

1. Гальскова Н. Д. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: [учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений] / Гальскова Н. Д., Гез Н. И. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 336 с.
2. Гляди́ковская Е. С. Говорение как вид речевой деятельности / Е. С. Гляди́ковская. – М.: Просвещение, 2009. – 173 с.
3. Зимняя И. А. Лингвopsиxология речево́й деятельности / И. А. Зимняя. – М.: Просвещение, 2011. – 173 с.
4. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах: [підручник] / [Бігич О. Б., Бражник Н. О., Гапонова С. В. та ін.]; під керівн. С. Ю. Ніколаєвої. – К.: Ленвіт, 1999. – 320 с.
5. Методика формування міжкультурної іншомовної комунікативної компетенції: Курс лекцій: [навч.-метод. посібник для студ. мовних спец. осв.-кваліф. рівня «магістр»] / [Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. та ін.]; за ред. С. Ю. Ніколаєвої. – К.: Ленвіт, 2011. – 344 с.
6. Мешимбаева Б. Ш. Научные и методические основы диалога / Б. Ш. Мешимбаева. – Усть-Каменогорск: Феникс, 2009. – 162 с.
7. Рогова Г. В. Методика обучения иностранным языкам в средней школе / Рогова Г. В., Рабинович Ф. М., Сахарова Т. Е. – М.: Просвещение, 1991. – 287 с.
8. Савенко Т. Особливості навчання діалогічного мовлення студентів мовних факультетів (англійська мова) / Т. Савенко // Наукові записки. – Випуск 96 (2). – Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – 571 с.
9. Скалкин В. Л. Обучение диалогической речи (на материале английского языка): [пособие для учителей] / Скалкин Владимир Львович. – К.: Радянська школа, 1989. – 158 с.
10. Ярошенко О. Предметний аспект змісту професійно орієнтованої компетентності в діалогічному мовленні майбутніх викладачів англійської мови / О. Ярошенко // Актуальні проблеми германо-романської філології та освітній соціокультурний процес: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Тернопіль, 4-5 жовтня 2013 р.) / За ред. Б. І. Гінки, І. П. Задорожної, І. Я. Яцюка – Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет ім. Володимира Гнатюка, 2013. – 220 с.
11. Harmer J. The Practice of English Language Teaching / Harmer Jeremy. – London: Pearson Education Limited, 2001. – 370 p.

Триндяк І.

Науковий керівник – асист. Караневич М. І.

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМИ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТЕКСТАХ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД

Початок ХХІ століття характеризується динамічним розвитком економіки, політики та суспільства в цілому, активізацією процесів глобалізації, стрімким впровадженням інформаційних технологій в усі сфери діяльності, підвищенням вимог до рівня освіченості та культури населення. Це, в свою чергу, сприяє зростанню інтересу до текстів суспільно-політичної тематики. Зважаючи на те, що арсенал мовних засобів вищезгаданих текстів повинен бути яскравим та виразним, створюючи індивідуальну образність, журналісти вдаються до використання у них інтернаціональної лексики.

На даний час функціонування та освоєння інтернаціоналізмів у суспільно-політичних текстах перебуває в центрі уваги багатьох науковців, наприклад Д. Х. Баранника [1], Т. А. Коць [3], О. А. Стишова [6], О. І. Чередниченка [8]. Процес запозичення слів – це однозначно і позитивне, і негативне явище, адже, з одного боку, іншомовні слова є активним джерелом збагачення мови новими лексичними одиницями, а з іншого – надмірне і необдумане вживання чужих слів призводить до витіснення питомої української лексики, засмічення рідної мови, руйнації її самобутності [7, с. 288].

З огляду на вищесказане, **мета** нашого дослідження полягає у тому, щоб виявити і дослідити використання інтернаціоналізмів у суспільно-політичних текстах та способи їх відтворення за допомогою порівняльного аналізу оригіналу та його українського перекладу.

Становлячи одну з найбільших груп серед новоутворень, інтернаціональна лексика доволі часто використовується у різноманітних розділах журналістики: економіка, політика, спорт, шоу-бізнес, комп'ютерні технології, електроніка, техніка та громадське життя. Надзвичайно велика кількість інтернаціоналізмів використовується у виданнях, в яких висвітлюються економічні питання, що пов'язано із розширенням взаємодії зі світовим господарством і проведенням ринкових реформ. Зокрема, до інтернаціоналізмів англійського походження можна віднести такі слова, як *менеджер (manager)*, *маркетинг (marketing)*, *пієлтор (realtor)*, *ваучер (voucher)*, *промоутер (promoter)*, та інші. У зв'язку з появою в суспільстві нових реалій, частіше стали використовуватися лексичні одиниці, які їх позначають. Такі слова, як *бізнесмен (businessman)*, *дивіденд (dividend)*, все частіше з'являються на шпальтах газет.

Не менш насиченим інтернаціоналізмами є політичний дискурс. Розширення міжнародних контактів спричиняє проникнення інтернаціональних лексем у політичну лексику, зокрема таких лексичних одиниць, як *імпічмент (impeachment)*, *спічрайтер (speechwriter)*, *піар (PR)*, *лідер (leader)*, *парламент (parliament)*. У газетах і журналах також часто використовуються інтернаціоналізми, пов'язані з найменуванням органів влади: *прем'єр-міністр (prime minister)*, *спікер (speaker)*. Серед

інтернаціональних лексичних одиниць варто зосередити особливу увагу на інтернаціоналізмі *PR*, який функціонує в 10 європейських мовах зі значенням *public relations* – «рекламна кампанія для забезпечення перемоги над конкурентами в економіці та політиці» [4, с.143].

У зв'язку з появою певних видів спорту, що супроводжується виникненням нових англіцизмів, англійська мова стала вагомим джерелом запозичення спортивних термінів, що стали інтернаціональними, зокрема таких, як *футбол (football)*, *бодібілдинг (bodybuilding)*, *фітнес (fitness)*, *плей-оф (play-off)*, *матч (match)*. Спортивна термінологія, безперечно, встановлюється мовою тієї країни, в якій з'являється певний вид спорту, та використовується не лише у суспільно-політичних текстах, а й у повсякденному житті.

Доволі велика кількість інтернаціоналізмів англійського походження міститься в публікаціях, які стосуються шоу-бізнесу. Матеріали, які належать до цієї тематичної групи, у першу чергу, розраховані на молодь. У таких виданнях часто використовують такі інтернаціональні лексеми, як *саундтрек (soundtrack)*, *блокбастер (blockbuster)*, *xim (hit)*.

Оскільки XXI століття є добою широкого впровадження інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності людини, суспільно-політичні тексти, безумовно, містять інтернаціоналізми, пов'язані з комп'ютерами, наприклад: *драйвер (driver)*, *провайдер (provider)*, *браузер (browser)*, *юзер (user)*, *чат (chat)*.

На окрему увагу заслуговує сфера електроніки та техніки. Видання рясніють інтернаціоналізмами, що з'явилися у зв'язку з останніми досягненнями в сфері *hightech*, а також розширенням ринку відповідної продукції, що призвело до виникнення великої кількості друкованих матеріалів у вищезгаданій галузі. Наприклад, у публікаціях використовуються такі інтернаціональні лексеми, як *процесор (processor)*, *конектор (connector)*, *тюнер (tuner)*, *сканер (scanner)*, *принтер (printer)*.

Безперечно, у суспільно-політичних текстах відображаються багато явищ громадського життя, зокрема проблеми молоді, новачі на автомобільному ринку чи у сфері послуг, що супроводжується використанням інтернаціональної лексики. Щодо видань, які змальовують проблеми молоді, то у них наявні такі інтернаціоналізми англійського походження, як *тінейджер (teenager)*, *унісекс (unisex)*, *топ-модель (top model)*. У текстах, пов'язаних із автомобільною тематикою, знайшли своє відображення такі слова, запозичені з англійської мови: *паркінг (parking)*, *хетчбек (hatchback)*, *ровер (rover)*. У зв'язку з надходженням із Західної Європи безлічі зарубіжних товарів і видів послуг, до видань суспільно-політичної тематики потрапили такі інтернаціональні слова, як *супермаркет (supermarket)*, *секонд-хенд (second-hand)*, *консалтинг (consulting)*, *клінінг (cleaning)*.

Щодо перекладу інтернаціональної лексики, то над цим питанням працювало чимало науковців. Проте, у нашій роботі ми дотримуємось класифікації, запропонованої перекладознавцем І. Корунцем. Вчений виділяє такі способи перекладу інтернаціоналізмів: 1) транслітерація; 2) транскрибування; 3) практичне транскрибування; 4) переклад шляхом синонімічної заміни; 5) описовий переклад [2, с. 135-141].

Розглянемо способи відтворення інтернаціоналізмів у статті із англомовного журналу «The Economist» – «No need to dig» [9] в українському перекладі – «Можна й не копати» [5], опублікованому в часописі «Український тиждень».

Транслітерація – це спосіб перекладу одиниць вихідної мови шляхом відтворення їх графічної форми засобами цільової мови. У статті «No need to dig» таким чином були відтворені наступні лексеми: *continent* – *континент*, *export* – *експорт*, *period* – *період*, *mineral* – *мінерал*, *bank* – *банк*, *appetite* – *апетит*, *port* – *порт*, *cement* – *цемент*, *inspector* – *інспектор*, *climate* – *клімат*, *control* – *контроль*.

Транскрибування – це спосіб відтворення лексем мови оригіналу в мові перекладу, опираючись на їхню звукову форму. Стаття «No need to dig» містить такі приклади застосування даної трансформації: *resource* – *ресурс*, *business* – *бізнес*.

Практичне транскрибування – трансформація, для якої в процесі перекладу характерним є додавання притаманних тій чи іншій мові дериваційних чи флективних афіксів та зміна форми слова. У статті «No need to dig» таким способом були відтворені наступні інтернаціональні слова: *statistics* – *статистика*, *economy* – *економіка*, *economic* – *економічний*, *financial* – *фінансовий*, *finances* – *фінанси*, *criterion* – *критерій*, *central* – *центральний*, *real* – *реальний*, *analyst* – *аналітик*, *reform* – *реформа*, *global* – *глобальний*, *mobile* – *мобільний*, *phone (telephone)* – *телефонний*, *stable* – *стабільний*, *capital* – *капітальний*, *inflation* – *інфляція*, *form* – *форма*, *politics/policy* – *політика*, *private* – *приватний*, *monopoly* – *монополія*, *potential* – *потенціал*.

Переклад шляхом синонімічної заміни – один із способів перекладу інтернаціоналізмів, під час якого інтернаціоналізм мови оригіналу замінюється інтернаціоналізмом мови перекладу, що має те ж, або схоже значення. У статті «No need to dig» ми не знайшли прикладів використання цього способу відтворення інтернаціональної лексики, адже надмірне вживання інтернаціональних лексем призводить до засмічення української мови.

Описовий переклад – спосіб перекладу інтернаціоналізмів, який застосовується при відтворенні інтернаціональних одиниць вихідної мови, які не мають еквівалентів у цільовій мові, за допомогою розгорнутого пояснення. У статті «No need to dig» ми теж не виявили жодного прикладу застосування цієї трансформації. Можливо, це пов'язано з такими особливостями суспільно-політичних текстів, як

лаконічність викладу та економія мовних засобів.

У статті «No need to dig» також було виявлено відтворення інтернаціональних лексем мови оригіналу шляхом підбору відповідників у мові перекладу. Таким чином, з метою уникнення використання інтернаціоналізмів, автори статті надали перевагу власне українським словам: *international* – міжнародний (а не інтернаціональний), *service* – послуги (а не сервіс), *focus* – зосередити (а не фокусувати), *bureaucrat* – чиновник (а не бюрократ), *agriculture* – сільське господарство (а не агрокультура), *deposit* – вклад (а не депозит), *progress* – успіхи (а не прогрес), *indicator* – показник (а не індикатор).

Отже, суспільно-політичні тексти вважаються однією з найбільших сфер вживання інтернаціоналізмів. Інтернаціональна лексика дуже часто використовується у таких розділах преси, як економіка, політика, спорт, шоу-бізнес, комп'ютерні технології, електроніка та техніка, громадське життя. Найбільша кількість інтернаціональних слів характерна для текстів, які відносяться до галузей економіки та політики. Наявні у суспільно-політичних текстах інтернаціоналізми зазвичай відтворюються засобами цільової мови за допомогою таких способів перекладу, як транслітерація, транскрибування, практичне транскрибування, переклад шляхом синонімічної заміни, описовий переклад, а також шляхом підбору відповідників у мові перекладу. У проаналізованій нами статті ми виявили приклади застосування усіх вищезгаданих трансформацій, окрім синонімічного та описового перекладу. Найпоширенішим способом відтворення інтернаціоналізмів виявилось практичне транскрибування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранник Д. Х. Українська мова на межі століть / Д. Х. Баранник // Мовознавство. – 2001. – №3. – С. 40–47.
2. Корунець, І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) = Theory and Practice of Translation : підручник / І. В. Корунець ; ред. О. І. Терех. – Вінниця : Нова Книга, 2003. – 448 с.
3. Коць Т. А. Функціональний аспект лексичної норми в засобах масової інформації (на матеріалі газет 90-х років ХХ ст.) : Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Коць Тетяна Анатоліївна ; НАН України, Ін-т української мови. – К., 1997. – 16 с.
4. Кутіна Л. Л. Мовні процеси, що виникають при становленні термінологічної системи. Лінгвістичні проблеми науково-технічної термінології. / Л. Л. Кутіна. – М. : Наука, 2000. – 199 с.
5. Можна й не копати. – Режим доступу: http://shron.chtyvo.org.ua/Ukrainskyi_tyzhden/2013_N47_315_Vse_ziv.pdf
6. Стишов О. А. Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації) : Автореф. дис. д-ра філол. наук : 10.02.01 / О. А. Стишов ; НАН України. Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. – К., 2003. – 35 с.
7. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія / О. А. Стишов. – К. : ВЦ КНЛУ, 2003. – 392 с.
8. Чередниченко О. І. Англїцизми у французькому та українському медіадискурсі / О. І. Чередниченко // Вісник Київського університету. Іноземна філологія. – К., 2005. – № 39. – С. 4–6.
9. No need to dig. – Режим доступу: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21588849-many-africas-fastest-growing-economies-have-not-relied-oil-or-mining-no-need>

Тихоліз І.

Науковий керівник – асист. Конкульовський В. В.

РЕАЛІЇ ЯК ЕТНОКУЛЬТУРНА/ЕТНОСПЕЦИФІЧНА ЛЕКСИКА

Мова та культура є двома взаємопов'язаними та взаємозалежними явищами. У мові відображається культура будь-якої нації, у ній закладений національно-культурний код того чи іншого народу. Усі особливості життя, побуту того чи іншого народу неодмінно знаходять відображення в мові. Особливими одиницями, які здатні відображати національно-культурну своєрідність мови на лексичному рівні, вважають реалії.

Актуальність теми пояснюється тим, що реалії є своєрідною і водночас досить складною і неоднозначною категорією лексичної системи мови. Вони називають предмети, явища, об'єкти, характерні для життя, побуту, культури, соціального розвитку одного народу, і малознайомі або чужі іншому народові, що виражають національно-культурний колорит.

Метою цієї статті є розкриття змісту поняття реалії.

Об'єктом дослідження є реалії як етнокультурна/етноспецифічна лексика.

Реаліями, як елементами національної своєрідності, вчені-лінгвісти зацікавилися на початку 50-х років ХХ ст. Лексема «реалія» походить від латинського іменника середнього роду *reus, rei* із семантикою «річ», «предмет», «факт», «подія». Реалії є показниками колориту. Поняття «колорит» прийшло в літературознавчу термінологію з мистецтвознавства, де воно має досить конкретне значення: «своєрідність, характерна особливість будь-чого», «відбиток будь-чого, сукупність особливостей (епохи, місцевості)». Саме колорит створює з нейтральної, лексичної одиниці реалії. Колорит – це та забарвленість слова, якої воно набуває завдяки приналежності його референта (об'єкта, який він позначає) певному народу, певній країні або місцевості, конкретній історичній епосі, завдяки тому, що цей референт характерний для культури, побуту, традицій, тобто особливостей дійсності в даній країні