

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Мар'яна Батенчук

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-82

THE PHENOMENA OF POLYSEMY AND HOMONYMY IN THE ENGLISH TERMINOLOGY

While the ideal variant of a term, which has only one meaning is very rare, most of the terms in English are polysemantic. The phenomena of terminological polysemy and homonymy were studied by many linguistic scholars and became a subject of the numerous discussions connected with their role in the terminology and influence on its functioning.

The reasons of terminological polysemy appearing are connected with traditional functioning of a term, its semantic relationships, lack of vocabulary in relation to the number of concepts and differentiation of scientific concepts related to a phenomenon. Simultaneously, according to most linguists, homonymous terms arise by borrowing, also as a result of polysemy and random sound matches.

Polysemy is a linguistic term for a word's capacity to carry two or more distinct meanings. According to a functioning of a term in one or more terminological systems, it is divided into internal and external polysemy. Homonymy is defined as a process of existence of two or more words identical in sound and spelling but different in meaning. Homonymous terms can be both internal-functioning in one terminological system and interdisciplinary, belonging to different fields of science. Polysemy and homonymy appear to be indissolubly linked, since a homonym is considered to be the boundary semantic variation of words. These phenomena create a problem in terminological translation. This process requires the special accuracy, great attention to the properties of a term, to the context, in which it's realized and extra knowledge and skills of a translator.

Polysemy and homonymy of terms in the English language reflect the deepening, the specification and development expertise, form the basis for the gradual process of reinterpretation of the terminological elements and provides the necessary ability of the language means economy.

Ю.В.Буляк

ННІ КРД НА СБ України, філологічний факультет, Д-091

ВПЛИВ АНГЛІЦИЗМІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Наприкінці ХХ - на початку ХХІ ст. активізувалися українсько-англійські мовні контакти. Результатом стала значна кількість запозичень у різних сферах діяльності. Наприклад, в економіці, політиці, торгівлі: *бюджет, демпінг, долар, чек*; в спорті: *аут, голкіпер, форвард*; в їжі: *кекс,*

пудинг, пуши, сандвіч та інші.

Особливо зросла кількість запозичених англіцизмів для найменування нових явищ, наявних в англомовній світовій практиці, і які з'явилися у мові у зв'язку з політичними та економічними реформами.

Дослідженням проблеми запозичення займалися такі дослідники як: О. Ахманова, В. Виноградов, О.Пономарів, Д.Шмельов та інші.

Процес запозичення іншомовних слів неоднозначно впливає на розвиток української мови. Постає питання: чи варто використовувати запозичення в рідній мові? Ця проблема і стала об'єктом нашого дослідження. На основі текстів сучасних засобів масової інформації нами було виявлено лексеми, які активно проникають у сучасну українську мову, а також визначено ступінь їх асиміляції.

Література

1. Козир Є. Проблеми унормування чужомовних запозичень // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. – Вип. IV. – К.: КНЕУ. – 2001. – С. 245-247.
2. Радук В. Мова в Україні: стан, функції, перспективи // Дивослово. – №4. – 2002.
3. Словник іншомовних слів / Уклад.: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута. – К.: Наук. думка, 2000.

Анна Гірич

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-61

МОВНА «КАРТИНА СВІТУ» АНГЛІЙСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО НАРОДІВ (НА БАЗІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ЧУТТЄВОЇ СФЕРИ ЛЮДИНИ)

У ході практичного дослідження було проаналізовано 1088 фразеологічних одиниць (далі ФО) на позначення емоційно-чуттєвої сфери людини, які було розподілено на 10 семантичних груп згідно із класифікацією К. Є. Ізарда.

Семантичне поле ФО на позначення гніву, люті коливається від незначного ступеня вираження емоції гніву (*to contract one's brows – насуплювати брови*), до найвищої міри прояву люті (*to be put for scalps – жадати крові*) і аж до активних фізичних проявів ненависті та злоби (*to admit daylight into one – убити, застрелити когось*).

Згідно результатів дослідження, вербалізуючи стан крайнього емоційного напруження і збудження, англійці та українці звертаються до своїх спостережень за навколишньою дійсністю, зокрема, за небесними природними явищами (*out of the blue – грім серед ясного неба*) та вогняною стихією (*to be on fire – бути збудженим*). Цей стан також сприймають як

перебування душі чи серця у незвичному для них місці, проте локалізація органу почуття не конкретизована: *to loose one's heart* – душа (серце) не на місці. А іноді, згідно із асоціаціями англійців, серце, як основний орган вияву почуття кохання, виявляється локалізованим поблизу предмета обожнювання: *to have one's heart fixed on (upon) sb., sth.* – схилитися на когось, чомусь.

В прагненні висловити почуття задоволення та радості англійці та українці звертаються до своїх спостережень за навколишньою природою, зокрема, за небесними стихіями (*to cloud cuckoo land* – літати в хмарах; *to be in seventh heaven (on cloud nine)* – бути на сьомому небі). Цей стан також сприймається як перебування людини у звичному для неї середовищі: *to be in one's element* – бути у своїй стихії.

Відчуття горя, страждання в англійському та українському психоментальному просторі аналогізується із відчуттям фізичного болю, що різниться за характером і тривалістю: *one's heart is rending (is tearing) asunder* – серце розривається на шматки. Ці переживання сприймаються також як самовільна руйнація: *(one's) heart is breaking* – серце крається. Страждання також сприймається англійцями як тривалий, одноманітний, слабкий за характером вияву психічний стан: *to stew (melt) in one's own grease* – страждати від власної нерозважливості.

Вербалізуючи ці почуття (презирства та зневаги), англійці та українці проводять паралель із небесною стихією, акцентуючи увагу на русі вгору: *to go about with one's head in the air* – задирати носа; *to ride high* – високо себе нести; *to walk on stilts* (досл. ходити на ходулях) – високо себе нести.

За результатами нашого дослідження 110 ФО (10,1%) досліджуваних фразеологізмів виражає негативне і руйнівне. Семантичне поле ФО на позначення страху, жаху проявляється у широкому спектрі почуттів: від легкого побоювання (*all of a dither* – побоюватися) до панічного страху (*to get the fright of one's life* – перелякатися на все життя). Цікавим є емоційний стан благоговійного, побожного страху, який межує із почуттям радості: *to stand in awe of sb.* – відчувати побожний страх перед кимось.

ФО, що передають почуття здивування, не мають чітко визначеної оцінної характеристики, оскільки на формування та інтенсивність виявлення позитивної чи негативної оцінки емоційного стану впливає контекст.

Яна Гулакова
МЦП ННІ КРД НА СБ України

PUNS IN NAMES OF PLACES

The pun is a stylistic device based on the interaction of two well-known meanings of a word or phrase. It is independent, that means that there need not necessarily be a word in the sentence to which the pun refers, but it must depend on a context [1:148, 151].

Such use of words or phrases exploits ambiguities and innuendoes in their meaning, usually for humorous effect. These ambiguities can arise from the intentional use and abuse of homophonic, homographic, metonymic, or metaphorical language. In a pun one uses a correct expression that alludes to another (sometimes correct but more often absurdly humorous) expression. Puns may be regarded as in-jokes or idiomatic constructions, given that their usage and meaning are entirely local to a particular language and its culture. Like other forms of wordplay, pun is occasionally used for its attention-getting or mnemonic qualities, making it common in titles and the names of characters, organizations, place, in advertising and slogans. So here are the shamelessly funny names of them found on the main streets and high streets of English-speaking world.

LITERATURE

- Galperin I. R. Stylistics / I. R. Galperin. – M.: Higher School Publishing House, 1971. – 343 p.

Юлія Деменко

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЧАСОВИХ ФОРМ ПРISУДКА В НІМЕЦЬКИХ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТАХ

Науково-технічний стиль характеризується логічною послідовністю викладу, упорядкованою системою зв'язків між частинами висловлювання, прагненням автора до точності, стислості, однозначності при збереженні насиченості змісту.

В науково-технічному стилі дієслово ніби втрачає конкретну часову співвіднесеність, що обумовлено специфікою комунікативних завдань наукового спілкування. Тими ж причинами можна пояснити надзвичайно малу «вагу» в наукових текстах форм кон'юнктиву.

Частота вживання в наукових текстах пасивної форми дієслова пояснюється тим, що за опису механізму, процесу, структури увага зосереджується на них самих, а не на діячеві.

Абсолютно домінуючою часовою формою індикатива в науково-технічному тексті є форма презенса, так званий *Presens Generalis*, що дозволяє оформити висловлювання у вигляді констатації факту або логічного судження. Для науково-технічного пізнання більш суттєвий не

час, як такий, а найменування процесів і дій, направлених від суб'єкта, чи направлених на нього.

У технічних текстах підвищується частотність не лише двочленного, але й тричленного пасиву. У більшості випадків, коли можливий як пасив, так і актив, перевага все ж надається пасиву.

Функціональність граматичних моделей в науково-технічній літературі супроводжується якісними та кількісними зрушеннями. Модальні дієслова у поєднанні з інфінітивом утворюють найбільш частотні дієслівні конструкції. Різке підвищення частотності двочленного та тричленного пасиву в технічних текстах активізує використання конструкцій, що здатні виступати в якості його синонімів.

У той же час здатність пасиву виражати значення стану і його використання в ситуаціях, де згаданим, чи незгаданим діячем є предмет, а не особа (автоматичні процеси) змінює характер його синонімічних зв'язків. Область синонімічних зв'язків з конструкцією з безособовим займенником *man* звужується, а з конструкцією *sein* + *Partizip II* і зворотною конструкцією, навпаки, розширюється.

Анна Завгородня

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-81

ГУЦУЛЬСЬКИЙ ДІАЛЕКТ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Українська діалектна мова є складною ієрархією діалектних одиниць, кожна з яких функціонує на певній обмеженій території і характеризується певними специфічними ознаками різних структурних рівнів, якими вирізняється з-посеред інших. У сучасній українській діалектології розрізняють три наріччя, або діалектні групи: 1) поліську, або північноукраїнську; 2) південно-західну; 3) південно-східну. Дані групи мають ще ряд підгруп, так гуцульський говір входить до південно-західної діалектної групи та галицько-буковинської групи говорів. Гуцульський (східнокарпатський) діалект або говірка має ряд фонетичних та морфологічних ознак. Серед фонетичних варто назвати такі: а) звук [e] характеризується обниженою артикуляцією і набирає забарвлення [a], звучить як [ä] *кле^an* – *клен*; б) ширша, дещо обнижена артикуляція и в напрямку до [e] *жйто* – *жито*; в) м'які [т'] [д'] заступаються [к'] [г'] *к'існо*, *г'іло*; г) збереження давньої м'якості [р'] *косбр'*, *зор'й*; д) шиплячі зберігають давню м'якість *душ'й*; е) ствердіння [ц], зокрема в кінці слів, а також перед [a], [y] *швец*, *кунь'ца*. До морфологічних ознак належать: а) у дієслівних формах 1.ос. одн. і 3 ос. мн. тепер. часу немає після губних вставного л *роб'йу*, *вони робе*; б) втрата кінцевого т у 3-й ос. одн. теп. ч. дієслів II дієвідміни (*вони ходе*); в) стягнені закінчення -т у 3-й ос. одн. теп.

ч. дієслів I дієвідміни (*вони' знат*); г) форма умов. сп. може творитися поєднанням часток *биех*, *би* і форми мин. ч. (*носи'у биех*, *просі'єлие биесмі*); д) найвищий ступінь порівняння прикметників + частка *май* – *майвишчей*; е) у 2.ос.одн. атематичні дієслова мають форму *йи'*, *даш'*. Крім того існує безліч відмінностей між значеннями слів: *матірка* – *мати*, *абіх* – *щоб*, *байкувати* – *розмовляти*, *розповідати*; *квас* – *щавель*; *корч* – *кущ* і т.д.

Отже, українська мова має безліч говірок однією з яких є гуцульська, яка має певні особливості, які відрізняють її від літературної української мови.

Зіневич С.Д.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-73

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ У ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ДЖ. КЕРУАКА «НА ДОРОЗІ»)

Безеквівалентна лексика, як обов'язкова складова частина художньої літератури, відображає національно-культурну специфіку мови на лексичному рівні. Безеквівалентна лексика відображає особливості певної культури. Це дослідження ілюструє своєрідність вживання лексичних одиниць у романі Джека Керуака «На дорозі» та їх передачі в україномовному перекладі.

Як і в будь-якому творі присвяченому подорожам, в романі «На дорозі» найчастіше за все зустрічаються топоніми, такі як *Holland Tunnel* (Тунель Холанд) та *Mill City* (Міл-смі), антропоніми *Babe Raulins* (Бейб Раулінс), *Simarron* (Сімарон), а також інші власні назви, як наприклад: *LSU* (Футбольна збірна Університету Луїзіани). Ономастичні одиниці, які мають певне семантичне навантаження перекладаються за іншими моделями: переклад смислового власного імені *Old Bull Lee* (Старий Бик Лі) відбувається за допомогою калькування, перекладу кожної складової цього антропоніма, те ж саме відбувається при перекладі смислового топоніма *Bear Mountain* (Ведмежа гора). Також калькування застосовується при перекладі ономастичної перифрази *Chad the Nietzschean Anthropologist* (Ніцшеанський антрополог Чад). В багатьох випадках зустрічаються змішані моделі – калькування+транслітерація/транскрипція: *South Halsted* (Південний Холстед), *Big Ed Dunkel* (Великий Ед Данкел) і т.д.

В цьому романі, як і в інших художніх текстах, власне неологізми зустрічаються не так часто як авторські оказіоналізми, як наприклад *white corn-fed teeth* (виплекані на кукурудзі білі зуби) та *a hotrod kid* (якийсь малий на «хотроді»). На цих прикладах можна побачити уточнення, коментар при перекладі. Експлікаційна модель виступає в цих випадках засобом

декомпресії при перекладі. В багатьох випадках перекладач застосовує заміну алюзії, передає стилістичне забарвлення одиниці використаної у тексті оригіналу, упускаючи її семантичне навантаження. Прикладом заміни алюзії може бути такий оказіоналізм: *she'd apparently whored a few dollars* (Вона вициганула кілька доларів). Заміна алюзії в цьому випадку найяскравішим чином передає емоційне навантаження оказіоналізму.

У романі Керуака «На дорозі» терміни та екзотизми найчастіше перекладаються цільовою мовою за допомогою транскрипції або транслітерації, після якої йде опис або перекладацький коментар. Наприклад: *bor* (різновид джазу «бон»).

Більшість одиниць безеквівалентної лексики передається за допомогою транскрипції, транслітерації, або калькування. Опис, перекладацький коментар та заміна алюзії використовується перекладачами не так часто, у випадках коли стилістичний колорит, або семантичне навантаження певної одиниці є надзвичайно важливим для сприйняття тексту.

Ольга Коваль

факультет лінгвістики НТУУ «КПІ», ЛА-73

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З ПОРІВНЯННЯМ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Наше дослідження було присвячено темі „Фразеологізми з порівнянням в англійській та українській мовах”. Для того, щоб дослідити обраний матеріал, необхідно було спершу дати чітке визначення фразеологізму й визначити область, яку він охоплює. Зроблений аналіз наукової літератури показав, що вчені й досі не мають єдиного принципу класифікації ФО. У дослідженні було розглянуто класифікацію Виноградова, О.В. Куніна, І.В. Арнольд, Є.Ф. Арсентьевої та І. В. Корунця.

Дослідження компаративних фразеологізмів в англійській мові проводили такі вчені, як Н.Н.Амосова, Г.М.Котенева, І.І.Гуменюк, К.Т.Баранцев, Г.Б.Антрушина, John Sinclair, Richard A.Spears.

Компаративними фразеологічними одиницями називаються стійкі та відтворювані словосполучення, фразеологічна специфіка яких засновується на традиційному порівнянні. Структурно-семантична своєрідність фразеологічних одиниць цієї групи полягає в тому, що характеристика якості або дії відбувається через порівняльну групу або порівняльне підрядне речення, що вводиться сполучниками

Основними шляхами перекладу ФО є фразеологічні еквіваленти, тобто коли загальне значення фразеологізму не дорівнює сумарному значенню його компонентів, часто це значення не має нічого спільного із

значеннями слів, які входять до нього. Повні еквіваленти – це українські еквіваленти, які, в своїй більшості, є моно еквівалентами англійських фразеологізмів, й співпадають з ними за значенням, лексичним складом, образністю, стилістичною спрямованістю й граматичною структурою. Частковий еквівалент, який містить лексичні, граматичні або лексико-граматичні розходження при наявності однакового значення однієї й тої самої стилістичної спрямованості.

Переклад компаративних ФО може здійснюватись за допомогою аналогічної фразеологічної одиниці в мові перекладу або фразеологічної одиниці з однаковим переносним смислом, але іншим образним наповненням.

as naked as a jaybird – голий, в чому мати народила

as sick as a dog – дуже хворий

as cold as ice – холодний як крига

as plain as day – ясно як день

Труднощі перекладу фразеологізмів починаються з їх розпізнавання в тексті. Другою важною умовою в процесі розпізнавання ФО є вміння аналізувати їх мовленнєві функції. Маючи справу з фразеологічними одиницями при перекладі, перекладач повинен не лише добре знати обидві мови, але й бути здатним аналізувати культурно-історичні й стилістичні аспекти оригінального тексту, зіставляючи їх з можливостями мови перекладу й культури.

Кожевник М. С.

На СБ України, факультет філології, Д-091

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ

Переклад спеціалізованої літератури пов'язаний із значними труднощами, що обумовлені з одного боку особливостями стилю, з іншого боку термінологічним апаратом, що притаманний кожній окремій галузі. Термін – це нейтральне слово, чи словосполучення, яке вживається для точного вираження понять та назв предметів [3].

Юридичні терміни поділяються на три групи, тому їх можна охарактеризувати з різних точок зору за ознакою «зрозумілості»:

1. Загальнозначущі терміни (вживаються в повсякденному змісті і зрозумілі усім): *attestor* – біженець, *evidence* – свідок, *testator* – заповідач.

2. Спеціальні юридичні терміни, які мають особливий правовий зміст: *necessary defence* – необхідна оборона, *satisfaction of a claim* – задоволення позову [2].

3. Спеціально-технічні терміни, що відбивають область спеціальних знань: *inadequate goods* – недоброякісна продукція, *safety regulations* –

правила техніки безпеки.

Таким чином, головною проблемою перекладу юридичних термінів та термінів-словосполучень є не тільки їхня багатозначність як серед різних галузей науки, так і всередині самої юридичної галузі тексту, а й поліпшення рівня загальних знань [1].

Література

1. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. – Вінниця: Нова книга, 2008. – 130 с.
2. Голікова Ж. А. Перевод с английского на русский. – М.: Новое знание, 2008. – 185 с.
3. Енциклопедичний юридичний словник. – К., 2001. – 256 с.

Коржевська Н.П.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН 81

ПРИЧИНИ ПОМИЛОК ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

Німецька мова, подібно кожній розвиненій мові, інтегрує сьогодні багато нових слів з різних мов світу. Інтернаціональна лексика є частиною даного процесу.

У мовознавстві проблема збагачення мови іншомовними словами розглядається в багатьох дослідженнях, присвячених змінам у її лексичному складі. Серед них слід виділити роботи Е. Хаугена, У. Вайнрайха, О.Потебні, І. Огієнка. Зокрема, проблемою перекладу інтернаціональної лексики з німецької мови українською займаються Н. Гільченко, О. Простенко.

Д.Е.Розенталь та М.А.Теленкова у «Словнику-довіднику лінгвістичних термінів» пишуть: «Інтернаціоналізми – це слова загального походження, що існують у багатьох мовах з одним і тим же значенням, але зазвичай оформлюються відповідно до фонетичних та морфологічних принципів даної мови». Виходячи з цього переклад інтернаціоналізмів не мав би складати труднощів, але це не так. Гільченко Н.Л. виділяє такі причини перекладацьких помилок:

- Розбіжність семантики при повній чи схожій графічній формі;
- Наявність слова зі схожим звучанням при розбіжності в етимології і графічному оформленні;
- Розбіжність в графічному образі в німецькій та українській мовах;
- Розбіжність у деривації від інтернаціональних кореневих

морфем;

- Розбіжність у позначенні мір довжини, об'єму, ваги, роду, числа.

Отже, у процесі перекладу інтернаціоналізмів на рівні як мови, так і мовлення до уваги треба брати кілька факторів: будову, джерело походження, звукову та орфографічну форму інтернаціоналізмів в обох мовах. Крім того, іноді переклад може залежати від сталого стереотипу, тобто стереотипи рідної мови впливатимуть на якість перекладу.

Коровченко М.П.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-73

COMPARATIVE CONSTRUCTIONS FUNCTIONING IN SCIENTIFIC AND TECHNICAL TEXTS

Contrastive structure of the English language of technique is always due to factors of extralinguistic plan. Comparative design in scientific and technical literature are in actual stylistic position. Comparative constructions represented in the scientific literature, stylistically diverse and serve different functions, which are closely related to the stylistic coloring of these words. It is very often that scientific and technical vocabulary becomes innovations in modern language, which allows it to express new concepts of modern reality, having a new word combinations and new connections in language.

In English technical texts comparative and contrastive constructions are translated as different kinds of nominative units. Derivatives and complex words that are represented as emphatic and comparative means of technique most often transmit the basic and differential features of extralinguistic reality. The phrases duplicate elements of the main categories, but different characteristics of subsidiarity, tightening and focus by subcategorization of single category for different features, which are value for specialists in technique.

Thus, scientific and technical literature words can be represented in the context of speech stylistic colouring, as well as the ability to communicate in some cases neutral lexeme different functional styles. This is a stylistic effect, due to their stylistic colouring in syntagmatic plan does not match the stylistic color in terms of paradigmatic, i.e. in the speech they have a completely different stylistic value.

Криворук Ю.Л.

НТУУ "КПІ", факультет лінгвістики, ЛН-81

ТВОРЧІСТЬ СЕРГІЯ ЖАДАНА У СУЧАСНОМУ ЛІТЕРАТУРНОМУ ПРОЦЕСІ, ЇЇ СВОЄРІДНІСТЬ, МОТИВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Літературний діяч Сергій Жадан та його творчість є одними з

найпомітніших явищ у сучасному літературному процесі. Він є одним з найяскравіших представників неомодерного дискурсу 90-х, чия творчість близька до поезії М.Семенка, який задекларував високий рівень розвитку футуризму в Україні і творчість якого він детально вивчав, що власне і вплинуло на його поетичне становлення. Так, у своїй поезії йому вдалося поєднати українську футуристичну або так звану семенківську традицію із андеграундною культурою і тим самим дуже яскраво виразити весь біль і гостроту ситуації, змусити читача пережити її. Деякі дослідники вважають, що своєю поезією Жадан замкнув український футуризм і дав сильний поштовх до розвитку української літератури у стилі постмодерного авангарду.

У його віршах поєднується розчарованість покоління, що замикало собою ХХ століття, з естетизмом золотої доби модернізму 20-30-х років. Лише у деяких присутня інтелектуальна гра, що зближує його з постмодерною творчістю 90-х. У громадянській поезії автор культивує словесний потік, тяжіє до реалістичного бачення поетичного комплексу батьківщини. Це трагічно-іронічна поезія, суголосна поезії Франка, Маланюка з прагненням дошукатися істини. Автор переживає маргінальність української ментальності, її пасивну консервативність. ("*The veri veri best poems...*") Як і в усій українській літературі, у творчості С.Жадана спостерігається негативна оцінка міста, а також філософські осмислення Христа, Петра, Юди, смерті (цикли "Атеїзм", "Самогубці").

Для прозових творів Жадана характерна постмодерна гра стилів, мовні екзотизми та навіть елементи сюрреалізму, що свідчить про зміну культурного коду, прагнення інтегруватися в світову культуру. Так, проза Жадана – з присмаком "пролетарськості", авторська мова іноді перевантажена сучасним молодіжним сленгом, лайливими виразами та трохи "чорнуватим" гумором, але це реалії нашого часу, нашої країни, картина нашого буденного життя ("*Anarchy in the UKR*", "*Депеш Мод*", "*Гімн демократичної молоді*").

Отже, Сергій Жадан – справжній письменник сьогодення. Він той, про кого кажуть "живий класик" Його творчість – це калейдоскоп вражень, думок, почуттів, переживань, заперечень, спротиву; суцільна відвертість, що читається на одному подиху, пошук істини, бажання бути зрозумілим для всіх. Творчість, що дає поштовх до подальшого розвитку сучасної української літератури.

Ангеліна Кудренко

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Поява нових слів відбувається зараз швидше, ніж коли-небудь в історії людства. Значна питома вага термінів у створенні нових слів пов'язана з потребами номінації найновіших речей та явищ, викликаних технічним прогресом, інтеграційними процесами в економіці, науці і техніці, які є характерними для третього тисячоліття.

Неологізми - це найбільш актуальна частина словникового складу сучасної німецької мови. Вони опосередковано відображають умонастрої, що панують у суспільстві, є вираженням духу часу. Поява великої кількості нових слів у сучасній німецькій мові було викликано геополітичними змінами в Європі. Події у внутрішньополітичному житті Німеччини також дали імпульс для утворення цілого ряду нових слів. Технічний прогрес, досягнення науки, поява нових продуктів матеріальної діяльності людини проявилися у відповідних лексичних інноваціях.

Проведений аналіз дозволяє зробити наступні висновки: По-перше, поповнення словникового складу сучасної німецької мови неологізмами відбувається за рахунок дії різноманітних лінгвістичних чинників, але найбільш продуктивним з них є словоскладання, по-друге, неологізми сучасної німецької мови в своїй сукупності становлять рівень культури німецькомовного суспільства кінця ХХ - початку ХХІ ст. і відображають силу культурно-інтеграційних процесів, характерних для цієї епохи. Таким чином, у сучасній німецькій мові неологізми займають чільне місце. Шляхи утворення цього пласту лексики різноманітні. Їх можна поділити на внутрішньомовні та зовнішньомовні. До перших відносять неологізми, утворені за допомогою словотворення німецької мови. До других належать запозичення з інших мов, які потрапляючи в німецьку мову, асимілюючись відповідно до норм правопису та граматики.

Розглядаючи неологію з морфологічного аспекту, ми виявили, що серед нових слів домінують іменники, менш оновлюваними є такі частини мови, як дієслова та прикметники. Щодо способу утворення неологізмів, то найпоширенішим є словоскладання (50%), а саме найпродуктивнішою є модель S+S. Дивервація складає 38%, а оновлення мови шляхом аббревіації це 12%.

Локтєва А.С.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-62

ВЗАЄМОДІЯ ЗАГАЛЬНОВЖИВАНОЇ ТА ФАХОВОЇ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТІВ З ЮРИСПРУДЕНЦІЇ)

За останні роки інтерес до вивчення перекладу з однієї мови на іншу сильно зростає. Переклад у сфері професійної комунікації або професійно орієнтований переклад є засобом професійно орієнтованої міжкультурної комунікації і різновидом спеціального перекладу, що пов'язаний з спеціальними галузями знання, науки, техніки і діяльності людини.

З-поміж проблем перекладу англійських термінів українською мовою якнайшвидшого розв'язання потребують питання перекладу юридичної термінології. Труднощі перекладу термінів, які позначають юридичні поняття іншомовної національної терміносистеми права та юриспруденції, здебільшого спричинені дією міжмовної термінологічної інтерференції.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю дослідження проблем перекладу правової термінології, оскільки дане питання наразі є ще недостатньо висвітлено у сучасному перекладознавстві.

Об'єктом дослідження є терміносистема юриспруденції, а її предметом дослідження є юридичний термін, структура його значення і переклад на іншу мову.

Термін – емоційне нейтральне слово чи словосполучення, яке вживається для точного вираження понять та назв предметів. Зазвичай вважають однозначність терміна лише як тенденцію й як ідеал. Полісемія має місце і виправдана в термінології, тому що термін – це насамперед слово, і йому природно притаманна багатозначність.

У сучасному термінознавстві можна виділити три точки зору на багатозначність терміна. Деякі з вчених вважають полісемію термінів негативним явищем, (посилання на роботу) тоді як інші, навпаки, визнають багатозначні слова в термінології. (посилання на роботу).

Заперечуючи багатозначність в межах однієї терміносистеми, деякі дослідники (хто?) вважають, що якщо окремі елементи багатозначного слова належать до різних областей знань, то багатозначність в термінології являє собою корисне явище, так як дає економію в засобах вираження.

Оскільки специфіка похідного терміну полягає не в сфері лексичної одиниці, а в сфері її функцій, йому властиві особливості лексичних одиниць, пов'язаних з асиметрією мовного знака – з синонімією і полісемією.

Полісемія в юридичній термінології пов'язана з позамовними факторами, до яких відносяться умови формування нового поняття, необхідність його позначення мовними засобами, так і з лінгвістичними, що полягають в тому, що кореневий словниковий матеріал в порівнянні з кількістю понять, існуючих в науці і техніці, надзвичайно обмежений, і часто терміну, закріпленому за певним поняттям, надається

інше, нове значення.

Між термінами та загальноновживаною лексикою відбувається постійний обмін: терміни входять до складу загальномовних одиниць і навпаки, слова загального вжитку змінюють свої характеристики і стають термінами. Так, шляхом термінологізації та детермінологізації, з'являються або зникають нові значення терміну. Розширення семантики терміну може відбуватися завдяки його міграції з однієї терміносистеми до іншої. Суть детермінологізації полягає у використанні однієї лексичної одиниці для паралельного позначення двох або навіть кількох наукових понять. Подібна міграція термінів призводить до розвитку міжсистемних омонімічних відношень. Однак, якщо у межах однієї терміносистеми омонімія є неприпустимим явищем, то в різних терміносистемах вона не перешкоджає ідентифікації ключових ознак терміна.

У процесі постійного й загального вживання спеціальних одиниць носіями мови значення та ознаки термінів втрачають чітку регламентованість. Процес наближення терміна за всіма ознаками до загальноновживаного слова має відбуватися тоді, коли спеціально мовна одиниця починає набувати ознак звичайного слова: втрачає суворо визначену системність, однозначність і набуває емоційно-експресивного забарвлення. Нерозривний зв'язок юридичних понять і відповідних їм термінів виявляється в тому, що упорядкування юридичної термінології неможливо без досить глибокої наукової розробки юридичних понять, їхнього логічного аналізу і точного визначення. Якщо юридичні поняття визначені недостатньо ясно, про адекватну термінологію не може бути і мови. Як відзначав академік В.В. Виноградов, усякі "спроби упорядкування термінів без попереднього аналізу понять, що ними виражаються, залишаються безрезультатними". (посилання на роботу)

Переклад термінології здійснюється різними прийомами, а саме за допомогою таких міжмовних трансформацій як: лексичні, семантичні та лексико-граматичні. Задача перекладача полягає у вірному виборі того чи іншого прийому в ході процесу перекладу, щоб якнайточніше передати значення будь-якого терміна. До інших трансформаційних прийомів семантичного характеру, що застосовуються при перекладі термінів можна віднести: конкретизацію, генералізацію, модуляцію та гіперонімічне перейменування.

Отже, розгляд чинників передачі будь-якого тексту в умовах міжкультурної комунікації здійснюється з урахуванням основних особливостей мовної культури, типу і механізму соціального кодування рідної (української) і іноземної (англійської) мов. Такий підхід дозволяє виявити нову точку зору на рішення практичних задач, зв'язаних із проблемами перекладу. Для досягнення адекватної передачі тексту необхідно володіти специфікою образів і зв'язаних з ними програм діяльності тих типів культур, між якими ведеться комунікація.

Мазурик Ю.О.

НТУУ КПІ, факультет лінгвістики, ЛН-81

Емоційно-експресивні частки в сучасній німецькій прозі та способи їх відтворення українською мовою

Серед засобів, що передають емотивну модальність висловлювання, суб'єктивну модальність мовця як особи, що когнітивно мислить та емоційно сприймає світ, все частіше називають частки, у першу чергу емоційно-експресивні (ЕЕЧ).

Частки визначаються як незмінні й ненаголошені слова, які: семантично – позначають ставлення мовця до сказаного або не мають власного значення; синтаксично – не займають першу позицію в реченні й не можуть слугувати самостійною відповіддю на запитання; функціонально – належать до цілого речення; прагматично – допускають елімінацію, не порушуючи при цьому розуміння речення.

Під ЕЕЧ ми розуміємо неповнозначні, морфологічно незмінні слова типу *aber, auch, bloß, eben, etwa, denn, doch, halt, ja, mal, nun, nur, schon* у певних, особливих контекстах вживання, де вони виражають емоційно-оцінне ставлення мовця до висловлювання та беруть участь в експресивному оформленні висловлювання. Перекладність ЕЕЧ зазвичай залежить від а) когнітивних здібностей перекладача виявити функцію ЕЕЧ на етапі аналізу тексту МО, б) здатності уявити, як ця функція може бути реалізована в МП, та в) вибору оптимального способу перекладу. В якості можливого лексичного еквіваленту представлений відповідний розряд часток української мови, виходячи з спільних морфологічних характеристик і комунікативно-прагматичних функцій. Функції еквівалентів виконують інші класи службових слів (вигуки, займенники, прислівники), які, як одиниці одного рівня, розглядаються в якості оптимального і економного способу перекладу. Оказіональний відповідник, описовий переклад та інші засоби вербальної експлікації функції ЕЕЧ можуть використовуватися як допоміжні засоби при перекладі. Частотним є також опущення ЕЕЧ в тексті перекладу.

Миколаєнко Л.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ РЕКЛАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ

Для реклами важливі два шари лексики: позитивно-оцінювальний та нейтральний. Перекладач реклами повинен знати, що слова обох груп об'єднуються у сталі словосполучення – рекламні кліше, а також у модальні звороти з відтінком прохання. Оцінювальна лексика пов'язана з поняттями, які є вираженням позитивних інтересів людей з різних сфер суспільного життя, таких як: мораль та етика, матеріальне забезпечення, побутовий комфорт, що має велику цінність на даному етапі суспільної свідомості.

Найефективнішу дію має реклама, яка апелює до позитивного, намагається справити приємні враження, такі як: радість, комфортність, спокій, оптимізм.

Для правильності відтворення реклами іншою мовою, перекладач повинен знати також і специфіку вживання різних частин мови у тексті оригіналу.

З точки зору морфології можна зазначити, що ключовими у рекламі стають не обов'язково іменники. Це можуть бути як дієслова, так і прикметники з прислівниками. Дієслова, як правило, використовуються у теперішньому часі і називають лише ті дії, які приносять позитивні результати. Минулий час використовується лише для опису досліджень та констатації отриманих результатів. Майбутній час зустрічається у рекламних текстах для загострення уваги на покращенні стану після використання відповідних пристроїв.

Характерними для реклами є й відкриті заклики до купівлі товару, так звані слова, що спонукають до негайної дії. Такі дієслова надають рекламному текстові особливу динаміку.

Перекладач, як правило, не має право змінювати часову форму дієслова або ігнорувати наказовий спосіб.

Марія Пухлій

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-91

УКРАЇНСЬКІ І РОСІЙСЬКІ ПЕРЕКЛАДИ ПОЕЗІЇ Е. А. ПО «ВОРОН»

Поезія «Ворон» – один з найвідоміших творів Е. А. По, відомий передусім своєю ритмомелодикою – настільки складною, що її передача іншою мовою в повному обсязі є практично неможливою. Особливі труднощі, безумовно, викликають насиченість вірша алітераціями та асонансами, а також знаменитий рефрен «Nevermore».

Водночас «Ворон» завжди користувався безпрецедентною популярністю серед перекладачів. Так, російською мовою «Ворон» перекладався понад 20 разів; перші з цих перекладів з'явилися ще 1878 р. Класичними ж вважаються пізніші спроби російських символістів, серед яких Д. Мережковський, К. Бальмонт і В. Брюсов. Незважаючи на успішну передачу ритму та (певною мірою) фонетичних особливостей твору, жодному з них не вдалося адекватно передати рефрен: у перекладі зникало створене двома «р» фонетичне навантаження (Мережковський і Бальмонт переклали його буквально – «Больше никогда», Брюсов – «Никогда»). Деякі перекладачі взагалі відмовлялися від пошуків російського відповідника: «Невермор».

П. Грабовський, створюючи перший переклад «Ворона» українською мовою, пішов уже традиційним на той час шляхом, відтворивши вигук майже буквально – «Ніколи». Проте вже його наступникові Г. Кочуру вдається знайти оптимальний відповідник – «Не вернуть», який невдовзі з'являється і в одному з російських перекладів. Вдалих варіант запропонував і А. Онишко: «Дарма!». Все ж традиційне «Ніколи» з певними варіаціями досі залишається найчастотнішим як в російській, так і в українській перекладацькій практиці. Крім того, жодному з пізніших перекладачів не вдалося точніше передати решту важливих фонетичних особливостей твору. Отже, перекладацькі пошуки, що розпочалися більше століття тому, тривають і донині.

Література

1. Лисковец В. The Raven и доступные переводы. – <http://zhurnal.lib.ru/w/woron/tablevl.shtml>.
2. Марач В. Вступна стаття до перекладів віршів Едгара По. – <http://maysterni.com/publication.php?id=21966>.
3. Стріха М. Штрихи до портрету перекладача. Пам'яті Анатолія Онишка / М. Стріха // Всесвіт. – 2007. – №3-4.
4. Ворон. Все переводы стихотворения. – <http://zhurnal.lib.ru/w/woron>.

Різник Т.М.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-91

МІСЦЕ ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ НАУК

Суттєвою особливістю сучасної науки загалом і мовознавства зокрема є прагнення до фундаментальних теоретичних досліджень. Водночас з теоретичним поглибленням пізнання об'єкта наука розширює сферу практичного застосування своїх результатів. Виникають такі нові галузі мовознавства, як лінгводидактика, інтерлінгвістика тощо, які належать до галузі прикладної лінгвістики.

Прикладна лінгвістика – напрям у мовознавстві, який опрацьовує методи розв'язання практичних завдань, пов'язаних із використанням мови. До традиційних проблем прикладної лінгвістики належать укладання словників, розробка алфавітів і систем письма, транскрипції та транслітерації іншомовних слів, переклад з однієї мови іншою, створення штучних мов, удосконалення орфографії і пунктуації.

Найважливішою проблемою прикладної лінгвістики є машинний переклад. Нині машинний переклад залишається проблемою, хоча створено чимало програм перекладу у багатьох країнах світу. У нашій країні створено Український мовно-інформаційний фонд НАН, завданням якого є організація автоматизованої системи для укладання одномовних та двомовних словників. У цьому фонді готується академічна електронна лексична картотека, яку невдовзі зможуть використовувати мовознавці для своїх теоретичних досліджень.

Дані лінгвістики застосовують також у військовій справі. Зокрема, створюється особлива командна мова, яка за широкого використання технічних засобів дає можливість у складних умовах ведення бойових дій ефективно здійснювати зв'язок з підрозділами.

Окреслені міждисциплінарні зв'язки мовознавства і деякі аспекти прикладної лінгвістики засвідчують значне зростання питомої ваги мовознавства в системі сучасних наук і надзвичайно широкий спектр його практичного застосування.

Ткачук Ю.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-91

МІСЦЕ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА У СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ НАУК

Літературознавство — одна з двох найголовніших філологічних дисциплін. Друга філологічна наука — це мовознавство, або лінгвістика. Обидві науки об'єднує спільна спрямованість на вивчення словесності. Однак завдання в них специфічні. Якщо лінгвістика досліджує мову, її функції, універсальні характеристики, структуру та історичний розвиток, то літературознавство вивчає художню літературу різних народів, виявляє закономірності її розвитку.

Літературознавство та лінгвістика постійно взаємодіють між собою: художня література слугує одним із джерел лінгвістичних студій; літературознавство допомагає мовознавству зрозуміти змістову специфіку художньої творчості, пояснити її лінгвістичні особливості. Вивчаючи літературу того чи іншого народу, вчені не можуть обійтися без знання мов цих народів та їхньої історії. Тут літературознавцям активно допомагають лінгвісти. Адже на ранніх етапах розвитку людства література існувала лише в усній формі, а згодом, із закономірним розвитком суспільства, народ створював власну писемність, що давало змогу розвиватися літературі на основі певної системи літер, об'єднаних в алфавіт, чи умовних позначок, що синтезують цілі поняття або уявлення й називаються ієрогліфами.

Вивчаючи сучасну літературу, треба також спиратися на дані мовознавчої науки. Адже й у новоєвропейських мовах відбуваються еволюційні зміни в лексиці, граматиці та синтаксисі.

Отже, предметом літературознавства є художня література, яка у свою чергу є частиною мистецтва, дослідженням якого займається мистецтвознавство. Отож, літературознавство і мистецтвознавство мають багато спільного. Однак мистецтвознавець звертається, крім літературних, ще й до творів живопису, скульптури, архітектури, музичного мистецтва, яким також притаманне образне відображення дійсності.

Швець І.

МНУ імені В.О.Сухомлинського, факультет іноземної філології, 316 гр.

СПЕЦИФІКА ВЖИВАННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У РОМАНІ Д.БРАУНА «ЯНГОЛИ ТА ДЕМОНИ»

Метою нашої статті є дослідити специфіку вживання власних назв у романі Д.Брауна «Янголи і Демони».

Класифікацією власних назв займалися вітчизняні та зарубіжні вчені С. Влахов, Г.Козачук, М.Кочерган, О.Суперанська, С.Флорін та інші.

На нашу думку М.Кочерган надає більш детальну класифікацію власних назв та поділяє їх на антропоніми; топоніми; теоніми; зооніми; астроніми; космоніми; хрононіми; ідеоніми; хрематоніми; ергоніми; та етноніми [2]. Саме цією класифікацією ми керувалися досліджуючи зазначений твір.

Нами було встановлено, що текст містить 323 випадків вживання власних назв. У даному романі ми виявили, що найбільш поширеними є антропоніми, які налічують 131 (40,4% від загальної кількості) приклади: *Janus, Georges; Vetra, Charpak.*

Друге місце за кількістю посідають топоніми – 83 (26%) випадків: *New York City; Switzerland; the Roman foothills; Central Park.*

Згідно результатам третє місце належить ідеонімам, які нарахували 34 приклади (10, 4 %): *the Shroud of Tulsa, «The Art of the Illuminati».*

Дослідження показало, що роман Дена Брауна «Янголи і Демони» містить майже однакову кількість хрематонімів (23=7%: *Worldwide Web, the National Aero Space Plane*) та ергонімів (21=6,4 %: *Harvard University, Logan Airport*).

Дещо менше було вжито теоніми (16=5%: *Helios, Poseidon, God, Marisa, Holy mother of Jesus, the Virgin Mary*) та гідроніми (7 (2%: *Seneca Lake, the Tiber River, the Nile, the Ganges, the Danube, the Rio Plata*).

Ми зафіксували, що в даному тексті найменше зустрічалися етноніми (4=1,2 %: *Muslims, Jews, Hanta, the Aussie*), хрононіми (3=1,3 %: *Russian Revolution, Renaissance, Armageddon*) та астроніми (1=0,3%: *Saturn*).

Отже, підсумовуючи аналіз кожного типу власних назв, яких в даному тексті ми виявили 323, зазначаємо, що ми найчастіше було вжито антропоніми та топоніми. Нами не було виділено жодного зооніма та космоніма.

Література

1. Браун Ден Янголи і Демони: Пер. з англ. Анжели Кам'янець. – Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного дозвілля», 2010. – 541 с.
2. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства: Підручник. – 2.вид. – К.: Академія, 2005. – 368 с.

Шкарпетко А.О.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ПРИЧИНИ ЗАПОЗИЧЕННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

Серед причин запозичення розрізняють екстралінгвальні та лінгвальні. Такий розподіл є доцільним, оскільки він дозволяє відмежувати те, що “відкрите соціально”, від прихованих механізмів впливу соціальних чинників на мову.

Позалінгвальні чинники. Процес мовного запозичення розглядається у нерозривному зв'язку з культурними, історичними, військово-політичними контактами різних мовних суспільств і як частина, і як результат цих контактів.

Чинником, який впливає на процес запозичення, є певний мінімум двобічного контакту мов через посередництво міграції груп людей, територіальне розміщення, масове переселення, завоювання, а також

подорожі окремих осіб. Тому аналіз запозичень ґрунтується на дослідженні поведінки людей, які є носіями двох мов.

Як соціально-психологічні причини запозичення розглядаються комунікативна актуальність позначуваного ним поняття, престижність іншомовного слова, зміни в психологічному настрої мас, у їх мовному смаку, прагнення відійти, від усього того, що сприймається як прикмета епохи.

Наступна соціально-психологічна причина запозичення, що призводить, як правило, до перенасичення мови іншомовними словами, – це мода на мовні та естетичні смаки. Адже “модні” запозичення – це спроба надати мові та мовленню цілеспрямованості, оригінальності, вишуканості, незвичайності, що притаманне в основному мовленню молодого покоління.

Лінгвальні причини. Будь-які мовні запозичення зумовлені так званими *лакунами*, наявними в тій чи іншій мовній системі. У фонологічному і в семантичному плані під лакуною розуміють нічим не зайняте місце у мові, що запозичує, вільне для заповнення його словами чи виразами з мови-джерела (*лакуна* (лат. *Lacuna*; нім. *Lakuna/Lacune*; англ. *gap*) – 1) мовний «пропуск»/ «прогалина» (*sprachliche Lücke*). Таким чином були вдосконалені цілі тематичні ряди та лексико-семантичні групи в німецькій мові, наприклад: *lila, beige, orange, violet, azurn* і т.п.

Поповнення лексичного складу німецької мови шляхом запозичення експресивних синонімів також належить до лінгвальних причин процесу запозичення, наприклад: *kapieren* (лат.) для «*verstehen*», «*begreifen*»; *krepiieren* (італ.) для «*streben*», «*verrecken*»; *Visage* (фр.) для «*Gesicht*».

Основні лінгвальні причини запозичення іншомовної лексики:

1) потреба у називанні (нової речі, нового явища) (*der Headhanter – той, хто перевербовує керівних працівників конкуруючих фірм*);

2) потреба в уточненні, реалізації відповідного поняття (*das Newkomerfirma – молода фірма, що вже досягла успіху*);

3) необхідність розмежовувати змістовно близькі, але все ж таки різні поняття (*Datsche – Landhaus; Bungalow – einstükkiges Sommerhaus*);

4) необхідність спеціалізації понять у тій чи іншій сфері, з тією чи іншою метою (*der Brand-Manager, der Fonds-Manager, der Produktmanager*);

5) евфемістичні заміни (*korpulent* (лат.) замість «*dick*»; *transpirieren* (лат., франц.) замість «*schwitzen*»; *renommieren* (франц.) замість «*sprahlen*», «*angeben*», «*großtun*»);

6) тенденція до заміни словосполучень і описових зворотів однослівними найменуваннями (*Formgestalter für Gebrauchsgüter – Designer*);

7) закріплення у мові запозичень, які можна об'єднати у лексичний

ряд, базуючись на їх загальному значенні й повторюваності будь-якого загального структурного елемента (*der/die Chater, der Chaterer, chaten*);

8) запозичення усталених систем термінів, які обслуговують ту чи іншу тематичну галузь, професійне середовище (*der Merchandiser, der Diskont*).

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

Ielyzaveta Korotchenko

NTUU “KPI”, Department of Linguistics, LA-73

INTERCULTURAL ASPECTS OF ADVERTISEMENT TEXTS TRANSLATION

The pragmatic and social peculiarities of advertisements and the strategies of their translation into the target language are considered in this paper. Owing to the fact that an international advertising has become a common thing at recent time, it is necessary to make the translation understandable for everyone.

Advertising is a special sort of communication due to its main communicative goal to persuade a customer to buy a product or service. Lexically, an advertisement tends to use words which are vivid, concrete, positive, and unreserved. Grammatically, it is typically conversational, elliptical and vague. It uses highly figurative expressions, deviant graphology and strong sound effects, such as rhythm, alliteration, rhyme.

In the course of the study we have reached a conclusion that an advertisement text should never be translated literally. The main objective while translating an advertisement should be the creation of text in the target language that produces the same effect as one of the source language, which means that translation of advertisement discourse should be based on pragmatic equivalency. It is necessary to consider ethical, psychological and cultural peculiarities of a country which the text is assigned for.

Mykola Kutsenko

NTUU “KPI”, Department of Linguistics, LA-71

FUNCTIONAL AND SEMANTIC PECULIARITIES OF BORROWINGS FROM GREEK IN ENGLISH AND UKRAINIAN

The problem of borrowings was in the sphere of interest of scientists for a long period of time. This process is considered to be very important for the development of language, and the very first sources of borrowings were Greek and Latin.

Words can be loaned in many ways, both directly or indirectly. When we speak about English, we deal with indirect borrowing, as England didn't have

direct contacts with Greece till the XX century. Almost all words borrowed from Greek in English were loaned through Latin. The only sources of direct borrowing were printed texts. On the opposite, in Ukrainian some terms were borrowed directly, as Greece had its colonies in the Crimea. But nevertheless, today Greek stems, prefixes and suffixes are represented in terminological system of both Ukrainian and English. The most frequently used stems and affixes of Greek origin are: -chron-, -dem-, -philo-, -pedo-, anti-, auto-, hyper-, micro-, mono-, -ist, -gram, -graph, -phobia, -phone, etc.

But what is more important here are models of borrowing. These models are the way of forming of meaning of terms. To find out the model we should know the etymology of a term. In the course of work were examined medical terms and plant names and it was found out that there are several models which are common for both English and Ukrainian. For example: the term “cardiology” originates from Greek “cardio” (heart) and “logos” (science). So the following model can be formed: subject matter → object → name formed from an object (in this case that is “cardio”). The most frequent models are: 1) object → name formed from an object; 2) form of an object → name formed from a form; 3) action → name formed from a type of an action (or the manner of action); etc.

So, to translate correctly medical and scientific terms one should have not only specific knowledge, but also know the models of borrowing that will help to improve the process and the quality of translation.

Olha Vashchylo

NTUU “KPI”, Department of Linguistics, LA-71

THE FREQUENCY OF THE GRAMMATICAL TENSES USAGE IN THE ENGLISH TECHNICAL TEXTS AND THEIR TRANSLATION INTO UKRAINIAN

The given paper is devoted to defining the frequency of the grammatical tenses usage in the English technical texts and their translation into Ukrainian.

On the basis of the technical literature we have conducted the analysis of the frequency of the grammatical tense forms usage and came to the following conclusion:

The most frequently used grammatical tense in the English technical texts is *Present Indefinite* (45%). This confirms the fact that clarity, precision and consistency are the characteristic features of the English technical texts. The second according to the frequency of the usage is *Past Indefinite* (31%), the third – *Present Perfect* (10%). *Future Indefinite in the Past*, *Past Perfect*, *Future Perfect*, have the restricted usage since the percentage of these grammatical forms amounts to 1%.

We have also considered the peculiarities of the English grammatical tenses rendering in the technical texts by means of the Ukrainian language: *Present Indefinite* is translated by means of either the present tense or the future tense forms. *Present Continuous* is translated with the help of the present tense form. In some cases words/phrases “нині”, “зараз”, “на цей час”, are added. *Present Perfect* is translated by means of either the present tense or the past tense forms. *Present Perfect Continuous* - with the help of the present tense form or sometimes by means of the past tense form. *Past Indefinite*, *Past Continuous*, *Past Perfect* - with the help of the past tense form. Sometimes “до цього”, “раніше” may be added. *Future Indefinite*, *Future Perfect*, *Future in the Past* – with the help of the future tense form.

It is also necessary to take into consideration that in the process of translation of the English grammatical tenses into Ukrainian such linguistic transformations as grammatical transformations (the sentence division, the parts of speech substitution, the change of the sentence structure) are used.

Zoryana Felonyuk

NTUU “KPI”, Department of Linguistics, LE-72

THE FORMATION OF NEOLOGISMS IN THE SPHERE OF COMPUTER TECHNOLOGIES

Scientific and technical revolution makes drastic changes to the linguistic model of the world. In particular, the rapid development of new computer technologies and methods of communication which they enable inevitably influence the formation of new words and lexical meanings. In the recent years, for example, computer technology has added a significant number of new terms to the language. "Podcasting," "emoticon," "gripesite", and "blogosphere" are just a few examples of modern-day neologisms that have been integrated into the modern English language. But the appearance of new words doesn't only enrich the vocabulary of language, but also implies a serious problem for translators.

The peculiarities of the notion «neologism» can be defined as a word, a meaning or a phrase, which appeared in the language at the latest period of its development. The possible ways of their classification were also investigated. The most widespread one is based on the division of neologisms into phonological, loans, semantic and syntactic. There is also the analysis of the changes in English vocabulary due to the influence of scientific and technological progress provided in the paper. Finally, we presented the material gathered for the study and analyzed the possible ways of the translation of the given neologisms (descriptive translation, loan translation and equivalents).

A problem of translation of new words which appear in the sphere of

computer technologies ranks high on the list of challenges facing translators because such words are not readily found even in the newest specialized dictionaries. Dictionaries lag behind changes in languages as they can not register the new words immediately. Therefore, translators have to find out the meaning of very new neologisms mainly based on the context.

Obviously, there is no such thing as an absolute rule for dealing with technical neologism. However, there are some strategies that should be taken into consideration to make the translation more and more effective. Firstly, the translator should give special treatment to neologisms that are key terms in the text. Secondly, he should find out the definition of the primary neologisms to understand their meanings and pay attention to recognized translations of the terms before producing his own one. Finally, he should acknowledge for whom his translation is, that is who the target reader is. There may be other factors that also determine the appropriate translation of a technical neologism, but the three enumerated above are among the most important ones.

Finally, it has to be underlined that the translation of technical neologisms is complex and quite complicated. The main three ways of their translation are descriptive translation, loan translation and equivalents. An important peculiarity is that most English neologisms have no equivalents in the Ukrainian language. Thus, most neologisms are translated with the help of descriptive way of translation.

Артюх А. І.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-91

ІСТОРІЯ ПЕРЕКЛАДУ У ДАВНІХ КРАЇНАХ БЛИЗЬКОГО СХОДУ

Виникнення ранніх держав Сходу, вставлення між ними політичних, торгових, культурних, воєнних зв'язків поступово призводить до посилення перекладацької діяльності та росту її значення, тому йдеться про перекладачів-професіоналів, для яких переклад стає основним заняттям. Так, наприклад, ми можемо сказати про Давній Єгипет та країни Двोरіччя, які вважаються колыскою цивілізації людства.

Варто зазначити, що єгиптяни за свою багатовікову історію неодноразово вступали у контакт з іншими народами, що, звісно, передбачало наявність перекладачів. Згадки про «начальників» перекладачів, які зустрічаються у текстах Давнього і Середнього царства, дозволяють припускати, що уже в той час існували організовані за професійним принципом групи.

Розвиток перекладу у давніх країнах Близького Сходу належить до часів сирійців, які перекладали на арабську мову багату спадщину, що датується епохою язичеських вірувань.

Також важливою для історії перекладу є епоха пророка Мухаммеда. Поширення ісламу і спілкування з іншомовними народами, такими як євреї, римляни та інші, спонукали пророка шукати перекладачів і сприяти навчанню іноземним мовам.

Наступна епоха значних змін в сфері арабського перекладу пов'язана зі Священним Кораном та створенням Будинку Мудрості.

Підбиваючи підсумки, відзначимо, що історія перекладу на Сході зазнала багатьох змін і багата на відкриття і теорії. Кожна епоха характеризується своїми теоретиками і сферами дослідження. У цей час переклад на Сході набирає нові обороти, особливо завдяки доступності західних теорій, але проблем і труднощів дотепер вистачає.

Андрєєва Д. О.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН 81

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ «ФАЛЬШИВИХ ДРУЗІВ ПЕРЕКЛАДАЧА»

Під час перекладу текстів перекладач стикається з багатьма проблемами. Особливо складними для перекладу є такі лексико-семантичні одиниці як „фальшиві друзі перекладача”. „Фальшиві друзі перекладача” – це слова, що мають однакову або схожу форму у двох мовах, але різні значення.

„Фальшиві друзі перекладача” можна назвати: міжмовними синонімами (слова співпадають в одному та більше значеннях; *das Stuck – штука*), омонімами (однакове звучання, але різне значення; *die Miene – вираз обличчя*), паронімами (близьке звучання та написання, але різне значення; *der Skat – гра*).

Л.К. Латишев виділяє чотири основні типи «фальшивих друзів перекладача» стосовно німецької та російської мов:

1. Слова мови оригіналу, співзвучні словам мови перекладу, але такі, що повністю розходяться з ними своїм значенням, напр., *der Termin – 1) строк; 2) судове засідання; 3) домовленість про зустріч (а не "термін")*.

2. Багатозначні слова мови оригіналу, в яких частина значень збігається із значенням зовні схожого слова мови перекладу, а частина значень розходиться, напр., *der Referent – не лише 1) референт (посадова особа), але й 2) доповідач*.

3. Лексичні одиниці мови оригіналу, у яких є схоже за звучанням чи написанням слово у мові перекладу, що одним із своїх значень є еквівалентом слова мови перекладу, проте яке має ще одне або кілька значень, які не мають нічого спільного із своїм звуковим (буквеним) аналогом у мові оригіналу. Напр., *der Radiator – радіатор (нагрівач), але не*

радіатор автомашини.

4. Назви мір, ваги та інших величин виміру, які є співзвучними в мові оригіналу і мові перекладу, але які не збігаються по кількості: *das Pfund* – 500 г, а *російський фунт має* 409,5 г, *der Zentner* – в Німеччині – 50 кг (100 німецьких фунтів); в Австрії та Швейцарії – 100 кг.

Антонова А.О.

МНУ імені В.О.Сухомлинського, факультет іноземної
філології, гр.426

ЗАСТОСУВАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ПАСИВНОГО СТАНУ ДІЄСЛОВА В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

В тезах ми звертаємо увагу на трансформації у процесі реалізації англійського дієслова у пасивному стані та спираємось на класифікацію подану українським лінгвістом та вченим В.І. Карабаном.

Нами було досліджено твір Дж. Лондона «Біле ікло» в перекладі Т.Ілика та проаналізовано 208 прикладів вживання дієслова у пасивному стані. В процесі аналізу 65 випадків нами було відмічено використання перекладачем лексико-граматичних трансформацій.

Так, у 55 прикладах, дієслово пасивного стану було передано іншим за значенням дієсловом (конкретизація): *The southern horizon was warned by the unseen sun* [2, 9]. – *Обрій на півдні зарожевів від невидимого сонця* [1, 18].

В п'яти випадках перекладач опустив дієслово та додав замість нього іменник (вилучання та заміна частини мови). *And you are half eaten from the way you are going on about it!* [2, 11]. – *А ти ніби у вовків на зубах!* [1, 21].

В трьох та двох прикладах відповідно замість англійського дієслова у пасивному стані було використано дієприслівниковий зворот та дієприкметник (заміна частини мови): *His hair bristled involuntarily; his lips writhed back and his little fangs were bared* [2, 40]. – *Шерсть у вовчєнати настовбурчилась, губи здригнулися, оголивши маленькі ікла* [1, 69].

Використання даних трансформацій може бути пояснено спробою перекладача підібрати адекватний переклад, який би легкого сприймався читачем, ширше і повніше розкривав зміст та зображену ситуацію.

Література

1. Лондон Джек. Біле ікло. Поклик предків. – Донецьк: ТОВ ВКФ "БАО", 2006. –288 с.
2. London J. White fang. – Kharkiv: Folio, 2009.

Борис О.М.

НТУУ КПІ, факультет лінгвістики, ЛН 81

СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ В НАУКОВО – ТЕХНІЧНОМУ ТЕКСТІ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ

У сучасний період великий інтерес у лінгвістиці викликають проблеми галузевих термінологічних систем, розширення їх меж, збільшення кількості компонентів, які входять до них. Науковий текст з будь-якої тематики містить не тільки спеціальні терміни цієї сфери, але й загальнонаукову лексику, а також терміни інших галузей.

Терміни – це слова або словосполучення, які мають спеціальне, чітко визначене значення в тій чи іншій області науки та техніки. Вони точно виражають поняття, процеси та назви речей, притаманні певній галузі науки.

Способи перекладу термінів.

1. Часто терміни у різних мовах співпадають. Так, у німецькій та українській термінології однаково класифікуються деталі машин. Наприклад *die Schrauben* « гвинти ». За формою їх головки розрізняють *Vierkantschrauben* – гвинти з квадратною головкою, *Sechskantschrauben* – гвинти з шестигранною головкою, *Zylinderkopfschrauben* – гвинти з круговою головкою, *Flachrundkopfschrauben* – гвинти з пласкою напів-круглою головкою.

2. Але у багатьох випадках терміни одні й тієї ж родини класифікуються у німецькій та українській мовах по – різному: у таких випадках застосовують переклад за аналогією. Наприклад: електротехнічний термін *der Drehstrom* перекладається не *круговий струм*, а *трьохфазний струм*.

3. Найлегше перекладаються терміни, які є інтернаціональними словами. Вони перекладаються способом калькування, наприклад *der Elektron* – *електрон*, *der Atom* – *атом*, *die Energie* – *енергія*.

4. У деяких випадках доводиться звертатися до опису, коли в українській мові не затвердився термін ,який би означав це нове поняття.

Каріна Гальчинська

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-73

ЗАСОБИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРАГМАТИКИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ТЕКСТІВ РІЗНИХ ЖАНРІВ

Фразеологія (від гр. *phrasis* – вираз, зворот і *logos* – слово, вчення) – це сукупність усталених зворотів певної мови.

Прагматичний компонент висловлювання – це той, що визначається відношеннями між мовленнєвим виявленням та учасниками комунікативного акту – відправниками та одержувачами.

В ході дослідження ми проаналізували 519 фразеологічних одиниць, визначили частотність вживання фразеологізмів в текстах різних жанрів та відобразили отримані дані в процентному співвідношенні: художній – 39%, публіцистичний – 27%, розмовний – 24%, офіційно-діловий – 11%, науковий – 7,8%, церковний – 1,2%.

Такі результати зумовлені тим, що фразеологізми містять експресивний компонент висловлювання та образність – явища, що рідко зустрічаються у текстах наукового та офіційно-ділового стилів, і частіше – в текстах художнього та публіцистичного.

У другій частині дослідження ми визначили частотність застосування трансформацій при перекладі фразеологізмів: дескриптивна перифраза – 35%, калькування – 24%, компенсація – 19%, конкретизація – 12%. Рідше застосовується: експлікація – 4%, граматична заміна – 3%, генералізація – 3%.

Дескриптивний переклад ФО можна визначити як відтворення фразеологізмів описово, вільними, неусталеними словосполученнями, утвореними на рівні мовлення. Граматична та семантична структура вислову зберігаються, але зміст ФО передається за допомогою інших засобів: *Place for everything and everything in its place* – *всьому свій час, всьому своє місце*; *ready tongue* – *Добре підвішений язик*. Приклади калькування: *Recover one's strength* – *відновити свої сили*; *receive with open arms* – *прийняти з розкритими обіймами*.

Марія Денищенко

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-73

ГІПЕРБОЛІЗАЦІЯ В ПУБЛІЦИСТИЦІ (АНГЛО-УКРАЇНСЬКІ СПІВВІДНОШЕННЯ)

Метою даного дослідження було визначити місце та функції гіперболізації в публіцистичних текстах та особливості її вживання та передачі при перекладі на українську мову.

Матеріалом дослідження були тексти газетних статей та політичні промови. Виявилось, що гіпербола вживання гіпербол в публіцистичних текстах не є частотним в порівнянні з використанням інших тропів. Причому відношення клішованих гіпербол до образних ставить 3:1 (64% і

26% відповідно). Зібраний матеріал також було класифіковано за способом творення гіпербол (морфологічний, лексичний, синтаксичний та фразеологічний), за частинами мови, якими вони утворюються (найчастотніші – займенники, прикметники і прислівники) та за значенням (час, відстань, розмір).

І, нарешті, було визначено шляхи перекладу гіперболи. Виявилось, що найчастіше гіпербола перекладається дослівно (46%). З цього факту можна зробити висновок про схожість певних еталонів та норм у свідомості англійців та українців, порушення або спотворення яких і є гіперболою. Також гіперболу можна передати за допомогою таких перекладацьких трансформацій як додавання (10%), компресія (9%) та модуляція (12%). Коли йдеться про фразеологічну одиницю, то слід шукати в мові перекладу повний (1%) або частковий еквіваленти (1%) або адекватну заміну.

Отже, можна сказати, що гіпербола не є провідним засобом для виконання головних функцій публіцистичного тексту (експресивної та функції впливу), адже кількість гіпербол в них незначна. Але цей троп необхідний у випадках, коли треба додати тексту урочистості, значущості або іронічного відтінку. Крім того, гіпербола додає мові наочності, виразності та допомагає краще зрозуміти внутрішній стан мовця.

Дикун Л.С.

НТУУ КПІ, факультет лінгвістики, ЛН-81

ПЕРЕДАЧА РЕАЛІЙ В НАУКОВО-ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

У специфіці передачі реалій в науково-публіцистичних текстах (в перекладацькому аспекті) ми розглядаємо реалії, як особливий тип безеквівалентної лексики, класифікації реалій та можливі засоби їх перекладу. Вперше поняття «реалія» було застосоване А.Федоровим у праці «Про художній переклад» (1941). «Реалії» – це слова (і словосполучення), що називають об'єкти, характерні для життя, культури, соціального та історичного розвитку одного народу і чужі для іншого.

Виділяють такі засоби передачі реалій у перекладі: транслітерація, неологізми, гіпо-гіперонімічний переклад, дескриптивна перифраза (перифрастичний переклад), комбінована реномінація, трансформаційний переклад, уподібнення, міжмовна конотативна транспозиція. Деякі засоби перекладу реалій варто поєднувати задля точнішої передачі реалії, але часто трапляється так, що перекладач не знає, який прийом слід обрати серед запропонованих. У такому випадку перекладач має враховувати при перекладі реалії такі передумови: характер тексту, важливість реалії у контексті, характер реалії, особливості іноземної та перекладацької мови,

читача тексту.

Об'єктивні складнощі, що виникають при перекладі реалій, зумовлені найчастіше такими факторами: лакунарністю та національно – специфічними конотаціями лексем – реалій.

Що стосується використання реалій в сучасній публіцистиці, то нами було розглянуто і проаналізовано всього 118 реалій з німецькомовних різногалузевих журналів. Найбільше реалій застосовується в історичних журналах („*Damals. Das Magazin für Geschichte*“). У п'ятьох проаналізованих номерах було виявлено 41 реалію. 23 реалії було зафіксовано в статтях про події за кордоном (рубрика «*Ausland*» журналу «*der Spiegel*»). Достатня кількість реалій, а саме 19, встановлена в текстах журналу «*GEO, die Welt mit anderen Augen sehen*», в статтях, присвячених звичаям та традиціям народів і племен.

Олександра Дімітрієвич

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-73

PECULIARITIES OF PROFESSIONALISMS AND THE WAYS OF THEIR TRANSLATION FROM ENGLISH INTO UKRAINIAN (BASED ON MATERIALS OF MARKETING AND ECONOMICS SUBLANGUAGES)

Professionalisms are the words used in a definite trade, profession: or calling by people connected by common interests both at work and at home. The main feature of a professionalism is its technicality. Among the main functions is giving the exact name to an actions, processes, or type of equipment and helping professionals to understand each other. Stylistically, they can also be used to create a realistic coloring for representatives of different professions. Professionalisms are not exactly the terms They are special words in the non-literary layer of the English vocabulary, whereas terms are specialized group belonging to the Literary layer- of words. Terms are official, more general in meaning, they have a strict system, whereas professionalisms are half official, but more specific they can also be expressive and sometimes emotional. Professionalisms are also sometimes called “Specific terms”. Professionalisms generally remain in circulation within a definite community, as they are linked to a common occupation. and common social interests. Some professionalisms, however, like certain terms, become popular and gradually lose their professional flavour. Professionalisms should not be mixed up with jargonisms, they do not aim at secrecy. They fulfill a socially useful function in communication, facilitating a quick and adequate grasp of the message. They are mostly used during verbal communication, but they can also be printed in some professional manuals or dictionaries. The peculiarity of professionalisms of economic and

marketing sublanguages is in that these spheres are dynamic, developing very fast, and the main economic and marketing vocabulary is born at economically developed countries, that's why the main means of professionalism translation are descriptive method, calque (loan translation), transcription, sometimes modulation and explication. "Temporally inequivalent" economic and marketing professionalisms amounts to 9,4% in English. Methods of their terms translation are: matching of Ukrainian term or other word with a close meaning, transcription, transliteration and descriptive translation.

Олена Дубінська

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-72

ЯВИЩЕ ПОЛІСЕМІЇ В АНГЛОМОВНІЙ ТЕХНІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Розглядаючи концепт термін як особливий вид позначення конкретних понять певної галузі науки, багато науковців (В.І.Карабан, А.С.Д'яков, В.М.Лейчик) зіткнулись з проблемою розвитку багатозначності у терміносистемах різних технічних підмов. Полісемія є явищем небажаним для розвитку термінології, оскільки термін за своєю природою тягнє до однозначності. Однак, як свідчить практика, полісемія не лише активно розвивається на рівні кількох технічних підмов, але явище багатозначності набуває все більшого поширення у межах однієї терміносистеми.

Упровадження полісемії термінів спричинено багатьма факторами: внутрішніми, притаманними мові процесами, які відбивають явища та предмети навколишньої дійсності, а також екстралінгвістичними ознаками (рівень розвитку країни, її технологічне майбутнє, особисті знання та навички філологів та перекладачів). Термінологічна багатозначність частково спричинена тенденцією до економії мовних засобів, що призводить до розширення семантичного поля технічних термінів.

У досліджуваних нами технічних підмовах машинобудування та електроніки було досліджено 605 одиниць, що були класифіковані за структурними характеристиками на односкладові кореневі та складні, двоскладові та трискладові терміни-словосполучення. Відповідно до структурних ознак можна зробити висновок, що з ускладненням форми технічного терміна полісемантичні характеристики проявляються все менше. Що стосується загальних ознак обраних підмов, варто зазначити, що термінологічна багатозначність має більше поле вираження у підмові машинобудування порівняно з підмовою електроніки, що може бути пов'язане з більшим колом значень першої термінологічної субсистеми.

Інна Єсіна

НТУУ «КПІ», факультет

ПЕРЕКЛАД ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Причина вживання фразеологізмів в літературі полягає в тому, що вони в стислій формі здатні передати глибокий зміст. Своєю експресивністю вони привертають увагу читачів, тобто виконують рекламну функцію. Іншими важливими функціями є наступні:

- 1) стилістична функція, що полягає в цілеспрямованості мовних засобів на досягнення певного стилістичного ефекту;
- 2) прагматична функція, що полягає в цілеспрямованому впливі мовного знака на адресата.

Можливості досягнення повноцінного перекладу залежать в основному від співвідношень між одиницями вихідної мови та мови перекладу. При цьому стійкий вираз передається або фразеологізмом (фразеологічний переклад), або іншими засобами відтворення (нефразеологічний переклад).

При перекладі публіцистичної літератури частіше використовуються такі прийоми, як лексичні заміни та аналоги, повному перекладу підлягають фразеологізми, які були запозичені з мови в мову або виникали в різних народів внаслідок спільності людського мислення, близькості окремих моментів соціального життя, трудової діяльності, науки та мистецтва. Тому найбільша еквівалентність досягається при перекладі суспільно-політичних статей, а найменша – при перекладі розмовної лексики, яку активно використовують в молодіжних виданнях.

Отже, для досягнення адекватного відтворення фразеологічних необхідно враховувати жанр і стиль матеріалу; вміти розпізнавати фразеологізми в тексті; знати основні засоби перекладу фразеологізмів та застосовувати їх з урахуванням контексту; володіти реаліями та бути ознайомленим з суспільним життям тієї країни, про яку написано в тексті.

І.К.Жалко

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН 81

НІМЕЦЬКА РЕКЛАМА ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ В ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

Нині реклама – це частина повсякденної масової культури, форма комунікації, яка намагається перекласти якість товарів на мову, зрозумілу споживачеві, тобто мову його позитивних стереотипів, запитів і потреб.

На сучасному етапі простори українського ринку заповнила величезна кількість побутових товарів виготовлених за кордоном, безпосередньо і в Німеччині. Одним з головних інструментів зростання попиту на іноземні товари побутової техніки є вдало перекладений

рекламний текст.

Часом попередній переклад рекламного тексту в галузі побутової техніки має недоліки, пов'язані з неповним знанням перекладачем мови оригіналу, географічних, історичних і культурних реалій, з відсутністю необхідних словників і довідників, перекошуваннями. Інша річ, коли переклад не дуже вдалий саме через творчу невдачу перекладача, що не зумів підібрати ключ до тексту реклами, вибрати правильну тональність, стиль.

У пошуках вдалого перекладу рекламного тексту застосовуються перекладацькі трансформації. Вивченням та аналізом лексико-семантичних трансформацій займалися Л.С. Бархударов, І.Я. Рецкер та інших дослідники. Єдиної типології перекладацьких трансформацій на сьогодні не існує.

Попри те, що не завжди можна чітко класифікувати кожний приклад перекладу, на думку А.Ф. Архипова, можна виділити дванадцять різновидів лексико-семантичних трансформацій. У зв'язку з наявністю в німецькомовній рекламі складних іменників та прикметників, які містять у собі додаткові іноді не суттєві уточнення, найчастіше використовуються такі трансформації як лексичне розгортання та опущення лексичних елементів.

Знання видів лексико-семантичних трансформацій перекладачем та вміння вдало їх застосовувати є обов'язковою умовою для отримання вдалого перекладу.

Вікторія Заєць

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОМП'ЮТЕРНОЇ ЛЕКСИКИ

Із початком нового тисячоліття, розвиток технології набув нових обертів. Внаслідок цього, у сучасному житті кожна людина хоча б іноді користується різними пристроями, які полегшують спілкування або ж виконання певної роботи та задоволення власних потреб. Це такі пристрої, як мобільні телефони, комунікатори, комп'ютери та ін.

Такий активний процес технологічного розвитку спровокував появу багатьох неологізмів, які поширились та затвердились у мовах різних країн. Особливо це стосується персонального комп'ютера, внаслідок використання якого виникло безліч професіоналізмів, які вже зараз широко вживаються користувачами ПК – персональними комп'ютерами. Основними вимогами до перекладу термінів є повне збереження семантичного наповнення одиниці перекладу. Таким чином, було визначено, що основними шляхами перекладу термінів є *транслітерація/транскрипція, калькування та експлікація* або *описовий*

переклад.

Транслітерація/транскрипція : *Eine hdufige Anwendung des Computers ist das Surfen im Internet- Найчастіше компютери застосовують для пошуку в Інтернеті.*

Калькування: *DSM ist eine Zwischenform der bekannten Distributed Memory und Shared Memory Architekturen-ДСМ це проміжна форма між відомою розподільною пам'яттю та архітектурою сумісно використаної пам'яті.*

Експлікація (описовий переклад): *Das BIOS ist die zweite Sicherheitsstufe, die unberechtigten Zugriff auf einen Computer verhindern kann-Базова система вводу-виводу це другий рівень захисту, який перешкоджає незаконному вторгненню.*

Крім професіоналізмів досить значне місце в даній технічній сфері займають лексичні одиниці, що використовуються при спілкуванні користувачами ПК, наприклад: *kr (kein plan) – нічого не планує, ida (ich dich auch) – тебе також.*

Замайло Т.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛФ-71

ФУНКЦІОНУВАННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕРМІНІВ У ДИСКУРСІ МАС-МЕДІА, ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ.

Науково-технічні терміни, ужиті в дискурсі мас-медіа можна розділити на 3 основні групи:

- а) термінологічні слова і словосполучення, що використовуються в прямому значенні (у номінативно-дефінітивній функції);
- б) термінологічні слова і словосполучення, що вживаються в переносному значенні;
- с) термінологічні слова і словосполучення, що використовуються в складі тропів – епітетів, порівнянь, метафор.

Варто зазначити, що процес детермінологізації пов'язаний з частим уживанням терміна поза науково-технічним контекстом. Передумовою цього найчастіше стає актуалізація певної області знань і, як наслідок, її активне висвітлення у французькій пресі.

Проаналізувавши дискурс французьких мас-медіа ми зафіксували широке вживання науково-технічних термінів у складі метафоричних конструкцій. Це зумовлено тим, що термін у переносному значенні створює у свідомості читача яскравий образ, і тим самим стає способом досягнення експресивності, що є однією з провідних ознак дискурсу мас-медіа.

Спосіб перекладу науково-технічних термінів у дискурсі мас-медіа залежить від того, в якому значенні термін вводиться у газетну статтю. Якщо термін виконує номінативну функцію і не несе в собі ніякого

додаткового значення, вдаються до лексичних, лексико-семантичних та лексико-граматичних прийомів перекладу. Якщо науково-технічному терміну в публіцистичному тексті надається додаткова конотація, при перекладі необхідно враховувати початкове лексичне значення терміну та намагатися передати жанровий, стилістичний та комунікативний характер повідомлення.

Оксана Зуб

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-72

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА АНГЛІЙСЬКОГО ВОКАБУЛЯРУ ТА СКЛАДНОЩІ ЇЇ ПЕРЕКЛАДУ

Суспільство сучасної культурно-історичної епохи являє собою рухливу систему, що включає в себе безліч субкультурних утворень, кожне з яких має власну специфічну лексику, власний сленг. В основному, лексика належить до певної субкультури, а, оскільки, людина, здебільшого, відноситься до декількох з них, то лексику окремо взятої течії не можна вважати закритою або ізольованою.

Молодіжний сленг є цікавим лінгвістичним феноменом, побутування якого обмежене не лише певними віковими рамками, але й соціальними, часовими і просторовими. Виникнення та функціонування даної лексики зумовлене потребами соціально-демографічної групи, найважливішою характеристикою якої є перехідний стан, процес становлення особистості, пов'язаний з переборюванням певних протиріч.

Молодіжний сленг представляє складність для перекладу, тому що деякі сленгізми можуть бути незафіксованими у словниках, враховуючи таку їх ознаку, як недовговічність та можливу тенденцію до зникнення. Вибір засовів вираження в мові перекладу залежить безпосередньо від з'ясування значення слова в контексті. Остаточний варіант перекладу повинен передавати не тільки значеннєві відтінки слова, але й експресивно-стилістичну забарвленість слова.

При перекладі сленгу найприроднішим є використання функціональних аналогів за наявності їх в мові перекладу. При їх відсутності можна удатися до просторіччя, яке додає тексту, що перекладається, необхідну характеристику відхилення від літературної норми.

Якщо функціональні аналоги або варіативні відповідності відсутні в мові перекладу, перекладач може вдатися також до прийому компенсації, через який в тексті перекладу просто створюється інший образ, такого ж стилістичного напрямку.

Іванна Керного

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛФ-71

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Кулінарною лексикою ми користуємося мало не кожного дня, споживаючи їжу, відвідуючи заклади громадського харчування. Тому необхідним є вивчення наукових термінів, широко вживаних у гастрономічній сфері.

Як і у французькій, так і в українській гастрономічній терміносистемі активним засобом творення простих термінів є семантичне калькування: фр.: *whisky* (англ.), укр.: *суфле*, *барбекю*.

Найпродуктивнішим способом творення нових лексичних одиниць в обох досліджуваних мовах є афіксація. Найбільш продуктивними є такі суфікси: *-on-*; *-et(-ette-)* та *-in* (*poulet* 'курча'); *-e(e)*, *-eux(-euse)*, *-que*, *-air* (*glace* 'холодний'; *liqueureux*, 'солодкий'), а також 4 суфікси (*-iser*, *-isser*, *-queter*, *-iller*), (*aromatiser* 'ароматизувати', *patisser* 'пекти тістечка'). Найменш продуктивними: *-at-*, *-que-*, *-elet-* (*-elette-*); *-er*, *-ais-*, *-il(-ille-)* (*fenouil* 'кріп', *tartelette* 'тістечко').

Найбільш продуктивними суфіксами української мови є: *-н* (*грибний*), *-ов-* (*гороховий*), *-ев-* (*грушевий*), *-ач(-яч)* (*свинячий*). До найменш продуктивних належать: *-юч-*, *-яв-*, *-еч-*, *-яж-*, *-к-*, *-он-*, *-уват-* (*солонуватий*).

Префіксально-суфіксальний спосіб є високоактивним при термінотворенні українських кулінарних лексем: 'наливка'. Для французької мови такий спосіб творення термінів є нетиповим, переважно притаманний дієсловам *enfariner* 'посипати мукою'.

Нами була зроблена спроба проаналізувати способи творення термінів-гастрономів у французькій та українській мовах. Морфологія слів відображає певні особливості національного характеру. Відмінності в продуктивності та виборі засобів словотворення в досліджуваних мовах пояснюється французькою аналітичною та українською синтетичною структурами мови.

Карасевич О.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН 81

ОСНОВНІ СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ КОНСТРУКЦІЇ «LASSEN + SICH + INFINITIV»

Конструкцію «*lassen + sich + Infinitiv*» можна часто зустріти у літературі науково-технічного характеру. Цю конструкцію можна розглядати як сполучення, у якому *lassen* відіграє роль модального дієслова

kunnen, а інфінітив другого дієслова відповідає *Infinitiv Passiv*. У перекладі дієслову *lassen* відповідає дієслово «*могти*», а *Infinitiv Passiv* перекладається, як відомо, дієсловом пасивного стану у неозначеній формі або ж дієсловом бути + коротка форма пасивного прислівника.

Можна виділити декілька найбільш характерних способів перекладу конструкції «*lassen + sich + Infinitiv*»: за допомогою українських дієслівних еквівалентів з тим же словниковим значенням; за допомогою українських дієслів з різними відтінками значення необхідності, можливості та повинності; за допомогою модальних слів чи словосполучень типу «можна», «не можна», «нехай», «краще», «краще не»; дієсловом, що закінчується на «ся»; методом опущення модальної конструкції; методом поєднання дієслів, що позначають можливість (чи неможливість).

Що стосується вибору того або іншого способу перекладу конструкції «*lassen + sich + Infinitiv*», то він залежить від багатьох суб'єктивних факторів таких як, наприклад, особистість перекладача, його досвід, інтелект, здатність оперувати абстрактними поняттями, обставини під час перекладу

Коваль С.С.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН 71

ПЕРЕКЛАД ПАСИВНИХ КОНСТРУКЦІЙ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ)

Науково-технічні тексти мають свої специфічні особливості, які слід не тільки враховувати при перекладі, а й розумітися на них, щоб не припуститися помилок. Адже кожному стилю притаманні свої певні слова і конструкції, які і вирізняють його з-поміж інших. Надзвичайно важливим питанням в науково-технічних текстах є проблема вивчення пасивного стану. Проблема перекладу пасивного стану в сучасній німецькій мові давно привертає увагу вчених-лінгвістів.

Переклад конструкцій пасивного стану означає здійснення необхідного вибору між відповідностями різних типів речень, їх структури й членування. При перекладі з німецької мови українською частіше доводиться спостерігати розходження між граматичними формами і синтаксичними конструкціями цих мов, ніж їх подібність.

При перекладі українською мовою можна або зберегти пасивну стан, або замінити його активним. Важливо знати, чим саме зумовлене вживання пасивного стану в оригінальному тексті німецькою мовою. Категоріальні поняття, терміни та лексеми, що позначають явища, поняття, зв'язки у реченні слід розглядати для виявлення подібностей та

розбіжностей німецької та української мов при перекладі.

Отже, пасивний стан часто перекладається українською мовою за допомогою активних конструкцій. Досить поширеним є також спосіб перекладу пасивних конструкцій зворотним дієсловом. Для перекладу пасивного стану може вживатися сполучення дієслова бути з дієприкметником. Це досить цікавий спосіб перекладу, адже він не так часто застосовується в науково-технічних текстах, як два попередні. Він є властивим саме для публіцистичного стилю.

Коваль Ю.І.

ННІ КРД НА СБ України, Д-091

ПЕРЕКЛАДАЧ У КРИМІНАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Перекладач у кримінальному процесі – це особа, що призначається дізнавачем, слідчим чи судом, яка пізніше займається перекладом під час ведення слідства, судового процесу та допиту у зв'язку з участю у них людей, які не володіють мовою, якою провадиться судочинство [3, с.139].

Відповідно до ст. 128 КПК України такі люди мають право: робити заяви, давати показання, заявляти клопотання, знайомитися з усіма матеріалами справи, виступати в суді рідною мовою і користуватися послугами перекладача.

Участь перекладача у кримінальному процесі України регулюється такими статтями Кримінально-процесуального кодексу України: 19, 62, 93, 128, 254, 270, 341, 344, 379 [2, с.139].

Змістовна частина допиту свідка починається, як правило, з його вільної розповіді про обставини, що цікавлять слідство [1, ч. 4 ст. 167 КПК]; обвинуваченого – про обставини, пов'язані із суттю обвинувачення [1, ч. 6 ст. 143 КПК]. Переклад сказаного на цьому етапі може відбуватись з використанням двох підвидів усного перекладу – синхронного чи послідовного. Кожен підвид має свої недоліки і переваги, що слід враховувати у вирішенні питання вибору [2, с.139].

Процес допитування необмежений у часі, тому людина, яку допитують, може зачекати поки перекладач здійснить свою функцію. Прецедентними є випадки використання письмово перекладу. Це відбувається у випадку, коли допитуваний відмовляється розуміти усну мову транслятора. В такому разі перекладач у письмовій формі ставить запитання, на які підсудний також дає відповідь у письмово. Після проведення допиту всі ці записи зберігаються у слідчого [2, с.139].

Перекладачу слід бути ознайомленим з матеріалами слідства для того, щоб належним чином підготуватись, дібавши потрібну лексику.

Виходячи із процесуального статусу та функцій перекладача його професійність також повинна виражатись у повазі до допитуваного, делікатністю та коректністю. Перекладач може ставити тільки уточнюючі запитання для підвищення якості перекладу. Вони ні в якому разі не можуть бути деталізуючими.

По закінченню слідства, перекладач повинен переконатись, що все вірно зафіксовано, тому що він підписує протокол і несе кримінальну відповідальність за свою роботу [2, с. 141].

Література

1. Кримінально-процесуальний кодекс України. Чинне законодавство України від 1 лютого 2011 року, за ред. Паливода А. В. – К., 2011. – 247 с.
2. Кучинська О. П. Перекладач в кримінальному процесі України / О. П. Кучинська. Тези міжнародної наукової конференції «Проблеми юридичної кваліфікації(теорія і практика). – 139 с.

Ларіна М.

ННІ КРД НА СБ України, факультет філології, Д-091

ПЕРЕКЛАД ПАСИВНИХ КОНСТРУКЦІЙ

Об'єктом дослідження данної роботи є використання пасивних конструкцій та розгляд основних особливостей їх перекладу з англійської українською мовою. Під час перекладу таких конструкцій здійснюється вибір між відповідностями різних типів речень, їх структури та членування. Варто зауважити, що вони не є подібними. Навіть при зовнішній, формальній подібності конструкцій і форм, їх стилістичне значення у різних мовах буває різним.

В англійській мові утворення пасивного стану дієслова відбувається частіше, ніж в українській мові. Як зазначає відомий філолог Рецкер Я. І., це відбувається внаслідок того, що в англійській мові в пасивному стані вживаються не лише перехідні, а й багато неперехідних дієслів. Підметом речення пасивного стану в англійській мові може бути прямий, непрямий, а також прийменниковий додаток речення активного стану [4. с.92].

Розглядаючи утворення пасивних конструкцій в англійській мові і їх відтворення в перекладах на українську, ми ставимо собі за мету перш за все навчитися розуміти зміст речень у пасивному стані, а також виокремити основні правила передачі данного змісту українською мовою.

Література

1. Венкель Т.В., Валь О.Д. Вдосконалюйте вашу розмовну англійську. – Чернівці: Рута, 2003.

2. Комиссаров В.Н. Теория перевода. – М.: Высшая школа, 1990.
3. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад: Підручник. – Вінниця: Нова Книга, 2003.
4. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. – М.: Международные отношения, 2001.

Лозко О.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛФ-71

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ МЕДИЧНИХ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ТЕКСТІВ

До медичної термінології належать терміни, які відображають систему наукових понять, і номенклатура – сукупність назв. Головним прийомом перекладу термінів є переклад за допомогою лексичного еквіваленту. Латинські та грецькі словотворчі одиниці обрані як основне джерело формування медичної термінології.

У французькій мові у зв'язку з прогресом науки і техніки існує велика кількість неологізмів в області термінології, завдяки чому мова розвивається. Одна з труднощів полягає у відставанні словників у фіксації неологізмів. Зростає кількість аббревіатур та акронімів, що свідчить про тенденцію економії мовних засобів.

Щодо професіоналізмів, вони не завжди відповідають нормам літературної мови. Вони виступають як неофіційні синоніми до термінів, але, на відміну від останніх, професіоналізми не мають чіткого наукового визначення й не становлять цілісної системи. Також вони виконують важливу номінативно-комунікативну функцію спрощення мови.

Явище епонімії – надзвичайно поширене явище в галузі медичної термінології, адже знання цих назв для дипломованого лікаря, викладача, науковця важливе насамперед із професійних позицій. Фахівці застосовують терміни-епоніми, що сприяє їхньому професійному становленню.

До основних труднощів, які виникають при перекладі ми відносимо лексичні та морфологічні труднощі, тому перекладач повинен ознайомитися з лексикою та граматичними конструкціями в україномовних інструкціях. В Україні поки що немає французько-українських медичних словників, а саме такі лексикографічні джерела нам потрібні.

Мамонт А. О.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ПОШИРЕНИХ ОЗНАЧЕНЬ НА МЕРІАЛІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

При перекладі поширеного означення можуть виникати певні

труднощі, зумовлені складністю граматичної конструкції. У першу чергу, необхідно відновити порушений зв'язок, тобто знайти той іменник, до якого відноситься слово, що «відірвалося» від нього. Для цього потрібно переглянути всі останні іменники та не звертати увагу на ті, до яких воно належати не може.

Відокремленим від іменника може бути не тільки артикль або займенник, але й інше означуване слово, наприклад, прикметник, дієприкметник, числівник, вказівний чи відносний займенник у родовому відмінку (*dessen, deren*), а також прийменник.

Існують випадки, коли при наявності поширеного означення в тексті немає слова, що відокремилось від іменника, (артикля, займенника, прийменника). Тоді визначити відразу, що потрібно мати справу з таким зворотом, буває складніше. Наприклад:

Kleinere Dämme von geringer Höhe werden zweckmässig ohne zeitraubende Berechnungen nach aus Erfahrung gewonnenen Regeln errichtet. - Більш дрібні дамби невеликої висоти доцільно зводити без трудомістких розрахунків - на підставі правил, отриманих з досвіду.

Зміст даного речення можна було б викласти у такий спосіб:

Für kleinere Dämme von geringer Höhe wendet man zweckmässig aus Erfahrung gewonnene Regeln an.

До одного й того ж іменника можуть відноситися два й більше поширених означень. У цьому випадку перекладається насамперед означуваний іменник, потім визначальне слово першого означення з додатковими до нього словами, потім визначальне слово другого означення з його додатковими словами і т.д.

Миколаєнко Л.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ РЕКЛАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ

Для реклами важливі два шари лексики: позитивно-оцінювальний та нейтральний. Перекладач реклами повинен знати, що слова обох груп об'єднуються у сталі словосполучення – рекламні кліше, а також у модальні звороти з відтінком прохання. Оцінювальна лексика пов'язана з поняттями, які є вираженням позитивних інтересів людей з різних сфер суспільного життя, таких як: мораль та етика, матеріальне забезпечення, побутовий комфорт, що має велику цінність на даному етапі суспільної свідомості.

Найефективнішу дію має реклама, яка апелює до позитивного, намагається справити приємні враження, такі як: радість, комфортність, спокій, оптимізм.

Для правильності відтворення реклами іншою мовою, перекладач повинен знати також і специфіку вживання різних частин мови у тексті оригіналу.

З точки зору морфології можна зазначити, що ключовими у рекламі стають не обов'язково іменники. Це можуть бути як дієслова, так і прикметники з прислівниками. Дієслова, як правило, використовуються у теперішньому часі і називають лише ті дії, які приносять позитивні результати. Минулий час використовується лише для опису досліджень та констатації отриманих результатів. Майбутній час зустрічається у рекламних текстах для загострення уваги на покращенні стану після використання відповідних пристроїв.

Характерними для реклами є й відкриті заклики до купівлі товару, так звані слова, що спонукають до негайної дії. Такі дієслова надають рекламному текстові особливу динаміку.

Перекладач, як правило, не має право змінювати часову форму дієслова або ігнорувати наказовий спосіб.

Мицай Ю.О.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН 81

ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

Відбір граматичних відповідників у перекладі науково-технічних текстів здійснюється за протиставлення двох тенденцій: 1) пошук оптимального варіанту вираження, що вдало відповідає завданням форми викладу і змісту стилю науково-технічної підмови та 2) прагнення авторів до досягнення «краси» і повноти стилю, різноманітності форми вираження завдяки залученню граматичних синонімів тощо.

Німецькій мові властива багатозначність не лише лексична, а й граматична. Так дієслова *haben* і *sein* можуть бути: самостійними дієсловами; допоміжними дієсловами; дієсловами з модальним значенням, причому в науковій літературі вони вживаються саме в модальному значенні.

Часто значні труднощі виникають під час перекладу науково-технічного тексту у зв'язку з відмінністю синтаксичної системи мов: послідовність елементів висловлювання в німецькій і українській мовах може не збігатися. Наприклад, при перекладі речень з інфінітивними групами чи зворотами інфінітив, що стоїть у кінці групи чи звороту, в українському реченні ставиться на перше місце; при перекладі речень, які починаються не з підмета, присудок ставиться саме після підмета, у німецькому реченні порядок слів зворотний.

Під час перекладу науково-технічного тексту потрібно пам'ятати

про розбіжності в побудові речень німецької та української мов, про відмінність системної організації цих мов. Під час перекладу виникає необхідність текстової модифікації, яку важко передбачити і яка потребує оказійного здійснення в кожному окремому випадку. Йдеться про те, що інколи загальний зміст і контекст потребують введення одних слів і опускання інших, часткової або повної перебудови речення за вимогами української граматики. Головну увагу під час перекладу слід спрямовувати на його адекватність і точність. Необхідно враховувати кінцеву мету, а саме – найточніше відтворення німецькомовного оригіналу засобами української мови.

Мушинська С.В.

МЦП ННІ КРД НА СБ України, група Д-091

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

Фразеологізми – одна з універсальних мовленнєвих одиниць. В них знаходимо відображення історії народу, своєрідність його культури та побуту [2, 4-5]. Фразеологізми – семантично пов'язане сполучення слів, яке відтворюється у вигляді усталеної, неподільної, цілісної конструкції, містяться у словниковому складі мови як аналоги різних частин мови, характеризуються семантичною цілісністю та мають словесно виражену внутрішню форму. При перекладі фразеологізмів та ідіом рідною мовою потрібно підбирати вислови та мовні кліше, які відповідають менталітету та культурі мови перекладу. В процесі відтворення фразеологізмів, як і будь-яких інших мовних одиниць, перекладачеві важливо зберегти смислове, емоційно-експресивне та функціонально-стилістичне забарвлення фразеологічної одиниці в мові перекладу. В перекладознавстві виділяють три великі групи фразеологізмів:

- 1.** Лексичні. В мові перекладу вони можуть відповідати фразеологізмам, окремим словам та вільним словосполученням. Вони містяться в лексичному складі мови, характеризуються семантичною цілісністю та мають словесно-виражену внутрішню форму, яка являю собою лексико семантичний зміст вільного словосполучення, на основі метафоризації якого виник фразеологізм.
- 2.** Предикативні – це, як правило, закінчені речення, закріплені в мові у вигляді стійких формул, наприклад: приказки та прислів'я. Серед можливих способів перекладу виділяють: повний еквівалент, частковий еквівалент, калькування та переказ фразеологізму [1, с.182-189].

- 3.** Компаративні, які закріпились у мові як стійкі порівняння. При перекладі найчастіше використовують два прийоми: підбір відповідного фразеологізму у мові перекладу або калькування.

Під час перекладу фразеологізмів важливо не допускати порушення норм мови, дотримуватися жанрово-стилістичних вимог до тексту. Використання усталених зворотів потребує тонкого відчуття стилістичної системи мови. Неабиякою майстерністю мають володіти й перекладачі, добираючи фразеологічні еквіваленти іноземних слів. Адже хибне тлумачення фразеологізму може цілковито спотворити весь текст, а відповідно – пократити думку автора.

Література

1. Виноградов В.С. Перевод. Общие и лексические вопросы: Учебное пособие / В. С. Виноградов. – М.: КДХ, 2006. – 240 с.
2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1986. – 215 с.

Новак Н.Ю.

НТУУ КПІ, факультет лінгвістики, ЛН 81

СТИЛІСТИЧНІ ПЛАСТИ В РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ ГАЛУЗІ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ.

Стилістичний пласт – різновид мови, що використовується в якій-небудь типовій соціальній ситуації і відрізняється від інших різновидів тієї ж мови межами лексики, граматики, фонетики. В німецькій мові розрізняють такі стилістичні пласти мови: науковий, нормативно-літературний, розмовний, змішаний, що включає в себе усі вище названі пласти.

Науковий (книжний) пласт. Реклама автомобілів з самого початку вже припускає великий відсоток наукових термінів та «книжкового» наповнення через те, що інформаційні блоки зазвичай містять технічні характеристики рекламованого авто. Також до цього пласту належить поетична лексика, що характерна поетичним текстам загального характеру. Наприклад: «*Renault. Breite die Flügel*» – «*Renault. Розправ крила*».

Нормативно-літературний, загальноновживаний стилістичний пласт нейтральний і вживається в усіх сферах спілкування та в усіх жанрах. В рекламі використовується дуже часто, стилістичні спрямованість дуже широка. Наприклад: «*Volkswagen. Das Auto*» – «*Volkswagen. Авто з великої літери*»

Розмовний пласт лексики. В україномовній рекламі автомобілів цей пласт зустрічається найчастіше, адже емоції притаманні українському народові. Наприклад: «*Hundai Sonata. Find' ich gut*» – «*Хюндай – оце справді круто!*».

Змішаний стиль. В галузі автомобілебудування цього пласта не можливо уникнути, оскільки зазвичай слоган подається у розмовному стилі, а технічні характеристики – в книжковому. Наприклад: «*Infinity FX. – Sportliche Raschheit, maximale Dynamik, blitzschneller Anlauf bis zu 100km/h in 5,8 sek...*» – «*Зухвалість спортивного характеру, вибухова динаміка, 400 кінських сил, блискавичний розгін до 100км\год за 5,8 сек...*».

Знання перекладачем стилістичних пластів та їх особливостей значно полегшує роботу з текстом.

Оксана Мікрюкова,

НТУУ «КПІ», факультету лінгвістики, ЛА-81

ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ПРОБЛЕМА МОДАЛЬНОСТІ (АНГЛО- УКРАЇНСЬКЕ СПІВВІДНОШЕННЯ)

У сучасній мовознавчій науці та в перекладознавстві спостерігається підвищений інтерес до перекладацької проблеми модальності в її багатофункціональних виявах. Модальні відношення і засоби їх реалізації стають об'єктом вивчення на формально-синтаксичному, семантико-синтаксичному, комунікативно-функціональному та текстовому рівнях.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що найпоширенішими засобами вираження модальності в англійській мові в усіх жанрах є модальні дієслова. Визначено способи перекладу засобів вираження модальності в сучасній англійській мові на українську мову. Вони можуть перекладатись за допомогою фонетичних засобів (логічного та фонетичного наголосу), лексичних засобів (модальні слова та композити) та лексико-граматичних засобів вираження модальності (модальні слова) або взагалі не мати чіткого вираження в перекладі.

Специфіка кожного із літературних жанрів із характерними для них мовними стилями відображається на умовах перекладу. При перекладі художніх творів в основному звертають увагу на лексику, адже такі твори впливають не лише на розум, а й на почуття. Тому саме такі тексти містять в собі більше модальності, яку треба відповідним чином виразити.

У діловому та публіцистичному стилях, як і в науково-технічній літературі, модальність має свої межі, тому з текстами цих стилів виникають свої труднощі. У розмовному стилі перекладач має більшу свободу творчості і може різноманітними засобами зобразити дійсність.

Модальність – поняття багатоаспектне, що має низку своїх особливостей. Часто вона передається за допомогою інтонації та наголосу, проте на письмі найчастіше – модальними дієсловами. Для перекладача головним є вміння знайти в тексті оригіналу саме те, що прагне передати автор, і певними засобами це відтворити.

Олондарь В.С.

ННІКРД НА СБ України, Д-091

ОСОБЛИВОСТІ ВІЙСЬКОВОГО ПЕРЕКЛАДУ

У зв'язку з нестабільною політичною ситуацією у світі, численними міжнародними озброєними конфліктами, терористичними актами та локальними війнами, питання особливостей військового перекладу не втрачає своєї актуальності. Військова лексика включає військову термінологію, до якої належать науково-технічні терміни та емоційно забарвлені елементи військового лексикону.

Військовий термін – це слово або словосполучення, що використовується для позначення певного спеціального поняття, що належить до того, чи іншого розділу військової науки або до військової техніки [2, 7]. Найбільш складним є переклад військових термінів, які передають реалії англословної дійсності, що не існують в країні, мовою якої здійснюється переклад, оскільки військова термінологія постійно змінюється у зв'язку з реорганізацією видів збройних сил, нових зразків зброї та військової техніки. В таких випадках переклад військових термінів може досягатися шляхом опису значення слова, дослівного перекладу, транслітерації, або транскрипції [1, 21].

Аналіз американської військової термінології демонструє її неоднорідність. У сучасній англійській мові існує значна кількість багатозначних термінів (наприклад англ. *armor* в перекладі українською означає “броня, бронесили, танки”) [3, 395]. Значно ускладнює переклад той факт, що іноді англійські та українські терміни і їх компоненти збігаються за формою, але відрізняються значенням і використанням. Наприклад, *military academy* – військове училище, *ammunition* – боєприпаси [3, 398]. Крім цього, в англословній військовій термінології існує ціла низка військових звань, які не мають аналогів в українській.

Одним з різновидів військової лексики є слова та фразеологізми, які не входять до літературної мови і вживаються, головним чином, в усному спілкуванні військових. Експресивні, «крилаті» військові неологізми також викликають додаткові труднощі перекладу. У військовій публіцистиці широко вживаються аббревіатури та акроніми, значення яких можна встановити за допомогою контексту або аналізу екстралінгвістичних

чинників ситуації.

Література

1. Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / І. В. Андрусак. – К., 2003. – 20 с.
2. Учебник военного перевода. / Л. Л. Нелюбин, А. А. Дормидонтов, А. А. Васильченко и др. – М.: Воениздат, 1984. – 440 с.
3. Шевчук В. Н. Производные военные термины в английском языке / В. Н. Шевчук. – М.: Воениздат, 2003. – 231 с.

Орчинська Ю. В.

ННЦ МП НА СБУ, група Д-091

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАПЕРЕЧЕНЬ

Заперечення являє собою важливу категорію мови, будучи однією з основних розумових операцій. Універсальність заперечення обумовлена прагненням людини до диференціації явищ дійсності й відбиттям цього процесу в мові. Категорія заперечення в мові характеризується розгорнутою, складною системою засобів вираження й неоднорідністю семантики [2].

Являючись універсальною категорією мови з багатообразним арсеналом засобів вираження, заперечення одержує окреме тлумачення у світлі кожного нового напрямку мовознавства. Заперечення - елемент значення речення, який вказує, що зв'язок, який встановлюється між компонентами речення, на думку мовця, реально не існує. Наприклад, В. В. Лебедев висловлює думку, що “мінімальною мовною одиницею, в межах якої функціонує заперечення, являється предикативна конструкція” [1].

З формальної точки зору заперечення може виражатися заперечними словами (укр. “не”); заперечним префіксом (англ. “*unknown*”); заперечними формами окремих частин мови: дієслова (англ. “*I don't want*” - аналітична заперечна форма), займенника (укр. “*ніхто*”) та ін. Заперечення може бути формально невираженим компонентом значення слова (укр. “відмовитись” = “не погодитись”) або тим, що мається на увазі – формально невираженим компонентом значення речення (“багато ти розумієш”) [3].

Таким чином, труднощі перекладу заперечень обумовлені не тільки універсальним характером цієї категорії, а й недостатньою вивченістю прояву заперечення на рівні мови.

Література

1. Берман І.М. English grammar. – М.: Вища школа, 1994. – 183 с.
2. Бондаренко В.Н. Заперечення як логіко-граматична категорія. – М.: Наука, 1983 – 211 с.
3. Бродский И.Н. Заперечні вислови // Питання логіки: Підр., 1973. – 104 с.

Пекарчук Н.А.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-81

ПРОБЛЕМАТИКА КОМП'ЮТЕРНОГО ПЕРЕКЛАДУ ТЕХНІЧНИХ ТЕКСТІВ

Розвиток новітніх технологій спричинив стрімке збільшення інформаційних потоків між високорозвиненими промисловими країнами. Наявна ситуація вимагає абсолютно нового підходу до проблеми перекладу технічної літератури – по можливості максимально автоматизувати процес і залишити людині творчу редакційну складову. Це вирішується за допомогою систем машинного перекладу.

Але людський мозок настільки складний, що для створення програми, яка могла хоча б в якійсь галузі перекладу скласти конкуренцію нашій голові, знадобиться не один десяток років. Навіть найпотужніші комп'ютери, які існують на даному етапі, не можуть забезпечити подібним програмам найголовнішого – чіткої систематизованості.

Типовими помилками комп'ютерного перекладу вважаються: неточності перекладу слова, тобто вибір комп'ютером лише одного варіанту перекладу, повна неперекладність слів через їх складну будову, невідповідність граматиці мови перекладу.

Перспективою дослідження є вивчення усіх цих помилок, а також аналіз повинен охоплювати всі головні рівні мови: лексичний, синтаксичний, морфологічний, прагматико-семантичний.

Засоби машинного перекладу, безперечно, ніколи не будуть в змозі зрозуміти всі смислові нюанси тексту оригіналу, але не можна забувати, що помилки часто зустрічаються і у людей-перекладачів, і є найважливішим очікувати від системи машинного перекладу, що вона здатна виправити помилки оригіналу та видати грамотний переклад.

Слід пам'ятати, що програма-перекладач – це, перш за все, інструмент, що допомагає підвищити рівень перекладу тільки в правильному її використанні людиною-перекладачем.

Тетяна Ружицька

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-73

НАЙЧАСТОТНІШІ ВИДИ УСІЧЕНЬ В ПОЛІТИЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ТЕКСТАХ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Оскільки переклад усічень (скорочень) є актуальним напрямком в перекладознавстві, дана тема вимагає глибокого вивчення.

Проаналізувавши велику кількість класифікацій, вважаємо найповнішим поділ Д.І. Квеселевича, який поділяє їх на апокопу, синкопу, аферезу та змішані усічення. Політичним та економічним текстам найбільш характерна апокопа. Факт переваг апокопи перед іншими типами усічень такі учені, як Т.І. Арбекова (2002) пов'язують з «концентрацією інформації на початку слова і наявністю наголосу на початковому складі в більшості англійських слів».

Ми дійшли висновку, що серед апокопних скорочень нерідко зустрічаються омонімічні скорочення, на що при перекладі варто звернути увагу. Труднощі перекладу апокопи полягають в тому, що разом з закінченням відсікається і граматична інформація про слово, його вигляд стає розпливчастим і єдиною підказкою про те, яке із однокореневих слів використовує мовець, залишається контекст. Наприклад: *acc* – акцепт, трата; *adm* – управління, адміністрація; *bal* – баланс, сальдо; *cur* – валюта; *exp* – валюта.

Друге місце за частотою використання у нашій вибірці посідає синкопа: *agt* – угода, договір; *ppty* – власність; *secs* – цінні папери; *std* – стандарт; *stk* – запас.

Усічень з аферезою у політичній та економічній літературі дуже мало, тому можемо зробити висновок, що це не характерний вид скорочень для такого дискурсу, адже переклад аферезисних усічень ускладнюється тим, що відсікається не тільки граматична інформація, але і важлива семантична складова, без якої адекватний переклад скорочення часто неможливий. При всій своїй нечисленності серед аферезисних усічень також зустрічаються омоніми. У таких випадках для уточнення значення потрібно орієнтуватися на область підмови, яка є їх контекстом. Мабуть, саме через ці труднощі у політиці та економіці такі одиниці відсутні.

Савчук А.В.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-82

PECULARITIES OF TECHNICAL INSTRUCTIONS TRANSLATION

Instruction is a legal act written by authorized bodies to set the rules that will regulate organizational, scientific and technical, technological, financial and other special activities of institutions, enterprises and officials. There a lot of

terms from different spheres of knowledge in the text of instructions, and also special vocabulary from various spheres of activities.

The text of instructions has many imperative structures that reflect various degree of imperative. In technical English texts the forms of passive voice and impersonal forms of verbs are more frequently used than in Ukrainian.

First of all, translation of instructions involves the translation of their components. Thus, simple terms are translated by the corresponding equivalents, loan translation, transcoding, descriptive translation.

Complex terms are translated by means of loan translation, equivalent in the Genitive case, equivalent with various prepositions, descriptive translation.

While translating, imperative can be conveyed with the infinitive form of the verb, imperative form of the verb in the second person plural, indefinite personal form of the verb.

Verbs in the passive voice are translated with one of the indefinite personal forms of the verb, indefinite personal form of the verb in the third person plural, infinitive form of the verb, verb in the active voice.

To conclude, the translation of instruction is very complicated and actual problem of translation, which needs further research.

Санникова О.О.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики ЛА-82

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Зміст і форма рекламних текстів визначаються головною метою – викликати зацікавленість до товару. Правильно складений рекламний текст повинен привернути увагу слухача або читача та викликати бажання придбати рекламований товар. Також, відмінною рисою вдалої реклами є гармонічне поєднання основної рекламної ідеї з тими засобами виразності, які даній ідеї найбільше відповідають. Це виражається, у знаходженні тієї єдино вірної тональності рекламного звернення, що виділяє його серед інших.

Рекламні тексти розрізняються за способом контакту учасників комунікації та за жанром. Спосіб контакту являє собою поєднання просторового і темпорального аспектів мовного акту – опосередкованість і тривалість контакту. За жанром рекламні тексти розділяють на коротку рекламу, що являє собою товарне або фірмове ім'я, слоган, фразу, рекламне оголошення і рекламну статтю. Особливу увагу перекладачу треба звернути на переклад структурних частин. Рекламний текст можемо умовно поділити на чотири основні частини: слоган, заголовок, основний рекламний текст, фраза-відлуння. Кожна з цих частин потребує ретельного вивчення, тому

що несе в собі екстралінгвістичні компоненти. Рекламний текст, у силу своєї специфіки, ніколи не слід перекладати дослівно тому, що в цьому випадку він може втратити зміст і силу свого впливу. При перекладі рекламних текстів на інші мови необхідно враховувати етичні, психологічні характеристики аудиторії й споживача, специфіку мови й культуру країни, для якої даний текст призначений. Вибір того чи іншого способу або прийому перекладу залежить від аудиторії споживача рекламної продукції, особливості психології перекладача, його прихильність до певної літературної традиції.

Завдання перекладача – використати всі знання теоретичних основ перекладу для передачі комунікативної функції оригіналу, оскільки знання теоретичних основ перекладу та екстралінгвістичних реалій – необхідна умова адекватності перекладу.

Скачко Т.О.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ НА ПРИКЛАДІ МІЖНАРОДНИХ ДОГОВОРІВ

При перекладі міжнародних договорів неможливо обійтись без трансформацій. Оскільки існує багато класифікацій перекладацьких трансформацій, за основу взято класифікацію Бархударова, як найбільш повну, точну і детальну. З метою зручності опису всі види перетворень чи трансформацій Бархударов зводить до чотирьох елементарних типів: перестановки, заміни, додавання та опущення.

Слід зауважити, що такого роду поділ є значною мірою приблизним і умовним. По-перше, у цілому ряді випадків те чи інше перетворення можна трактувати як один, так і як інший вид елементарної трансформації. По-друге, що найголовніше, ці чотири типи елементарних перекладацьких трансформацій на практиці "у чистому вигляді" зустрічаються рідко – зазвичай, вони поєднуються один з одним, приймаючи характер складних, "комплексних" трансформацій.

Саме тому важливо, щоб перекладач, роблячи переклад, робив якомога менше помилок і намагався адекватно перекласти міжнародний договір. Перекладацькі трансформації допомагають наблизити мову оригіналу до мови перекладу.

При перекладі міжнародних договорів найчастіше застосовуються такі трансформації, як заміни, перестановки, додавання та опущення. Найпоширенішими замінами в перекладах є заміни частин мови, синтаксичні заміни в складному реченні та лексичні заміни (конкретизація та генералізація).

Отже, роблячи переклад міжнародних договорів, неможливо обійтись без трансформацій. Завдяки ним, переклад стає логічним, лаконічним, простим, зрозумілим та природнім. Переклад буде відповідати тексту оригіналу і правильно звучати у вихідній мові. При будь-якому перекладі застосовуються трансформації, потрібно лише знати які.

Соболь О.Г.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

СПОСОБИ ВЖИВАННЯ МОДАЛЬНОСТІ В НІМЕЦЬКИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕКСТАХ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОМУ АСПЕКТІ

Модальність - це функціонально-семантична категорія, що виражає різні види відношення висловлення до дійсності, а також різні види суб'єктивної кваліфікації повідомлюваного.

Засоби вираження цієї категорії в різних мовах мають як подібні, так і відмінні риси, залежно від того до якої групи мов, слов'янської або германської, вони відносяться, тому що кожна з мов має свої особливості й розвивається по своїх внутрішніх законах у зв'язку з конкретною історією народу, що говорить нею.

Категорію “модальність” більшість дослідників диференціюють. Один з аспектів диференціації – протиставлення об'єктивної й суб'єктивної модальності. Категорія модальності розглядається в роботах багатьох лінгвістів. Проведені порівняння дозволяють у зрештою запропонувати відповідне визначення мовного поняття модальності: Під модальністю розуміють ту категорію, що дозволяє мовцеві представити відношення між його повідомленням і дійсністю з його поглядом.

Різноманіття граматичних, граматико-лексичних і лексичних модальних засобів й їхня комбінаторність дають можливість вираження дуже тонко градуєваних модальних нюансів. Емоційність, ствердження/заперечення, у більшості випадків комунікаційний тип речення не збігається із запропонованим визначенням мовного поняття модальності.

Важливими способами вираження модальності в німецькій мові є: модальні дієслова (*müssen, können, müssen, sollen* й утворені з їхньою допомогою модальні конструкції), способи дієслова, модальні частки, слова й звороти. Одним з найважливіших способів вираження даної категорії є вираження модальності дієслівними формами (Футур I й II, Кон'юнктив I й II, Кондиціоналіс).

Незважаючи на все більшу роль модальних членів речення в німецькій мові, для виявлення можливості, сумніву й інших відтінків

оцінки реальності процесу, вираженого в реченні, центр тяжіння тут лежить для німецької мови в дієслівній системі. Саме дієслово, його спеціальні флективні форми (кон'юнктив), його численні складні форми (Футур I й II, модальні конструкції з інфінітивом II) дозволяють у першу чергу виявити найрізноманітніші модальні відтінки можливості й сумніву в німецькому реченні.

Сопронюк Ю.Ю.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛФ-71

ЗАСОБИ ПЕРЕКЛАДУ НЕПЕРЕКЛАДНИХ МОВНИХ ОДИНИЦЬ У ЕНЕРГЕТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Безеквівалентна лексика- слова, лексеми, у значенні котрих немає спільних лексичних компонентів зі словами мови перекладу. Безеквівалентна лексика ділиться на дві групи: власні імена та слова-реалії. Реалії можна передавати за допомогою таких засобів як транскрипція, калька, напівкалька, функціональний аналог або описовий переклад. При перекладі аббревіатур можна або знайти прямий уже існуючий відповідник у вигляді аббревіатури у мові перекладу або залишити їх в початковій формі. Серед найпоширеніших способів перекладу термінів є транскодування, яке полягає у побуквенній чи пофонемній передачі вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу. Власні імена та назви зазвичай перекладаються, проте треба подбати про грамотне фонетичне та граматичне оформлення. Дуже часто вживаються інтернаціоналізми, з якими не виникає особливих труднощів перекладу, набагато складніше перекладати реалії французької мови. До основних труднощів, які виникають при перекладі статей з енергетики ми відносимо лексичні та морфологічні, тому перекладач повинен бути ознайомленим з лексикою та граматичними конструкціями в україномовних статтях. Як у Франції так і в Україні існують певні правила написання статей з енергетики. Оскільки статті з енергетичної галузі відіграють дуже важливу роль серед науковців-енергетиків та відносяться до науково-технічної документації, наше завдання полягає у тому, щоб чітко та зрозуміло передати інформацію, не спотворивши її. Перекладач повинен враховувати стилістичні, лексичні та граматичні особливості обох мов, а також бути обізнаним в даній галузі. В ході роботи було створено глосарій найчастіше вживаних термінів та список аббревіатур енергетичної галузі.

Едвард Талавера

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-71

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ

РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ, ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ

Розглядаючи рекламу з точки зору лінгвістики виникає природна зацікавленість до мовних особливостей рекламного тексту.

Завдяки поєднанню різних за функціями лексичних одиниць, мовні засоби лексичного рівня є одним з основних засобів створення емоційного наповнення рекламного тексту.

Використовуючи великий арсенал лексичних засобів посилення експресивного впливу, рекламний слоган виконує одну з важливих функцій рекламного тексту.

Цілком закономірним явищем є поява в сучасній українській мові значної кількості лексичних новотворів.

Особливості лексичного складу рекламних текстів полягають у вживанні поруч із міжстильовою лексикою, позитивно-оцінної, експресивної лексики, яка має певне стилістичне забарвлення, і легко сприймається.

При перекладі рекламних текстів перекладачеві необхідно враховувати: мету тексту, характер споживача, мовні якості тексту оригіналу, культурні й індивідуальні можливості мови в культурному аспекті споживача й багато інших факторів.

Для проведення дослідження було обрано два види реклами: зовнішня та віртуальна, розглянуто особливості відтворення англійських рекламних повідомлень засобами української мови та проаналізовано низку прикладів.

Для досягнення адекватного перекладу рекламних текстів перекладачу доводиться використовувати певні видозміни тексту мови оригіналу – трансформації. Результати практичного дослідження показали, що найбільш вживаним засобом перекладу у текстах зовнішньої та віртуальної реклами є дослівний переклад, заміна, додавання, перестановка та інші.

Катерина Телькова

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ТЕРМІНИ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

У період стрімкого розвитку сучасної науки і техніки спостерігається гостра потреба у передачі великої кількості фахової інформації з іноземних мов. Дослідженнями загальних теоретичних питань термінології та різних галузевих терміносистем займалися багато вітчизняних науковців-лінгвістів: Бурячко А.А., Грещук В.В., Даниленко

В.П., Кочан І.М., Панько Т.І., Симоненко Л.О., Родзевич Н.С., Хаятін А.Д., Ходолєєва П.С. та інші.

На мій погляд найбільш точним і влучним є визначенням слова «термін», подані Мостовим М.І. та Карабаном В.І., які під поняттям «термін» мають на увазі: **термін** – слово або словосполучення, яке служить для вираження поняття у відповідній професійній сфері та вживане в особливих умовах.

За лексико-семантичними ознаками терміни поділяються на: 1) загальнонаукові терміни (*die Reaktion* – реакція, *das Dquivalent* – еквівалент), 2) вузькоспеціалізовані (*das Pronomen* – займенник), 3) терміни аббревіатури та скорочення (*BSB biochemischer Sauerstoff-Bedarf* – біохімічна потреба в кисні). За побудовою поділяються на: прості (*der Kolben* – колба), складні (*das T-Stück* – трійник) та терміни-словосполучення (*die zweipolige Sicherung* – двополюсний запобіжник).

Переклад термінології, якщо в мові перекладу відсутній лексичний еквівалент, здійснюється різними прийомами, а саме за допомогою таких міжмовних трансформацій як: лексичні, лексико-семантичні та лексико-граматичні. Задача перекладача полягає у вірному виборі того чи іншого прийому під час процесу перекладу, щоб якнайточніше передати значення будь-якого терміна.

Теплюк А.С.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛН-71

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ОКАЗІОНАЛІЗМІВ У НІМЕЦЬКОМУ ФІЛОСОФСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Тема дослідження okazіональної лексики викликає все більший інтерес у лінгвістів та перекладачів, оскільки okazіоналізми відносяться до області неперекладного або важкоперекладного.

Традиційно вважається, що okazіоналізми є характерним мовним явищем для художньої літератури та творів публіцистичного стилю. Проте, оскільки філософську мову порівнюють з мовою поезії, а створення нового філософського напрямку – зі створенням нового витвору мистецтва, велика кількість okazіоналізмів міститься й у працях відомих філософів різних часів. До яскравих словотворців німецької філософії можна віднести таких відомих філософів як Г.В.Ф. Гегель та Мартін Гайдеггер. Саме okazіональна лексика у їх філософських працях вважається особливою проблемною областю у перекладацькій практиці.

Для якісного перекладу філософських творів замало знання мов. Необхідне розуміння самої мови філософії та специфіки філософських понять, оскільки вміння перекладача виявити зовсім інший глибокий та

специфічний смисл, закладений автором в узуальних та okazіональних словах, дозволяє вибрати найбільш відповідний перекладацький еквівалент до певного оригінального поняття.

Із проведеного аналізу okazіоналізмів німецького філософського дискурсу можна виділити основні види їх перекладу українською мовою: калькування, наближений переклад (переклад за допомогою «аналога») та описовий переклад. Головними критеріями при виборі способу їх перекладу є контекст, власне структура і форма okazіональних новоутворень і вміння розрізняти слова розмовної мови й філософські поняття і терміни, а також здатність розуміти їх смисл. При цьому перекладач повинен мати досить значний досвід у перекладі філософських праць та додаткові екстралінгвістичні знання у цій області.

Яценко І.М.

НТУУ «КПІ», факультет лінгвістики, ЛА-72

ШЛЯХИ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОРИ ТА МЕТОНІМІЇ У ХУДОЖНІХ ТА ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Дана робота присвячена дослідженню англійських стилістичних прийомів, таких як метафора та метонімія та засоби їх перекладу українською мовою. У роботі ми визначили, що основна відмінність між даними тропами в тому, що метафора переносить значення з одного явища на інше за подібністю, а метонімія – за суміжністю. Для ілюстрації даних стилістичних прийомів наведемо такі приклади метафори: *blue of the plum – чари молодості, Frankenstein food – їжа Франкенштейна* (продукти харчування, отримані штучно), *ecological footprint – екологічний слід* (наслідки життєдіяльності людини) та ін.; а також приклади метонімії: *NBU turning red over greenbacks – Національний банк повстав проти долара, England sighed with pleasure – Англія зітхнула із полегшенням*.

У ході нашого дослідження методом суцільної вибірки було виокремлено 631 стилістичну одиницю. Загалом, опрацювавши тексти художньої та публіцистичної літератури, ми отримали 446 метафор (71%) та 185 випадків метонімії (29%). А це в свою чергу дозволило зробити висновок, що використання метафори є більш розповсюдженим в англійській мові. Таким чином, в результаті, ми встановили, що при перекладі метафори в художніх текстах найчастіше застосовуються такі трансформації як компенсація – 36%, калькування – 16%, модуляція – 20%. При перекладі метафори у публіцистичних текстах: компенсація – 36%, описовий переклад – 16 %, калькування – 13 %. Інші трансформації становлять меншу частину перекладу.

При перекладі метонімії була встановлена відповідність

використання певних трансформацій. Так найчастіше даний троп перекладається за допомогою компенсації (37%) та модуляції (31%), що в свою чергу свідчить про незначну втрату образності в мові перекладу, але збереження функції прийому.