

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ЗБІРНИК
наукових статей
студентів та викладачів
нафодри теорії та практики
перекладу



Одеса – 2021

*Друкується за рішенням Вченої ради
факультету РГФ
Протокол № 3 від 11 грудня 2020 р.*

Відповідальний редактор:

к.ф.н., доцент ЯРОВЕНКО Л.С.

Редакційна колегія:

д.ф.н., професор МАТУЗКОВА О.П.
к.ф.н., доцент БОЛДИРЄВА А.Є.
к.ф.н., доцент ГРИНЬКО О.С.
к.ф.н., доцент ЄРЬОМЕНКО С.В.
к.ф.н., доцент КИРИЛОВА М.Д.

ПЕРЕДМОВА

Даний збірник наукових статей студентів та викладачів кафедри теорії та практики перекладу присвячено загальним та окремим аспектам теорії і практики перекладу. Він містить систематичний виклад сучасних поглядів на основні проблеми перекладу та науки про переклад. На багатому фактичному матеріалі розкриваються закономірності процесу перекладу, способи вирішення конкретних перекладацьких завдань; висвітлюються семантичні, стилістичні проблеми перекладу; розглядаються умови забезпечення його представленості.

Дослідницька робота викладачів та студентів кафедри виконується у рамках комплексної міжкафедральної наукової теми “Лінгвокультура та ідентичність у руслі когнітивно-дискурсивних досліджень”.

Мета збірника – ввести студента в складний і все ще недостатньо досліджений світ теорії та практики перекладу. Автори будуть вважати своє завдання виконаним, якщо цей збірник допоможе нинішнім студентам, слухачам курсів з теорії та практики перекладу побачити і глибше зрозуміти коло питань, пов'язаних з проблемами перекладу як особливого виду людської діяльності.

ЦІННІСТЬ ШЛЮБУ В БРИТАНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ

Сім'я – одна з найважливіших форм організації життя людей, яка спирається на шлюбний союз. Вона має фундаментальне значення як для кожного окремого індивіда, так і для суспільства загалом. Саме у родині виховуються моральні та духовні цінності у підростаючому поколінні. Система цінностей та особливості національної культури, які формуються у родині, знаходять своє втілення у мові, і перш за все у фразеології. Фразеологізми, у свою чергу, є своєрідним джерелом знань про лінгвокультуру народу.

Звернення в рамках даної статті до вивчення цінностей шлюбу в британській та українській фразеології кризь призму лінгвокультурології вважаємо **актуальним** та науково-обгрунтованим. **Актуальність** теми дослідження також визначається розширенням кола наукових інтересів українських учених, еволюцією лінгвокультурології як самостійної наукової парадигми соціогуманітарного знання. Інтерес сучасної української лінгвокультурології до вивчення проблем взаємодії мови, культури та когніції в сучасній життєдіяльності суспільства також пояснюють актуальність вибору теми статті. Сьогодні як ніколи важливою виявляється потреба в аналізі базових складників лінгвокультурних спільнот, взаємопереплетених у сучасному динамічному лінгвокультурному просторі. Дослідження мовних особливостей відображення цінностей шлюбу в британській та українській фразеології є проблемою новою і не опрацьованою ні в теоретико-методологічному, ні в прикладному аспектах, що увиразнює актуальність проблематики дослідження.

Метою роботи є дослідження національно-культурної специфіки фразеологізмів на позначення шлюбу та системний аналіз цінностей та антицінностей шлюбу в британській та українській фразеології кризь призму лінгвокультурології.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що вперше було визначено етапи британського та українського шлюбу відображенні у фразеологізмах; охарактеризовано цінності та антицінності подружнього життя у британській та українській фразеології та проведений порівняльний аналіз.

Матеріалом дослідження слугували 212 англійських фразеологізмів на позначення шлюбу від літери А до Z з «Англо-українського фразеологічного словника» К. Т. Баранцева та 200 українських фразеологізмів від літери А до Я з «Українського фразеологічного словника» за редакцією В.М. Білоноженко.

Теоретико-методологічну основу даного дослідження становлять роботи відомих науковців, експертів в царині фразеології, лінгвокультурології та лінгвокультурній фразеології: М. Ф. Алєфєренко,

В.В. Виноградова, М.Л. Ковшової, Ж.В. Краснобаєвої-Чорної, О.П. Матузкової, О.О. Селіванової, В.Д. Ужченко.

Незважаючи на поширене використання в лінгвістиці поняття «фразеологізм», питання визначення, систематизації та типології цих мовних знаків залишаються переважно дискусійними. Проаналізувавши визначення фразеологізму Л.Л. Нелюбіна, О.С. Куніна, М.М. Шанського, О.О. Селіванової, В.В. Виноградова та інших, за робоче було прийнято визначення українського дослідника В.Д. Ужченка, який трактує фразеологізми як «надслівні, семантично цілісні, відносно стійкі (з допуском варіативності), відтворювані й переважно експресивні одиниці, які виконують характеризуючу-номінативну функцію» [див.7,17].

У нашій роботі фразеологізми розглядаються у лінгвокультурно-аксіологічному аспекті, отже після визначення поняття «фразеологізм» було розглянуто питання лінгвокультурології як науки та її основних понять (В.А. Маслова, В.В. Воробйов, В.М. Телія, О.П. Матузкова, М. Л. Ковшова). Лінгвокультурологія сформувалася як самостійний лінгвістичний напрямок у 90-ті роки ХХ століття і ввібрала в себе досвід багатьох інших наукових дисциплін, таких як психологія, культурна психологія, культурна філософія, психолінгвістика, етнолінгвістика, лінгвокраїнознавство та багато інших. Лінгвокультурологія, ґрунтуючись на різних лінгвістичних науках, має, в порівнянні з ними, свою специфіку і власний інтегративний фокус розглядання проблеми крізь призму «мова, культура, свідомість» [6;175].

На даному етапі дослідження спираємося на дефініцію О.П. Матузкової, яка характеризує лінгвокультурологію як: «розділ мовознавства інтеграційного характеру, що знаходиться у фінальній стадії самовизначення як самостійна лінгвістична дисципліна, що вивчає мову як феномен культури та культуру як феномен, що здебільшого створюється мовою, у їх тісному взаємозв'язку з індивідуальною та колективною свідомістю» [6, 179].

Розглядаючи фразеологічні одиниці крізь призму лінгвокультурології, М.Л. Ковшова визначає фразеологізм особливим знаком мови, який зароджується на перетині мови та культури, та стверджує, що в його семантику «вплетена» або культурна семантика, або культурна конотація, що створюється відношенням фразеологізму до предметної області культури. Тобто фразеологізм виконує як мовну, так і культурну функцію. Він не просто образно передає інформацію про світ, а також транслює культурний сенс, стереотипи, уявлення тощо [1,69]. В свою чергу В.Д. Ужченко разом з Д. В. Ужченко акцентують увагу на ознаку «культурний код», зазначаючи, що «в інтегрованому змісті фразеологізмів слова-компоненти втрачають буквальну семантику і позначають культурні коди – характеричний, поведінковий, духовний, моральний» [3, 43].

У дослідженні аксіологічного аспекту фразеологізмів на позначення шлюбу ми спиралися на праці Ж.В. Карабаєвої-Чорної. Науковиця зазначає, що ціннісна картина світу функціонує в межах національно-мовної картини світу і виконує функцію джерела знань про національний характер і

менталітет через систему цінностей. Вагомою для нашого дослідження є теза, що «цінність є лінгвофілософською та лінгвокультурологічною категорією, що характеризується значущістю та біполярністю, і якій притаманне обов'язкове апелювання «цінність – не цінність». Вагоме місце у лінгвокультурно-аксіологічному аспекті, на думку вченої, займають «ключові слова» ціннісного архіву лінгвокультури – слова, які в процесах номінації закріплюють за собою поняття цінності / антицінності. Особливо це демонструють фразеологізми через свою стійкість [див.2].

Розглянувши основні теоретичні питання з проблематики дослідження, перейдемо до прикладних аспектів нашої наукової праці.

Сім'я та шлюб завжди були основою суспільства, осередком виховання і передачі цінностей та традиції, гарантом безпечного та здорового способу життя.

Сім'я тісно пов'язана із суспільством, вона є його активним елементом. Кожний член сім'ї входить в різні соціальні об'єднання, в різні соціальні групи. Водночас сім'я впливає на стосунки в суспільстві й на всі процеси соціального життя. Сім'я як соціальний феномен пройшла складний шлях історичного розвитку. Історично змінювались типи й форми сім'ї, ролі чоловіка та дружини, методи виховання дітей тощо. Зміни, які відбуваються у сучасному суспільстві зачепили й інститут сім'ї.

У шлюбі найбільш повно реалізуються цінності кохання, дружби. Шлюб – це історично зумовлена, санкціонована суспільством форма відносин між чоловіком та жінкою, яка встановлює їхні взаємні права й обов'язки. Саме через шлюб здійснюється формування родини.

Британська родина є нуклеарною і складається з одного чи двох батьків, які живуть разом з дітьми [10, 173]. Дана родина ніяким чином не ізольована від інших родичів. Але, як вказує Джеймс О'Дріскол, для британців не характерно, щоб в одному будинку проживали декілька поколінь, тому середня кількість людей, яка живе в одному помешканні нижча, аніж у Європі [10,48]. На сьогоднішній день люди менше переймаються формальністю шлюбу, тому наразі часто замість «чоловік», «дружина», «хлопець» чи «подруга» використовують слово «партнер», тим самим уникають ознак шлюбу. Але сім'я та шлюб досі складає життєву основу для більшості людей [10, 48].

Культурні норми визначають дії учасників шлюбу, як під час самої церемонії, так і задовго до її початку та навіть після завершення. Ж.В. Краснобаєва-Чорна у своїй монографії «Лінгвофраземна аксіологія» виділяє 8 етапів українського шлюбу. Взнявши за основу її класифікацію було проаналізовано 212 британських та 200 українських фразеологізми на позначення шлюбу з метою лінгвокультурологічного опису британського та українського шлюбів у порівняльному аспекті. •

Отже, було виокремлено наступні етапи :

1. Очікування шлюбу : *a bachelor wife – дружина, яка існує переважно в уяві холостяка; (дбати) рушники (скриню)- збиратися одружуватися з ким-небудь*

2. **Залицяння та сватання:** *Ask for lady's hand* – просити руки; *Запропонувати руку і серце* – запропонувати вийти заміж;
3. **Згода на шлюб:** *Win one's hand* – дати згоду на шлюб; обміняти хліб святий – дати згоду на шлюб;
4. **Відмова від шлюбу:** *A breach of promise* – порушити обіцянку одружитися ; *годувати гарбузами* – відмовляти тому, хто сватається;
5. **Взяти шлюб:** *tie the marriage knot* – шлюбні узи; *Ланцюг Гімenea* – жарт. подружні стосунки;
6. **Різновиди шлюбу:** *Marry into the purple* – взяти шлюб з представником королівської або аристократичної родини; *бабин смик* – парубок, який одружується зі старою, багатого жінкою;
7. **Розірвати шлюб:** *part company* – розлучитися, розійтися; *розбити глека* – розірвати шлюбні відносини, посваритися;
8. **Не вступати у шлюбні відносини:** *be on the shelf* – не мати ніяких шансів вийти заміж (про старих дів); *світити косою* – дівувати, бути неодруженою.

Результати дослідження стисло подаємо в таблицях №1 та №2.

Етапи шлюбу в британській фразеології

Таблиця 1

Етапи шлюбу	Кількість	Відсоток %
1.Очікування шлюбу	10	4,7
2.Залицяння та сватання	18	8,5
3.Згода на шлюб	13	6,1
4.Відмова від шлюбу	7	3,3
5.Взяти шлюб	125	59
6.Різновиди шлюбу	26	12,3
7.Розірвати шлюб	5	2,3
8.Не вступати у шлюбні відносини	8	3,8
Всього	212	100

Етапи шлюбу в українській фразеології

Таблиця 2

Етапи шлюбу	Кількість	Відсоток %
1.Очікування шлюбу	9	4,5
2.Залицяння та сватання	27	13,5
3.Згода на шлюб	17	8,5
4.Відмова від шлюбу	11	5,5
5.Взяти шлюб	112	56
6.Різновиди шлюбу	7	3,5
7.Розірвати шлюб	4	2
8.Не вступати у шлюбні відносини	13	6,5
Всього	200	100

Отже, згідно з результатами представленими у таблиці можна зробити висновок, що у британській та українській фразеології найчисленнішими етапом є «*Взяти шлюб*» (59% та 56%). Наступна найбільша кількісна група у британській фразеології представлена на етапі «*Різновиди шлюбу*» (12,3%), у якому було виділено та проаналізовано шість видів шлюбу, а саме *нерівний, морганатичний шлюб; таємний, без вінчання в церкві, шлюб за розрахунком, шлюб між кровними родичами, шлюб з представником аристократичної, королівської родини*. Велика кількість різновидів шлюбу зумовлена різними поглядами на функції родини. Другий за величиною етап в українській фразеології «*Залицання та сватання*» (13,5%), на відміну від британської фразеології (8,5%), що пов'язується з великою кількістю українських традицій та звичаїв, які варто зберігати перед укладенням шлюбу і саме вони знаходять своє відображення в мові у вигляді фразеологізмів.

Найменший за кількістю етап в британській та українській фразеології співпадає – «*Розірвати шлюб*» (2,3% та 2%), що вказує на бажання зберегти родину.

Беручи за основу найбільш представлені етапи у досліджуваних фразеологіях, а саме етап «*Взяти шлюб*» (59%/56%), було відокремлено та проаналізовано сім груп подружніх цінностей для визначення лінгвокультурної цінності поняття «шлюб» для британської та української культури. Таким чином, виділяємо 7 груп подружніх цінностей:

1. Цінність «Друга половинка»: *One's better half* – *найдорожча половина, дружина; під пару – годиться, підходить у подружжя, антицинність «Нерівність партнерів у шлюбі»:* *The grace mare* – *жінка, яка тримає свого чоловіка під каблуком, водити за чуприну – верховодити над ким-небудь, навіть бити (переважно чоловіка).*

2. Цінність «Щастя подружнього життя»: *get on like a house on fire* – *ладнати один з одним, жити дружно; жити душа в душу – жити в злагоді; та антицинність «Нешастя подружнього життя»:* *It is not every couple that is a pair* – *не кожен шлюб щасливий; загубити вік – змарнувати комусь найкращі роки життя, зробити їх безрадісними.*

3. Цінність «Вірність родині»: *be constant to one's marriage bed* – *зберігати подружню вірність; жити, бути у парі – подружжям, разом, у двох; та антицинність «Порушення подружньої вірності»:* *violate the marriage-bed* – *порушити подружню вірність; скочити в гречку – зраджувати дружині (чоловіку), мати нешлюбні зв'язки;*

4. Цінність «Сімейні традиції»: *run in one's blood (family)* – *переходити з покоління в покоління бути спадковим; з молоком матері – отримати щось від самого народження, змалечку.*

5. Цінність «Сімейні таємниці»: *family skeleton* – *сімейна таємниця, неприємність, яку замовчують або приховують від людей; не виносити сміття з хати – не розголошувати сімейні таємниці) та антицинність «Розголошення сімейних таємниць»:* *wash one's dirty linen in public* – *виносити сміття з хати; носити сміття під чужу хату – піддавати розголошу сімейні таємниці.*

6. Цінність «Тривалість шлюбу»: *Darby and Joan* – подружня пара; *не один пуд солі з'їсти – довго жити з кимось, зазнаючи чималих випробувань*.

7. Цінність «Подружні свята»: *the diamond wedding* – діамантове весілля (60 років); *медовий місяць* - початок подружнього життя).

Отже, виділивши та проаналізувавши кожну з груп цінностей та антицінностей, можемо представити співвідношення цінностей та антицінностей у британській та українській фразеологіях у вигляді таблиць №3 та №4.

Цінності та антицінності подружнього життя у британській фразеології

Таблиця 3

Цінність	Відсоток %	Антицінність	Відсоток %
1. Друга половинка	11,9%	Нерівність партнерів у шлюбі	10,2%
2. Щасття подружнього життя	23,7%	Нещастя подружнього життя	22%
3. Вірність родині	6,8%	Порушення подружньої вірності	6,8%
4. Сімейні традиції	3,4%	–	
5. Зберігання сімейних таємниць	5%	Розголошування сімейних таємниць	3,4%
6. Тривалість шлюбу	1,7%	–	
7. Подружні свята	5,1%	–	
Всього	57,6%		42,4%

Цінності та антицінності подружнього життя в українській фразеології

Таблиця 4

Цінність	Відсоток %	Антицінність	Відсоток %
1. Друга половинка	13,2%	Нерівність партнерів у шлюбі	7,3%
2. Щасття подружнього життя	32,3%	Нещастя подружнього життя	20,5%
3. Вірність родині	5,8%	Невірність родині	2,9%
4. Сімейні традиції	4,4%	-	-
5. Зберігання сімейних таємниць	2,9%	Розголошування сімейних таємниць	2,9%
6. Тривалість шлюбу	2,9%	-	-
7. Подружні свята	4,4%	-	-
Всього	65,7%	Всього	34,7%

У британській та українській фразеології найчисленнішою групою цінностей у нашому дослідженні є цінність «Щастя подружнього життя» (23,7%/32,3%). Дана цінність репрезентується фразеологізмами, де зазначені діти та злагода у родині. Антицінність «Нещастя подружнього життя» (22%/20,5%) представлена фразеологізмами на позначення нещасливого шлюбу, у якому немає кохання, а також позашлюбними дітьми.

Наступна найбільша ціннісна група у британській фразеології – «Друга половинка» (11,9%). Цінностями даної групи є шанобливе та рівне ставлення між чоловіком та дружиною. Група антицінностей «Нерівність партнерів у шлюбі» (10,2%) представлена у англійській фразеології негативним ставленням до жінки, яка бере родинні справи у свої руки, що яскраво демонструє гендерну нерівність партнерів у шлюбі. В українській фразеології також дані дві групи співпадають з британською фразеологією: «Друга половинка» (13,2%), «Нерівність партнерів у шлюбі» (7,5%).

У досліджуваній британській та українській фразеології також було виявлено три групи цінностей, які зовсім не мали антицінностей, тому кваліфікуємо їх як *абсолютні цінності* подружнього життя. До таких цінностей належать: *сімейні традиції, тривалість шлюбу, подружні свята*.

Найбільша кількість фразеологізмів на позначення абсолютних цінностей у британській та українській фразеології відноситься до групи «*Подружні свята*» (5,1%/4,4%). Дана група представлена ювілеями подружнього життя, які демонструють кількість років проведених у шлюбі.

Серед проаналізованих фразеологізмів на позначення цінностей/антицінностей подружнього життя виявлені певні закономірності та взаємозв'язки. Не зважаючи на особливості, які безумовно притаманні кожному народові, а відповідно і фразеології та лінгвокультурі певного народу, базові та загальноприйняті цінності подружнього життя співпадають.

Перспективою даного дослідження є подальше вивчення особливостей британської та української фразеології на позначення шлюбу крізь призму лінгвокультури та порівняння висновків з італійською, що стане в нагоді як філологам, перекладачам, так і культурологам і історикам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Англо-український фразеологічний словник. / Уклад. К.Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2005. 1056 с
2. Ковшова М.Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 456 с.
3. Краснобаева-Чорна Ж. В. Онимія ціннісної картини світу (на матеріалі української, російської, англійської та німецької фраземіки) // Записки з українського мовознавства. - 2017. - Вип. 24(1). С. 67-74. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zukm_2017_24%281%29_10
4. Краснобаева-Чорна Ж.В. Лінгвофраземна аксіологія: парадигмально-категорійний вимір: монографія / Ж.В. Краснобаева-Чорна. – 2-е вид., випр. і доп. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 416 с.

5. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. Пособие для студ. вузов. – М.: Academia, 2001. 204с.
6. Матузкова Е.П. Идентичность и лингвокультура: методология изучения: монографія – Одесса: Издательство КП ОГТ, 2014. 333 с.
7. Ужченко В. Д. Фразеологія сучасної української мови [Текст] : навч. посібник / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. – Київ : Знання, 2007. 494 с.
8. Фразеологічний словник української мови / Уклад.: В.М. Білоноженко та ін. – К.: Наук, думка, 1993. 984 с.
9. Longman Dictionary of English Language and Culture : Third edition, updated reprint. – London : Pearson Education Limited, 2001.1568с.
10. O’Driscoll J. Britain for learners of English. – Oxford: Oxford University Press, 2009. 224 p.

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В СЕРІАЛІ «ШЕРЛОК» ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Дана робота присвячена дослідженню особливостей фразеологічних одиниць та їх перекладу з англійської на українську мову.

Матеріалом дослідження є субтитри до серіалу «Шерлок» та їх переклад: www.toloka.to www.tvsubtitles.net. «Шерлок» --- британський телесеріал компанії Hartswood Films, знятий для BBC Wales. Сюжет заснований на творах сера Артура Конан Дойля про детектива Шерлока Холмса, проте дія відбувається (за винятком однієї серії) в наші дні. Проект отримувач позитивні відгуки протягом трьох сезонів і був номінований на кілька нагород. У 2011 році «Шерлок» став володарем телевізійної премії BAFTA в категорії «Кращий драматичний серіал».

Актуальність дослідження фразеології зумовлена великим інтересом дослідників та перекладачів до цих мовних одиниць. Крім того, фразеологізми представляють складність для перекладу через те, що повних фразеологічних відповідників дуже мало. Дослідженням фразеології в різних аспектах займалися такі відомі лінгвісти, як В.В. Виноградов, І.В. Корунець, А.Л. Коралова та С.П. Романова, С.С. Кузьмін, О.В. Кунін, О.В. Федоров. Роботи цих та інших вчених та дослідників становлять **теоретико-методологічну базу** нашого дослідження.

Фразеологічні одиниці (ФО) складають значну частину словникового запасу мови, та вони як прикрашають мову, так і забарвлюють її. ФО формуються на основі традицій і прикмет, побуту певного народу. Тому фразеологізми в різних мовах дуже відрізняються один від одного. У перекладача виникає багато проблем з перекладом ФО, але є шляхи їх вирішення.

Метою роботи є вивчення фразеологічних одиниць, їх класифікацій і способів їх перекладу з англійської на українську мову у серіалі «Шерлок».

Фразеологія виступає одним із важливих джерел пізнання народу, адже кожна доба творила свої стійкі словосполуки, кожна видатна подія знаходила своє відображення у фразеології народу. Фразеологічний склад кожної мови – фрагмент концептуальної картини світу, у якій представлені риси національного менталітету, характер соціального, політичного, історичного розвитку народу [5].

Отже, в лінгвістичному енциклопедичному словнику можна знайти визначення поняття «фразеологія» та «фразеологічна одиниця». Фразеологія – це 1) розділ мовознавства, що вивчає фразеологічний склад мови в його сучасному стані та історичному розвитку; 2) сукупність фразеологізмів певної мови, то ж, що фразеологічний склад. Фразеологічна одиниця – це загальна назва семантично пов'язаних поєднань слів і пропозицій, які, на відміну від схожих з ними за формою синтаксичних структур, не виробляються відповідно до загальних закономірностей вибору і комбінації

слів при організації висловлювання, а відтворюються в мові у фіксованому співвідношенні семантичної структури і певного лексико-граматичного складу [10].

« Фразеологізм - усталений зворот, стійке поєднання слів, що виступає в мові як єдиний, неподільний і цілісний за значенням вислів» - таке визначення поняття фразеологізм дає академічний тлумачний словник [11].

Як вказує К.С. Авербух: «фразеологічна одиниця – це стійке і відтворюване в мові поєднання слів або речення з повністю або частково переосмисленим значенням» [1].

Як пише в своїй дослідницькій роботі Корунець І.В. : «Ідіоматичні чи фразеологічні вирази – це структурно, лексично та семантично закріплені фрази чи речення, що мають переважно значення, яке не складається із суми значень їх складових частин. Неодмінною особливістю ідіоматичних (фразеологічних) виразів є їх образність, тобто метафоричність та використання. Саме така природа робить їх відмінними від структурно однакових вільних сполучень слів» [8].

Розглянемо одну з найбільш відомих класифікацій, що належить В.В. Виноградову. Багато лінгвістів звертали увагу саме на цю класифікацію, і вже спираючись на неї, засновували свої. В.В. Виноградов виділяє:

- 1) фразеологічні зрощення;
- 2) фразеологічні єдності;
- 3) фразеологічні сполуки.

Фразеологічні зрощення – не мотивовані і мимовільні. У їх значенні немає ніякого зв'язку, навіть потенційного, зі значенням їх компонентів. Якщо їх складові елементи одноманітні з якимись самостійними, окремими словами мови, то це їх співвідношення - чисто омонімічне.

Фразеологічні єдності є потенційними еквівалентами слів, і в цьому відношенні вони кілька зближуються з фразеологічними зрощеннями, відрізняючись від них семантичною складністю своєї структури, потенційною виводимістю свого загального значення з семантичним зв'язком компонентів. Фразеологічні єдності по зовнішній, звуковій формі можуть збігатися з вільними сполученнями слів.

Тип фраз, утворених реалізацією невольних значень слів, найдоцільніше назвати фразеологічними сполуками. Фразеологічні сполуки не є безумовними семантичними єдностями. Вони аналітичні. В них слова з невольним значенням допускають синонімічну підстановку і заміну, ідентифікацію. Аналітичність, властива словосполученням, може зберігатися і при обмеженому контексті вживання невольного слова лише в одній-двох фразах [2].

Між зрощеннями і єдністю спостерігається тісний контакт: єдності поступово перетворюються у зрощення. При цьому чим яскравіше і виразніше внутрішня форма, тим повільніше протікає процес такого переродження, і навпаки.

Фразеологічні сполуки якісно відрізняються від зрощень і єдностей і з боку структурної організації, і в семантичному відношенні:

1) фразеологічні сполуки мають принципово двучленну структуру (тріскучий мороз, гробова тиша; підбадьоритися і т. д.); зрощення і єдності часто мають складну побудову (наступати на улюблений мозоль);

2) слова-компоненти в складі фразеологічних сполук переважно передають абстрактне значення, тому фразеологічні сполуки в цілому набувають абстрактно-аналітичного змісту (звертати увагу, викликати гнів, і т. д.);

3) слова-компоненти легко реалізують, актуалізують своє значення. Наприклад: «Він справив добре враження» і «Враження, яке він справив, було добрим». Компоненти зрощень і єдностей позбавлені цієї можливості [4].

Особливо складною галуззю фразеології є переклад фразеологічних одиниць, що вимагає чималого досвіду в сфері дослідження даної дисципліни. Стійкі вирази не визначаються значенням окремих слів, що входять до їх складу і не перекладаються дослівно, а сприймаються переосмислено, посилюється естетичний аспект мови. У більшості випадків дослівний переклад спотворює сенс і доводить до повного нерозуміння вираження, тому прийоми калькування тут неприпустимі, інакше виникає складність з розумінні тієї чи іншої фрази: в ній знайомі всі слова, граматичні конструкції теж ясні, а з перекладом виникають проблеми, адже сенс деяких фразеологічних одиниць абсолютно неможливо визначити відразу. Вони можуть належати будь-якому шару мови (літературному, розмовному і ін.), пронизуючи всю мову [9].

В ході даного дослідження нами було обрано класифікації способів перекладу фразеологізмів таких вчених, як О.В. Кунін, С.С. Кузьмін та О.В. Федоров. Ми виділили наступні способи перекладу фразеологічних одиниць: еквівалент, аналог, калькування, описовий та лексичний переклад.

У нашому дослідженні ми розглянули 2 сезони серіалу, серед них такі серії: “A Study in Pink”, “The Blind Banker”, “The Great Game”, “A scandal in Belgravia”, “The Hounds of Baskerville”, “The Reichenbach Fall”. Методом суцільної вибірки було виділено 107 фразеологічних одиниць в досліджуваному серіалі.

Слід зазначити, що при перекладі найчастіше зустрічається лексичний переклад. Частка цього способу становить 38,3%, тобто 41 фразеологізм із 107 розглянутих нами було перекладено цим способом; наступним за частотністю є аналог – саме 24,3% відповідно 26 ФО було передано на українську мову цим способом. Далі – описовий переклад, 19,6% (тобто 21 приклад); наступним за частотністю є еквівалент – 15,9%, таким чином 17 фразеологізмів було перекладено цим способом; а ось найменш вживаним способом перекладу ФО є калькування – лише 1,9%, тобто цей спосіб було застосовано двічі. Приведемо приклади та проаналізуємо їх:

1. Лексичний переклад, що є найчастотнішим:

“One of them helps himself to something, a little hairpin”.

“Один з них поцупив децю, мініатюрну заколку”.

У даному прикладі можна зазначити, що хоча структура речення трохи спрощується при перекладі, його атмосфера зберігається через те, що в англійському варіанті немає символічності чи образності.

"Got my eye on a nice little place in central London".

"Уявіть, приглянув відмінну квартиру в центрі Лондона".

Фразеологічна єдність *"Get the eye on"* є доволі розмовною, при перекладі це словосполучення втратило свою метафоричність, але зберегло емоціональне забарвлення розмовності завдяки використанню слова «приглянути».

2. На другому місці за частотністю використання стоїть переклад аналогом:

"Someone to set the record straight".

"Хтось, хто встановив би істину".

"It means when the police are out of their depth, which is always, - they consult me".

"Це означає, коли поліція заблукала в трьох соснах, тобто завжди, вони консультуються зі мною".

"There is the whole childhood in a nutshell".

"Все дитинство в двох словах".

"Drove me up to the wall with all his carrying-on".

"До ручки мене доводив своєю легковажною поведінкою".

Переклад аналогом, як можна побачити у всіх вищезазначених прикладах, дозволяє передати фразеологічні одиниці оригіналу також фразеологічними одиницями при перекладі, емоціональне забарвлення та атмосфера зберігаються. Підбір аналогів до фразеологічних одиниць є професіональним способом перекладу.

3. Розглянемо приклади описового способу перекладу.

"That's a bit different from my day".

"Нечасто так бачу".

"Bought you a little getting-to-know-you-present".

"Придбав невеличкий сувенір на честь нашого знайомства".

"She's got it the wrong way round".

"Вона нічого не зрозуміла".

Описовий спосіб перекладу не так сильно ускладнює структуру речення в наших прикладах, як зазвичай, але у той же час вимальовує зрозумілу картину ситуації. Описовий переклад також може послугувати відмінним способом збереження стилістичних засобів - гра слів.

4. Звернімо увагу на приклади перекладу фразеологічних одиниць у серіалі "Шерлок" за допомогою еквівалента.

"I could be wrong... but I think that's none of your business".

"Я можу помилятися, але, здається, це не ваша справа".

"Are you clever enough to bet your life"?

"Чи достатньо Ви розумні щоб поставити на кон своє життя"?

"I'll take your word for it".

"Я повірю тобі на слово".

Фразеологізм повністю зберігає образ, перекладачу не доводиться довго думати над варіантами перекладу, адже про них можна легко згадати, дивлячись на англійську ФО.

"Now I'm falling off my feet".

"Зараз я просто валюсь з ніг".

"He's on his way".

"Він вже на підході".

5. Звернімося до останнього розглянутого нами способу перекладу ФО – калькування.

"I said don't get clever".

"Я говорив: не мудрувати".

"He's just a good old-fashion villain".

"Він просто старий добрий лиходій".

Перекладене словосполучення звучить природно та доречно. Калькування повністю передає структуру та лексичне значення, не втрачаючи природності фрази.

Все сказане дає змогу зробити висновок, що найефективнішим способом перекладу фразеологічних одиниць у даному серіалі є спосіб лексичного перекладу, а відповідно найменш дієвим – калькування. Зазначимо, що основною ціллю перекладача є передати текст перекладу, як можна ближче до оригіналу і при цьому зробити його зрозумілим для реципієнта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авербух, К. Я. Лексические и фразеол. аспекты перевода: учебное пособие / М.: Издательский центр «Академия», 2009. 176 с.
2. Виноградов, В.В. Русский язык : (Граммат. учение о слове)/Под. ред. Г.А. Золотовой. – 4-е изд. М.: Рус. яз., 2001. 784 с.
3. Голикова Ж. А. Перевод с английского на русский: Учеб. Пособие. – М.: Новое знание, 2003. 287 с.
4. Жуков В. П. Ж86 Русская фразеология: Учеб, пособие для филол. спец, вузов. — М: Высш. шк., 1986. 310 с.
5. Здиховська Т.В. Фразеологія української прози першої половини хх століття (на матеріалі творів У. Самчука та Б. Лепкого): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня філ. пед. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» /Т.В. Здиховська. – Луцьк, 2010. 23 с.
6. Зорівчак Р.П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. - К., 1983 174 с.
7. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. - М.: Высш. шк., 1990. 253 с.
8. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. -Вінниця. «Нова Книга», 2003 448 с.
9. Современная филология: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Уфа, март 2015 г.). — Уфа: Лето, 2015. 122 с.

10. Академічний тлумачний словник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/frazeologhizm>
11. Лингвистический энциклопедический словарь под редакцией В.Н. Ярцевой. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://tapemark.narod.ru/les/559a.html>
12. Oxford Learner's Dictionaries. Oxford Collocations Dictionary. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: oxfordlearnersdictionaries.com

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОМПАРАТИВНИХ
ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ**
(на матеріалі «Англо-українського фразеологічного словника»
під редакцією Баранцева К.Т.)

Дана стаття присвячена порівняльному аналізу англійських та українських компаративних фразеологічних одиниць (ФО) і способів їх перекладу на українську мову.

Матеріалом дослідження послугував «Англо-український фразеологічний словник», укладений К.Т. Баранцевим. Вибір матеріалу дослідження обумовлений бажанням систематизувати й проаналізувати особливості використання компаративних фразеологізмів як в англійській, так і в українській мовах.

Фразеологізм – це не просто лінгвістичне явище в тій чи іншій мові. Це – нарізно оформлена, але семантично цілісна й семантично неподільна мовна одиниця. Фразеологізми часто не піддаються логічному аналізу й передають контекст, абсолютно не зв'язаний із семантикою їх компонентів.

Компаративні фразеологізми в англійській мові становлять значну частку всіх фразеологічних одиниць. Щоб адекватно перекласти такі ФО, потрібно бути митцем, який в змозі врахувати естетичне та контекстуальне значення фразеологізму [1]

Метою пропонованої статті є розглянути структурно-граматичні та семантичні характеристики англійських компаративних фразеологізмів та виявити способи їхнього перекладу на українську мову.

Предметом даного дослідження є, як і було вже зазначено раніше, компаративні фразеологічні одиниці. В ході дослідження методом концептуального аналізу відібрано всього **100** фразеологічних одиниць.

Фразеологія – наука, що досліджує лексико-семантичну сполучуваність слів, стійкі мовні звороти, фразеологізми, однією з найважливіших властивостей яких є відтворюваність їх цілісних мовних одиниць. Об'єктом фразеології є вивчення стійких словосполучень з повністю або частково переосмисленим значенням, які називають фразеологічними одиницями. Фразеологія має свої специфічні завдання, наважливішими з яких є вивчення особливостей структури ФО і механізму їх утворення, причин їх фразеологізації, з'ясування історико-етимологічної основи ФО, законів їх розвитку.

Проблемами фразеології займалось багато науковців, серед них Ш. Баллі, Л. Сміт, О.О. Потебня, М.М. Копиленко, Б.О. Ларін, Н. Раєвська, В.Д. Ужченко, П. Срченко та інші.

ФО мають характерні певні особливості:

- Вони не допускають відчутних змін у порядку слів, за винятком граматичних змін або тих випадків, коли існують визначені загальноновживані їх варіації;

- Не можуть формуватися на основі помилкової аналогії;
- Мають раз і назавжди встановлене значення;
- За винятком тих випадків, коли контекст показує зміст ФО, їх зміст переважно не можна вгадати.

ФО і слова (вільні словосполучення) мають багато спільного. Як і слова, фразеологізми є базою для словотворення, виконують номінативну функцію, вступають у синонімічні, антонімічні та інші системні зв'язки. І все ж, у структурно-семантичному плані ФО є складнішими утвореннями, ніж слово. Зовнішньою ознакою, яка вирізняє ці лінгвістичні одиниці, є ціліснооформленість слова і окремооформленість фразеологізму. Складові частини слів-морфеми – не є самостійними одиницями мови, не існують поза оболонкою слова. Компонентами ж ФО є цілі слова з властивими їм формами словозміни, що здатні функціонувати і поза фразеологічними зворотами.

Семантичні і граматичні властивості, за якими розрізняють ФО та вільні словосполучення: вільні словосполучення, як одиниця мовлення, утворюються у кожному окремому випадку висловлення думки – ФО у процесі мовлення відтворюються як готові цілісні одиниці мови; синтаксичні словосполучення утворюються поєднанням двох і більше повнозначних слів – ФО можуть бути утворені словосполученням службового і повнозначного слова; у словосполученні граматичний та семантичний центри збігаються в одному слові – у ФО граматичним і семантичним центром можуть виступати різні лексичні компоненти; словосполучення характеризується вільною сполучуваністю слів-компонентів – ФО відрізняються зв'язаною сполучуваністю своїх компонентів; кожне повнозначне слово у словосполученні виконує у реченні самостійну синтаксичну функцію – компоненти ФО самостійної семантичної ролі не мають, членом речення ФО виступає в цілому; словосполучення є носієм смислового змісту слів-компонентів – ФО виражають цілісне фразеологічне значення, яке не дорівнює сумі лексичних значень компонентів.

Термін «фразеологізм» походить від давньогрецьких слів «phrasis» - вислів та «logos» - слово. За визначенням «Сучасної термінологічної енциклопедії», фразеологізмами слід вважати «стійкі, зв'язані єдністю змісту, постійно відтворювані в мовленні словосполуки або висловлення, що ґрунтуються на стереотипах етносвідомості, є репрезентантами культури народу та характеризуються образністю й експресивністю» [7; 641]

Фразеологія викликає великі труднощі як для перекладачів, так і для вивчаючих англійську мову, оскільки є дуже різноманітною за формою, так і за семантикою. Включає в себе значну кількість стійких виразів, які характеризуються стилістичною різноплановістю. Сучасну англійську літературу наповнює велика кількість фразеологізмів, що становить деякі труднощі для перекладачів. Тому, все більше й більше значення набуває вивчення фразеологічних систем різних мов та їх найбільш вдалий переклад. Це доводить **актуальність та своєчасність** даного дослідження.

Найпопулярнішою структурно-семантичною класифікацією є класифікація В.В.Виноградова, яка базується на аналітичності значення фразеологізму. Згідно цієї класифікації ФО поділяються на:

- 1) фразеологічні зрощення (fusions)
- 2) фразеологічні з'єднання (unities)
- 3) фразеологічні сполучення (combinations). [2; 145]

1. Фразеологічні зрощення - це абсолютно неподільні словосполучення, значення яких зовсім не залежить від їх лексичного складу, від значень компонентів.

2. Фразеологічні єдності - це звороти, у яких зберігся принцип семантичної окремоті компонентів, натяк на вмотивованість загального значення.

3. Фразеологічні сполучення - це звороти, що утворюються завдяки реалізації фразеологічно зв'язаних значень слів [1; 87]

Особливості перекладу компаративних фразеологічних одиниць з англійської мови на українську.

Компаративними фразеологічними одиницями називаються стійкі словосполучення, 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 as, like, as if (як, мов, немов).

У літературі з перекладознавства зазначено два способи перекладу компаративних одиниць, таких як:

- 1) фразеологічний
- 2) нефразеологічний [2; 4]

Під фразеологічним методом перекладу вчений В.С. Виноградов має на увазі заміну ФО однієї мови ФО іншої мови через знаходження та використання стійких одиниць але різного ступеня близькості. Сюди входять такі способи відтворення:

- 1) використання фразеологічного еквівалента - відтворюються порівняння зі спільним коренем походження (Біблія, міфи);
- 2) використання неповного/часткового відповідника - за семантичною структурою, така ФО є повноцінним відповідником, але є розбіжності у синтаксичній будові;
- 3) використання аналога - при перекладі спостерігається зміна образу. При наявності лише одного еквіваленту можливо знайти кілька образів у мові перекладу, що матимуть ту саму характеристику;
- 4) застосування трансформацій - при перекладі, перекладач звертається до генералізації, конкретизації або до антонімічного перекладу.

До нефразеологічних способів перекладу відносяться:

- 1) вживання монолексемних відповідників;
- 2) калькування;
- 3) застосування описового перекладу.

Ця класифікація здається нам повною та може бути покладена в основу даної наукової статті.

Як зазначається в статті Цепенюка Т.Ю., застосування даних способів перекладу веде до неминущої втрати національного колориту фразеологізму. [8; 278]

Комісаров В.Н. запропонував наступні способи перекладу фразеологічних одиниць:

- 1) фразеологічний еквівалент;
- 2) фразеологічний аналог;
- 3) дослівний переклад;
- 4) описовий переклад;
- 5) контекстуальні заміни. [4;170]

У ході проведення дослідження було проаналізовано 100 фразеологічних одиниць зі словника «Англо-український фразеологічний словник» Баранцева К.Т. з літери “А” - до літери “G”. Кількісні показники перекладу фразеологізмів представлені у нижче наведеній таблиці:

Способи перекладу компаративних фразеологічних одиниць

Способи перекладу	Кількість випадків	Відсоткове співвідношення
Фразеологічний еквівалент	57	57 %
Фразеологічний аналог	26	26 %
Описовий переклад	5	5 %
Вживання монолексемних відповідників	12	12 %
Всього	100	100 %

Проведене дослідження показує, що найвдалішим способом перекладу є використання відповідного фразеологізму у мові перекладу, тобто **фразеологічного еквіваленту** (57 %), який відповідатиме змісту фразеологізму в мові оригіналу й матиме в основі один й той же образ. [4;57]

Agile as a cat – спритний, як кішка (206) – експресивність даного фразеологізму була повністю збережена при перекладі з англійської мови на українську. Синтаксична структура фразеологізму збігається як в українській мові, так і в англійській. Образ, на якому базується поданий англійській ФО, збігається з образом ФО в українській мові. Фразеологізм має літературний характер. Адекватність досягнуто.

Наведемо ще один приклад:

Fierce as a tiger – лютий, як тигр (449) - зберігається лексичний склад та синтаксична будова ФО в обох мовах. Образ залишається незмінним, хоча українському читачеві незвично чути таке словосполучення.

До цієї групи можна віднести фразеологізми, які використовуються у більшості європейських мов та пов'язані спільним походженням з одного джерела, тобто – інтернаціональні вислови. Згідно з концепцією Куніна,

фразеологічні еквіваленти можуть бути повними й частковими. Але, в науковій літературі, що присвячена перекладознавству і контрастивній фразеології, є певні термінологічні розбіжності. Тому, замість часткового фразеологічного аналогу, звивають термін «аналог». Однак, І.Я. Рецкер вживав у цьому випадку термін «варіантний відповідник». [6;14]

Оскільки кількість образних фразеологізмів, що співпадають за образністю та за змістом відносна невелика, то частіше перекладачу доводиться використовувати аналогічний фразеологізм, що є подібним за змістом але побудований на іншому образі. Цей спосіб перекладу називається методом **фразеологічного аналогу** (26%).

Fussy as a hen with chick – носить, як кіт з оселедцем (1441) – даний фразеологізм є аналогом (частковим еквівалентом), оскільки є зміна образу та синтаксична заміна членів речення. Англійський фразеологізм має наступну структуру: прикметник + прислівник + іменник з артиклем + прийменник + іменник; український еквівалент має наступну побудову: дієслово + прислівник + іменник + прийменник + іменник; Що до образу, ми маємо повне переосмислювання: *hen* → *кіт*, *chick* → *оселедець*. Але, не зважаючи на різну граматичну структуру, сенс та експресивна забарвленість даних фразеологізмів збігається в обох мовах. Адекватність досягнуто.

Розглянемо другий приклад.

Dead as an adder – глуха тетеря (176) – при перекладі даного фразеологізму ми маємо змогу спостерігати наступні зміни: 1) зміна образу; 2) зміна синтаксису ФО. Пропонуємо розпочати з аналізу синтаксису двох фразеологізмів. Український еквівалент має наступну побудову: прикметник + іменник; англійський фразеологізм має наступну структуру: прикметник + прислівник + іменник з артиклем. Щодо зміни образу, прикметник *dead* згідно до словнику «АВВУ Lingvo x3», має наступні варіанти перекладу: 1) мертвий, померлий 2) неживий 3) нерухомий 4) що втратив властивість, спрацьований; що не працює 5) сухий, зів'ялий (про рослини) 6) неродючий (про ґрунт) 7) заціпенілий, нечутливий 8) цілковитий, повний. Щодо перекладу слова *adder*, ми маємо наступні варіанти перекладу: 1) гадюка 2) вуж. Ми мали можливість простежити повну зміну образу. Отже, можна зробити висновок, що даний фразеологічний зворот був перекладений методом фразеологічного аналогу, оскільки за сенсом та експресивною забарвленістю дані фразеологізми збігаються у двох мовах, але образ був змінено. Адекватність досягнуто.

Описовий переклад (5 %) – це пояснення змісту фразеологічної одиниці за допомогою вільного сполучення слів [4;60]. Численні приклади використання даного методу можна знайти майже в усіх фразеологічних словниках. Дивлячись на теоретичні засади даного терміну, це не є перекладом, а скоріш за все – тлумачення значення англійського фразеологізму.

Come as dirt – самий звичайний (1217) - у даному випадку, використання описового способу перекладу є край необхідним, оскільки в українській мові немає фразеологізму з подібним змістом та експресивною

забарвленістю. Оскільки, у даному випадку відсутня форма фразеологізму в українській мові, то не має сенсу робити аналіз структури ФО. Щодо образу, то він не зберігається.

Головною особливістю **контекстуальної заміни** (12 %) є те, що перекладач намагається знайти таку фразеологічну одиницю, що хоч і не відповідає за значенням даному англійському фразеологізму, взятому окремо, але достатньо чітко передає його зміст в конкретному контексті [4;61] Дуже цікавим моментом є знаходження серед контекстуальних заміни моноксемних відповідників, як різновиду цих заміни. Звертає на себе увагу, як Баранцев К.Т. передає повні образності фразеологічні вислови одним словом (прикметником, або дієсловом). Нижче представлено декілька фразеологізмів та їх перекладів даним методом [8; 278].

Act like oil on something, – заспокоювати (101) – переклад виконано дієсловом.

Black as ink – безрадісний (2085) - переклад виконано прикметником.

Як ми бачимо, вживання моноксемних відповідників при перекладі нівелює фразеологічне значення даних компаративних фразеологізмів та веде до втрати образності.

Отже, існує безліч класифікацій перекладу фразеологічних одиниць. Кожна з них є повною й має особливу специфічну характеристику. Підводячи підсумки наукової роботи, необхідно наголосити на загальному переваженні способу перекладу завдяки підбору фразеологічного еквіваленту над іншими видами перекладу у даному дослідженні (57%). Це дає підстави стверджувати, що Баранцеву К.Т. вдалось зберегти емоційне забарвлення, специфічність та експресивність, що притаманні дослідженим фразеологічним одиницям в цілому. Баранцев К.Т. відтворив бажаний ефект – ефект впливу на почуття та уяву реципієнта при перекладі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баран Я.А., Зиморя М.І. Теоретичні основи фразеології.- Ужгород,1999. 176 с.
2. Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука. 1977. 312 с.
3. Виноградов В.С. Перевод: Общие и лексические вопросы. – М.: университет, 2004. 235 с.
4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М.: Издательство «ЭТС» 2004. 424 с.
5. Кунин А.В. Курс фразеология современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1986. 336 с.
6. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. – М.: Р. Валент Издание-2, 2004. 240 с.
7. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.

8. Цепенюк Т.О. Компаративні фразеологічні одиниці в англо-українському художньому перекладі / Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2018. С.277- 282
Словники
9. Англо-український фразеологічний словник / Уклад. К.Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2005.1056 с.

ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА РІВНІ РЕЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ІЄНА МАК'ЮЕНА «СПОКУТА»

У зв'язку з тим, що українська мова - це синтетична мова, в той час як англійська – аналітична, розуміння англійської мови і її адекватний переклад на українську пов'язаний із знанням перекладачем особливостей будови вихідної мови (ВМ) у порівнянні з граматичною будовою мови перекладу (МП). Порівнюючи англійську і українську мови, можна говорити про те, що деякі граматичні категорії повністю збігаються, деякі – частково, існують також ті, що відсутні в одній з них, тому перекладачу потрібно вдаватися до граматичних трансформацій. Застосування граматичних трансформацій може бути обумовлено не тільки розбіжностями у граматичних формах ВМ і МП, але також і лексичними відмінностями. На взаємозалежність двох складових процесу перекладу – лексичної і граматичної – вказує В.І. Карабан: «...в кожній мові граматичне явище тісно пов'язане з лексичним і спосіб передачі граматичних форм і конструкцій нерідко залежить від їх лексичного наповнення. Одне й те ж граматичне явище залежно від конкретного лексичного вираження може перекладатися різними способами» [4, 15]. Не останню роль при відтворенні граматичних і лексичних одиниць оригіналу також відіграє чинник перекладача, який виявляється у його сприйнятті кожної предметної ситуації. Тому використання граматичних трансформацій спричинено різними факторами як лінгвістичного, так і екстралінгвістичного характеру. Незважаючи на величезну кількість праць, присвячених проблематиці граматичних трансформацій [Рецкер [7], Алімов [1], Бархударов [2], Карабан [4], Комісаров [6], Швейцер [8] та ін.], кожне нове дослідження їх сутності має безсумнівну **практичну та теоретичну значущість**. Воно деталізує перекладацький інструментарій стосовно граматичних трансформацій та описує співвідношення чинників, які обумовлюють їх використання. Все це свідчить про **актуальність** даного дослідження, яке було виконано на матеріалі українського перекладу роману Ієна Мак'юена «Спокута». **Мета роботи** полягає у встановленні закономірностей і особливостей застосування граматичних трансформацій при перекладі художнього тексту.

Переклад – це вид мовного посередництва, який цілком орієнтований на іншомовний оригінал. Переклад розглядається як іншомовна форма існування повідомлення, що міститься в оригіналі. [3, 9]. З огляду на представленне визначення поняттю «переклад», можа зробити висновок: щоб досягти еквівалентного перекладу, перекладач повинен дотримуватись основної задачі перекладача, яка полягає у передачі «засобами іншої мови цілісно і точно змісту оригіналу, зберігши його стилістичні та експресивні особливості. Під "цілісністю" перекладу треба розуміти єдність форми і змісту на новій мовній основі.» [7, 13].

Визначаючи перекладацькі трансформації (перетворення) Л.С. Бархударов пише: «Термін «трансформація» може бути вжито лише в тому сенсі, в якому цей термін застосовується в синхронному описі мови взагалі: мова йде про певне ставлення між двома мовними або мовленнєвими одиницями, з яких одна є вихідною, а друга створюється на основі першої. [2, 6] Схожу трактовку поняття «перекладацька трансформація» дає А.Д. Швейцер «Насправді мова йде про відношення між вихідним і кінцевим мовними виразами, про заміну в процесі перекладу однієї форми вираження другою, про заміну, яку ми образно називаємо трансформацією» [8, 118].

Зараз існує багато підходів щодо розподілу перекладацьких трансформацій на різні види. Розглянемо декілька з них. Я.І. Рецкер виділяє два типи трансформацій: лексичні і граматичні. [7, 45]. В.Н. Комісаров відображає інший підхід до створення типології перекладацьких трансформацій: Він розділяє трансформації на лексичні, граматичні та лексико-граматичні, в залежності від характеру перетворень [6].

Трансформації відбуваються внаслідок значних відмінностей між двома мовами. Так, В.В. Алімов вважає, що широке використання граматичних трансформацій пов'язане з тим, що російське речення не співпадає з англійським за своєю структурою: воно має інший порядок слів, інший порядок розташування речень – головного, підрядного і вхідного. Також для англійської мови притаманна стислість вираження за рахунок цілого ряду структур та форм, які відсутні у російській мові [1, 89]. Всі ці граматичні аспекти стосуються і української мови, в якій мають місце ті ж самі граматичні трансформації.

Як правило, граматичні трансформації відбуваються під впливом системних відмінностей двох мов. Можна виділити наступні чинники, які викликають необхідність їх використання:

1. Відсутність відповідної граматичної одиниці у мові перекладу.
2. Розбіжності в семантичних структурах лексичних одиниць у ВМ і МП.
3. Розбіжності в синтаксичних функціях граматичних одиниць у ВМ і МП.

Я. Рецкер пропонує більш детальну класифікацію цих чинників:

1. Синтаксична функція речення;
2. Його лексичне наповнення;
3. Його смислова структура;
4. Контекст(оточення) речення;
5. Його експресивно-стилістична функція. [7, 80]

Л.С. Бархударов розглядає 4 елементарних типи перекладацьких трансформацій: 1) перестановка; 2) заміна; 3) додавання; 4) опущення. У той же самий час Л.С. Бархударов підкреслював, що такий розподіл умовний, пояснюючи це тим, що в деяких випадках перетворення може містити складні, комплексні трансформації. Він виділяє чотири різновиди замін: заміна словоформ, заміна частин мови, членів речення та заміна типу речення. Таке різноманіття типів замін і обумовлює їх найбільшу частотність

серед інших видів граматичних трансформацій. Предметом данного дослідження є граматичні трансформації на рівні речення, в яких найбільш експліцитно відзеркалюються розбіжності між будовами двох мов. Л.С. Бархударов виділяє наступні підвиди цих перетворень:

1) Заміна простого речення складним

Такого роду заміна часто використовується через граматичні причини – структурні розбіжності між реченнями двох мов. Під час заміни простого речення складним спостерігається декомпресія при перекладі. Як зазначає В.І. Карабан, “декомпресія при перекладі – це збільшення з різних об’єктивних причин обсягу речення цільової мови у порівнянні з обсягом речення мовою оригіналу” [4, 294]. Він виділяє шість випадків, коли застосовується декомпресія при перекладі з англійської мови на українську:

1. вживання неособових форм дієслова (інфінітив, герундій, дієприкметник), яким немає аналогу в українській мові. Це вимагає застосування різних граматичних трансформацій у перекладі, які призводять до розширення перекладного тексту;

2. наявність англійського дієприкметника I та II у ролі означення або обставини часу чи причини, а також переклад англійського герундія у ролі обставини часу або способу дії, переклад інфінітиву у ролі означення або інших синтаксичних функцій;

3. наявність словосполучень, які виконують роль обставини часу, додатку або означення, які можуть розширюватись при перекладі і переходити у підрядні речення часу, додаткові та означальні.

4. наявність англійської присвійної (генетивної) конструкції.

5. існування явища, такого як англійські адвербіальні дієслова;

6. перетворення англійського слова на словосполучення [5].

Особливим різновидом зазначеної трансформації за Бархударовим є поєднання двох простих речень в одне складне – так зване об’єднання речень.

2) Заміна складного речення простим

Ця трансформація – зворотна до попередньої і частіше усього призводить до компресії речення при перекладі. Особливим видом цієї трансформації є так зване членування речення – поділ одного складного (рідше – простого) речення на два або більше простих.

3) Заміна підрядності сурядністю.

Для російської/української мов більш характерне переважання сурядних конструкцій, в той час як в англійській – підрядних. Тому при перекладі з англійської мови на російську/українську часто відбувається заміна підрядного речення сурядним, а при перекладі з російської/української – навпаки.

4) Заміна сполучникового типу зв'язку безсполучниковим

І в англійській, і в російській/українській мовах зв'язок між частинами складного речення може бути виражений як сполучниковим (“синдетичним”), так і безсполучниковим (“асиндетичним”) способом; однак для російської/української мов, особливо для усно-розмовної мови, безсполучниковий спосіб більш характерний, ніж для англійської [2].

Фактичний матеріал продемонстрував використання перекладачем усього різноманіття граматичних перетворень на рівні речення, а також комплексний характер трансформацій.

Заміна простого речення складним

Методом випадкової вибірки (кожна п'ята сторінка тексту) з досліджуваного тексту було відібрано 150 випадків замін. Аналіз фактичного матеріалу продемонстрував, що найчастіше (97 випадків) в тексті роману зустрічається заміна простого речення складним, що складає 64,7%, оскільки англійській літературній мові більш притаманні прості ускладненні речення, в той час як українській – складні, поширені. З огляду на проаналізовані випадки, англійське просте речення було ускладнено інфінітивом (Infinitive) – 42 випадки (43%), діеприкетником (Participle I і II) – 39 випадків (40%), герундієм (Gerund) – 16 випадків (17%), що спричиняє заміну при перекладі на складне речення. Перетворення простого поширеного речення ВМ у складне у МП супроводжується декомпресією, тобто розширенням синтаксичної структури речення цільової мови.

Перший вид ускладнення англійського речення – інфінітив та його комплекси. Найчастотнішим виявився інфінітив у конструкції складного додатку (Complex Object) – 11 випадків, оскільки речення, які ускладнені таким типом додатку мають 2 суб'єкти дії, а отже перекладаються в більшості складним реченням:

Well, nobody on the perimeter saw her leave either. They only saw her go in [9, 119].

Ніхто з тих, хто чергував на вулиці, теж не бачив, як вона виходила. Бачили тільки, як вона заходила. [10, 135]

Прості поширені речення ВМ, які ускладнено інфінітивними комплексами (об'єктними інфінітивними зворотами), при перекладі перетворюються у складнопідрядні. При чому, у першому реченні словосполучення “on the parameter” трансформовано у підрядне означальне речення, а об'єктний зворот у підрядне з'ясувальне речення.

Другим за частотністю – інфінітив, що виконує функцію мети (9 випадків), який, як правило, при перекладі передається складнопідрядним реченням з підрядним способом дії або мети:

Cecilia went to the kitchen to fill the vase, and carried it up to her bedroom to retrieve the flowers from the handbasin [9, 87].

Сесілія пішла на кухню, наповнила вазу водою і понесла назад до себе в кімнату, щоб поставити квіти, які лежали в рукомийнику. [10, 63]

Третім – інфінітив у функції предикативу (6 випадків):

Her final act of spite was to fall at Briony's feet and sting her toes. [9, 143]

Останнім жестом ворожості було те, що вона впала Брайоні до ніг і попекла їй пальці. [10, 106]

Четвертим – інфінітив у функції означення (5 випадків):

This was Jackson, about to knock on her door. [9, 190]

Це був Джексон, який саме збирався постукати до неї. [10, 141]

Та результату (5 випадків):

Out there, in the fierce light, he hadn't thought quickly enough to refuse Leon's invitation. [9, 154]

Там надворі, в тому сліпучому світлі, він не встиг зметикувати, що треба відмовитися від Леонового запрошення. [10, 114]

П'ятим за частотністю є комплекс "for-toinfinitive" (4 випадки), який також спричиняє заміну простого речення складним при перекладі через наявність 2-х суб'єктів дії:

He had never before felt so self-consciously young, nor experienced such appetite, such impatience for the story to begin. [9, 178]

Ніколи раніше не почувався він таким непристойно молодим і не відчував такої жаги, такої нетерплячки, щоб його історія вже почалася. [10, 133]

Найменш частотними виявилися інфінітиви в функції прямого додатка (2 випадки).

Другим шляхом ускладнення простого англійського речення є використання дієприкметників та їх комплексів. Як зазначалося вище, проаналізовано 39 випадків, що становить 40%.

Найбільш частотним є Participle II в атрибутивній функції (12 випадків), який спричиняє заміну простого речення при перекладі на складнопідрядне з підрядним означальним:

But Briony, engaged in a shrill response to her brother's suggestion, writhed in his arms and turned her face from her sister and half buried it in Leon's jacket. [9, 217]

Але Брайоні, яка радісно верещала у відповідь на братову пропозицію, крутнулася в його руках, відвернулася від сестри й зарилася обличчям у піджак Леона. [10, 162]

Другим за частотністю - Participle I (11 випадків) в атрибутивній функції, який також перекладається складнопідрядним реченням з підрядним означальним:

She could see the simple sentences, the accumulating telepathic symbols, unfurling at the nib's end. [9, 163]

Вона вже бачила прості речення, мелепатичні символи, що купчилися й розквітали на кінчику пера. [10, 122]

Третьою – Objective Participial Construction (9 випадків):

She could imagine herself hurrying down now to her bedroom, to a clean block of lined paper and her marbled, Bakelite fountain pen. [9, 80]

Вона вже уявляла, як біжить зараз у свою кімнату, до чистого блокнота з розлінованим папером і своєї бакелітової, схожої на мармурову, авторучки. [10, 58]

Найменше виявилось дієприкметників у функції обставини (7 випадків). Як правило вони перекладаються простим реченням, що ускладнене дієприслівниковим зворотом або, як у нашому випадку, складнопідрядним з підрядним часу, умови, способу дії тощо, нижче проілюстровано речення з підрядним з'ясувальним:

What an idiot he had then felt, padding behind her across the hall and entering the library barefoot. [9, 172]

Яким же він почувався ідіотом, коли йшов за нею через хол і далі в бібліотеку босоніж. [10, 128]

Третій шлях ускладнення простого англійського речення – герундій (16 випадків), що складає 17% від усіх вище перерахованих способів ускладнення. З огляду на проаналізовані приклади, найбільш частотним є герундій у функції додатка з прийменником (8 випадків):

As on the preceding afternoon, the trouble lay in assembling the cast. [9, 63]

Як і попереднього дня, труднощі полягали в тому, щоб зібрати всю трупу разом. [10, 46]

Герундій у функції означення та підмету зустрічалися лише у 4-х випадках.

Поряд з граматичними причинами заміни простого речення на складне значну роль відіграють семантичні та стилістичні чинники.

Як ми бачимо, усі прості речення оригіналу трансформовані у складні речення у перекладі під впливом об'єктивних факторів – системних розбіжностей двох мов. Така граматична трансформація призвела до декомпресії, а саме – розширення синтаксичної структури речення оригіналу при перекладі.

Заміна складного речення простим

Як зазначалося вище, методом випадкової вибірки було знайдено 150 випадків замін, з яких 40 випадків (26.6%) склали заміни складного речення простим. Ці заміни, всупереч вищезначених, супроводжувалися компресією речення ВМ при перекладі. З огляду на проаналізовані випадки, найчастіше відбувається заміна англійського складнопідрядного речення з підрядним часу при перекладі на дієприслівниковий зворот, тобто просте ускладнене речення (13 випадків, 32,5%):

He looked into the water, then he looked at back at her, and simply shook his head as he raised a hand to cover his mouth [9, 62].

Він глянув у воду, потім знову на неї і лиш похитав головою, прикривши долонею рота [10, 44].

Другими за частотністю є заміна підрядного речення часу словосполученням (іменника з прийменником) (8 випадків, 20%). Як правило, заміна супроводжується заміною частин мови (присудок в минулому часі у складі підрядного речення при перекладі замінюється на віддієслівний іменник):

There would be time for only one day of rehearsal before her brother arrived [9, 8].

Тільки один день залишиться для репетицій до приїзду її брата [10, 4].

20% (8 випадків) також складають емфатичні конструкції, які перекладаються простим реченням:

But it was Pierrot who spoke first [9, 25].

Проте першим заговорив П'єро [10, 16].

It was not until five o'clock that afternoon that she was able to assemble her cast in the nursery [9, 23].

Лише о п'ятій пополудні їй вдалося зібрати всю трупу в дитячій кімнаті [10, 15].

В останньому реченні крім емпізи також наявне подвійне заперечення, і ці обидва фактори впливають на переклад, у якому спостерігається компресія.

Нами було знайдено також 5 випадків (12,5%) замін складного речення на просте через системні відмінності мов, а саме обов'язкової наявності підмета в англійському реченні, через що спостерігаються повтори займенника, в той час як в українському – його опущено.

Automatically, he had bleated out his yes, and now he would face her irritation [9, 154].

Він автоматично бовкнув «так», а тепер матиме справу з її роздратованістю [10, 114].

Найменш частотними виявилися: складнопідрядне речення з підрядним способу дії (3 випадки, 7,5%) та безсполучникове підрядне означальне речення (3 випадки, 7,5%).

Об'єднання та членування

Як показала практика, такі підвиди заміни речення не є частотними, а складають лише 4 випадки (2,7%).

Якщо йде мова про об'єднання, аналізуючи знайденні приклади, можна зробити висновок, що найчастіше об'єднуються короткі прості речення:

They were not her own. It was as simple as that [9, 134].

Все дуже просто — це не її діти [10, 100].

За допомогою членування перекладач навпаки розділяє складні, громіздкі речення на більш прості та легкі до сприйняття читачем, але в деяких випадках можна простежити певну ступень суб'єктивізму, коли перекладач приймає таке рішення:

She was forbidden to help, and Jackson, of course, had never laundered a thing in his life; the two washes, countless rinses and the sustained two-handed grappling with the mangle, as well as the fifteen trembling minutes he had afterward at the kitchen table with bread and butter and a glass of water, took up two hours' rehearsal time [9, 64].

Їй заборонили допомагати, а Джексон, ясна річ, ніколи в житті нічого не прав. Два рази намилити, без кінця полоскати, довго моїватися з качальнею, крутячи її двома руками, а потім ще п'ятнадцять хвилин на кухні, поки він тремтячими руками впорався з бутербродом і склянкою води — все це забрало дві години часу, відведеного для репетицій [10, 46].

Серед 8 випадків об'єднання і членування також є один, який водночас є прикладом 2-х підвидів замін одночасно:

I know she's upset. She's moping around outside and I'm going to bring her in [9, 205].

Вона напевне переживає і десь там кисне в парку. Я хочу знайти її й привести додому [10, 153].

Заміна складносурядного речення складнопідрядним та навпаки

Заміни складносурядного речення складнопідрядним було нечисленні (3 випадки, що складає 2% від усіх заміни. Така невелика кількість прикладів підтверджує думку, що цей тип заміни не є характерним при перекладі.

Наступні 2 приклади вказують на своєрідну закономірність такої заміни, оскільки у складносурядному реченні, частини якого поєднанні сполучником сурядності «and», яскраво виражений причинно-наслідковий зв'язок, через що, на нашу думку, при перекладі з'являється сполучник підрядності «тому»:

She would be well aware of the extent of her self-mythologizing, and she gave her account a self-mocking, or mock-heroic tone [9, 81].

Вона прекрасно усвідомлюватиме, якою мірою міфологізує сама себе, тому надасть своїй розповіді іронічного чи, може, іроніко-героїчного забарвлення [10, 59].

Marshall sounded a little testy, and Lola said reassuringly [9, 120].

Голос у Маршала був децю роздратований, тому Лола примирливо сказала [10, 88].

Заміна складнопідрядного речення на складносурядне становить 1,3 % (2 випадки) від усієї кількості знайдених прикладів. Звісно, при такій малій кількості випадків важко простежити закономірність такого перекладацького рішення.

Отже, в ході дослідження ми досягли поставленої мети, яка полягала у виявленні основних випадків і причин використання заміни типів речення при перекладі. У переважній більшості випадків просте речення оригіналу, ускладнене неособовими формами дієслова та їх комплексами, потребувало компресії у перекладі. Це було спричинено тим, що більшість неособових форм не мають постійних граматичних відповідників у цільовій мові або мають різний граматичний обсяг стосовно їх форм та функціонування. Цей підвид заміни типів речення був самим частотним. Решта підвидів заміни мала вельми низьку частотність. Так, заміна складного речення на просте, яка супроводжувалась компресією при перекладі, зустрічалась у два рази рідше. Таке варіювання у типах заміни речення у перекладі свідчить про значні розбіжності у структуруванні двох мов. Заміна типів речення відбувалась поряд з іншими граматичними трансформаціями, а саме додаванням, перестановкою (пермутацією), заміною частин мови, що свідчить про комплексний характер перекладацьких трансформацій. Крім об'єктивних чинників, які викликані системними розбіжностями ВМ і МП, слід також відмітити значущість суб'єктивних факторів процесу перекладу, до яких можна віднести: особистість перекладача, його професійність та досвід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алимов В.В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации: учеб. пособ. Москва: Эдиториал УРСС, 2004. 160 с.

2. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. - М., 2008. 240с.
3. Казакова Т. А. Практические основы перевода. СПб.: Изд. Союз, 2005. 320 с.
4. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури : навч. посіб.-довід. Вінниця: Нова книга, 2004. 576 с.
5. Карабан В.І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську: навч. посіб.-довід. Вінниця: Нова книга, 2003. 608 с.
6. Комиссаров В.Н./ Лингвистика перевода: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. —Изд. стереотип URSS, 2019. 176 с.
7. Рецкер, Я.И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода / Я.И. Рецкер. —Изд. Р. Валент, 2007. 244с.
8. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты: монография. Москва: Наука, 1988. 214 с.
9. McEwan I. Atonement. London: Jonathan Cape, 2002. 722 p.
10. Мак'юен І. Спокута. Роман / Пер. з англ. О. Смольницька. Київ: КМ-Букс, 2018. 537 с.

СПОСОБИ ПЕРЕДАЧІ СТИЛІСТИЧНОГО ПРИЙОМУ ПОРІВНЯННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Вивчення стилістичних особливостей художньої літератури будь-якої мови завжди було важливою та навіть невід'ємною частиною повного пізнання іншої культури у певну історичну епоху. З-поміж усіх стилістичних прийомів порівняння відрізняється неабиякою поширеністю та природністю звучання. Порівняння не лише просто зрозуміти під час читання в тексті, а й легко розпізнати.

¹ Порівняння достатньо яскраво підкреслює індивідуальний стиль письменника. Тому перекладачу треба правильно передати порівняння, оскільки саме від перекладача залежить адекватне сприйняття читачем творчості іншомовного письменника.

Дослідники по-різному підходять до вивчення порівнянь і розглядають їх у різних аспектах. Деякі мовознавці розглядають ці образні засоби у співвідношенні з метафорою (Н. Арутюнова, В. Телія), інші з'ясовують специфіку вираження порівняльних відношень (Ю. Апресян, В. Кононенко), вивчають порівняння як засіб формування індивідуально-авторського стилю (Л. Голоух, Л. М'яснякіна), визначають статус порівнянь у фразеологічному фонді мови (Л. Авксентьев, М. Алефіренко, А. Найда), описують функції порівнянь у різних функціональних стилях мови (В.Вомперський, О. Некрасова).

Різні погляди на походження, граматичну і семантичну структуру компаративних конструкцій свідчать про те, що дослідники не завжди враховують складність цієї лінгвістичної категорії, якій, як і метафорі, притаманні антропоцентричність, зумовленість суб'єктивним досвідом автора. У авторському тексті всі порівняння образні, проте в центрі – художні, індивідуально-авторські порівняння, а логічні, загальномовні – на периферії.

У сучасній лінгвістиці порівняння більшою мірою визначається як стилістичний прийом, фігура, що полягає в частковому уподібненні двох об'єктів дійсності. У широкому сенсі порівняння як операція свідомості є основою метафори.

В основі порівняння лежать логічні операції виділення найсуттєвішої ознаки описуваного через пошук іншого, для якого ця ознака є виразнішою, зіставлення з ним і опис. Наприклад: Сплив вересень синій, як терен. Жовтень палає, червоний, як глід (О. Гончар).

У порівнянні розрізняють суб'єкт порівняння (те, що порівнюють), об'єкт порівняння (те, з чим порівнюють) і ознаку, за якою один предмет (суб'єкт) порівнюється з іншим (об'єктом). Ознака може визначатися за кольором, формою, розміром, запахом, відчуттям, якістю, властивістю тощо.

Розрізняють порівняння логічні і образні. При логічних порівняннях встановлюється ступінь схожості чи відмінності між предметами одного

класу, беруться до уваги всі властивості, якості, ознаки порівнюваних предметів, але виділяється щось одне. Наприклад: На Україні я сирота, мій голубе, як і на чужині (Т. Шевченко); Олімпіада пройшла організовано, як і в минулому році; Все склалося так добре, неначе на замовлення; Брови в Івана широкі, як у батька; Хлопчаки, як дорослі, зосереджено копали грядку. Логічні порівняння використовуються в основному у науковому, офіційно-діловому, розмовному стилях. Вони додають до предмета нову інформацію. Образне порівняння відрізняється від логічного тим, що воно вихоплює одну якусь найвиразнішу ознаку, часом несподівану, і робить її основною, ігноруючи всі інші [5, 255].

У тексті художнього стилю ми часто знаходимо різноманітні тропи, архаїзми, діалектизми, запозичення та інші мовні засоби, тож при перекладі художнього тексту необхідно враховувати його стилістичні особливості [4, 213]. За В.Г. Прозоровим [6], перед перекладачем постає наступний вибір: або спробувати скопіювати прийом оригіналу, або, якщо це неможливо, створити в перекладі власний стилістичний засіб, що справляє аналогічний емоційний ефект.

Кваліфікований перекладач зазвичай користується різними способами відтворення стилістичних прийомів, застосованих в оригіналі для того, щоб надати тексту більшої яскравості та виразності. У перекладача завжди є вибір: або спробувати скопіювати прийом оригіналу, або, якщо це неможливо, створити в перекладі власний стилістичний засіб, що має аналогічний емоційний ефект. Це принцип стилістичної компенсації, про який К.І. Чуковський казав, що не метафору треба передавати метафорою, порівняння – порівнянням, а усмішку – усмішкою, сльозу – сльозою тощо. Тобто для перекладача важлива не форма, а скоріше функція стилістичного прийому в тексті. Адже метою перекладача є не механічне відтворення всіх стилістичних особливостей оригіналу, а створення рівноцінного ефекту на читача, який ще називають “тотожністю сприйняття” [2, 1].

Лінгвіст П. Пієріні довгий час вивчала особливості образного порівняння та в результаті вивела основні стратегії перекладу цього засобу виразності. Цих стратегій усього шість:

1) дослівний переклад порівняння зі збереженням форми, тобто самої порівняльної конструкції (наприклад: I must if you insist on looking like a sunflower against a tarred fence – Та, мабуть, доведеться, якщо ти й далі скидатимешся на соняшник під почорнілим тилом);

2) заміна порівняльної конструкції мови оригіналу на конструкцію мови перекладу (наприклад: He began to shake as though he had the fever – Він затремтів, наче в лихоманці);

3) часткова втрата образу порівняння (наприклад: They were poster-like, formidable in their snow costumes – Впадали в око їхні яскраві, як на рекламних плакатах, постаті в лижних костюмах);

4) збереження порівняльної конструкції мови оригіналу з доданням нової інформації в мові перекладу, при цьому відбувається так звана експлікація, пояснення якогось явища (наприклад: Eyes shining like deep pools

with starlight on them – Очі в неї сяють, немов глибокі чисті озера, в яких відбиваються зорі);

5) заміна порівняльної конструкції мови оригіналу на більш яскраву та зрозумілу для реципієнтів, при цьому відбувається часткова або ж узагалі повна заміна образу (наприклад: The light of the cabin was lying on the surface of the dark swell like yellow oil – Світло з кают жовтими плямами відбивалось на воді);

6) опущення порівняння в тексті перекладу (наприклад: For he hopped like a cricket; like a pea in a saucerpan – Бо той скакав, мов суха горошина у горщику) [9, 31].

Окрім вищевказаних стратегій, учені зазвичай досліджують та порівнюють засоби оформлення порівняльних конструкцій у різних мовах, а також виявляють розбіжності в можливостях певних лексичних одиниць входити в ті чи інші порівняльні структури [8, 52].

Треба зазначити, що існує так звана група стійких порівнянь, яка також має свої особливості перекладу. Існує чотири проблеми, з якими стикається перекладач при інтерпретації стійких порівнянь:

1) належність стійких порівнянь англійської та української мов до різних стилістичних шарів лексики (наприклад: to know like the book (досл. знати як книгу) (нейтр.) – знати як облупленого (розм.)). Стикаючись з такою проблемою перекладач повинен зважити всі за і проти перш ніж перекласти нейтральне порівняння розмовним. Треба обов'язково врахувати стиль тексту та чи пасує подібний вислів тому чи іншому персонажеві твору;

2) національна специфіка образу стійких порівнянь (наприклад: to grin like a Cheshire cat (досл. посміхатися як чеширський кіт) – широко посміхатися). Подібна проблема постає перед перекладачем досить часто, адже в кожного народу є свої символи й реалії, які важко перекласти або пояснити, тому простіше просто ввести знайомий образ для читача мови перекладу;

3) різні асоціації, експресивність і оцінка, втілені в образі порівняння (наприклад: to feel as snug as a bug in a rug (досл. затишно, як комасі в килимі) – відчувати себе як у Христа за пазухою). Найкращим вирішенням подібної проблеми є пошук рівнозначного з погляду експресивності порівняння, але з іншим образом;

4) втрата фонетичних евфонічних засобів (наприклад: перекладаючи такі порівняння, в яких є алітерація чи асонанс: as busy as a bee (досл. зайнятий мов бджола), as red as raspberries (досл. червоний наче малина), as green as grass (досл. зелений як трава)). Подібну проблему можна вирішити або, скалькувавши порівняння, або опустивши його й скориставшись компенсацією в іншому відрізку тексту [7, 7].

Образність стійких порівнянь є однією з найважливіших характеристик, які впливають на якість перекладу. Найбільш простими для перекладу є універсальні одиниці, знайомі обоим культурам (зазвичай вони відображають загальновідомі поняття, побудовані на античних і біблійних образах). Доволі часто образи порівняння в мові оригіналу й мові перекладу

не схожі. Тоді для адекватного відтворення образності порівнянь перекладач вдається до використання аналогів, підбираючи їх відповідно до стилістичних, експресивних та оцінних вимог тексту. Наприклад, в українській мові кажуть: “співає як соловейко”, “сміливий як лев”, “упертий як осел”, “п’яний як свиня” тощо. Але подібна образність може виявитися незрозумілою для інших народів, мовою яких перекладається текст оригіналу. У такому разі перекладач має дуже добре подумати, перш ніж ввести незвичний для розуміння читача образ. Тобто при перекладі стійких у рідній мові порівнянь треба завжди зважати на особливості образності, які наявні в мові, якою перекладається текст. Про адекватний і еквівалентний переклад стійких порівнянь свідчить збереження не тільки фактичної, а й експресивної, емоційної та оцінної інформації.

Порівняння завжди змушують перекладача зробити вибір: або перекладати образ звичним для себе, тобто таким, яким його створив автор, або створити незвичний для себе образ, але зрозумілий для читачів перекладеного тексту. У випадках розбіжності образів перекладач також завжди може звернутися до словників. Серед словників, які допомагають перекладати порівняння зі сталими образами є: “Словник стійких порівнянь” І. І. Гурина, “Двомовний словник стійких порівнянь” К. Мізіна, “Словник стійких порівнянь” О. Юрченка та А. Івченка та словник під назвою “Стійкі порівняння у говірках” В. Чабаненка та Г. Добропольського. Вони містять як сталі порівняння рідної мови, так і варіанти перекладу англомовних сталих порівнянь.

Порівняння – це первинна, вихідна й тому найважливіша форма мовного образу, яка в художніх творах допомагає краще розкрити образи персонажів, виявляє найнесподіваніші зв’язки між двома поняттями та змушує твір заграги яскравими барвами [10, 252].

Така схожість порівняння і метафори, особливо з урахуванням того факту, що деякі дослідники пропонують розглядати порівняння як особливий вид метафори, дозволяють нам говорити про певну схожість підходів до їх передачі на мові перекладу.

Казакова Т.А розробила таку класифікацію способів перетворення метафор. [1]

1. Повний переклад

Застосовується для метафоричних одиниць у тому випадку, якщо в мові оригіналу і мові перекладу збігаються як правила сполучуваності, так і традиції вираження емоційно-оцінної інформації, вжиті в цій метафорі.

2. Додавання або опущення

Використовується в тих випадках, коли міра подібності в мовах оригіналу та перекладу різна, і потрібна або експлікація сенсу (прийом додавання), або, навпаки, імплікація (прийом опущення).

3. Заміна

Застосовується у випадках лексичної або асоціативної невідповідності між елементами метафори у мовах оригіналу та перекладу.

4. Структурне перетворення

Застосовується при розходженні традицій граматичного оформлення метафори у мовах оригіналу та перекладу.

5. Традиційний відповідник

Вживається щодо метафор фольклорного, біблійного, античного походження, коли у мовах оригіналу та перекладу склалися різні способи вираження метафоричного подібності.

6. Паралельне іменування метафоричної основи

Використовується при перекладі текстів, побудованих на поширеній метафорі, коли потрібна заміна або структурне перетворення оригінальної метафори, а за характером переданої інформації оригінальний образ необхідно зберегти.

В. Н. Комісаров та А. Л. Коралова також вважають, що найбільш складним є переклад авторських порівнянь [3]. При перекладі сталих порівнянь вони пропонують користуватися способами перекладу ідіом.

1. Знайти аналог у мові перекладу. При цьому можливе як збереження, так і втрата образу порівняння.

white as snow — белый, как снег

thin as a rake — худой, как щетка

2. Дослівний переклад

as busy as a bee — трудолюбивый, как пчела

3. Описовий переклад, коли порівняння втрачається

as large as life — в натуральную величину

У випадку ж перекладу авторських порівнянь у разі необхідності перекладач може використати заміну образу для адекватного сприймання тексту в мові перекладу.

Ю. В. Піввуєва та К. В. Двойніна, говорячи про стилістичні проблеми перекладу, виділяють наступну класифікацію [4]:

1. Перекладач стилістично адекватно передає смисловий інваріант оригіналу. Образні елементи мов оригіналу та перекладу не відрізняються у функціональному та структурному плані.

2. Перекладач має еквівалент у мові перекладу, але навмисно акцентує інші стилістичні моменти.

3. Перекладач не передає або спрощує стиль.

4. Перекладач не має стилістичних засобів для передачі образності оригіналу, тому використовує певні заміни. Такий спосіб називається субституцією. Інверсія або стилістична заміна це один з типів субституції.

Тобто, існує велика кількість класифікацій та поглядів як саме треба передавати порівняння під час перекладу. Але всі науковці сходяться на думці, що, який би спосіб передачі порівняння перекладач не використовував, найголовніше, щоб порівняння звучало природньо в тексті перекладу, і не було ніякого враження штучності та неприродності у мові.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Казакова Т.А. Практические основы перевода. – Спб: «Издательство Союз», 2001. 320 с.

2. Кораллова А. Л. Прагматические аспекты передачи образности в тексте перевода [Электронный ресурс] / А. Л. Кораллова. – Режим доступа: [http://www.thinkaloud.ru/- science/kor-obraz.pdf](http://www.thinkaloud.ru/-science/kor-obraz.pdf).
3. Кравець О.Б. Теоретичний курс англійської мови: стилістика / О.Б. Кравець. – Дрогобич, 2011. 202 с.
4. Пиввуева Ю. В., Двойнина Е. В. Пособие по теории перевода. Москва : Филоматис, 2004. 304 с.
5. Потенба О. О. Эстетика і поетика слова. — К., 1985. 359 с.
6. Прозоров В. Г. Основы теории и практики перевода с английского языка на русский. Москва : Наука, 1998. 221 с.
7. Рыженкова А. А. Авторские преобразования устойчивых сравнений как объект перевода: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – СПб, 2009. 21 с.
8. Сасіна В. П. Безполучникові порівняння в російській та англійській мовах. Нариси з контрастивної лінгвістики : статті / В. П. Сасіна. – Київ, 1979. С. 146–152.
9. Pierini P. Simile in English: from Description to Translation [Electronic resource] / P. Pierini // Circulo de Linguistica Aplicada a la Communication. – Mode of access: <http://www.ucm.es/info/> № 29/pierini.pdf, 2007.
10. Todd, Z., Clark D. H. When Is a Dead Rainbow Not Like a Dead Rainbow? Investigating Differences between Metaphor and Simile. Researching and Applying Metaphor / ed. by L. Cameron and G. Low. URL: <http://stuttercut.org/Simile.pdf>

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ГЕНДЕРНІ ФЕМІННІ ТИПАЖІ В УКРАЇНСЬКИХ І БРИТАНСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗКАХ

Кожна людина починає вбирати певні унікальні механізми поведінки й мислення, звичаї, морально-естетичні орієнтири, пріоритети, підсвідомі стереотипи й символи із самого малого віку — так само, як і мову, яка, виконуючи свої загальну, комунікативну, акумулятивну, пізнавальну й мислетворчу функції, із часом тільки закріплює у свідомості (й підсвідомості) людини всю набуту інформацію, поглиблює її вплив, немов пускаючи коріння й пов'язуючи з колективною підсвідомістю. На базі цього кожна людина окремо й народи загалом створюють унікальні, своєрідні історії, казки, загадки, приказки, прислів'я, пісні, легенди та багато іншого, що стає опорним стовпом національної мови, її фундаментом. Фольклор часто вважають бездонним джерелом мовної й будь-якої іншої творчості — неможливо переоцінити його значущість і важливість для кожного народу. Визначення та опис маркерів української ідентичності є надзвичайно **актуальним** у кипучому виру подій XXI ст., глобалізації, на тлі всесвітніх і національних активних суспільно-політичних, суспільно-культурних, суспільно-психологічних і суспільно-економічних процесів, зрушень та змін. **Актуальність** даної статті також увиразнюється питанням гендерної ідентифікації, гендерних взаємин, психології та рівноправ'я, яке незмінно залишається важливим, здіймаючи хвилі суспільно-політичних та культурних змін ще з XIX ст., і стає тільки нагальнішим із кожним роком, торкаючись життя кожного.

Поняттям «образу» послуговуються у різноманітних галузях наукової діяльності: у літературознавстві, психології, філософії, лінгвістиці та інших; отже, залежно від сфери використання, цей термін трактують по-різному. У літературній творчості «образ» конкретизується, дефінується «художнім образом» і розуміється як явище, яке було творчо відтворене автором у художньому творі, як специфічна форма буття художнього твору загалом та окремих його складників. Це складний і багатовимірний феномен, форма художнього сприйняття й відтворення дійсності, суб'єкт художньої дії, компонент художньої картини світу [10].

Антропоцентрична парадигма сучасної лінгвістичної науки визначає інтегрований підхід до вивчення мовних явищ крізь призму різних галузей знань, зокрема культурології, семіотики, психології, історії тощо. У цьому контексті мова розглядається дослідниками (Н. Алефіренко, В. Маслово, О. Матузкова, О. Селіванова) як відтворення менталітету народу, його самобутності, культури, історичного розвитку, місця проживання, соціального статусу та інших факторів. Лінгвокультурологія досліджує взаємозв'язок і взаємодію культури та мови у її функціонуванні і відтворення цього процесу як цілісної структури одиниць у єдності їх мовного та позамовного (культурного) змісту за допомогою системних методів і з

орієнтацією на сучасні пріоритети та культурні установки. Ця інтегральна галузь мовознавства фокусується на вивченні специфіки фіксації культурно-специфічних явищ та понять у мові та їх реалізації у мовленні. Дослідження лінгвокультурного аспекту на матеріалі фольклору має неозорі перспективи й, звичайно, становить неабиякий інтерес для представників філологічної наукової спільноти.

Лінгвокультурний образ вивчають у єдності мови, свідомості й культури. Важливо розуміти, що лінгвокультурний образ відображає національно-культурні ознаки, значущі для тієї лінгвокультурної спільноти, в якій він формується. Відтак, лінгвокультурному образу притаманні національно-культурна специфіка й стереотипізовані характеристики, які реалізуються в мові [4].

На погляд В. І. Карасика, лінгвокультурний типаж (ЛТ) розглядається як типізована особистість, представник певної етносоціальної групи, пізнаваний за специфічними характеристиками вербальної та невербальної поведінки й закономірно зумовленої ціннісної орієнтації. За його визначенням, «лінгвокультурний типаж» — це пізнавані образи представників певної культури, сукупність яких і складає культуру того чи іншого суспільства. Як абстрактне ментальне утворення, ЛТ — це різновид концепту, змістом якого є типізована особистість. ЛТ характеризуються наступними ознаками: пізнаваність і асоціативність, постійність, хрестоматійність, широка пізнаваність, символічність, яскравість, типічність, прецедентність [2, 3].

Згідно з думкою А. А. Марчишиної, немалий вплив на ЛТ має стать «як історично усталена своєрідна форма досвіду» і гендер як її соціально-культурна рецепція. Сьогодні стереотип статево-гендерної кореляції ґрунтується на репрезентативному емпіричному матеріалі й відображається в художніх образах [5].

Питання співвідношення мови та гендеру привернули увагу дослідників у 70-х роках ХХ століття. Саме тоді виник новий напрям — гендерна лінгвістика. Представниці нового напрямку, феміністської лінгвістики, привернули увагу до андроцентричного характеру попередніх лінгвістичних досліджень, а також вказали на те, що жінки й чоловіки зображені в мові неоднаково: чоловік зображений головним і важливішим у мові, а жінка або взагалі «замовчується», або зображується другорядною, менш ваговою й залежною від чоловіка. Це явище дістало назву гендерних упереджень, андроцентризму або мовного сексизму.

Досліджені тенденції у мовному зображенні різних статей (див. О. П. Демиденко, А. Д. Макарова, А. А. Марчишина, В. І. Карасик, О. А. Дмитрієва) спонукали науковців увести в науковий обіг термін «гендерний типаж» — це узагальнений образ персонажа, чия гендерна ідентичність сконструйована відповідним набором мовних засобів, що відображають бачення стереотипних уявлень про фемінний/маскулінний зовнішній вигляд, риси характеру, моделі поведінки й інші атрибути [5].

Казки будь-якої країни й будь-якого народу становлять величезний інтерес для людей: вони несуть у собі культурні цінності й архетипи, виховують нові покоління, а також містять інтерпретацію історичних подій та соціальних ситуацій у країні та світі. В англійських джерелах термін «казка» має широке значення. В різних культурах домінують різні види казок, які сягають фольклору як первісної естетичної колективної творчості народу. За Т. Девідсоном («The American Journal of Philology»), слово «казка» в англійському контексті має такі відповідники: *folktale*, *fairy tale* чи *wonder tale* [1]. Багато з них були написані певними англійськими й зарубіжними авторами, але через велику популярність у читачів стали частиною літературної спадщини англійського світу. Такі казки можна вважати фольклорними, беручи до уваги ареал їхнього поширення та популярності.

Більшість казок було написано й записано в ті часи, коли в суспільстві, культурі й літературному каноні панував патріархальний підхід, що вело до гендерної сліпоты. Деякі дослідники, наприклад, Сінді Каснер, підкреслюють, що застарілі гендерні стереотипи, закріплені в казках, можуть зашкодити соціалізації дівчат в сучасному світі. В більшості казок їх зображено неприродньо ідеальними та добрими, настільки ж красивими, сердешними, чуливими; вони не жаліються й не зляться; це може призвести до вкорінення в дівчат неправильного уявлення про себе, в якому вони не розкривають усіх своїх якостей та здібностей, а також може навчити більш вродливих дівчат того, що вони можуть і мають використовувати свою зовнішність для того, щоб добиватися всього у житті, а також того, що вони кращі чи важливіші, ніж інші. Однак це явище стосується обох статей, адже жінки та чоловіки співіснують у межах єдиного суспільства, і хлопчикам, у контексті сучасного розвитку концепції взаємин між статями, теж необхідно допомагати орієнтуватися серед подібних стереотипних казкових типажів [8, 9].

Проаналізовані дослідження казок взагалі та українських і британських казок зокрема, демонструють, що в них закладені певні гендерні типажі — найчастіше стереотипізовані, гіперболізовані фемінні та маскуліні. Як в українських, так і в британських казках гендерний типаж **жінки** здебільшого складається з таких компонентів як *зовнішня краса як одна з найважливіших цінностей, особистісна слабкість, залежність, покірність, пасивність, доброзичливість, постійна підтримка чоловіка на другорядній ролі*; здебільшого жінки — це *домогосподарки, рукодільниці, матері*, які все своє життя готуються до найголовнішого й найліпшого — вдалого заміжжя, яке вважається найвищим ступенем самореалізації та самоактуалізації. Проте, незважаючи на численні згадані подібності між гендерними типажимами, різні національні (тобто українська й англійська) лінгвокультури накладають на означені типажі вагомий відбиток, який здебільшого не був акцентований згаданими нами науковцями.

З огляду на це, **метою** представленої статті є дослідити характерні особливості та провести порівняльний аналіз казкових фемінних гендерних типажів на базі текстових фрагментів 18 українських та 18 британських

народних казок, що знаходяться у відкритому доступі в мережі Інтернет на різних електронних ресурсах та зібрані різними фольклористами (Т. Капушак, Дж. Джейкобс, Фр. Дж. Олкот та ін.). Наявність у казках трьох найпоширеніших вікових груп дозволила виділити три фемінні гендерні типажі за вказаною ознакою: «*дівчин(к)а*», «*жінка*» й «*стара*».

За нашими підрахунками на базі вісімнадцяти досліджуваних українських народних казок, серед усіх персонажів, які в них присутні, переважна частина — чоловіки, парубки, хлопці або антропоморфні створіння, які граматично та семантично марковані як чоловіки. Так, 84 образи належать чоловічому роду, й тільки 58 — жінкам. Також обчислення й аналіз показали, що жінки набагато частіше, ніж чоловіки, лише *згадуються* в казці, не беручи в ній активної участі. Проте при порівнянні казок між собою за їх головними героями було з'ясовано, що половина головних героїв — це чоловіки, й половина — жінки. Судячи з цього, можна зробити декілька висновків: з одного боку, це частково підтверджує дослідження інших літературо- й мовознавців та культурологів про те, що **світ української казки — здебільшого маскулінний**; з іншого боку, враховуючи статистику щодо головних героїв та загальне здебільшого шанобливе ставлення до жінок у фольклорі, цей факт підкреслює хоч і частково підлегле, але **поважне місце жіночої статі** у прадавній українській культурній свідомості: «*якщо вже й жінку не бере, котру я зоставив на останок, а вона ж у мене найдорожча за все, то що ж йому треба?*» («Чорт-змій і запродані діти»).

При вивченні народних казок та дослідженні фемінних гендерних типажів у них було з'ясовано, що типажі «*жінка*», «*дівчин(к)а*» та «*стара*» — **репрезентовані неоднаково**. Відтак, типаж «жінка» достатньо представлено в 10 казках із 18, «дівчин(к)а» — у 15 з 18, «стара» — лише в 4 із 18 казок.

Цікаво зауважити, що в 14 із 18 казок був наявний **елемент шлюбу**: дівчата або одружувалися на початку чи в середині казки, або ставали дружинами чоловіків-героїв наприкінці казки. Додатковим аргументом на перевагу твердень про те, що у казках жінка зображена слабкою та залежною від чоловіка стають такі статистичні дані: в 7 із 18 казок наявний сюжетний елемент **рятування жінок від різноманітних містичних істот** (найчастіше «змія», «чорта» чи «лісових»: «Чорт-змій і запродані діти», «Дерево до неба», «Котигорошко») або **від бідності, самотності чи смерті** («Про сімох братів-гайворонів та їхню сестру»). Дуже часто «в нагороду» жінки закохуються у своїх рятівників одразу та одружуються чи возз'єднуються.

Одним із досить несподіваних результатів вивчення жіночих образів стало те, що в обраних казках абсолютно **відсутні** будь-які натяки на конкретні **зовнішні риси** «дівчат» чи «жінок», що унеможливило створення типового зовнішнього портрету, «ідеалу» жінки в українській культурній свідомості на базі конкретного матеріалу. Здебільшого (8 із 18 казок, де взагалі присутні портретні деталі) описи «жінок» та «дівчат» обмежуються

загальними характеристиками: «гарна», «гарні білі руки», «така гарна, що й в світі кращої нема», «чарівна», «така файна, як перша квітка навесні», «красна», «тіло таке біле, що й на гусці такого пір'я нема», «убрана», «гарна, як та квіточка», «гарна дуже, як зірочка ясна», «вродлива». Серед них морфологічно найчастотнішими є прикметники, зокрема «гарна», та поєднання цього прикметника з порівняннями, здебільшого фітонімічними. Також гендерний типаж актуалізується за допомогою лексеми на позначення притаманної жіночому тілу ознаки — соматизму «білі руки» та загального «тіло таке біле, що й на гусці такого пір'я нема» (наявний засіб художньої виразності — знову порівняння, цього разу анімалістичне). Крім цього, набагато різноманітніші лексеми, що пов'язані з чи позначають **гендерно марковані елементи одягу**: «розкішна одіж, яка личить молодій, гарній дівчині», «убрана», «дрантя», «конопляна сорочка», «сорочка, вишита зірками», «спідниця», «спіднички», «туфельки», «тонкі панчохи», «стьожики», «ковтки», «цятки», «коралі», «віночок», «кафтаники», «черевички», «добре товсте гарне намисто».

Виходячи з таких особливостей словесних портретів, робимо висновок, що українська національна лінгвокультура, за впливом багатьох соціальних, економічних, історичних та психологічних факторів, приділяє дуже обмежену увагу зовнішньому вигляду жіночої статі у казках, надаючи перевагу їх моральним якостям та соціальному статусу.

За нашими підрахунками на базі вісімнадцяти досліджуваних британських казок, серед усіх персонажів, які в них присутні, переважна частина — **чоловіки, парубки, хлопці** або антропоморфні створіння (зокрема гіганти, перевертні, духи, диявол), які граматично та семантично марковані, як чоловіки. Таким чином, 96 образів належать чоловічому роду, й лише 63 — жіночому. Проте після аналізу сюжетів вивчених казок з'ясувалося, що, по-перше, в 12 з них головні герої — жінки, а в 7 — чоловіки, по-друге, наявна й казка, в якій на рівних правах в якості головних героїв співіснують чоловік і жінка.

Наведені статистичні дані частково зумовлені конкретною вибіркою, тож має місце певна похибка; тим не менш, це дозволяє зробити висновок про те, що в британських казках жінок представлено набагато ширше, однак світ британської казки — все ще здебільшого **маскулінний** (60 % образів). Також варто зауважити, що жінки набагато частіше залишаються лише згадкою у казці через загальні номінації, не оформлені як повноцінні дійові особи: про їхнє життя в таких випадках нічого невідомо, що робить їх подібними лише до атрибуту чоловіка.

Додатковим спостереженням є певна постійність назв британських казок, що зберігається незалежно від фольклориста: майже завжди назвою казки є ім'я чи номінація головного героя чи героїні (17 з 18 випадків). Як наслідок, **жінки присутні й в назвах казок** — у 12 з 17 назв згадуються жінки («Lame Molly», «Molly Whoppie», «Cinder-Maid», «Princess of Canterbury»). У 6 з 18 казок героїні мають власні імена: *Ellen, Molly, Kate, Maia, Jane*, а також є власна назва як постійне унікальне прізвисько —

Cinder-maid. Проте, якщо наявність (у порівнянні з українськими казками) відносно великої кількості власних імен свідчить про надання колективною свідомістю жінкам певної індивідуальності, особливості та відокремленості від інших, то подібне прізвисько позитивної головної героїні й відсутність альтернативи йому протягом усієї казки вказує на соціальну роль жінки, яка має готувати, прибирати й виконувати свої стереотипно жіночі обов'язки [16].

Статистичний аналіз показав, що досліджувані лінгвокультурні гендерні типажі «дівчин(к)а», «жінка» та «стара» й у британських казках теж представлено неоднаково: так, типаж «дівчин(к)а» достатньо репрезентований у 14 з 18 казок, «жінка» — у 9 з 18 казок, і «стара» — у 9 з 18 казок.

Важливе місце в британських казках також займає **шлюбний елемент**: за проведеною статистикою, в 10 з 18 проаналізованих творів було наявне несілля в середині чи наприкінці казки. З 14 казок, в яких наявний типаж «дівчин(к)а», в 9 вони одружуються; з 9 «жінок» 7 — були в минулому чи на даний момент одружені, 8 з них мають дітей; з 9 «старих» у випадку 7 з них немає жодної інформації про шлюб, 1 вдова й 1 дружина похилого віку. Всі ці цифри доводять, що в британських казках і, відповідно, в британській лінгвокультурі шлюб уявлявся обов'язковою частиною життя кожної жінки, як і продовження роду, народження, виховання й турбота про дітей [16].

Зазвичай жінка сприймається, що підтверджують теоретичні дослідження, як «відмінна від чоловіка», «протилежна чоловікові», слабка, безпорадна, як та, що потребує захисту й допомоги, й тому, як важлива для суспільства в силу історично-культурних і біологічних причин, нерозривно пов'язана з чоловіком і залежна від нього; казки традиційно керуються гендерними дихотомічними зв'язками. Це підтверджує те, що в 11 з 18 досліджуваних казок наявний сюжетний хід, пов'язаний із **порятунком жінки** від чудовиськ чи нестерпних життєвих обставин. Дуже часто («*The Red Ettin*», «*Jack the Giant-Killer*», «*A Pleasant and Delightful History of Thomas Hickathrift*», «*Cinder-maid*», «*Earl Mar's Daughter*», певною мірою «*Kate Crackernuts*» та «*Molly Whoppie*») дівчата одружуються із своїми рятівниками, іноді навіть без жодного натяку на власне на це бажання, стаючи звичайним **трофеєм**: «*Whereupon, as a reward for his good services, the king prevailed upon the duke to bestow his daughter in marriage on honest Jack*». Такий шлюб видається нормальним, адже чоловік — герой, рятівник і славетний добродій, а в останніх рядках завжди затверджується безсумнівне: «*he and his lady lived in great joy and happiness all the rest of their days*» чи «*they lived happy ever afterwards*» [16].

Приблизний жіночий ідеал зовнішності, представлений у британських фольклорних казках (конкретний опис у досліджуваному матеріалі зустрічається лише двічі) — **довге шовковисте золоте волосся** («*hair was like golden silk and it hung to the ground*»). Також згадується **вишневий колір, зокрема губ** («*lips were like cherries*»), **бліда шкіра** («*pale and beautiful*», «*white as milk*»), **чорні очі** («*such sparkling black eyes*»), **щюки й підборіддя з**

ямочками («*such dimpled cheeks and chins*»). Такі маленькі деталі надають повноцінну можливість скласти стереотипний лінгвокультурно-естетичний портрет.

У *Таблиці 1* скорочено викладено основні порівнювані та досліджувані елементи гендерних фемінних типажів в українському та британському фольклорі: таким чином, можна дослідити головні спільні й відмінні риси. З таблиці видно, що серед спільних рис між українськими й британськими лінгвокультурними типажими — сімейний стан всіх трьох, соціальний статус «жінок» та «старих», позитивні риси «жінок», негативні риси «дівчат» та «жінок», атрибути «жінок» та їх пріоритети, що відбиваються в домінуючій тематичній групі номінацій. Найближчі український і британський лінгвокультурні типажі — «жінки».

Найбільше відмінностей між типажими «дівчат» та «старих». «Дівчата» в українських казках в абсолютній більшості випадків походять із «простої» трудящої селянської родини, в британських — вони можуть бути в рівній мірі як принцесами чи дворянськими дочками, так і «простими» жителями міста чи села. На першому місці серед чеснот українських «дівчат» — це працьовитість, для британських — покірність, слухняність, поступливість у взаєминах як із майбутнім чоловіком, так і, головним чином, із батьками. На відміну від українських «дівчат» британські мають набагато ширший асоціативний атрибутивний ряд, пов'язаний із предметами одягу, а також набагато частіше оточені предметами, що викликають естетичну насолоду чи забезпечують комфорт — це певним чином пов'язано із різними історичними умовами розвитку досліджуваних лінгвокультур. На додаток, для українських «дівчат» на першому місці серед тематичних груп номінацій — «соціальний статус» (37%), проте вона майже не поступається групі «родинних стосунків» (33%); у випадку британських дівчат це «родинні стосунки» й у рівній мірі важлива «суб'єктивна оцінка» від інших.

«Старі» відрізняються найбільше: незважаючи на схожий сімейний стан, загалом все ж таки українські героїні частіше є дружинами похилого віку, у випадку британських найчастіше про їх шлюб нічого не відомо. Їх соціальний статус здебільшого збігається — найчастіше вони з'являються в казках в якості відьом чи чарівниць, що за допомогою своїх магічних здібностей впливають на сюжет. Проте їх походження й добробут можуть відрізнитися — в українських казках (як і переважно всі інші героїні й навіть герої) вони здебільшого живуть у селах, а у британських казках їх походження набагато менш визначене — це може бути село або місто.

Найтиповіші позитивні риси українських «старих» на базі вибірки не вдалося визначити, адже вони представлені в абсолютній більшості випадків негативними героїнями, які шкодять іншим. Типові негативні риси: заздрість, мстивість та жадібність. Серед вад британських «старих» присутня жадібність, проте наявні й побутова необачність та надмірна допитливість. Атрибути їх теж відрізняються: для українських «старих» це здебільшого тварини та, в якості винятку, предмети побуту чи гроші, для британських — це магічне приладдя (паличка), предмети побуту, їжа, багато одягу, іноді

рослини. У випадку українських «старих» найчисленніша тематична група номінацій — це «вік», що визначає найбільший вплив цього аспекту на їх життя; у випадку британських «старих» — це соціальний статус, що, певно, відбиває те, що положення у суспільстві визначатиме спосіб життя й те, як буде проведена старість.

З 18 досліджуваних опозицій за шістьма параметрами майже співпадають 10 — 56 %. Це дозволяє зробити висновок, що репрезентація лінгвокультурних фемінних гендерних типажів у британській та українській лінгвокультурах багато в чому збігається, проте не слід забувати про низку відмінностей у деталях, які найчастіше, в контексті творчості народу, й формують колективну свідомість і визначають потенційні напрямки її еволюції.

Подальші дослідження (із розширенням досліджуваної вибірки й винченням фольклору інших націй, зокрема, європейських) нададуть змогу провести ширше зіставлення витоків багатьох споріднених культур і пояснити походження й причини багатьох сучасних лінгвістичних і суспільно-культурних тенденцій, конфліктів, діалогів і змін на тлі ХХІ ст.

Таблиця 1. Співставлення лінгвокультурних фемінних типажів у англійських та українських казках

англійський, порівняльне вивчення	Українські казки			Британські казки		
	«дівчин(к)а»	«жінка»	«старра»	«дівчин(к)а»	«жінка»	«старра»
смісний стаяв	одружується наприкінці казки	одружена	одружена чи жодної згадки	одружується наприкінці казки	одружена	жодної згадки
соціальний статус	селянська небагата дівчина	небагата селянка	вільна селянка	принцеса, дворянка чи небагата дівчин(к)а	небагата селянка чи містянка	небагата селянка чи містянка, вільна
почитивна рися	правовитість, слухняність	хазяйновитість, материнська любов, слухняність		слухняність	хазяйновитість, материнська любов	допомога, мудрість
вєтативна рися	ледачість	сварливість, лють	нєстивість, заздрість	ледачість, злість	заздрість, лють	необачність, жадібність
агривут	олив	кухонне начиння, їжа, предмети побуту	тварини	олив, елементи комфорту й розкішу, рослини	будинок сад, кухонне начиння, їжа	олив, чарівна паличка, предмети побуту, їжа
темативна група номиваній та пріоритєт	соціальний статус, родинні стосунки	родинні стосунки	вїк	родинні стосунки, суб'єктивна оцїнка вїд інших	родинні стосунки	соціальний статус

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Науково-критична література

1. Болонева М. Л. Концепты WOMAN и MAN в дискурсе сказки // Вестник ИГЛУ, 2014. С. 41-49.
2. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типы России и Франции XIX века: монография. Волгоград: Перемена, 2007. 307 с.
3. Карасик А. В. Фанат как типаж современной массовой культуры // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типы. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 269—282.
4. Макарова А. Д. Лингвокультурный образ — сущность понятия. Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248).
5. Марчишина А. А. Гендерна ідентичність в англійському постмодерністському дискурсі: соціокультурний та лінгвопоетичний аспекти (на матеріалі наукових, публіцистичних та художніх текстів) : монографія. Кам'янець-Подільський : ПП Буйницький О. А., 2018. 452 с.
6. Матузкова О. П. Английская идентичность как лингвокультурный феномен: когнитивно-дискурсивный аспект // Міжнародний електронний збірник наукових статей КОГНІЦІЯ, КОМУНІКАЦІЯ, ДИСКУРС. Випуск 10, 2015. Режим доступу : <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/>
7. Непомнящих Н.М. Определение лингвокультурного типажа // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XXIII междунар. науч.-практ. конф. — Новосибирск: СибАК, 2013.
8. Kasner C. Gender bias and sexual stereotyping in fairytales. — Cinbad. — Vol. 15, Issue 40. — 2004. P. 1-6.
9. Madoda Cekiso. Gender Stereotypes in Selected Fairy Tales: Implications for Teaching Reading in the Foundation Phase in South Africa. — J Sociology Soc Anth. — Vol. 4, Issue 3. 2013. P. 201-206.

Довідкові видання

10. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. Редкол.: Л. Г. Андреев, Н. И. Балашов, А. Г. Бочаров и др.—М.: Сов. энциклопедия, 1987. 752 с.

Досліджувані тексти

11. Тарас Капушак. Українська казка. 2006-2020. Електронний ресурс: <https://kazky.org.ua/zbirky/ukrajinsjki-narodni-kazky>
12. Українські народні казки. Електронний ресурс: <http://nashakazka.org.ua/>
13. Українські народні казки. Електронний ресурс: <http://rozvyvajko.com.ua/kazky/ukrajinski-narodni-kazky/>
14. Українські народні казки. Сімейний портал. Електронний ресурс: <http://familytimes.com.ua/ukraina-kazky>
15. English Fairy Tales, Folk Tales and Fables. Електронний ресурс: <https://fairytales.com/region/english/>
16. World of Tales. English Fairy Tales. Joseph Jacobs. Електронний ресурс: https://www.worldoftales.com/English_fairy_tales.html

ПЕРЕДАЧА АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Реклама уже давно стала невід'ємною частиною нашого життя. Кожного дня ми зіштовхуємося з сотнями рекламних оголошень на вулиці, в магазині, по телебаченню, в ЗМІ. Маркетологи докладають зусиль для того, щоб зробити її оригінальною та цікавою, а тому більш ефективною, що дозволить привабити більшу кількість споживачів.

Реклама існує у вигляді тексту, розміщеному на різних носіях: плакатах, малюнках, каталогах, листівках, буклетах, аудіо та відео записах – реклами без тексту майже не існує. Основне його завдання – інформувати та переконувати. Багато науковців виділяють мову реклами як особливу мову з особливим набором якостей та властивостей, а її переклад пов'язують з цілою низкою складнощів.

Актуальність роботи зумовлена недостатнім ступенем розробки проблеми передачі (перекладу/локалізації) рекламних слоганів з англійської на українську мову. **Мета** представленої дослідження полягає у виявленні особливостей перекладу рекламних слоганів українською мовою. **Матеріалом дослідження** послуговувало 100 англомовних рекламних слогани, відібраних методом випадкової вибірки, та їхні українські відповідники.

Термін «**локалізація**» став використовуватися в лінгвістиці порівняно нещодавно, прийшовши зі сфери бізнесу і міжнародної технічної співпраці. У теорії перекладу під «локалізацією» розуміється повна адаптація перекладацького продукту до місцевих умов використання їх у конкретному регіоні. Ця єдність регіону та мови позначається терміном *locale* (>*local*), тобто принцип передачі інформації відповідно до вимог та особливостей іншої мови. Таким чином, можна дати таке визначення локалізації, як процес адаптації програмного забезпечення (тексту) до культури та реалії мови перекладу [1, 1].

Варто зазначити, що процес локалізації тексту полягає не лише в перекладі. Суть полягає у адаптації тексту, документації, графічних символів, таблиць використання національних символів валюти, застосування прийнятих форматів подання дати і часу, а також правил алфавітного впорядкування текстів, зміни розмірів, кольорів, зображень поліграфічних та рекламних матеріалів, а також з урахуванням правил написання тексту, враховуючи психологічні, релігійні, ідеологічні особливості цільової мови [8,13].

Значно полегшує процес локалізації інтернаціоналізація.

Інтернаціоналізація – це створення і розвиток контенту продукту, програми або документації, щоб дозволити легку локалізацію для цільових ринків, що розрізняються по культурі, регіону або мові [11, 38]. Та все ж таки більшість реклами потребує перекладу.

При вивченні особливостей передачі рекламних слоганів українською мовою варто розглянути два ключових елемента в роботі перекладача, а саме рекламний текст та слоган.

Рекламний текст з точки зору лінгвістики опрацьовується як специфічне складне семіотичне ціле, що являє собою послідовність знакових одиниць, виражених шляхом структурних елементів, таких як: заголовки, основний текст, слоган, назва бренду, графічні елементи.

Слоган є завершальною фразою рекламного тексту, що відображає рекламну концепцію того чи іншого товару і політику компанії-виробника, апелює до емоцій, є стилістично маркованим, конденсує когнітивну інформацію про рекламну кампанію і продукт та орієнтується на візуалізацію [4, 46].

В нашому дослідженні при визначенні рекламного слогану ми спираємося на визначення Д. М. Добровольської, яка зазначає, що слоган – це невеликий за обсягом текст, що характеризується змістовою та формальною цілісністю, зв'язністю, завершеністю, виражає прагматичну постановку та підпорядкований функції впливу. Ця дефініція вказує на текстовий статус рекламного слогану та охоплює його основні категорії [3, 21].

Слоган це завжди просте речення, яке здебільшого складається з 5-9 слів. На думку вчених, обсяг твору, який складає 7 ± 2 компонентів відповідає оперативній пам'яті людини, та вважається найбільш вдалим з точки зору запам'ятовування і стислості [3, 19]. Тож більшість рекламних слоганів дотримується даної формули, напр.:

Quality never goes out of style

Якість ніколи не виходить з моди (реклама компанії *Levis*).

Та багато не менш вдалих слоганів відомих компаній складаються всього з 2-3 слів, напр.: *The freshmaker – Твору* (слоган компанії *Mentos*); *It's Style – Це стиль* (реklamний слоган фірми *Solex*).

Як зазначає Д. М. Добровольська, ознакою вдалого рекламного тексту є поєднання ідеї з тими засобами вираження, що найбільше відповідають рекламній ідеї [3, 21]. Отже, мовна форма та використання художніх прийомів є важливими елементами при створенні слогана.

Структура слогана відіграє важливу роль при добиранні способів його перекладу/локалізації. Вирізняють наступні прийоми створення слогана:

- лексичні,
- синтаксичні,
- фонетичні [8, 129].

Основними лексичними прийомами є використання слів з позитивним значенням, у більшості випадків таке слово не одне, а від двох до чотирьох. Це допомагає викликати приємні асоціації у читача, напр.:

Power, beauty and soul.

Міць. Краса. Душа (слоган компанії *Aston Martin*).

Частотним є і використання займенників першої та другої особи однини, у читача виникає відчуття, що виробник звертається та пропонує товар саме йому, напр.:

Because you're worth it.

Адже ти цього варта (слоган виробника косметики *L'Oreal*).

Влучним прийомом є використання фразеологізмів та стійких словосполучень, напр.:

Finger lickin' good.

Пальчики оближеш (реklamний слоган *Kentucky Fried Chicken*).

Наступний лексичний прийом – це використання дієслів наказового способу, що надає динамічності: *buy, take, get, let, don't forget, discover*, напр.:

Taste life.

Спробуй життя на смак (слоган марки віскі *Johnny Walker*).

Також застосовують антоніми та протиставлення, каламбури та гру слів, персоніфікацію, оказіоналізми, неологізми, слова-матрьошки, евфемізми, гіперболи, антитези, оксиморони, метафори.

Як уже було зазначено вище, слогани здебільшого представлені простими реченнями, що є найпоширенішим синтаксичним засобом. Крім того, більшість речень мають розповідну та спонукальну форми, рідше питальну.

При використанні парцельованих конструкцій речення ділиться на окремі сегменти для привернення уваги, напр.:

Make. Believe - Твори і вір (слоган компанії *Sony*).

Використання неповних речень спрямоване на викликання в читача інтересу та, як правило, закінчуються трьома крапками, напр.:

He Keeps Going and Going and ...

Він все працює і працює, і... (батерейки *Energizer Batteries*).

Прийом повторення, коли одне і те ж слово повторюється декілька раз, дозволяє добре запам'ятати торгову марку, або ж створює асоціації між словом та продуктом, напр.:

Keeps going and going and going – Продовжуй їти, і їти, і їти (слоган компанії *Energizer Holdings*).

Ще один прийом – об'єднання кількох слів чи скорочення, це додає слоганові ритмічності, напр.:

I'd walk a mile for a Camel - Заради Camel я пройду мильо (слоган *Camel cigarettes*).

До фонетичних прийомів відносяться анафора, епіфора, рима, ритм, використання звуконаслідування. Усі ці засоби додають слогану милозвучності. Задля організації ритму та кращого запам'ятовування товару використовується анафора, напр.:

Shave time. Shave money.

Час гоління. Час економити (слоган компанії *Dollar shave club*).

На відміну від анафори, алітерація передбачає повторення окремих звуків, напр.:

Drive your dream.

Керуй мрією (слоган компанії *Toyota*).

З огляду на ці особливості слоганів, потрібно зазначити чотири основні вимоги до перекладу, а саме: передання змісту, відображення духу і стилю оригіналу, легкість і природність тексту, викликати рівнозначне враження.

М. В. Лук'янчикова виділяє 3 типи перекладу рекламних текстів: повна та часткова заміна тексту, а також прямий переклад. І пояснює це таким чином.

1. Створення адаптованого тексту при перекладі з повною або частковою заміною необхідне в тому випадку, якщо оригінал містить кшамбур, риму, реалії, фразеологізми, які можуть бути втрачені. У таких випадках відбувається підбір аналогів, пошук еквівалентів. Зміни можуть відбуватися через соціокультурні, історичні, граматичні, синтаксичні відмінності, в типологічних розходженнях мов.

2. Прямий, або ж дослівний, переклад використовується, коли текст оригіналу не потребує адаптації. Прямим перекладом передаються стандартизовані слогани, які не містять специфічних етнокультурних ознак.

3. Ще одним способом перекладу вважається відсутність перекладу, або ж пряме графічне перенесення тексту. Це допомагає підкреслити оригінальність та якість товару. Дані слогани відрізняються своєю лаконічністю та стислістю [6, 11-14].

Як уже було зазначено вище, при перекладі часто вдаються до трансформації тексту. Опираючись на теоретичні концепції В. Н. Комісарова, трансформації можна поділити на лексичні та граматичні [5].

Трансформації на лексичному рівні передбачають заміну окремих лексичних одиниць оригіналу лексичними одиницями мови перекладу, які не є їх словниковими еквівалентами, тобто мають інше значення. Одним з основних причин використання даного типу трансформації є особливі специфіки розвитку лексичної системи мови, що зумовлене відображенням культурних особливостей, а також специфіка сполучення слів.

Виділяють такі основні різновиди лексичних трансформацій, як компенсація, конкретизація, генералізація, антонімічний переклад, додавання, опущення, смисловий розвиток, антонімічний переклад, прийом цілісного перетворення.

Граматичні трансформації при перекладі, як правило тісно пов'язані з лексичними, оскільки в більшості випадків зміни в конструкції речення спричиняються лексичними причинами. Сам процес граматичної трансформації полягає у перебудові структури речення згідно з нормами мови перекладу. При перекладі слоганів з англійської на українську мову граматичні трансформації відбуваються у двох типах мовних перетворень: перестановки та заміни.

Часто при перекладі оригінальна реклама стає джерелом ідеї, а текст створюється заново, то б то відбувається повна трансформація. Також даний вид перекладу називають ревізією. Плюсом даного типу є можливість подати текст у вигляді гри слів, яка легко буде запам'ятовуватися покупцям та передає головну ідею товару. Крім того, такі реклами часто мають

гумористичний характер, близький та зрозумілий вітчизняному покупцю, тоді як їх прямиий переклад звучить не привабливо та важко запам'ятовується.

Спираючись на зазначені вище доробки та проаналізувавши наявний в нас матеріал, нами було створено **власну робочу класифікацію** способів передачі рекламних слоганів. Вона включає наступні способи перекладу:

1. Калькування (прямий переклад), який передбачає передачу усіх наявних компонентів оригінального слогану (окрім прийменників та інших службових частин мови);

2. Часткове перетворення – окремі компоненти оригінального слогану зберігаються, проте слоган зазнає суттєвих перетворень.

3. Повне перетворення – оригінальний та перекладений слогани мають спільні компоненти лише на рівні назви бренду.

4. Пряме графічне перенесення (відсутність перекладу) – слоган зберігається англійською мовою.

Для виявлення особливостей передачі рекламних слоганів українською мовою було відібрано 100 слоганів провідних світових брендів та їхній переклад українською мовою.

Систематизація та аналіз вибірки, проведеної в нашій роботі, дозволив виявити найтипівіші способи перекладу: калькування (прямий переклад), часткове перетворення, повне перетворення, пряме графічне перенесення. Отримані статистичні дані наведені у Таблиці 1!

Таблиця 1

Способи передачі рекламних англомовних слоганів українською мовою

Спосіб перекладу	Кількість	%
Калькування	50	50
Часткове перетворення	31	31
Повне перетворення	16	16
Пряме графічне перенесення	3	3
ВСЬОГО	100	100%

Виходячи з даних таблиці, найчастотнішим способом передачі є калькування (прямий переклад). На нього припадає 50% прикладів. Наприклад:

Melts in your mouth, not in your hands.

Tane в роті, а не в руках (рекламний слоган компанії *M&Ms*).

At the heart of the image.

У серці зображення (рекламний слоган компанії *Nikon*).

Другим за частотністю є часткове перетворення (31%). Наприклад:

Impossible is Nothing.

Неможливе можливо (рекламний слоган компанії *Adidas*)

There are some things can not buy. For everything else, there`s Mastercard.

Є речі, які не можна купити. Для решти є Mastercard (слоган платіжної системи *Mastercard*).

16 слоганів було перекладено за допомогою повного перетворення, що становить 16%. Наприклад:

Polo. Small but tough.

Моя друга Половина (Volkswagen Polo).

Taste is gonna move you.

Juicy Fruit. Повний Бананас! (Juicy Fruit).

Зауважимо, що при такому способі передачі слоганів перекладачі найчастіше звертаються до створення неологізмів, використання слів в нестандартній формі тощо (*Половина, Бананас*).

Кількість випадків, що було перекладено за допомогою прямого графічного перенесення складає 3%. Наприклад:

Just do it (Nike).

It's a Sony (Sony).

Проведений аналіз показав, що передача слоганів вважається складним процесом, який вимагає від перекладача збереження основного меседжу, головної ідеї такого текстового елемента. Це може пояснити тим, що значна кількість слоганів перекладається за допомогою калькування. Часткове перетворення застосовується при перекладі близько 30% слоганів, а найрідшими способами передачі слоганів є їхня повна трансформація та пряме графічне перенесення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бандуля Т. С. Переклад рекламного слогану як перекладознавча проблема [Електронний ресурс] / Т. С. Бандуля // Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомилинського. Філологічні науки / Актуальні проблеми перекладу. Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2013/Philologia/6_137859.doc.htm
2. Гохберг О. Ю. Інтернаціоналізація рекламної індустрії України: теоретичні основи дослідження, тенденції та проблеми // Культура народів Причорномор'я, 2011. № 216. С. 35-39.
3. Сгорова О. І., Бикова О. Д. Перекладацькі стратегії у світлі інтернаціоналізації реклами // Наукові записки. Філологічні науки.- Книга 3. Ніжин, 2014. 88 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода: монографія. Москва : Высшая
5. школа, 1990. 251 с.
6. Добровольська Д.М. Мовні особливості англомовних рекламних слоганів та їх відтворення українською і російською мовами: Автореф. Дисертація канд. філол. наук.: 10.02.16. – перекладознавство. Одеса, 2017. 226с.
7. Лукьянчикова М. В. Особенности и приемы перевода рекламных текстов / М. В. Лукьянчиков – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2015. С. 11–16.
8. Міщенко А. Л. Локалізація та інтернаціоналізація перекладу у контексті міжкультурної комунікації / А. Міщенко // Наукові записки. –

- Випуск 104 (1). – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2012. С. 151 – 157.
9. Соколова А. И. Локализация русскоязычного веб-сайта для немецкоговорящих пользователей / А. И. Соколова // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: Сб. науч. трудов студентов, аспирантов и молодых ученых. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. С. 11-14.
10. Фірсова Ю. А. Рекламний текст як проблема перекладу // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2047/1/04fyuapp.pdf>
11. Швейцер А. Д. Переклад в контексті культурної традиції // Літературна мова і культурна традиція. М.: 1994. 245 с.

ДОВІДКОВІ ВИДАННЯ

12. Словник української мови: в 11 томах/ Білодід І. К.— Том 4. – К., Наукова думка, 1973.

ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТІВ ПЕРЕКЛАДУ ПРИ СУБТИТРУВАННІ ТА ВОЙСОВЕРІ (на матеріалі оригіналу та українського перекладу телесеріалу «The handmaid's tale»)

Актуальність роботи визначається тим, що в ній вперше проведено зіставний аналіз текстів, отриманих при перекладі двох окремих видів аудіовізуального перекладу: субтитрування та войсоверу в обраному матеріалі дослідження.

Робота має на меті визначити, який з двох видів аудіовізуального перекладу має тенденцію до використання довших реплік, а також в якому з цих видів частіше спостерігається спрощення синтаксису та членування речень.

Матеріалом дослідження став американський телесеріал «*The Handmaid's Tale*» виробництва *Hulu*, заснований на однойменному романі. Також були використані два види перекладу серіалу на українську мову, в якій він одержав назву «Розповідь служниці».

Аудіовізуальний переклад – це переклад вербального супроводу до відеоряду, що використовується на телебаченні, у перекладі фільмів та іншої аудіо-відео продукції. Визначальною рисою цього типу перекладу є синхронізація вербального та невербального компонентів. Теле/відео переклад поєднує риси синхронного, послідовного, письмового перекладу, перекладу з листа, залежно від типу програми та її створення. У роботі над перекладом аудіовізуального продукту перекладач працює не суто над текстом, а охоплює й інші аспекти медіа мистецтва, яке є поліфонічним за своєю суттю. Тобто він працює як з діалогами/коментарями, так і зі звуковими ефектами, зображенням, атмосферою відео сюжету [1].

Виділяють чотири основні види аудіовізуального перекладу: дубляж, субтитри, синхронізація та закадровий переклад [2, 82]. В нашій роботі розглянуто субтитрування та закадровий переклад та проведено зіставний аналіз текстового матеріалу цих типів перекладу.

Закадровий переклад, войсовер (від англ. *voice-over* — дослівно «голос поверх») — вид озвучування, котрий передбачає створення додаткової мовної фонограми фільму іншою мовою, змішаної з оригінальною т.к. щоб глядач міг чути і переклад, і оригінальний запис [4, 78].

Закадровий аудіовізуальний переклад можна робити у записі та в синхронному режимі. Робота у записі має всі переваги письмового перекладу – можливість переглядати оригінал безліч разів, обдумувати та підшукувати перекладацькі еквіваленти, користуватись довідковою літературою, редагувати переклад. Тому є всі передумови для найбільш адекватного перекладу [1].

М. В. Савко пише, що процес закадрового перекладу відбувається шеступним чином. Отримавши копію фільму та скрипт (сценарій/монтажний

лист) до нього, телекомпанія передає його перекладачу. Перекладач працює одночасно з текстом, тобто скриптом та відео. Скрипти оформлені згідно з певними правилами та включають вказівку на відповідний відрізок тексту відео- або аудіо ряд (наприклад, музичний супровід), протяжність тексту («тайм код»), його інтонаційне оформлення (вигуки, паузи і т.д.). Аналогічно оформляється і текст перекладу. Дуже часто текст, записаний в сценарії, і текст, що звучить у фільмі, не збігаються. У гіршому випадку письмовий текст взагалі відсутній, тоді перекладач змушений працювати тільки з фільмом [3, 356].

За визначенням Х. Діаза-Синтаса субтитрування – це вид перекладу, що складається з письмової передачі, зазвичай знизу екрану, оригінального діалогу, який промовляють різні люди, на мові перекладу, а також із всієї іншої вербальної інформації, що з'являється на екрані в письмовому вигляді (листи, плакати, вставки) чи усно на звуковій доріжці! (тексти пісень, закадровий голос) [5, 344].

Субтитри можуть бути:

- *внутрішньомовними* (intralingual), такий вид субтитрів ще називають вертикальними: змінюється перцептивна модальність (усне мовлення перетворюється в письмовий текст), але не мова;
- *міжмовними* (interlingual): так званий діагональний тип субтитрування, при якому змінюється і перцептивна модальність, і мова;
- *відкритими* (open), тобто неопціональними, які є невід'ємною фізичною частиною фільму або телепрограми;
- *прихованими* (closed), тобто опціональними, що подаються у вигляді телетексту, перегляд якого можливий при застосуванні відповідного декодера [3, 353].

На першому етапі практичної частини дослідження ми проаналізували **довжину реплік** при використанні субтитрів та войсоверу при перекладі аудіовізуального матеріалу. Ми мали на меті виявити, для якого з двох видів аудіовізуального перекладу більш характерні довгі за розміром речення, а якому з них більш характерні короткі. Адже кожний з видів перекладу має свої характерні обмеження: часові, просторові, тощо.

Систематизація та аналіз вибірки, проведеної в нашій роботі, дозволив виявити, в якому з видів перекладу довші речення. Отримані статистичні дані наведені у Таблиці 1.

Таблиця 1

Зіставний аналіз видів аудіовізуального перекладу за довжиною реплік

Спосіб перекладу	Кількість	%
Субтитри довші за войсовер	49	48,5
Субтитри та дубляж рівні за довжиною	17	16,8
Субтитри коротші за войсовер	34	33,7
ВСЬОГО	101	100%

Виходячи з даних таблиці, переклад за допомогою субтитрів майже в половині випадків має більше складів, ніж войсовер. На нього припадає 48,5% прикладів. Наприклад (тут і далі в прикладах субтитри позначаємо С, а войсовер, відповідно, В):

I guess there may be something he wants from me.

С: Гадаю, має бути щось, чого він хоче від мене.

В: Можливо, йому від мене щось треба.

В першому випадку, речення з перекладу субтитрів «Гадаю, має бути щось, чого він хоче від мене» довше за речення закадрового перекладу «Можливо, йому від мене щось треба» на чотири склади. Це можна пояснити тим, що, в той час як перекладач субтитрів залишив речення складним, автор войсоверу перетворив його на просте.

У 16,8% випадків кількість складів у субтитрах та войсовері була однаковою, тобто довжина реплік не відрізнялася. Наприклад:

It's harder on ceremony days, but thinking can hurt your chances.

С: У дні церемонії важче, але багато думати шкідливо.

В: У дні церемонії важче, але такі думки зменшують шанси.

У третині випадків нашої вибірки (33,7%), войсовер виявився коротшим за субтитри. Наведемо приклади:

If I get trouble, believe me, I will give trouble back.

С: Закарбуй собі в пам'яті: зуб за зуб.

В: Якщо мені нашкодять, я відповідаю тим самим.

Отже можна зробити висновок, що, як традиційно й вважається, субтитри в більшості випадків довші за войсовер. Але при цьому аж в третині випадків ситуація склалася навпаки – текст войсоверу є довшим. При цьому варто зауважити, що приблизно в 16% всіх речень текст даних видів перекладу однаковий за довжиною. Тобто ми довели, що войсовер не надто поступається субтитруванню по довжині перекладу, як зазвичай очікується, а наближається майже на одному з ним рівні.

На другому етапі ми провели зіставний аналіз двох видів аудіовізуального перекладу **на рівні синтаксису**. Ми мали на меті виявити, який з двох видів кіноперекладу – субтитри чи войсовер – більш схильний до членування та спрощення структури речень.

Ми розглянемо детальніше внутрішнє членування, тобто, в якому з двох видів кіноперекладу домінують прості речення, а в якому – складні. В результаті систематизації та аналізу вибірки ми отримали статистичні дані, наведені у Таблиці 2.

Таблиця 2

Тенденція до спрощення синтаксису при субтитруванні та войсовері

Типи речень	Оригінал	Субтитри	Войсовер	ВСЬОГО
Прості речення	64,4	54,5	63,4	100%
Складні речення	34,6	45,5	36,6	100%

Дані, представлені в цій таблиці, показують, що частіше спрощення синтаксису спостерігається при такому виді кіноперекладу, як субтитри. На нього припадає 46 прикладів зі 101, що становить 45,5%. Наприклад:

Whatever punishment these girls had to endure was for the greater good.

С: *Покарання, крізь які пройшли ці дівчата, були для загального блага.*

В: *Дівчата витримували суворі покарання заради більшого блага.*

В першому варіанті перекладу (субтитруванні) зберігається складнопідрядне речення. А в другому варіанті (войсовері) бачимо просте речення.

Згідно з Таблицею 2 при войсовері спрощення синтаксису, в тому числі, завдяки членуванню речень при перекладі, відбувається рідше. Складних речень нараховано лише 37 зі 101, що складає 36,6%. Наприклад:

I was doing all right until I saw you again.

С: *У мене все було добре до твоєї появи.*

В: *Я нормально жила, поки тебе знову не побачила.*

After we got it fixed, I missed that smell.

С: *Після ремонту я сумувала за цим запахом.*

В: *Мащину полагодили. Запах зник. Мені його не вистачало.*

В даному випадку у субтитрах складнопідрядне оригінальне речення стало простим, а у войсовері його взагалі перетворили на три простих речення. Оскільки при войсовері перекладач вирішив повністю перебудувати це речення, йому довелося компенсувати певну інформацію, що зробило також цей уривок тексту довшим.

Таким чином, згідно зі статистикою у войсовері маємо майже однаковий відсоток простих та відповідно складних речень. А от при субтитруванні спостерігається на 10% більше складних речень, ніж в оригіналі на такий саме відсоток більше. Тобто, субтитрування лише приблизно на 10% у порівнянні з войсовером більш схильне до внутрішнього членування речень та спрощення синтаксису в цілому.

Це може бути пов'язано, в першу чергу, з тим, що членування речень сприяє полегшенню сприйняття інформації, а саме тексту перекладу у виді субтитрів, які з'являються на екрані лише на невеликий проміжок часу. По-друге, це допомагає синхронізувати текст з мовою акторів та розподілити паузи в розмові, що безперечно важливо як для субтитрів, так і для войсоверу.

Таким чином, ми дослідили, що в деякій мірі при субтитруванні кількість складів в реченні є більшим, ніж кількість складів в войсовері, проте цю різницю неможна назвати значущою. Було також з'ясовано, що войсовер має трохи менш виражену тенденцію до членування речень та спрощення синтаксису ніж субтитри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бідасюк Н. В. Синхронний аудіовізуальний переклад: виклики професії
Електронний ресурс. Режим доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/3635>
2. Радецька С. В. Субтитрування як вид аудіовізуального перекладу: переваги та недоліки // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. – 2016. – Кн. 2. С. 81-84.
3. Савко М.В. Аудіовізуальний переклад в Білорусі // Мова і культура. [науковий журнал]. – Київ, 2011. – Вып. 14. – Т. VI (152). С. 353- 357.
4. Кудряшов Н. Н. Справочник кинолюбителя: справочник / Н. Н. Кудряшов, А. Н. Кудряшов. – Москва: Искусство, 1986. 271 с.
5. Cintas, J.D. Subtitling / J. D. Cintas // Handbook of translation studies. – Volume VI. – John Benjamins Publishing Company, 2010 .P. 344-350.
6. The Handmaid's Tale (2017) s01e01 Episode Script
Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=the-handmaids-tale-2017&episode=s01e01
7. Оповідь служниці. // Електронний ресурс. Режим доступу: <https://toloka.to/t99052>
8. The Handmaid's Tale. // Електронний ресурс. Режим доступу: <https://toloka.to/t93967>

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
<i>студ. Богуславська О. І., д.ф.н., проф. Матузкова О. П.</i> ЦІННІСТЬ ШЛЮБУ В БРИТАНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ.....	4
<i>студ. Гінькінова Д. О., к.ф.н., доц. Болдирева А.Є.</i> ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В СЕРІАЛІ «ШЕРЛОК» ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	12
<i>студ. Гульна А.С., к.ф.н., доц. Кириллова М.Д.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОМПАРАТИВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ (на матеріалі «Англо-українського фразеологічного словнику» під редакцією Баранцева К.Т.).....	18
<i>студ. Гутова Д.О., к.ф.н., доц. Яровенко Л.С</i> ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА РІВНІ РЕЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ІСНА МАК'ЮЕНА «СПОКУТА».....	25
<i>студ.Євдокименко В.В., к.ф.н., доц. Єрмоєнко С.В.</i> СПОСОБИ ПЕРЕДАЧІ СТИЛІСТИЧНОГО ПРИЙОМУ ПОРІВНЯННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	34
<i>студ. Ємець М.А., д.ф.н. проф. Матузкова О.П.</i> ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ГЕНДЕРНІ ФЕМІННІ ТИПАЖІ В УКРАЇНСЬКИХ І БРИТАНСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗКАХ.....	40
<i>студ. Мороз І.О., к.ф.н., доц. Гринько О.С.</i> ПЕРЕДАЧА АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	50
<i>студ. Ребрина Г.С., к.ф.н., доц. Гринько О.С.</i> ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТІВ ПЕРЕКЛАДУ ПРИ СУБТИТРУВАННІ ТА ВОЙСОВЕРІ (на матеріалі оригіналу та українського перекладу телесеріалу «The handmaid's tale»).....	57