянова О. В.

Розбіжності поглядів науковців і суперечності щодо статусу й трактування такої мовної категорії, як імплікація, визначили актуальність дослідження даної теми. Імпліцитність в рекламному дискурсі, кінцевою метою якого є спонукання адресата до виконання дії або зміни поглядів і уявлень, відіграє важливу роль. Компресованість рекламних повідомлень і пов'язана з нею імпліцитність зумовлюють активізацію пресупозиційних знань адресата, які дозволяють зрозуміти інформацію, що не знаходить прямого вербального вираження. Імплікація в рекламі позначається маркерами вербального і невербального характеру і проявляється на різних рівнях.

Матеріалом дослідження є англomовні рекламні тексти. Для того щоб визначити рекламні концепції замовника, слід з'ясувати специфіку вияву морфологічних одиниць у рекламних текстах, окреслити сугестивну роль у встановленні контактних зв'язків з центром інформаційного сприйняття реципієнта та проаналізувати методи та шляхи втілення рекламних ідей рекламодавця.

Імплікатури реалізуються через приховані смисли, якими адресант наповнив рекламний текст, які мають привернути увагу адресата та які реципієнт декодує згідно лінгво-культурних та індивідуально-психологічних особливостей: *Who wants to look young? Renegie Lift Volunetry; Rough dry Feet? Flexitol; How far would you go to look younger? Nip+Fab Venom Cream.*

Прикметники завдяки здатності виражати ознаки та якості об'єктів слугують ефективними репрезентантами позитивної оцінки рекламованого товару: *Extraordinaire by Color Riche. L'Oreal, Magic BB cream. L'Oreal, Smooth operator. Ulta Cream, Petite. Portable. Powerful. Nuface.* Ад'єктивні номінації, імплікуючи якісну інформацію про товар, тим самим схиляють потенційного покупця до придбання рекламованого товару.



Форми ступенів порівняння прикметників є не менш популярним засобом кодування імпліцитної високої оцінки рекламованого товару: *Perversion Mascara. **Bigger. Blacker. Badder.** Urban Decay, **Thiker, fuller hair is yours.** Aveda Shampoo, **Endless possibilities.** Gabriel & Co, **Thicker is better.** Aloxxi.* Уживання цих лексичних засобів сприяє виділенню рекламованого продукту з усього ряду однотипних товарів, а реципієнт, декодуючи приховану інформацію, сприймає товар як найкращий для нього.

Використання іменників у рекламному тексті спрямоване на співвіднесення продукту із уживаним субстантивом: *The **gift of style.** Paul Mitchell, **Everything reduced but the thrill.** The Outnet, **The vibrancy of true roses designed in a legendary rogue.** Lancome.* У результаті, адресати рекламного повідомлення підсвідомо співвідносять пропонований товар із іменниками, які вказані у вербальному оформленні реклами.

Дієслівні лексеми, ужиті у рекламному тексті, покликані надати враження дії та динамічності реклами: ***Live. Know. Love.** Inyoga sports, **Create your own portrait.** Conde Nast Portrait, **On a journey to celebrate the strength of every woman.** Moroccanoil, **All bite. All drive.** Lexus.*

Уживання форм числівників у текстах реклами є важливим у контексті конкретизації та деталізації текстового повідомлення. Часто рекламодавці вживають числівники з метою підкреслити унікальність свого продукту серед інших товарів, що також приховано спонукає споживача до обрання конкретного об'єкту: ***Reconstructs strength 90% root-to-tip.** Garnier, **If infinity can make it through a 16-song set, you can totally do a double feature.** Always.*

Використання займенників успішно сприяє створенню прихованого діалогу між адресантом та адресатом, тим самим створюючи для людини умови для позитивного сприйняття товару: ***We get you.** Vida, **Celebrate your Christmas moments.** Pandora, **I discovered.** Dr. Lewinn's, **Trust your tan.** Jbronze, **Launch your day with a moutuising body spray.***

Рекламний дискурс на сучасному етапі суспільного розвитку має значний вплив на формування масової культури і масової свідомості. Дослідження імплікації в рекламному дискурсі можливо продовжити в аспекті її граматичної ергономічності та ефективності, з точки зору теорії аргументації, декодування інокультурного рекламного тексту.

## Секція

### "ПРОБЛЕМИ СТИЛІСТИКИ І ЛІНГВІСТИКИ ТЕКСТУ"

#### ОТРАЖЕНИЕ СПЕЦИФИКИ НОМИНАЦИЙ РОДСТВА В КАЗАХСКИХ ПОСЛОВИЦАХ

*Абыльбекова А.*

*(Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Агманова А. Е.*

Пословицы являются важнейшим материалом для изучения исторических событий, этнографии, быта и мировоззрения народа. Происхождение пословиц как жанра уходит в глубокую древность. Пословицы украшают нашу речь остроумием, способностью метко и точно характеризовать все многообразные проявления жизни. Для казахского народа на протяжении многих веков пословицы были сводом законов и правил. Каждая эпоха, перенимая в пословицах запечатленную мудрость предшествующих поколений, вносила свое, рождала меткие пословицы.

Объектом нашего исследования являются казахские пословицы и поговорки о родстве как носители национально-культурной информации. Была поставлена цель исследовать терминологию родства, определить близких и дальних родственников в казахской лингвокультуре, а также на примере пословиц и поговорок выяснить, какие термины родства используются наиболее активно, а какие, наоборот, вышли из употребления или же встречаются очень редко.

Материалом для данного исследования послужила составленная картотека, в которой зафиксировано 68 казахских пословиц о родстве, извлеченных методом сплошной выборки из сборника «Казак макал-мателдері» [1].

С темой семьи и семейного быта связано много казахских пословиц и поговорок, в которых отражаются традиционные представления об укладе казахской семьи, о ценностях и идеалах. Семья в традиционных представлениях казахов всегда считалась главной ценностью. Родственная связь для казахов – особенная составляющая часть жизни. В казахском языке существует слово «туыс» (родственник). «Жакынынды жат етсен, Жатка кулкі боларсын» (Сторониться своих – стать посмешищем для чужих), «Агайын бірде араз, бірде тату» (Родичи и ссорятся, и мирятся, но никогда не расходятся). Семья для казахов – понятие святое. С детства

казахи учили своих детей уважать старших, чтить память и почитать предков до седьмого колена. Об этом свидетельствуют пословицы: «Жеті атасын білмеген жетесіз» (Непутев тот, кто не знает своих предков до седьмого колена), «Жеті атасын білмеген — жетімдіктін белгісі» (Если до седьмого колена своей родословной не узнаешь — сиротой прослывешь). Большинство пословиц о родстве посвящены таким членам семьи, как мать и отец: «Баласы акесінін артынан келе жатыр» (Сын идет вслед за отцом), «Акені коріп ул осер, шешені коріп кыз осер» (Сын берет пример с отца, дочь - с матери), «Анасын коріп кызын ал» (Бери замуж дочь, прежде узнав, кто ее мать), «Ата – балага сыншы» (Отец – главный судья для своего ребенка), «Аке корген ок жонар, шеше корген тон пішер» (Воспитанный отцом будет делать стрелы, воспитанный матерью - будет кроить халаты). Общий основополагающий принцип взаимоотношений как внутри казахской семьи, так в целом во взаимоотношениях между людьми – это принцип «Улкен - Кіші» (старший – младший). Это является основой воспитания у казахов. Кроме того, есть разница в том, как обращаются мужчина и женщина к своей младшей сестре. Мужчина обращается к ней «карындас», а женщина - «сінлі». Существует пословица: «Аганы коріп іні осер, апаны коріп сінлі осер» (Брат - брату пример, сестра – сестрице). Старший брат должен осознавать свою родственную ответственность за сестру. Он имел особое право участвовать в судьбе сестренки и был обязан оказать посильную помощь в любой ситуации. Девушку обычно берегли и баловали в родном доме, так как она: «Кыз – конак» (Дочь – гостья), т.е. дочь считалась гостьей в доме своего отца, которая, в будущем, обретя семью, уйдет в другой дом. После женитьбы сына в казахской семье возникала проблема построения отношений с новым членом их шанырака – снохой, невесткой. «Ата» (свекр) и «ене» (свекровь), принимая келін (невестку), должны были отнестись к ней как к родной дочери, ведь свои дочери рано или поздно уйдут, найдя свое счастье. «Жаксы келін - кызындай, жаксы куйеу – улындай» (Хорошая невестка, как дочь родная; хороший зять, как сын родной) [1].

Лексико-семантическая группа терминов родства представляет собой уникальный объект для исследования, так как они являются носителями национально-культурной информации, отражающей стереотипные представления народа о ценностных ориентирах в области семейно-родственных отношений.

Нами была предпринята попытка выявить универсальные и идиоэтнические особенности казахских пословиц, связанных с наименованиями родственных отношений, определить трудности, возникающие при усвоении терминов родства в процессе усвоения второго языка. Кроме того изучается воспитательное значение пословиц, их роль в обучении. Поиск нового и неизвестного смысла в речевых формулах позволяет использовать пословицы в своей речи не от случая к случаю, а целенаправленно, систематически.

Таким образом, результаты исследования могут быть использованы в практике обучения русскому языку как второму и казахскому языку как второму.

1. Аккозин М. А. Казак макал-мателдері. Казахские пословицы и поговорки. – Алматы, изд-во «Алматы кітап», 2012 – 272 с.

## ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА КАЗАХСКОГО ТОСТА

*Акпентаева А.*

*(Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева,  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор  
Журавлева Е. А.*

Каждый народ имеет свои обычаи и традиции, характеризующие только его национальные особенности и черты, раскрывающие его национальную сущность. В полиэтничном обществе, каким является Казахстан, происходит постоянное взаимопроникновение и взаимовлияние элементов одной культуры на другую.

По мнению казахстанского ученого Исиной Г. И., «стереотипы облегчают наши мыслительные процессы, ускоряют процессы адаптации к условиям существования в том или ином обществе, выступают как одно из неперенных условий коммуникативного поведения» [1, 7]. Речевой стереотип - это речевая формула, быстро и экономно передающая общезначимое и общепонятное содержание в типичных ситуациях общения, выбирая которые автор формирует положительное, нейтральное или отрицательное отношение к речевому событию. Являясь одной из ярких форм проявления

культурного сознания, менталитета, выработанные поколениями стереотипы находят отражение в различных языковых формах. Например, особое место в жизни казахстанского народа занимают тосты и благопожелания, без которых не обходится ни одно торжество.

В Казахстане к праздникам принято готовиться с особой тщательностью, особенно если предстоит возможность заявить о себе при помощи тоста, так как произвести впечатление всегда очень важно. Специфика казахских пожеланий заключается в том, что слово идет как благословение, то есть бата. В современной жизни каждый, кто говорит на казахском, рассказывает историю, которую рассказывали старшие, делая свою речь интересной и наполненной смыслом. Каждому из коммуникантов очень важно знать нужные слова, так как поводов произнести тост так же много, как и интересных историй. У казахов с давних времен очень ценилось слово, умение красиво говорить считалось одним из отличающих качеств. Интересен факт, что поздравления на казахском языке отличаются от своих аналогов на русском языке некоторыми особенностями исторического характера. Сказать, что они кардинально отличаются, нельзя, так как здоровье, любовь, счастье и благополучие нужны любому народу. Но если углубиться в историю, то предки казахов в первую очередь, как кочевой народ, всегда нуждающийся в территории, где можно спокойно переезжать, всегда желали мира над головой, то есть "ашық аспан", далее шли пожелания здоровья, как хозяину дома, так и его скоту, потому что главным богатством считался скот, например, "ден сау болсын", "амандық берсін", "сиыр сүтті болсын". Присутствуют также и универсальные поздравления на все случаи жизни, основные из которых можно определить в несколько фраз: "Бас аман, ден сау болсын", (Здоровья) "Бақытты болайқ" (счастья) или самое распространенное "Айтылған сөзге қосыламын" (присоединяюсь к уже сказанным в ваш адрес поздравлениям). Есть универсальное и современное поздравление, с долей юмора, заключающее в себе самое основное. Эдакий бесприоритетный вариант: *"Жамбылдың жасын, Абайдың басын, Шәкәрімнің жүзін және Елбасымыздың жолын тілеймін!* " что означает, "Желаю долголетия как у Жамбыла, ум как у Абая, внешность Шакарима и удачи как у нашего Елбасы" [2].

Произнесение тостов как у казахов, так и у русских характеризуется особыми речевыми стереотипами. А. В. Павловская

утверждает, что в «русской культуре существует огромное количество тостов: заздравные (за здоровье), за людей (за женщин), за события (за покупку квартиры), за абстрактные понятия (за любовь), за будущее (чтобы у нас все было, а нам за это ничего не было). Тост - короткая речь с предложением выпить за кого-либо или за что-либо - тоже является элементом общения. Мы выступаем с тостом, слушаем, дополняем других, говорим ответную речь.

Тосты и благопожелания – яркий пример того, как стереотипы речевого поведения могут влиять на коммуникативное сообщество полинационального государства. Тосты представителей разных национальностей модифицируются, что напрямую зависит от тех социокультурных условий, в которых проживают сами этносы.

1 Исина Г. Е. Стереотипы и национальная языковая картина мира: Автореф. дис. д.ф.н. - Алматы, 2008 – с. 4.

2 Наурзбаева З. Культура кочевников и современный менталитет казахов // Казахская культура, онтология и музыка // Режим доступа: <http://www.otuken.kz/index.php/publzira/53-2010-06-20-07-39-05>.

## **ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ**

*Александрова Г.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, асистент Прокопенко А. В.*

Сучасний соціум представлений численними сферами суспільної діяльності. Протягом свого життя індивідуум може перебувати в межах декількох визначених сфер діяльності, і в той же час знаходитись поза іншими, нехарактерними для умов його існування, сферами. Саме з цієї причини лексика одного індивідуума може кардинально відрізнитись від лексичного складу мови іншого. Але політика як домінуюча сфера суспільного життя, метою якої є одержання та утримання влади, охоплює всі сфери людської діяльності [1, 51]. А, зважаючи на те, що утримання влади неможливе без заручення народною підтримкою, суспільно-політична лексика державних діячів відіграє надзвичайно важливу роль у підтриманні політичного іміджу особи, партії, країни.

З огляду на роль саме англомовних провідних держав, які безперервно зміцнюють свої економічні, політичні та військові позиції, ретельно вивчаються та досліджуються саме англомовні політичні тексти. Політологами, соціологами, лінгвістами та психологами досліджуються ті лексико-стилістичні засоби, які використовують у своєму мовленні політичні діячі. Адже важливо не лише те, що кажуть політики, а й як вони це роблять. Вдаючись до того чи іншого лексико-стилістичного засобу політичні діячі можуть маніпулювати публікою, спонукаючи громадян до дій, яких перші очікують від других.

Активно англомовні політичні діячі використовують у своїх політичних текстах, найчастіше промовах, евфемізми. Їхня функція полягає у заміні небажаних слів, які можуть містити негативну оцінку явища або предмета, словами, які обов'язково викличуть позитивну оцінку реципієнта. Наприклад, президент США Барак Обама найчастіше використовує евфемізми на позначення багатонаціональності та рівноправності усіх громадян держави.

*"It doesn't matter whether you're black or white or Hispanic or Asian or Native American or young or old or rich or poor, abled, disabled, gay or straight" [2].*

Евфемізми *black* та *Native American* відносяться до групи евфемізмів, які виключають расову та етнічну приналежність. А евфемізми *disabled* та *straight* спрямовані на уникнення дискримінації за станом здоров'я та статевими переконаннями.

Англомовні політичні діячі активно використовують у своїх промовах метафори. Діючий прем'єр-міністр Великобританії Д. Кемерон у своїй промові напередодні референдуму в Шотландії з приводу прийняття консенсусу щодо виходу країни зі складу Об'єднаного королівства вжив домашню метафору *a painful divorce*, а також вираз *let's stick together*, що створило позитивний ефект серед електорату [3].

Дозволяє політичним діячам презентувати себе у гарному світлі антитеза. Якщо колишній прем'єр Великобританії М. Тетчер намагається у своїх політичних текстах дискредитувати опонента шляхом наголошення на власних успіхах та невдачах опонента, то Д. Кемерон не намагається за допомогою антитези применшити досягнення опонента, а навпаки, лише наголошує на власних значних успіхах.

Відповідно до Конституцій провідних демократичних держав влада обирається народом. Вміння політичних діячів «правильно» говорити безпосередньо впливає на їхні рейтинги. Тому вживання у промовах окремих лексико-стилістичних засобів нерідко приводить політиків до влади. З огляду на спонукальну та переконувальну функції політичних текстів, варто зазначити вагому роль стилістичних засобів у лексиці політичних діячів.

1. Козуб Л. С. Мовні засоби впливу у сучасному англomовному політичному дискурсі / Л. С. Козуб // *Studia methodologica*. Вип. 32. – Т. : Редакційно-видавничий відділ ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2011. – С. 51-53.
2. President Barack Obama Victory Speech in 2012 Election. Part 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=eTBailQilzA>
3. David Cameron's speech on saving Scotland in UK (15Sept14) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=tQ5ktopNoLQ>

## **МОЛОДІЖНА ЛЕКСИКА СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ІНТЕНСИВНОГО ВЖИВАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ**

*Васильєва А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – ст. викладач Єрмоленко С. В.*

Розглядаючи молодіжний сленг, ми маємо можливість простежити всі явища, характерні, як самому молодіжному комунікативному середовищу, так і усному комунікативному середовищу загалом, виявити джерела поповнення реєстру і функціональне навантаження окремих стилістичних кластерів. Безсумнівно важливим є розуміння причин вживання сленгу як основної мови неформального спілкування. Та розмежування поняття «сленг» та «жаргон» в цілому, так як вони дуже схожі між собою. Сленг це лексика широкого вживання для неформального спілкування, яка кожен раз оновлюється здебільшого завдяки молодого покоління, яке першим сприймає технічні і соціальні нововведення і подає розмовні найменування. А жаргон в свою чергу



виникає серед груп носіїв мови, об'єднаних спільністю професійних інтересів (медиків, викладачів), однаковими захопленнями, тривалим перебуванням у певному середовищі (військова служба, навчання).

Завдяки активному вживанню на телебаченні та радіо, в пресі та інтернеті певні елементи словникового запасу молоді поширюються серед широкого загалу носіїв німецької мови, перетворюючись на невід'ємну частину їх повсякденного спілкування. Використання молодіжного сленгу визначається прагненням виокремитися з-поміж інших вікових і соціальних груп, компенсування мовної невпевненості, та здебільшого вираження своїх емоцій в спілкуванні. Серед яких є саме нецензурна лексика. Ця лексика може служити для емоційної разрядки. Що стосується лайливої лексики німецької мови, тут можна назвати два найяскравіших діалекта: берлінський і кельнський.

Процес оновлення словникового складу німецької мови, як і будь-якого іншого, – це неперервний процес. Словниковий запас сучасної німецької мови значно збагатився новими лексичними одиницями (ЛО) у різноманітних сферах: наука, техніка, освіта, інформаційні технології (комп'ютер та Інтернет), телекомунікації та ЗМІ. Поповнення лексики здійснюється запозиченням, словотворенням та зміною значень слова. Основними джерелами поповнення німецького молодіжного сленгу є американські запозичення, які виступають деякою мірою чинником зовнішнього розвитку лексичного фонду, що впливає на його оновлення. Англо-американізми, розвиваючи лексичний фонд німецької мови, переплітаються із внутрішніми особливостями словникового складу і піддаються морфологічній асиміляції у мові, тобто іноземне слово підлаштовується під правила німецького правопису.

## ВИКОРИСТАННЯ РЕАЛІЙ ЯК ЗАСОБУ ПІДСИЛЕННЯ КОМІЧНОГО В АНГЛОМОВНИХ СИТКОМАХ

*Король А.*

*(Сумський державний університет),*

*Рухлов Ю.*

*(СП «Моквелд Маркетинг»)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Дорда В. О.*

Задля збільшення арсеналу жартів та підсилення елементу комічності в англомовних ситкомах їх автори дуже часто використовують реалії. Ситкоми 21-го століття налічують величезну кількість прикладів застосування реалій, а деякі з них навіть зробили це своїми так званими “фішками”. Реалії – це предмети чи явища матеріальної культури, етнонаціональні особливості, звичаї, обряди, а також історичні факти чи процеси, які зазвичай не мають лексичних еквівалентів у інших мовах.

Загалом реалії розділяють на п'ять груп, серед яких ми можемо назвати наступні: абсолютні чи повні реалії, тобто слова, що зустрічаються лише в одній культурі або мові, найчастіше власні імена; часткові реалії, тобто безеквівалентна лексика, “фальшиві друзі перекладача”, слова з культурним підтекстом, що несуть у собі фонову інформацію та співпадають по значенню лише частково; структурні реалії; реалії, що не мають мовленнєвого еквіваленту, але у яких присутній еквівалент понятійний; слова з конотаціями, що мають еквіваленти.

Жарт, у змісті якого присутня та чи інша реалія виглядає більш живим та правдивим, адже саме застосування реалії як категорії направлене на зближення реципієнта зі світом серіалу шляхом використання алюзій та посилань на реальні події чи на реальних особистостей.

Проте застосування реалій є процесом небезпечним, адже при невдалому оперуванні нею автор сценарію, який не має певних знань у даній сфері, ризикує отримати негативний ефект за рахунок надмірного статусу вимогливості до глядача. У разі застосування реалії зі специфічним характером існує велика ймовірність того, що більшість глядачів її не зрозуміє. В такому випадку герой, що використав реалію пояснює її (часто в іронічній формі), а іноді це робить інший герой – за рахунок цього специфічність інформації посилюється і в наслідок подібної гіперболізації поняття негативний ефект використання реалії замінюється позитивним.

У більшості випадків високо специфічні реалії можна помітити у ситкомах, які, власне, за своєю природою мають вузьку специфіку як розвитку подій, так і сфери жартів. Одним із найяскравіших прикладів таких ситкомів ми визначаємо популярний американський ситком “Теорія Великого Вибуху”, що розповідає про життя молодих талановитих фізиків. Іноді в межах тієї чи іншої серії у даному ситкомі фігурує така реалія як “Кіт Шредінгера”, наприклад:

*Sheldon: What do I have to say to bring this discussion to a speedy conclusion?*

*Leonard Hofstadter: Tell me whether or not I should go out with Penny.*

*Sheldon: Schrodinger's cat.*

*Leonard Hofstadter: Wow, that is brilliant!*

*Sheldon: You sound so surprised.*

А також різноманітні вільні похідні від цієї реалії, наприклад:

*Sheldon: At this moment our relationship exists in two mutually contradictory states. Until you either do not go or go to Wil Wheaton's party you are simultaneously my friend and not my friend. I am characterizing this phenomenon as 'Schrodinger's friendship'.*

При вивченні англомовних ситкомів з метою дослідити вживання в них реалій, нами було визначено і більш звичні і простіші для розуміння реалії, які мають зв'язок із відомими кінострічками, місцями відпочинку, піснями, спортивними заходами, і т.д. Одним із яскравих прикладів застосування подібних реалій є американський ситком “Друзі”, що є широко відомим і за межами США – це, власне, і зумовлює нашу зацікавленість у використанні абсолютних та часткових реалій саме у цьому серіалі. Наприклад:

*Phoebe: Ross, how about you? Sex or food?*

*Ross: Sex!*

*Phoebe: What about sex or dinosaurs?*

*Ross: My God, it's like Sophie's Choice.*

У цьому випадку вираз *Sophie's Choice* є абсолютною реалією. Автор використовує назву популярного драматичного фільму, що широко транслиювався на території Америки, з метою позначення неможливості вибору (за рахунок проведення аналогії з головною героїнею фільму).

Використання реалій має на меті створення ефекту спільності події, що відбуваються у ситкомі та у реальному житті, а також зближення світу глядача із життям героїв з телеекрану.

## ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ В НІМЕЧЧИНІ

*Красовська А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – ст. викладач Чепелюк А. Д.*

З давніх часів люди робили спроби, окрім мови, знайти ще який-небудь спосіб для передачі один одному своїх думок, так як усною мовою можна користуватись лише у безпосередньому контакті.

Мовні формули, види, різновиди офіційної кореспонденції, формуляри, способи оформлення і роботи з нею створювалися і шліфувалися століттями. Багато видів листів мають тисячолітню історію.

У наші дні ділове листування стало невід'ємним засобом зв'язку. Будь-яке підприємство, установа чи організація обмінюється саме діловими листами один з одним.

Англія традиційно вважається батьківщиною основних правил етикету складання ділової кореспонденції. Нормам та формам загальноприйнятим сьогодні в міжнародному спілкуванні більше 150 років. Існуючий міжнародний стандарт оформлення ділових листів орієнтований на англо-американський варіант через те, що англійська мова є загальноприйнятою мовою міжнародного ділового спілкування. Розширюються міжнародні зв'язки, вплив англійської мови як міжнародної мови ділового спілкування призводить до стандартизації діловодства в різних країнах. Але не можна не відзначити і ряд особливостей, пов'язаний з впливом норм і традицій національної комунікативної поведінки, особливостей національного діловодства.

Німеччина – країна, у якій склалися давні, стійкі норми і традиції в діловодстві. Висока ступінь офіційності – головна відмінність німецької манери вести справи. Німці дуже стримані в діловому спілкуванні і ретельно дотримуються прийнятої форми спілкування.

Характерною рисою ділової кореспонденції в Німеччині є дотримання правил листування, так як це свідчить про ввічливість, повагу до партнера та професійність. Етиці бізнесу приділяють велику увагу на Заході. Наприклад, там вважається, що вкрай необхідно письмово підтвердити попередню домовленість або прийом замовлення, вибачитися за непередбачену затримку його виконання, дати проміжну відповідь, зберегти конфіденційність отримання

інформації, подякувати за надану люб'язність чи зроблену покупку, офіційно привітати колегу з підвищенням по службі чи днем народження.

З часом склалися та устаткувалися правила оформлення службової, урядової, приватної кореспонденції. До них можна віднести: сувору нормативність, дотримання юридичних положень, бездоганне володіння правилами мови – графіки, орфографії й пунктуації.

Текст має бути логічно послідовним, відзначатися довершеністю структури, форми та викладу. Залежно від характеру основного змісту документа використовуються відповідні мовні структури із ретельно дібраними словами, що найточніше передають зміст документа.

У Німеччині у 1995 році в межах Закону про загальні правила роботи федеральних міністерств урядом схвалено єдину систему діловодства.

"Regeln für Maschinenschreiben" – DIN 5008 є головним документом, який регламентує формулярно-композиційний вид ділового тексту у Німеччині. Однак ці правила мають швидше рекомендаційний характер.

Зазвичай діловий лист набирається на бланку фірми, але у деяких випадках можливий варіант листа просто на білому аркуші. Але до ділового листа завжди повинні бути включені основні, невід'ємні реквізити, такі як: колонтитули, штамп відправника та адреса одержувача, позначення типу зв'язку, вказівка на кількість сторінок листа, тема листа, звернення, текст листа, формула прощання, назва фірми відправника, підпис, примітки.

Особливу увагу в німецькому діловодстві приділяється способу оформлення ділових паперів при листуванні з владою, коли використовують більш консервативний стиль – Kanzleistil.

Якщо лист адресовано діловому партнеру, то відправник вільний у виборі шрифту, проте міжнародна традиція діловодства свідчить: використовуйте Times New Roman, а в таблицях і заголовках – Arial.

Найпростіший реквізит – звернення та прощання. У Німеччині як і інших країнах існують вже встановлені форми звертання та прощання від формального до фамільярного, наприклад: *Sehr geehrter Herr Pawel Smith; Sehr geehrte Damen und Herren; Guten Tag, Herr Steinmacher; Lieber Herr Kaufmann, Mit herzlichem Dank und*

*freundlichen Grüßen an alle Mitarbeiter, Beste Grüße und viel Erfolg.*  
Слід зазначити, що звертання та прощання завжди виділяються окремим абзацом.

Факс у німецькому діловодстві має верхній і нижній колонтитули, які є його межами. Дані колонтитула несуть інформацію про керівників фірми, про її юридичну та банківську підтримку, про її структуру. Чим повніше відображена в колонтитулі інформація про фірму, тим більше відкритою вона хоче себе представити, це означає, що вона має чим пишатися і їй нема чого боятися.

Велику увагу німці приділяють оформленню приміток, які знаходяться в нижній частині першої сторінки. Якщо фірма орієнтована в першу чергу на зовнішньоторговельну діяльність, то вона використовує англійську лексику, скорочення і спецсимволи.

Важливу прагмалінгвістичну інформацію про відправника несе розпис та підпис у німецькому діловому листі. За ним можна виділити три категорії відправників за їхнім ієрархічним статусом: керівник, менеджер чи рядовий співробітник фірми. Якщо за назвою фірми слідує підпис з розписом без розшифровки – це означає, що лист відправлений самим главою фірми: *NATURSACHEN / DR. FRANK UNGER* (розпис) *Dr. Frank Unger*. Представники середнього менеджменту повинні вказувати свою посаду в підписі: *DG Agropartners, Absatzberatungs-und Projekt-GmbH, Ludwig Eger (poznuc)*.

Отже, ділові листи відіграють важливу роль в офіційних відносинах людей. У Німеччині стриманість, точність та повна інформативність існує не тільки у побуті та буденному житті людей, але й у повній мірі реалізується у діловій кореспонденції.

## ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ

*Помаз В.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Косенко Ю. В.*

Газетний стиль на сьогоднішній день є одним із найпопулярніших, у зв'язку з постійним розвитком суспільства у багатьох сферах, саме газети є одним із головних джерел отримання інформації та як і будь-яке інше джерело направлені на масового

споживача. Реципієнти спираючись на подану інформацію роблять для себе певні висновки тим самим створюючи суспільне бачення проблеми та суспільну думку. Основну роль у поданні інформації грає лексика, яка використовується у написанні газетних текстів. Постійно вона змінюється і важливо слідкувати за змінами, а науковцям вносити корективи. Важлива роль у суспільному житті і світовій подачі інформації через газетні тексти відводиться саме англomовним газетним текстам, саме вони одними з перших подають інформацію суспільству.

У більшості газетних текстів використовується значна кількість неологізмів, це також притаманно і англomовним періодичним друкованим виданням. За своєю структурою і способом утворення неологізми в мові газети представлені кількома варіантами. Найбільш характерними способами утворення неологізмів у мові англійської газети є словотвір, зміна знання слів і запозичення з інших мов. Кожен з них має свої особливості, тому їх слід розібрати окремо.

Для складних англійських слів найбільш частотними є утворення, що складаються з двох основ. Останнім часом у мові англійських і особливо американських газет з'явилося безліч іменників, утворених за конверсією способом словоскладання і є поєднанням дієслова і прислівника. У деяких з них спостерігається чітка повторюваність другого компоненту, яка в ряді випадків дає підставу вважати, що намічається певна залежність між моделлю та її значенням.

Сучасна англomовна газетна лексика змінюється досить швидко, оскільки слова, що раніше мали одне значення змінюють його на практично протилежне. Оскільки газетні тексти спрямовані на суспільство в цілому, тому має бути представлена досить зрозумілою і актуальною лексикою, аби донести до реципієнта потрібну інформацію.

## К ВОПРОСУ О ЖАНРАХ НАУЧНОГО СТИЛЯ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)

*Сигагин М.*

*(Национальный исследовательский Томский политехнический университет)*

*Научный руководитель – ст. преподаватель Кобзева Н. А.*

В настоящее время научный стиль, обладая обширной сферой применения, оказывает разностороннее влияние на литературный язык. Непрерывность научно-технического прогресса способствует внедрению во всеобщее употребление значительного количества терминов, переходящих со страниц специальных изданий в повседневный обиход.

Описание развитых языков мира сейчас невозможно без учета научного стиля и его роли в жизни общества. Достаточно сказать, что из 600 000 слов авторитетнейшего английского словаря Уэбстера (Вебстера) 500 000 составляет специальная лексика.

Научный стиль представляет научную область речевой деятельности и общения. Основная цель научной речи – сообщение нового знания о действительности и доказательство ее истинности.

Для научного стиля характерны следующие черты:

а) логичность (наличие смысловых связей между последовательными блоками текста);

б) последовательность (выводы непротиворечивы, вытекают из содержания, текст разделён на смысловые отрезки, отражающие движение мысли от частного к общему или от общего к частному);

в) ясность, предполагающая понятность, доступность;

г) точность (однозначность понимания, отсутствие образных средств языка: метафор, эпитетов, художественных сравнений, пословиц);

д) насыщенность терминологической лексикой, которая обычно составляет 15-25 процентов общей лексики, использованной в работе.

Интенсивное развитие научного стиля привело к формированию в его рамках многочисленных жанров, таких, как статья, монография, учебник, патентное описание, реферат, аннотация, документация, каталог, справочник, спецификация, инструкция и др. Каждому жанру присущи свои индивидуально-стилевые черты, однако они не нарушают единство общих признаков и особенностей научного и научно-технического стиля.



*Целью* данной работы является рассмотрение лексических и грамматических особенностей статьи, как жанра научного стиля, который наиболее часто используются студентами, обучающимися по направлению подготовки «Машиностроение», Томский политехнический университет.

Научная статья представляет собой сочинение небольшого размера, в котором раскрывается научная проблема, и имеет определённую структуру с чёткой взаимосвязью между всеми частями:

- 1) введение, из которого можно узнать суть проблемы исследования;
- 2) основная часть, в которой представлено решение данной проблемы;
- 3) заключение, где автор обобщает всё вышесказанное и делает вывод.

При написании научной статьи на английском языке недопустимо использовать структуру предложения, характерную для русского языка: она может оказаться сложной и длинной в виду наличия системы падежных окончаний. Автору следует строго соблюдать структуру английского предложения: *Subject, Predicate, Object, Modifier* – подлежащее, сказуемое, дополнение, обстоятельство. Несколько различных обстоятельств должны располагаться в следующем порядке *how, where, when* (каким образом, где, когда), например: *I talked to her very briefly at university last afternoon.*

Обстоятельство времени часто стоит в начале предложения. В письменном английском языке обстоятельство места также может стоять в начале предложения, что характерно для оборота *In this essay / paper / article / report*. Например:

*In his paper, the author considers principles and notes in laser welding, plasma welding and mash seam welding.*

Статья пишется формальным академическим языком без сокращений, принятых в разговорном английском языке. При написании статьи используются клише научного стиля речи, слова употребляются в прямом значении, а не в переносном.

При изложении личной точки зрения автора или ссылке на собственный опыт, уместными будут такие безличные обороты как *one may / might / should say that, needless to say that,*

*it goes without saying that u m.д.*

Введение к статье (introduction) состоит из предложений, представляющих собой общие высказывания по теме, указывающие на специфику проблемы и часто содержащие план дальнейших рассуждений. Например:

- *In recent times/Recently, there have been many discussions about arc welding problems.*

- *Recent welding economics research has focused on developing the reliable machinery database to ensure optimum production. Research on welding of materials like steel is still critical and ongoing. Welding input parameters play a very significant role in determining the quality of a weld joint.*

- *The aim of this study is to investigate the optimization process parameters for metal active gas welding for 60x60x5mm dead mild steel plate work piece using Taguchi method to formulate the statistical experimental design using semi-automatic welding machine.*

Каждый абзац статьи имеет подтему, которая указывается в первом предложении абзаца (*topic sentence*).

Чтобы сделать переход (*transition*) от одного абзаца статьи к другому связным и логичным, используются вводные слова и выражения, имеющие характер обобщения, подтверждения, сопоставления, противопоставления и т. д. Например: *however, nonetheless, despite the fact that, be that as it may* (как бы то ни было).

Типичным для научной статьи является необходимость сопоставления различных точек зрения и высказывания в пользу одной из них (*a two-sided argument*), поэтому составляется список аргументов за и против (*arguments for and against или pros and cons; advantages and disadvantages* – преимущества и недостатки).

В заключении статьи (*conclusion*), подводя итог всему сказанному, следует выразить данный вывод другими словами (*restatement*), используя следующие выражения: *in brief* – вкратце, *in conclusion* - в заключение, *in sum* - итак, подводя итог вышесказанному; в общем, в целом, *to conclude* - чтобы сделать заключение.

При подготовке научной статьи на английском языке используются клише (французское *cliche*), выражение, механически воспроизводимое в типичных речевых контекстах; шаблонная фраза. Например:

Статья о ... *The article/The paper is about.*

Статья выдвигают проблему... *The paper suggests the problem... .*

В статье обсуждается... *The paper discusses...*  
Целью исследования явилось... *The object of the study was...*  
Проводится сравнение... *A comparison of ... with... is made ...*  
Статья представляет интерес... *The paper is of interest...*

Таким образом, вышеизложенные особенности статьи, как жанра научного стиля, указывают на важность и значимость лексико-грамматической структуры языка английского научного текста.

## ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У АНГЛОМОВНІЙ ГАЗЕТНІЙ РЕКЛАМІ

*Шило Н.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, ст. викладач Рева Н. С.*

У даній роботі ми розглядаємо функції стилістичних засобів в англomовній газетній рекламі. Оскільки на сьогоднішній день реклама є унікальним феноменом не лише в соціально-економічній, політичній, культурній сфері, а і в мовній дійсності, а основним її завданням є справити задумане рекламодавцем враження за допомогою певних стилістичних засобів. А тому дослідження рекламних текстів є одним із пріоритетних напрямів розвитку сучасної лінгвістики тексту.

Найбільшу вагу серед синтаксичних виразних засобів у рекламному тексті має метафора. Оскільки метафора – це не тільки прийом виразної мови, а й ефективний засіб переконання [1]. У рекламному слогані використання метафори допомагає привабити увагу реципієнта та викликати у нього позитивні емоції, маніпулюючи увагою : “*Central heating for kids*”[5]. Метафорична модель “*central heating*” яскраво характеризує рекламований товар, який підсвідомо сприймається покупцем, як щось поживне і корисне. А на онтології між силою людини і потужністю техніки базується метафора у рекламі автомобіля *Infinity*: “*The muscle car with brain*”[4]. В рекламному тексті метафора концентрує увагу тільки на потрібні рекламодавцю ознаки і переваги товару, при цьому інші його “сумнівні” якості відходять на план [2].

Специфіка гіперболічної оцінюваності в рекламному тексті зумовлена в значній мірі екстралінгвістичними факторами – зробити такий текст, де товар був би наділений всіма можливими позитивними

якостями, які повинні прихилити покупця до купівлі [2]. В основному гіперболи характеризують не весь товар цілком, а підкреслюють його окремі конкретні якості. Так, універсальний характер сумок підкреслюється у наступному прикладі: *“Photographers, fishermen, hunters, travelers have found it the most versatile carryall”* [4]. Цікаво відмітити, що рекламному тексту притаманна гіперболізація не однієї якості товару, а відразу декількох: *“The most magnetic fragrance a woman can wear. Clings almost endlessly”* [3]. Одночасна гіперболізація декількох якостей рекламованого товару дозволяє копірайтеру підкреслити в ньому більше позитивного і тим самим зацікавити значну масу потенційних покупців з їх різними смаками і потребами.

Використання алюзії в рекламному тексті змушує адресата підсвідомо закарбувати у пам'яті інформацію, подану у рекламному повідомленні, та піддавшись впливу відповідно відреагувати, а саме придбати товар чи послугу. Слоган реклами для фарбованого волосся *“take it as red”* [5] – гарний приклад алюзії. Рекламодавець також грає на відомому вислові *“to take something as read”*, яке позначає добре все розуміти, не потребувати подальших пояснень. У даній же рекламі мається на увазі те, що оточуючі повинні сприймати фарбоване волосся жінки, як натуральне. Використаний стилістичний засіб дозволяє створити позитивне враження про компанію або товар, який рекламується завдяки асоціаціям, які виникають у читача: переглядаючи рекламний текст споживач підсвідомо вловлює знайому фразу і переносить сприйняття оригінальної цитати на новий об'єкт.

Для того щоб викликати у покупця певні асоціації, надати висловлюванню експресивності і більш точно описати об'єкт реклами і її центральну ідею, рекламодавці використовують такі стилістичні прийоми, як алітерація та асонанс. Так, наприклад, у рекламі автомобіля використовується алітерація звуку [k]: *“The car, that cares”* [3]. Таке використання цього звуку викликає асоціації зі зручністю, затишком, тобто з приємними для кожної людини речами. Таку ж саму функцію прийом алітерації виконує і у рекламі ноутбука: *“Take Toshiba, take the world”* [4]. В цьому тексті автор використовує алітерацію звуку [t], що асоціюється з ніжністю і витонченістю.

Асонанс сприяє створенню особливого ритмічного малюнку, який надає висловлюванню інтонацію повтору. Це ми можемо простежити у рекламі дитячого харчування: *“Scrub, a dub, there's a friend in your tub”* [5]. Використанням асонансу в даному повідомленні

надає йому ритмічності, завдяки яскравому повтору звуку [ʌ] і тим самим допомагає краще запам'ятати рекламу.

Отже, кожен стилістичний засіб виконує свою важливу роль в рекламному тексті. Загальна ж риса, характерна для всіх рекламних текстів, проявляється в органічному зв'язку всіх компонентів тексту, коли кожний з них важливий не стільки сам по собі, скільки як частина цілого, яка несе максимальну змістовне навантаження і концентровано виражає це ціле.

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд – М. : “Просвещение”, 1990. – 73 с.
2. Гурская Н. А. Выразительные средства синтаксиса рекламных текстов / Н. А. Гурская – Граммат. и лексико-семант. исследования в синхронии и диахронии, 1975, вып. 3. – с. 19-25.
3. The New York Times US: [щоденна газета]. – The New York Times Company. – Monday, June 18, 2004. – Section AU. – 72 p.
4. The New York Times US: [щоденна газета]. – The New York Times Company. – Thursday, October 9, 2004. – Section MB. – 76 p.
5. The Times UK : [щоденна газета]. – Times Newspapers Limited. – Monday, July 18, 2001. – Section Life. – 60 p.

## **СЕМАНТИЧНА НАПОВНЕНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ В США**

*Шмат О.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – викладач Назаренко О. В.*

Проблематика соціально-культурних чинників мовного спілкування, зокрема, сленгу є предметом постійного наукового пошуку сучасної лінгвістики. Різні аспекти сленгу вивчалися у працях Еріка Патріджа, Генрі Менкена, Гальперіна І. Р., Швейцера О. Д. Соціолінгвістичні параметри американського сленгу, зокрема, досліджувалися у працях Вільяма Лабова, Маковського М. М., Джонатана Лайтера, Зацного Ю. А., Дорди В. О., Клименко О. Л., Гонти І. А.

Сучасний англомовний сленг становить 10–20% словника середнього американця. Він притаманний мовленню у Великій

Британії, Австралії, Канаді. Зі стилістичного погляду сленгізми входять до лексико-стилістичної парадигми, для якої характерно:

1. Небезпосередній зв'язок з денотатом. Тобто комунікація відбувається через значення відповідного нейтрального слова: zoo – any jungle or jungle area; zoo – a confusing and chaotic place.

2. Нечіткість референтних меж – ці слова мають оцінювальний характер і їх можна застосовувати до різноманітних референтів: heat – вогнепальна зброя: пушка; поліція: фараони, копи; nitty-gritty – непристойність; неприємна, неминуча ситуація, неприкриті факти; чесність, прямолінійність; практичні деталі; суть, сутність, основа; gar – розмова; критика; звинувачення; вирок; музичний стиль.

3. Обов'язкова наявність синонімії: “money”: berry – 1. Am. a dollar; C, also C-note Am. \$100; coconut – Am. a dollar; scratch – гроші: “бабки”, “капуста”; bucks – великі гроші.

4. Можливість утворювати антонімічні ряди: bad – відмінний, чудовий, класний: That rap song is very bad! - Класний реп!; wicked – блискучий, майстерно виготовлений: смертельний: That tennis player's got a wicked serve. - У цього тенісиста смертельна подача; heavy – вражаючий, важливий, серйозний.

Сленг є засобом маркування приналежності мовця до певної соціальної групи. Інакше кажучи, сленг - це мовний засіб виокремлення маленької групи у великому суспільстві. Водночас відділяючись від одних і наближаючись до інших, людина певним чином самовиражається.

Окрім цього, літературна мова чи діалект часто не надають можливості висловити думку стисло та емоційно. Привабливість сленгу полягає в тому, що його іноді дещо грубувата лексика дозволяє надати мовленню експресивного забарвлення. Це особливо суттєво для молоді. Молодіжна мова відображає нестійкий культурно-мовний стан суспільства, що балансує на грані літературної мови та жаргону.

Первинним джерелом поповнення сленгу є самі люди, що користуються сленгом, а також «знавці» або колекціонери сленгу. Крім того, більшість слів, що відносяться до молодіжного сленгу, є похідними від професійних термінів.

Сленг містить лексику як мінімум трьох лексико-стилістичних підсистем: нестандартної розмовної мови, професійного жаргону й вульгаризмів. Так, для розмежування сленгу П. Ондрус розробив принцип соціально-функціонального поділу. Встановлення основних функцій соціальних діалектів дає можливість розділити їх на

експресивні (жаргони вищих шарів суспільства, сленги, зокрема, студентський, військовий) і конспіративні (злодійське арго, дитяче арго).

Студентський сленг – це сукупність мовних засобів високої експресивної сили, які постійно трансформуються, і які використовуються в спілкуванні молоддю, що перебуває в дружніх, фамільярних стосунках.

Вивчення і порівняння системи функціональних стилів різних мов приводить до висновку, що сленг – це не шкідливий паразитичний наріст на тілі мови, який “висушує, забруднює і вульгаризує усну мову” того, хто ним користується, а органічна і в якійсь мірі необхідна частина цієї системи.

Секція  
**"МЕТОДОЛОГІЯ Й МЕТОДИКА СУЧАСНИХ  
ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ"**

**ТАЙНЫЙ СМЫСЛ «БУКИ» В ДРЕВНЕРУССКИХ  
ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ**

*Алиева И.*

*(Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Журавлева Е. А.*

Работа посвящена одной из загадок азбуки: буква-слово «Буки». Обращение именно к этой теме обусловлено тем, что вопрос сакрального смысла славянской азбуки остается открытым и на сегодняшний день, несмотря на большое количество трудов известных ученых.

Известно, что азбука делилась на «высшую» и «низшую» части [7]. Положение «Буки» здесь неоднозначно. По этому поводу разворачивается бурная полемика среди лингвистов. Так, К. Титаренко отмечает: «Буки – значит «быть» <...> в этом слове наши предки выражали будущее как неизбежность, которая могла быть, как хорошей и радужной, так мрачной и ужасной» [6].

Другой ученый, А. В. Зиновьев, приводит свою классификацию азбуки, в которой Буки оказывается в «низшей» части [3, 141].

Для того чтобы выяснить, к какой части отнести «Буки», мы провели работу со словарем древнерусского языка, проанализировали летопись «Повесть временных лет», а также фольклорное наследие – пословицы и поговорки.

В словаре старославянского языка под редакцией Р. М. Цейтлин, Р. Вечерки, Э. Благовой [4, 77-107] на «Буки» всего 416 слов, из которых 174 имеют положительное значение, отрицательное – 119 слов, остальные несут нейтральную нагрузку. Итак, проанализировав старославянские слова на «Буки», мы приходим к выводу, что положение «Буки» несло сложный философский смысл.

Чтобы еще более полно ответить на поставленные перед собою вопросы, мы обратились к одной из известных древних летописей «Повести временных лет» [4] и провели словарный анализ. Приведем некоторые примеры: 1. «Хождение апостола Андрея». 11 слов на "Буки": БЛИЗЬ, БЛАГОДАТЬ, БОЖЬЯ, БЫТИ и др. 2. «Предание об обосновании Киева». 16 слов на "Буки": БРАТЬЪ, БЯХУ, БЫША,



БРАТЯ, БОРИЧЕВЪ и др. 3. «Притча об обрах» содержит 7 слов на «Буки»: БОЛГАРЕ, БЫША, БО, БЫТИ, БУДЯШЕ и др.

Автор в своем тексте использует в основном нейтральную лексику. Но для понимания роли «Буки» в азбуке древних славян этого мало. Поэтому мы решили обратиться к фольклору. Нами были использованы сборники пословиц и поговорок: Аникиной В. П. «Старинные русские пословицы и поговорки» и Безлюдовой М. М. «Энергетические тайны древнерусских пословиц».

Для исследования и анализа было отобрано 40 пословиц и поговорок, в которых есть слова на «Буки», относящиеся к знаменательным частям речи, т.к. они обладают самостоятельностью и несут в себе полную лексическую нагрузку.

Итак, всего во взятых для исследования пословицах и поговорках – 230 слов, среди которых 37, начинающихся на «Буки». Это 16% от общего числа, что немало. Таким образом, частотность использования слов на «Буки» в фольклорных жанрах выше, нежели в летописях. Из 37 слов на «Буки» имен существительных – 22, глаголов – 9, наречий – 3, имен прилагательных – 2.

Стоит отметить, что чаще всего в древнерусских пословицах встречались следующие слова: «беда», «Бог», «будет», «брать», «брат» [1, 2]. Сопоставив с данными, полученными нами из «Повести временных лет», мы можем отметить, что и древнерусский автор, и народ, выступающий таким же автором, одинаково использовали слова с отвлеченным значением (что логично, ведь и летопись, и пословицы и поговорки несут очень нравоучительную функцию).

Для определения коннотативного значения слов мы провели опрос. В данном эксперименте принимало участие 30 человек. Респонденты должны были, во-первых, дать оценку слову, во-вторых, привести ряд синонимов для более полного и точного ответа.

Приведем некоторые результаты опроса: 1. «Беда». 50% респондентов привели в качестве синонима слово «горе», 33% – «несчастье», остальные 17% - как «неприятность», «ненастье» и т.п. Единогласная оценка – «отрицательно». 2. «Бог»: 26% указали слово «Создатель», 10% – «Творец», 23% – «Господь», 60% – «Аллах». Оценка: здесь мнения разошлись (большинство (74%) дало оценку «положительно», 15% – «отрицательно», остальные 11% затруднились ответить).

Учитывая невидимую связь поколений, переживающих различные эпохи, мы увидели, что свой потаенный смысл «Б»,

наследница «Буки», сохранила. Это подтверждается приведенными нами данными опроса. Мы смеем утверждать, что «Буки» (теперь «Б»), несла и продолжает нести «двойную» функцию, отождествляя собой и добро, и зло, даже несмотря на то, что с течением времени в язык вливались иноязычные единицы. Она сохранила огромное философское, сакральное значение, которое посредством фольклора дошло до наших дней.

1. Аникина В. П. Старинные русские пословицы и поговорки. – М. : Дет. лит., 1983.
2. Безлюдова М. М. Энергетические тайны древнерусских пословиц – М. : «Издательство «Пилигрим-Пресс», 2007.
3. Зиновьев А. В. Тайнопись кириллицы. – Владимир, 1998.
4. Повесть временных лет // Электронный ресурс [Режим доступа]: <http://lib.ru/HISTORY/RUSSIA/povest.txt>
5. Словарь старославянского языка / Под ред. Цейтлин Р. М., Вечерки Р., Благовой Э. – М. : Русский язык, 1994.
6. Титаренко К. Тайна славянской азбуки. – Днепропетровск, 1995.
7. Философский смысл славянской азбуки // Электронный ресурс [Режим доступа]: <http://www.habit.ru/13/276.html>

## **РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЛОШАДЬ» В МАЛЫХ ЖАНРАХ ФОЛЬКЛОРА РУССКОГО И КАЗАХСКОГО НАРОДОВ**

*Бисимбаева Г.*

*(Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева,  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Журавлева Е. А.*

Образ лошади, собственно коня, является одним из ключевых для народов мира. Культ коня издревле характерен для казахского и русского народов. Древние славяне верили, что солнечный бог передвигается на колеснице, запряженной тремя лошадьми. Изображения лошадей были своего рода оберегами. Природные явления представлялись в виде чудесных коней. Исследователи считают, что данный культ сравнительно молодой, так как не имеет длительной истории, как культ солнца, луны. Появление поклонения этому животному началось с его одомашнивания.

У мусульманских народов сложилось священное отношение к лошади. Образ лошади упоминается в Коране. Именно на крылатом коне пророк Мухаммед был доставлен на небеса. Кочевые народы, проживавшие на территории современного Казахстана, изображали коня на наскальных рисунках, петроглифах (Тамгалинское урочище), на золотых изделиях (сакский период). Характеризуя лошадь, как верного друга, придавали им различные магические силы и свойства, что и отразилось в мифах, легендах, сказках. Это непосредственно связано с образом жизни. Такое отношение сохранилось и до наших времен. Образ лошади реализуются в символике, фольклоре, литературе, обычаях и традициях народа.

У тюркских народов мы встречаем тулпара – крылатого коня. Этот образ сохранился и в наше время. Один из символов нашего независимого Казахстана, герб, содержит изображения двух крылатых коней – тулпаров. Известный конь Кулагер, которому посвящено множество легенд и поэм, также удостоен памятником в Казахстане.

В России древний культ поклонения лошади тоже сохранился, но видоизменился. На территории Московского конного завода №1 установлен памятник Квадрату, победителю приза «Барса» и Всесоюзного «Дерби». Памятник «Тонущие лошади», установленный на гоголевском бульваре, омрачает зрителя и вызывает сочувствие. Образ лошади выступает своего рода символом гражданской войны и призывает потомков сохранять мир и свято чтить историю своей страны, народа. Интересно представляется данный концепт в фольклоре казахского и русского народов.

Одним из малых жанров фольклора являются пословицы и поговорки. В этих кратких изречениях скрывается глубокая мудрость. Стоит заметить, что они в большинстве случаев описывают домашнюю лошадь, поэтому в них отражаются быт и нравы народа. В казахских пословицах лошадь имеет положительную коннотацию, в основном выступает в качестве друга и соратника. Так, в казахской пословице «Лошадь – царь домашних животных», отдается предпочтение лошади перед другими животными [4, 84]. Лошадь – это гордость джигита, количество лошадей в табуне – мерило богатства человека. Пословица «конь – это крылья джигита» подчеркивает особую значимость скакуна для кочевника. Скакун помогает ему преодолевать большие расстояния, выигрывать в скачках, помогает в борьбе с врагом, поэтому в народе говорят: «пока у тебя есть конь – познай мир», «У кого есть конь, тот от мучений

избавится» [3]. Лошадь – это и выносливое животное: «Одну пулю выдержит лось, две выдержит кулан» [4, 81]. «Конь твой тощ, лик твой желт», «для клячи и кнут тяжел» – представлен образ слабой и тощей лошади, которую жалеет хозяин [3].

Среди русских народных пословиц мы встречаем чуждое казахскому народу отношение к лошади, как к рабочей силе: «Конь не пахарь, не кузнец, не плотник, а первый на селе работник», «Жалеть коня – истомить себя» [5]. Но находим и много общего. О хозяине также судят по его коню: «Конь тощей – хозяин плохой», «У хорошего хозяина нет плохой лошади» [5]. Выносливость и крепость коня репрезентируют следующие пословицы: «Резвого жеребца и волк не берёт» [5], «мала кобылка, да велик воз везёт» [6]. «Кляча и в золотой узде – не конь», «тощей лошади и хвост в тягость» [7], – одновременно говорят о бесполезности клячи и вызывают жалость к ней, потому что изначально образ лошади ассоциируется с красивым и статным жеребцом, верным скакуном, подтверждением этому являются данные ассоциативного словаря к слову «лошадь»: «лошадь Пржевальского», «белая», «красивая» [8].

На протяжении многих веков наши предки хранили и свято верили в культ лошади, что дошло и до наших дней. Об этом свидетельствуют различные обряды, традиции, праздники, а также произведения живописи и архитектуры. И, разумеется, в культуре каждого этноса, в чем мы убедились на примере русского и казахского, сложились свои представления об этом животном, так называемые фоновые знания, изучением которых занимается большинство современных лингвистов.

1. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. – СПб., 1863-1866. // Электронный ресурс [режим доступа]: <http://slovardalja.net/word.php?wordid=13763>.
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М. : Азбуковник, 2003. – С. 944
3. Казахско-русский словарь // Электронный ресурс [режим доступа]: <http://www.classes.ru/all-kazakh/dictionary-kazakh-russian-term-2155.htm>.
4. Казахские пословицы и поговорки / Сост. Г. Тайжанова. – Алматы: Ана тілі, 1998. – 160 с.
5. Пословицы и поговорки про лошадь // Электронный ресурс [режим доступа]: <http://sbornik-mudrosti.ru/posloviy-i-pogovorki-pro-loshad>.

6. 2000 русских пословиц и поговорок / Сост. Л. Михайлова. – М.: ЛитРес, 2013. – 582 с.

7. Пословицы и поговорки о лошадях // Электронный ресурс [режим доступа]: <http://lovehorses.ru/poslovitsi-i-pogovorki/>

8. Русский ассоциативный словарь // Электронный ресурс [режим доступа]: <http://thesaurus.ru/dict/dict.php>.

## ПОЕЗІЯ ПОЛЯ ВЕРЛЕНА У ПЕРЕКЛАДАХ МАКСИМА РИЛЬСЬКОГО

*Година Т.,  
Фастова М.*

*(Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя)*

*Науковий керівник – канд. філософ. наук, доцент Корнєєва Л. Л.*

Максим Тадейович Рильський, відомий широкому загалу як талановитий український поет, був також обдарованим публіцистом та перекладачем. Він не тільки прагнув донести читачеві яскравість українського колориту, а й відкривав обрії інших культур. У його творчій спадщині знаходимо численну кількість перекладів з російської, німецької, французької та деяких інших мов.

Велике значення Максим Рильський приділяв перекладам творів французьких авторів – від класиків XVII століття до символістів. Через переклади письменник намагався передати своє захоплення Францією. У цьому аспекті неабияк цікавими, на нашу думку, є переклади Поля Верлена. Максим Тадейович переклав усього чотири поезії Верлена: "Один одного слід у цім житті прощати", "Щаслива година", "Так тихо серце плаче", "Тихе небо понад дахом". Проте кожен з цих перекладів став свого роду поетичною перлиною

Романтичні французькі пейзажі з вірша П. Верлена "L'heure du berger", український поет не просто перемальовує, а й додає особливі індивідуальні відтінки до загальної картини. Сам письменник зазначав: "Вважаю, що переклад передає головне з оригіналу, а це і є основною метою перекладу" [1, 37]. Тому М. Рильський перш за все намагався залишити незмінною манеру письма Верлена, зберегти авторський характер і цілісність аури твору. Для усвідомлення цих особливостей доречним буде порівняти переклади Максима Рильського та Валерія Брюсова, представника "Срібної доби" російської поезії.

Назву вірша П. Верлена "L'heure du berger" Рильський перекладає дослівно – "Щаслива година". Брюсов натомість модифікує назву під власний стиль письма й іменує вірш як "Благословенный час". Така назва, порівняно з перекладом Максима Рильського, має дещо інше емоційне забарвлення і налаштовує читача на сприйняття специфічної ідилічної картини. У Рильського з першої строфи перед нами постає літній теплий вечір, сповнений звуків та динаміки: "Туман, як дим, понад лугами плине, / Танцюючи; лунає крик жабиний" [2]. Порівняння "туман, як дим" викликає асоціацію з теплом, яке лине від багаття. Природа не спить, ще не завершена літня симфонія, ще "мигтять, як іскри, світлячки у гаї" [2]. Брюсов же бачить цю картину інакше – динамічність у нього змінюється на статичність, а ліричного героя обіймає самотність, тиша та холод: "Качается туман; луг холодеет / И спит в дыму; в зеленых тростниках / Лягушка квакает" [3, 50]. Завдяки цьому невеликому порівнянню ми можемо співставити індивідуальний підхід до перекладацької справи кожного з митців.

Захоплений французькою культурою, Максим Рильський проникливо наслідує Верлена. Він співає українською, але в кожному рядку ми ніби чуємо мову французьку, відчуваємо той неповторний романтичний стиль, який притаманний французькій поезії. Ця особливість в перекладах М. Рильського утворює ніби синтез культур України та Франції і свідчить про глибинну спорідненість ментальності народів. Підтверджує цю думку й переклад М. Рильським іншого вірша П. Верлена: "Le ciel est par dessus le toit", або, в українському варіанті, "Тихе небо понад дахом". У даному випадку перекладач зберігає не тільки змістові та стильові особливості твору, а й мелодійність, ритмічність поезії оригіналу. Вражає і точність перекладу більшості лексем. Така майстерність свідчить, по-перше, про глибоке відчуття поетом рідної української та французької мов; по-друге, про близькість світосприйняття українця Рильського та француза Верлена. Максим Тадейович Рильський українець, що глибоко відчуває французьку культуру – така особистісна характеристика письменника впливає з прочитання його перекладів. Саме ця тонка структура душевного складу поета і зумовлює особливість його перекладацької діяльності. Вивчення особливостей українсько-французьких перекладів М. Рильського створює, серед іншого, неабияку перспективу для ґрунтовних досліджень міжкультурних зв'язків України та Франції.

1. Рыльский М. Ф. Искусство перевода: статьи, заметки, письма / М. Ф. Рыльский – М. : Сов. писатель, 1986 . – 335 с.
2. Верлен П. Вірші. Переклади різні / П. Верлен [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ae-lib.org.ua/texts-c/verlaine\\_poesie\\_by\\_other\\_ua.htm#06](http://www.ae-lib.org.ua/texts-c/verlaine_poesie_by_other_ua.htm#06)
3. Верлен П. Романсы без слов / П. Верлен. – СПб. : Терция, Кристал, 1999. – 448 с.

## ПЕРЕКЛАДИ ОЛЕКСАНДРА МІЩУКА

*Ковтун Н.*

*(Ніжинський державний університет ім. Миколи Гоголя)*

*Науковий керівник – канд. філософ. наук, доцент Корнєєва Л. Л.*

Особливим видом діяльності людей є комунікація, основним засобом якої виступає саме мова. «Знання мови іншого народу – суттєвий складник міжкультурної комунікації і найперший крок до встановлення успішного спілкування між представниками різних націй і культур» [1, 248]. Наочним прикладом міжкультурного спілкування є переклади літературного твору іноземною мовою. Дуже багато відомих поетів і письменників не жаліли ані часу, ані таланту, щоб перекласти твір іншого митця на рідну мову і донести його голос до свого народу. Однак значно менше тих, хто з однаковим успіхом перекладає як з іншої мови на рідну, так і з рідної – на іноземну. Тим більш вражає, коли за такі складні завдання береться та успішно їх вирішує не професійний літератор або поет, – як от Олександр Міщук.

Олександр Міщук - фаховий вчитель, викладач німецької мови, який мешкає у Луцьку. Переклад (або, як говорить сам перекладач «переспів») українських народних пісень О. Міщук вважає своїм хобі. Цікаво, що поштовхом до перекладацької діяльності стала необхідність донести зміст українських народних пісень до німецькомовної публіки, перед якою виступають українські музичні колективи. Саме на таких концертах О. Міщук нерідко був ведучим. Вирішивши, що пісня буде краще сприйматися слухачами, якщо вони будуть знати її зміст, він і почав перекладати тексти та декламувати переклади перед виконанням музичного оригіналу.

Специфіка пісенного тексту ставить перед перекладачем складне завдання збереження ритміки оригінала. Такий переклад називається еквіритмічним і вважається одним з найскладніших. Тож

не дивно, що набувши певного досвіду О. Міщук вирішує розширити своє перекладацьке амплуа і береться за нове для себе завдання – переклад з німецької на українську мову.

На сьогодні творчий доробок митця складає низка творів-перекладів найкращі серед яких такі як «ZweiFarben / Два кольори сл. Д. Павличко», «Die Quarkkuchen / Из сиром пироги», «Прощавай же ти, мій любий край / Nunade, dumeinliebHeimatland», «WennalleBrünnleinfließen». «DeutschesVolkslied» та ін.

Особливої уваги заслуговує переклад з німецької мови відомого вірша Генріха Гейне «Die Lorelei». Зроблений цей переклад Олександром Міщуком у 2010 році і також як еквіритмічний. Це один з найвідоміших віршів великого Гейне (а можливо, й усієї німецької поезії), поетична сила та краса якого полягає в тому, «що читач не просто споглядає разом з автором народний лубок, авгадує за його зображенням важливий, глибинний смисл» [2, 11].

Багато письменників зверталися до цієї легенди про дівчину, що на скелі Лорелей співала і заворожувала всіх, хто її слухав. Одні розбивалися об каміння, інші гинули в безодні. У різних версіях легенди з'являлися мотиви «помсти за любов», «договору з царем-демоном Рейну», «кам'яного серця», «пробудження від зачарованого сну». Створений Брентано міф про Лорелею отримав безліч пізніших художніх втілень. Найзнаменитішим перекладом є робота Володимира Левика, який настільки точно відтворив мелодичність вірша Гейне, що з ним складно зрівнятися іншим варіантам перекладу навіть таких майстрів як Маршак, Блок, Первомайський та Ушаков.

Тим не менш, Олександр Міщуку вдалося презентувати своєрідний самобутній переклад, у якому витримано казково-чудесний тон, що створив Г. Гейне. Атмосфера захвату, здивування та напруженого очікування заворожує читача. О. Міщук, як і О. Блок намагався усвоєму перекладі досягти максимальної ритмічної близькості до німецького тексту. Кожен рядок його перекладу дорівнює відповідному рядку оригіналу, а це дозволяє оцінити своєрідність німецької поезії з її ритмами.

Ознайомитися з деякими зразками перекладацької творчості Олександра Міщука можна на сайті «Поетичні майстерні» [3]. Думається, що на часі була б і авторська збірка перекладів, яка б не лише збагатила український поетичний простір, але й посприяла б, у певній мірі, поглибленню українсько-німецьких міжкультурних зв'язків.



1. Лебедева Л. Е. Міжкультурна комунікація: лінгвістичний аспект. // Філологічні студії, 2013, ч 2. С. 246 – 252.
2. Шалагінов Б. Б. Розвиваючи творчу уяву читача: монографічний аналіз вірша Генріха Гейне "Лорелей" / Борис Шалагінов // Іноземні мови в навчальних закладах. - 2004. - № 1. - С. 109-112.
3. Поетичні майстерні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL :<http://maysterni.com/publication.php?id=55754> (укр.) — Переглянуто: 09.02.2015

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ Д. ПАЛАМАРЧУКОМ 19-го СОНЕТА В. ШЕКСПІРА**

*Коренева А.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.*

У статті розглядається порівняльний аналіз оригінального тексту 19 сонету В. Шекспіра та його переклад українською Д. Паламарчука. Хоча вже було проведено багато досліджень даної тематики, інтерес науковців до проблем поетичного перекладу не вщухає, що підтверджується великою кількістю публікацій на цю тему

Перш за все, необхідно зазначити особливості розміщення твору на сторінці: оригінал являє собою суцільний текст, лише останні два рядки виділено дещо більшим відступом від поля [1, 117]. Тип римування ababcdcdefefgg. Використаний метр – п'ятистопний ямб; кількість складів – 10; наголос падає на останній склад. Переклад же розбито на три чотиривірша та один двовірш, за традицією оформлення сонетів українською мовою. Тип римування перекладу той самий, що і в оригіналі – ababcdcdefefgg (але присутні пірихії). Непарні рядки налічують 11, а парні – 10 складів, причому в парних рядках наголос падає на останній, у той час як у непарних – на передостанній склад.

Перший катрен:

Devouring Time, blunt thou the lion's paws, And make the earth devour her own sweet brood; Pluck the keen teeth from the fierce	Левині пазури притуплюй, з пащі Тигриної, о часе, зуби рви, Руйнуй всі витвори землі
---	---



## **КОНЦЕПТ «ПТИЦА» В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ: ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ**

*Мусабаева Д.*

*(Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева,  
г. Астана, Казахстан)*

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Журавлева Е. А.*

В настоящее время в современной лингвистике все большую актуальность приобретают исследования концептов, особенно при изучении национальных и культурных особенностей конкретного этноса, а также в сопоставительном аспекте.

Данная работа посвящена исследованию концепта «птица» и его репрезентации в полиэтничном социуме.

Концепт «птица» уже представлял собой предмет исследования в работах многих лингвистов в сфере концептологии (Волкова В. Б., Москаленко А. В., Казимир И. И. и др.). В данных работах концепт рассматривался в основном как элемент иностранной языковой картины мира. В нашей работе концепт «птица» исследуется как элемент языковой картины мира русскоязычных казахстанцев, вне зависимости от их национальной принадлежности.

Нами проведен социолингвистический эксперимент, который включал в себя: анкетирование, мониторинг, анализ полученных результатов. Основной целью анкетирования было выявление фоновых знаний респондентов, связанных с концептом «птица», в полиэтничной среде Казахстана. В анкетировании приняло участие 40 респондентов разных национальностей: 23 – казахи, 11 – русские, 3 – украинцы, 3 – немцы, возраст которых составлял от 17 до 66 лет.

Респондентам было предложено описать свои ассоциации, связанные со словом «птица», указать «знаковых» птиц для родной и других известных стран, вспомнить, какие качества проявляются при переносном употреблении названия птиц по отношению к человеку, а также назвать традиции, обычаи, приметы и др.

Важным аспектом для формирования ментальности, на наш взгляд, является роль птицы в духовной жизни этноса, выражающейся в произведениях устного народного творчества: пословицах и поговорках. Пословицы и поговорки, создаваясь народом, впитывают в себя его опыт и мудрость. Кирдан Б. П. и Зуева Т. В. определяют пословицы и поговорки как «энциклопедию народных знаний, а также «моральный кодекс» народа» [1, 123]. Они имеют самую тесную, непосредственную связь с языком, являясь образными речевыми выражениями, употребляемыми в устной и письменной речи.

Стоит отметить, что птицы в малых фольклорных жанрах упоминаются довольно часто. В качестве доказательства приведем материал «Словаря русских пословиц и поговорок» В. П. Жукова.

Указанный словарь, по словам самого автора, содержит наиболее употребительные русские пословицы и поговорки, встречающиеся в современном русском языке [2, 9]. Словарь содержит около 1 200 пословиц и поговорок, из них с упоминанием птицы – 58. Все они достаточно частотны, т.е. являются актуальными и для настоящего времени.

Респонденты привели всего 40 пословиц и 5 поговорок. С высокой частотностью встречались следующие пословицы: *Слово не воробей, вылетит – не поймаешь* – 14. *Лучше синица в руках, чем журавль в небе* – 10. Также несколько раз встречались следующие пословицы: *Красна птица пером, а человек – умом* – 2. *Всяк кулик свое болото хвалит* – 2. *Не учи орла летать, а соловья петь* – 2. *Птицы сильны крыльями, а люди – дружбой* – 2. *Виден молодец по походке, а птица – по полету* – 2.

Также в качестве единичных ответов встречались следующие пословицы: *Пуганая ворона и куста боится. Глупа та птица, которой гнездо свое не мило. Без птиц – озеро пустеет, без людей – земля сиротеет. Одна ласточка весны не сделает. Видом орел, а умом тетерев. Воробьи до ста лет прыгают.*

Две самые частотные пословицы, выбранные респондентами, в словаре В. П. Жукова трактуются следующим образом: пословица «*Слово не воробей, вылетит – не поймаешь*» имеет значение «прежде, чем что-либо сказать, надо хорошенько подумать, чтобы потом не пришлось жалеть о сказанном» [2, 305]; пословица же «*Лучше синица в руках, чем журавль в небе*» означает «лучше иметь хоть что-либо в данный момент, чем лишь надеяться на лучшее, большее» [2, 222].

Актуальность этих двух пословиц может объясняться тем, что сегодняшний день заставляет людей вести динамичный образ жизни, люди становятся более расчетливыми, предусмотрительными. Заботясь о будущем, мы стараемся не совершать сегодня того, что может вызвать какие-либо трудности завтра. Мы стараемся «прежде, чем что-либо сказать, хорошенько подумать, чтобы потом не пришлось жалеть о сказанном». Мы не так часто придаемся мечтам, утверждая, что «лучше иметь хоть что-либо в данный момент, чем лишь надеяться на лучшее, большее».

Таким образом, в повседневной речи казахстанцев в малых жанрах фольклора упоминаются птицы, которые помогают отразить чаяния сегодняшнего дня, философский характер отношения к окружающей действительности.

1. Зуева Т. В. Кирдан Б. П. Русский фольклор. – М., 1998. – 400 с.
2. Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок. – М., 1991. – 534 с.

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ

*Шулік С.*

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.*

Дослідження проблем, що виникають під час художнього перекладу. Але зростання інтересу науковців до художнього перекладу призводить до появи більшої кількості публікацій на цю тему.

Художній переклад прози чи поезії – це мистецтво, творчість. Художній переклад повинен зберігати атмосферу сюжету, стиль автора. Тому основна мета художнього перекладу - збереження ідіостилію. Ідіостиль (індивідуальний стиль) – система змістовних і формальних лінгвістичних характеристик, властивих творам певного автора, яка робить унікальним втілений у цих творах авторський спосіб мовного вираження [1, с. 145].

Твори художньої літератури протиставляються іншим творам завдяки тому, що для них провідною є одна із комунікативних функцій, а саме – художньо-естетична. Основною метою будь-якого художнього твору є створення художнього образу.

**Основні вимоги** до перекладу художньої літератури, яким має слідувати перекладач:

**1) Точність.** Перекладач повинен донести до читача всі думки, висловлені автором. При цьому важливо зберегти не тільки основні положення, але також нюанси і відтінки вислову. Піклуючись про повноту передачі вислову, перекладач разом з тим не повинен нічого додавати від себе, не повинен доповнювати і пояснювати автора. Це також було б спотворенням тексту оригіналу.

При перекладі прози перед перекладачем постає проблема неспівпадання у смисловому навантаженні і стилістичній виразності слів та зворотів різних мов. Але у прозі слово несе перш за все змістове навантаження і є виразником стилістичного тону, а в поезії слово стоїть в ритмічному ряді поетичного твору, і це призводить до певної зміни його якостей. Спроба відтворити у поетичному творі усі конструктивні елементи неодмінно призведе до втрати гармонії твору, тому необхідно визначити, які елементи в даному творі є головними і відтворити їх з усією можливою точністю, не звертаючи, або звертаючи неістотно, увагу на інші. Як зазначають науковці, переклад повинен звучати як оригінальні вірші і це один з елементів точності чи вірності. Але через призму приймаючої мови повинні чітко відчуватись національний дух та національна форма оригіналу, а також індивідуальний стиль поета. Перекладач поетичних творів повинен пропонувати своїм читачам з кожним новим перекладом нові образи, нові форми, нові стилі, і в кожному перекладі повинен вгадуватися його особистий стиль [2].

**2) Лаконічність.** Перекладач не повинен бути багатослівним, думки повинні бути викладені в максимально стислій і лаконічній формі.

**3) Ясність.** Лаконічність і стислість мови перекладу, проте ніде не повинна бути неясність викладу думки, її нерозуміння. Слід уникати складних і двозначних оборотів, що ускладнюють сприйняття. Думка має бути викладена простою і зрозумілою мовою.

**4) Літературність.** Як уже зазначалося, переклад повинен повністю відповідати загальноприйнятим нормам літературної мови. Кожна фраза повинна звучати влучно і природно, не зберігаючи ніяких слідів синтаксичних конструкцій оригінального тексту [3].

На основі виконаного дослідження можна зробити висновок, що художній переклад має двосторонній характер: з одного боку він є результатом міжлітературної комунікації, в той же час він багато в чому обумовлює і визначає її. Традиційно вважається, що основна функція перекладу – інформативна, оскільки теорія художнього перекладу не виходила за рамки національно-літературного процесу, або розуміла його надто односторонньо. Проте нині переклад виконує дві основні функції: інформативну і творчу. Отже, художній переклад – це відтворення засобами рідної мови особливостей чужоземного літературного тексту в нерозривній діалектичній єдності його змісту і форми. Переклад є одним з важливих елементів сприйняття літератури іноземною мовою.

1. Комиссаров В.К. Теория перевода. – Москва: Высшая школа, 1990г. – 253 с.
2. [http://www.rusnauka.com/10\\_NPE\\_2009/Philologia/44108.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_NPE_2009/Philologia/44108.doc.htm)
3. [http://antario.kiev.ua/ua/1\\_3](http://antario.kiev.ua/ua/1_3)

## МІСЦЕ МИКОЛИ ЛУКАША В ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ. НОВАТОРСТВО МАЙСТРА

Шумило І.

*(Сумський державний університет)*

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Жулавська О. О.*

Історія українського художнього перекладу являється історією творчості багатьох особистостей. Один з найвідоміших – Микола Лукаш, який увійшов в українську культуру як словолуб і мислитель. “Вимовиш оці слова – перекладач, художній переклад, – писав Григорій Кочур, – і мимоволі на думку спадає Микола Лукаш, так, ніби в його імені ці терміни персоніфікувалися” [3, 515].

Перекладацька спадщина нашого відомого земляка-кролевчанина відноситься до кращих зразків світового надбання. Про нього можна говорити в різних аспектах: як про ерудованого поліглота і глибокого знавця рідної української мови; науковця з енциклопедичними знаннями і вдумливого дослідника та критика; ретельного лексикографа; митця, в особі якого рідкісно поєднався талант поета, прозаїка і драматурга. Та передусім ім'я М. Лукаша асоціюється з українським художнім перекладом і символізує якісно новий етап у його розвитку. Саме переклад став могутнім покликанням М. Лукаша, потужним центром, у якому сконцентрувався весь талант і знання мовознавця. А результатом цього – сотні й тисячі перекладів, яскравих, довершених, неповторних. Дослідження Р. Зорівчак, Б. Чернякова, М. Сереженка [1] дають змогу познайомитися з Лукашем не тільки як з Майстром слова, але як з людиною, відкривають витoki його багатогранного таланту.

У своїх наукових працях В. Савчин та Р. Зорівчак [1] спробували виявити особливості перекладацького стилю М. Лукаша та визначити основні засади перекладацької концепції.

Творчий доробок Миколи Олексійовича – вагомий, включає праці у сфері художнього перекладу, перекладознавства, мовознавства. Професійні переклади М. Лукаша з майже двадцяти мов та понад ста авторів відображають найкращі приклади світової літератури, даючи змогу зрозуміти, що український художній переклад досягнув якісно нового рівня. Також слід сказати, що лексико-фразеологічна картотека, укладена М. Лукашем, є джерелом для створення сучасних лексикографічних праць та для вивчення історії української мови.

Миколу Олексійовича вважають митцем-новатором, який збагатив українську перекладацьку школу багатьма власними знахідками, пов'язаними із соціокультурним контекстом, де і відбувається переклад; нове, за М. Лукашем, – це добре забуте старе. Віджилої лексики нема, натомість є нагромаджений і відшліфований століттями пласт пасивних лексико-фразеологічних ресурсів, які необхідні активізувати [4, 8].

Синонімічне розмаїття перекладів М. Лукаша засвідчує як мовне багатство перекладача, так і невичерпні можливості української мови. Митець широко використовував словесні образи, які зберігають свіжість та новизну оригіналу [7, 703]. Виразно ознакою перекладацького стилю М. Лукаша є елементи переспіву у власне структурі перекладу.

Давно побутує думка про те, що велике бачиться на відстані. Отож, з плином часу роль Миколи Лукаша і його особистий вклад в розвиток українського перекладознавства стають вагомішими, а новаторські надбання-ціннішими. Валерій Шевчук, оцінюючи творчість великого Майстра зазначив: «Микола Олексійович для культурного українця не просто один з найблискучіших перекладачів – він особлива, неповторна ланка нашого літературного процесу, невід’ємна частка нашого спільного творчого буття»[11].

1. Зорівчак Р. П., Савчин В. Р. Лукаш Микола Олексійович // Українська мова. Енциклопедія. Вид. 2-е, виправл. і доповн. - К.: Вид-во “Українська Енциклопедія” ім. М.П. Бажана, 2004.
2. Кочур Г. Феномен Лукаша // Кочур Г. Література та переклад: Дослідження. Рецензії. Літературні портрети. Інтерв’ю: у 2 т. / Г. Кочур; упоряд. А. Кочур, М. Кочур; передм. І. Дзюби, Р. Зорівчак. – К. : Смолоскип, 2008. – Т. 1. – С. 515).



3. Савчин В. Р. Творчість М. Лукаша в історії українського художнього перекладу: [До 80-річчя від дня народження] // Дивослово. – 1999. – № 12. – С. 7-10.
4. Череватенко Л. В. Сподівають, ніхто не скаже, що я не знаю української мови: післямова// Фразеологія перекладів Миколи Лукаша: Словник-довідник/ уклад.: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. - К., 2002.
5. [www.litopys.lviv.ua/katalog/pdf/lukash.pdf](http://www.litopys.lviv.ua/katalog/pdf/lukash.pdf)

## ЗМІСТ

LACUNARITY vs. TRANSLATION. *S. O. Shvachko, D. Litt, Prof*.....

С.  
3

### С Е К Ц І Я

#### "АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МОВОЗНАВСТВА"

CONCEPT "NOTHING". LINGUISTIC WORLD PICTURE. <i>Bykova K.</i> ...	5
INTRALINGUAL ENTITY OF THE SILENCE CONCEPT. <i>Dmytrenko I.</i> .....	6
СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ СКЛАДОВИХ ПРИВАТНОГО ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕННЯ. <i>Домашенко Т.</i> .....	8
INTERLINGUAL MODI OF THE CONCEPT NOTHING. <i>Zaika I.</i> .....	10
ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СТИСЛИХ ГАЗЕТНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ. <i>Калмикова В.</i> .....	12
THE EQUIVALENCY OF THE TERMINOLOGY IN LEGAL TEXTS. <i>Kardashevska O.</i> .....	14
ГЕНДЕРНО МАРКОВАНІ ОДИНИЦІ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ. <i>Кисла А.</i> .....	16
NEGATION VS HETEROGENEOUS LEVELS OF THE ENGLISH LANGUAGE. <i>Kulemina O.</i> .....	18
НЕОЛОГІЗМИ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ СФЕРИ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ ДЖ. БУША). <i>Курило Т.</i> ...	20
ВПЛИВ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНТЕРНЕТУ НА РОЗВИТОК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ. <i>Лац К.</i> .....	22
CONCEPTUAL COMPREHENSION OF IRONY. <i>Levchenko K.</i> .....	24
PHILOSOPHICO-LINGUISTIC BACKGROUND OF THE PROBLEM NOTHING. <i>Marchenko A.</i> .....	26
КОМЕРЦІЙНА РЕЦЕНЗІЯ. <i>Микитенко А.</i> .....	28
THE PROBLEM OF UNDERSTANDING WRITTEN TEXTS (EFL ENGINEERING STUDENTS). <i>Nikonova E., Pronina A., Muzzarelli J.</i> ..	30
УСТОЙЧИВЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ И ОБОРОТЫ В НАУЧНОЙ РЕЧИ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК). <i>Овчинникова И., Марини К.</i> .....	33
ЗВ'ЯЗОК МІЖ МОВОЮ І МИСЛЕННЯМ. <i>Петухова А.</i> .....	36
CATEGORIZATION VS CONCEPTUALIZATION. LINGUO-COGNITIVE COMPREHENSION OF CATEGORY "NOTHING". <i>Pyshchuk N.</i> .....	38
ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КЛІКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК У НІМЕЦЬКІЙ МОВІ. <i>Поліщук І.</i> .....	40
СЕМАНТИКО-КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУ МАЙДАН НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ. <i>Рогоза І.</i> ...	42
VERBAL AND NONVERBAL MEANS OF NEGATION. <i>Sakharova N.,</i>	

<i>Anokhin Y.</i> .....	44
STATUS OF NEGATION IN COGNITIVE PROCESS. <i>Serhiienko A., Tur V.</i> .....	47
NEGATION MARKERS VS LANGUAGE MODUS. <i>Sirobaba L.</i> .....	48
МОДЕЛЮВАННЯ ФРЕЙМА-СЦЕНАРІЮ <i>МАЙДАН</i> НА МАТЕРІАЛІ КОРПУСУ БРИТАНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ. <i>Степанов В.</i> .....	50
СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СТАТЕЙ. <i>Хаба Н.</i> .....	52
ЛІНГВІСТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «СЛЕНГ». <i>Хлюстова А.</i> ....	55
СУБСТАНТИВАЦІЯ ЧИСЛІВНИКІВ У АНГЛІЙСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ. <i>Чорнобривець Є.</i> .....	56
КАТЕГОРИЯ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ. <i>Шаймерденова Д.</i> .....	58
ВЕРБАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛІМЕНТУ В СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ФАТИЧНІЙ МЕТАКОМУНІКАЦІЇ. <i>Шкіль І.</i> .....	61
СЕМАНТИЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ АНТРОПОНІМІВ У СКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ). <i>Щербаченко К.</i> .....	63

## С Е К Ц І Я

### "ПЕРЕКЛАД ТА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ"

ТРУДНОЩІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ. <i>Гармаш В.</i> .....	66
ОСОБЛИВОСТІ АНТОНІМІЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ (НА МАТЕРІАЛІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ). <i>Гарцунова Л.</i> .....	67
ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ. <i>Кревсун Я.</i> .....	71
МОВЛЕННЄВА СИТУАЦІЯ ПЕРЕКЛАДУ ЯК ВУЗЬКИЙ КОНТЕКСТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕКЛАДАЧА. <i>Кривошея В.</i> .....	73
СЦЕНАРИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР КАК ЖАНР ПЕРЕВОДА. <i>Лапин А.</i> .....	75
УКРАЇНОМОВНІ ТА РОСІЙСЬКОМОВНІ ПЕРЕКЛАДИ Р. БРЕДБЕРІ У КОНТЕКСТІ СПЕЦИФІКИ ФАНТАСТИЧНОГО ТЕКСТУ. <i>Ломоносов М.</i> .....	77
СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ. <i>Матузка В.</i> .....	79
TO THE TECHNICAL TRANSLATIONS FEATURES. <i>Nikonova E.</i> .....	80
МЕЖІ УСУНЕННЯ ПОМИЛОК У ПЕРЕКЛАДІ. <i>Романенко А.</i> .....	82
ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОР (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ). <i>Філоненко А.</i> .....	84
ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА:	

**С Е К Ц І Я**  
**"ДИСКУРСИВНА ЛІНГВІСТИКА"**

ПРИЙОМИ МОВЛЕННЄВОГО МАНІПУЛЮВАННЯ У ПЕРЕДВИ- БОРЧОМУ АМЕРИКАНСЬКОМУ ДИСКУРСІ. <i>Вірчак Г.</i> .....	89
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ. <i>Глуховець А.</i> .....	91
ДЕТЕРМІНОЛОГІЗАЦІЯ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ США. <i>Дяченко І.</i> .....	92
ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО АНГЛО- МОВНОГО ДИСКУРСУ ФЕНТЕЗІ. <i>Кадуріна В.</i> .....	95
ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДИСКУРСИВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ. <i>Мізін Є.</i> .....	97
ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ <i>ТЕРОРИЗМ</i> В БРИТАНСЬКОМУ ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ 2014 РОКУ. <i>П'янтковська А.</i> .....	98
ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МЕДІАДИСКУРСІ. <i>Телегіна Д., Хантер Л.</i> .....	100
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОЇ КОМУНІКА- ЦІЇ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ. <i>Хвостик Ю.</i> ...	102
ІМПЛІКАТИВНИЙ КОМПОНЕНТ АНГЛОМОВНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ. <i>Щербак Е.</i> .....	104

**С Е К Ц І Я**  
**"ПРОБЛЕМИ СТИЛІСТИКИ І ЛІНГВІСТИКИ ТЕКСТУ"**

ОТРАЖЕНИЕ СПЕЦИФИКИ НОМИНАЦИЙ РОДСТВА В КАЗАХСКИХ ПОСЛОВИЦАХ. <i>Абыльбекова А.</i> .....	106
ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА КАЗАХСКОГО ТОСТА. <i>Акпентаева А.</i> .....	108
ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ. <i>Александрова Г.</i> .....	110
МОЛОДІЖНА ЛЕКСИКА СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ІНТЕНСИВНОГО ВЖИВАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ. <i>Васильєва А.</i> .....	112
ВИКОРИСТАННЯ РЕАЛІЙ ЯК ЗАСОБУ ПІДСИЛЕННЯ КОМІЧНОГО В АНГЛОМОВНИХ СИТКОМАХ. <i>Король А., Рухлов Ю.</i> .....	114
ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ В НІМЕЧЧИНІ. <i>Красовська А.</i> .....	116
ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ГАЗЕТНИХ ТЕКСТІВ. <i>Помаз В.</i> .....	118
К ВОПРОСУ О ЖАНРАХ НАУЧНОГО СТИЛЯ (АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК). <i>Сизагин М.</i> .....	120

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У АНГЛОМОВНІЙ ГАЗЕТНІЙ РЕКЛАМІ. <i>Шило Н.</i> .....	123
СЕМАНТИЧНА НАПОВНЕНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ В США. <i>Шмат О.</i> .....	125

**С Е К Ц І Я**  
**"МЕТОДОЛОГІЯ Й МЕТОДИКА СУЧАСНИХ**  
**ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ"**

ТАЙНИЙ СМЫСЛ «БУКИ» В ДРЕВНЕРУССКИХ ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ. <i>Алиева И.</i> .....	128
РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЛОШАДЬ» В МАЛЫХ ЖАНРАХ ФОЛЬКЛОРА РУССКОГО И КАЗАХСКОГО НАРОДОВ. <i>Бисимбаева Г.</i> .....	130
ПОЕЗИЯ ПОЛЯ ВЕРЛЕНА У ПЕРЕКЛАДАХ МАКСИМА РИЛЬСЬКОГО. <i>Година Т., Фастова М.</i> .....	133
ПЕРЕКЛАДИ ОЛЕКСАНДРА МЩУКА. <i>Ковтун Н.</i> .....	135
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ Д. ПАЛАМАРЧУКОМ 19-го СОНЕТА В. ШЕКСПІРА. <i>Коренева А.</i> .....	137
КОНЦЕПТ «ПТИЦА» В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ: ОТРАЖЕ- НИЕ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ. <i>Мусабаева Д.</i> .....	139
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ. <i>Шулік С.</i>	141
МІСЦЕ МИКОЛИ ЛУКАША В ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ, НОВАТОРСТВО МАЙСТРА. <i>Шумило І.</i> .....	143

Наукове видання

**ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ІННОВАЦІЇ**

**МАТЕРІАЛИ**

**V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ**

**НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Суми, 12–13 березня 2015 року)

Відповідальний за випуск І. К. Кобякова  
Комп'ютерне верстання Н. М. Балакіревої

Стиль та орфографія авторів збережені.

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 8,84. Обл.-вид. арк. 8,07. Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач  
Сумський державний університет,  
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.