

«маніпуляція» у загальному значенні визначається як поводження з предметами з якимись спеціальними цілями та намірами; як ручне управління та маніпуляції, зроблені руками, — тобто ручні дії. Використання цього терміна тісно пов'язане із зазначеним значенням «маніпуляція» як вмлі дії за допомогою важелів, зроблених руками. Важелі та ручки досить часто називають також маніпуляторами. В результаті процесу механічного ускладнення імітатори та штучні замітники рук стали називатися маніпуляторами як спеціальні пристосування для важкого переміщення речей з дистанційним управлінням (наприклад, для завантаження та розвантаження ядер з ядерним паливом). Усі ці розширення значень сприяють появі сучасного переносного значення слова «маніпуляція» як спритного поводження з людьми як з предметами та речами. Згідно з аналізом деяких європейських словників, ми можемо спостерігати сучасну тенденцію визначення слів з коренем «manipulat» у першому значенні як щось пов'язане з контролем чи впливом для власних цілей, і лише друге значення включає поняття «робота руками».

Свобода розповсюдження інформації стала основним принципом соціальної атомізації та встановлення ліберального порядку життя. Таким чином, прийняття подібних ідей стало культурним та духовним зрушенням, що має велику цінність. Засоби масової інформації перетворюються на головний інструмент розповсюдження та трансляції цих повідомлень, які закликають впливати на суспільну свідомість.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Литвинчук О.М. Причини виникнення маніпуляції у педагогічному спілкуванні. Наукові записки Інституту психології імені Г.С. Костюка АПН України, за ред. академіка С.Д. Максименка. К.: Главник, 2005. Вип. 26, в 4-х т. Т. 2. 508 с.
2. Чудинов А. П. Ч-84. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография. Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003.
3. Chernyavskaaya, V.E. (2006). Discourse of power and power of discourse. Speech Impact Problems [Discourse of power and power of discourse. Problems of speech impact], Moscow, Nauka Publ., 136 p.
4. Chilton, P. (2008). Political Terminology. In Karlfried Knapp and Gerd Antos (eds.). Handbook of Communication in the Public Sphere. Handbooks of applied linguistics Vol.4. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co.
5. Day, N. (1999). Advertising: Information or Manipulation?, Springfield, NJ: Enslow.
6. Dictionary by Merriam-Webster. Електронний ресурс. <https://www.merriam-webster.com/>
7. Dyorina, N., Savinova, T., Zalavina, T., Zerkina, N., Kisel, O., et al. (2017). Polydiscursive Space: the Word, the Text, the Communication. Magnitogorsk: NMSTU.

*Коваль Ірина
Науковий керівник – доц. Чумак Галина*

СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ АВТОРСЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

У сучасній лінгвістиці власні назви часто визначаються як номінативні лексичні одиниці на відміну від загальних назв, які вважаються одиницями, що позначають предмети. У власних назвах на першому місці стоїть функція номінативна. Окрім того, назви людей (антропоніми) і географічні назви (топоніми) не є первинними лексичними одиницями по своєму походженню, оскільки вони утворені на базі загальних назв.

Власна назва — завжди реалія. У мові вона називає щось, що дійсно існує або вигаданий об'єкт думки, особу або місце, єдині у своєму роді і неповторні [8, с. 215]. У кожному такому імені зазвичай міститься інформація про локальну і національну приналежність означеного ним об'єкту.

Актуальність нашої статі полягає у певній проблемності відтворення авторських власних назв засобами цільової мови, що зумовлює вибір перекладацької стратегії та впливає на адекватність перекладу загалом.

Мета дослідження – визначення найбільш адекватних способів відтворення авторських власних назв засобами цільової мови. Аналіз здійснювався на матеріалі англомовного

оригіналу казки Р. Дала «Чарлі і Шоколадна фабрика» та його українського перекладу, здійсненого Віктором Морозовим.

Предметом дослідження стала перекладацька стратегія Віктора Морозова у відтворення авторських власних назв – антропонімів засобами української мови.

Об'єкт аналізу – англомовні авторські власні назви та їх українські еквіваленти у перекладі В. Морозова.

Дослідженням теорії власних назв у сучасній українській лінгвістиці займався А. П. Критенко; М. В. Бережна визначила тринадцять етапів перекладу власних імен та назв [3, 6]. Аналіз власних імен як компресованих текстів-носіїв когнітивної інформації знаходимо у Бока О.В., а в дослідженні Тригуб А.М. проаналізовано компресовані прийоми збереження стилістичних, лексико-граматичних засобів у перекладі [4, 8].

Фантастичний роман «Чарлі і шоколадна фабрика» став і все ще залишається одним із найпопулярніших творів дитячої літератури. Яскраві персонажі, захоплюючий сюжет і такий надреальний вигаданий світ Роальда Дала знаходять собі все нових і нових прихильників по цілому світу. Переклад фантастичного роману «Чарлі і шоколадна фабрика» було не легким завданням. Однак, шалений успіх книги серед українських читачів підтверджує високий рівень перекладу. Саме тому визначення перекладацької стратегії В. Морозова – досить актуальне завдання.

У тексті оригіналу було ідентифіковано 40 власних назв. Це антропоніми, назви продукції фабрики та назви вигаданих солодошів. Ми проаналізували особливості перекладу антропонімів.

Історія починається із знайомства із головними персонажами дітьми. Їх є п'ятеро: Августус Глуп, Верука Солт, Віолета Борегард, Майк Тіві і Чарлі Бакет. На перший погляд це звичайні імена. Насправді ж, вони дають читачеві набагато більше інформації про теперішнє дітей, і навіть їх майбутнє.

Першим у списку є *Augustus Gloop*.

The finder was a boy called Augustus Gloop, and Mr Bucket's evening newspaper carried a large picture of him on the front page [10].

Щасливцем виявився якийсь Августус Глуп, і на першій сторінці вечірньої газети, яку читав пан Бакет, красувалося його велике фото [5].

Створюючи своїх персонажів, Р. Дал намагався не лише підібрати для них імена та прізвища, але і тим самим підкреслити певну рису характері чи зовнішності. Тому, обираючи прізвище для дев'ятирічного хлопчика, що був надміру повним і надто багато їв, письменник підбирає слово *gloop*, що в перекладі з англійської означає *в'язка маса, безформна речовина*. В.Морозов передає цю власну назву за допомогою транскрибування.

Наступною у списку є *Veruca Salt*.

The lucky person was a small girl called Veruca Salt who lived with herrich parents in a great city far away [10].

Цього разу пощастило дівчинці, яку звали Верука Солт і яка жила зі своїми заможними батьками в далекому величезному міст [5].

В даному випадку додаткову інформацію несуть як ім'я, так і прізвище. В перекладі з англійської мови *verruca* означає *бородавка*. Дано слово викликає тільки негативні асоціації: щось непотрібне, що потребує зайвих клопотів та турбот. Саме такі характеристики і створюють образ дівчинки: вона завжди вередує, потребує надмірної уваги до себе. В. Морозов передає це ім'я методом транскрипції, і знову позбавляє читача можливості отримати додаткову інформацію про персонажа. Проте, інший герой твору, а саме власник шоколадної фабрики, перекладає значення цього імені ля всіх читачів. Тому, переклад можна вважати цілком адекватним. Що ж до прізвища героїні, то слово *salt* перекладається як *сіль*. Віктор Морозов знову застосовує транскрибування для перекладу. Так як обидва слова співзвучні, то досить легко зрозуміти значення прізвища. Сіль асоціюється н лише із приправою, але і з чимось болючим та дошкульним в певних ситуаціях. Таке значення слова повністю доповнює образ дівчинки.

Ще однією дівчинкою цього твору є *Violet Beauregarde*.

'The third ticket,' read Mr Bucket, holding the newspaper up close to his face because his eyes were bad and he couldn't afford glasses, 'the third ticket was ound by a Miss Violet Beauregarde [10].

«Третій квиток, - прочитав пан Бакет, підсунувши газету до самих очей, побачив поганенько, а на окуляри не мав грошей, - третій квиток знайшла панна Віолета Боретар. [5].

Для цієї героїні Р. Дал підбирає досить прості ім'я та прізвище. В. Морозов перекладає їх методом транскрибування. Однак, тут присутня певна іронія. В перекладі з англійської *violet* має два значення: ім'я Віолета; фіалка, фіолетовий колір.

Четвертим щасливчиком, що знайшов квиток став *Mike Teavee*.

The fourth Golden Ticket, ' he read, 'was found by a boy called Mike Teavee [10].

Четвертий Золотий квиток, - прочитав він, - знайшов хлопець Майк Тіві [5].

Вибір імені для цього персонажа став досить символічним. Хлопчик, який більш нічого не робить, тільки дивиться телевизор, отримує прізвище «телевізор», тільки англійською мовою. Пееркладач використовує транскрибування для передачі власного імені засобами української мови.

Останній персонаж дитячого віку *Charlie Bucket*.

Mr and Mrs Bucket and little Charlie Bucket slept in the other room, upon mattresses on the floor [10].

Пан та пані Бакети спали з малим Чарлі Бакетом в іншій кімнатці, на матрацах на підлозі [5].

В перекладі з англійської слово *bucket* означає *відро*. Роальд Дал підбирає таке прізвище для свого героя, аби підкреслити його соціальний стан. Особисті якості Чарлі дуже позитивні: вихований, ввічливий, люблячий. Проте, сім'я живе на межі бідності. В. Морозов знову використовує транскрибування.

Найбільш працюючий персонаж в цілому романі – це власник фабрики солодошів.

It was the largest and most famous in the whole world! It was WONKA'S FACTORY, owned by a man called Mr Willy Wonka, the greatest inventor and maker of chocolates that there has ever been [10].

Називалася вона «Вонка, а власником її був містер Віллі Вонка, найкращий за всі часи виробник і винахідник шоколадних цукерок [5].

Віллі Вонка завжди був відданим свої справі. Він ніколи не зупинявся на досягнутому і проявляв ініціативність у роботі. Саме такий підхід до справи зробив його фабрику найкращою у світі. Щоб підкреслити усі ці якості свого персонажа Р. Дал за основу прізвища Willy обирає слово *wonk*, що в перекладі з англійської означає *фанат, ботан*. На українську мову прізвище передано методом транслітерації.

Незвичайні солодоші, які виготовляли на фабриці «Вонка» мають і незвичні назви.

WONKA'S WHIPPLE-SCRUMPTIOUS FUDGEMALLOW DELIGHT, it said on the wrapper [10].

На обгортці було написано: «ВИСОКОЧУДЕСНИЙ ЗЕФІРМЕЛАД ВОНКИ» [5].

WONKA'S NUTTY CRUNCH SURPRISE, it said on the wrapper [10].

На обгортці було написано: «ВОНКА: ГОРІХОВИЙ ХРУСТКИЙ сюрприз» [5].

Для адекватного відтворення авторських назв перекладач обирає описовий переклад. Такий метод не обмежує перекладача у виборі лексики для перекладу, а головним завданням є передати зміст та задум автора.

У романі також є низка власних назв, які не мають перекладу як такого. Усього таких назв 9, і усі вони є одному вірші. В процесі перекладу вірші В. Морозов використовує певну заміну оригінальних назв.

Загалом, у тексті оригіналу було знайдено 40 власних назв. Під час відтворення власних назв В. Морозов використовував такі методи перекладу: 1) транскрибування / транслітерація – 23 назви; 2) описовий переклад / переклад – підстановка – 2 назви; 3) дослівний переклад – 3 назви; 4) заміна назви – 1 власна назва; 5) поєднання транскрибування / транслітерації та перекладу – 2 назви; 6) не перекладено – 9 назв.

Транскрибування / транслітерація переважають під час перекладу власних назв. Описовий переклад В. Морозов використав лише у двох випадках. Для власних назв в першу чергу важливо передати зовнішню форму, оскільки вони – маркери впізнаваності головних героїв.

У перекладі роману «Чарлі і шоколадна фабрика» значний акцент зроблено на адаптації твору. В. Морозов неодноразово додавав, змінював та, інколи, спрощував текст оригіналу для

того, щоб зробити його більш зрозумілим та легшим для читання. Такі перекладацькі трансформації в жодному разі не змінюють модальність оригіналу, не руйнують його внутрішньої форми, адекватно передають авторські інтенції та у повному обсязі є орієнтованими на україномовного читача.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Англо-український словник: у 2 томах. Близько 120 000 слів. Т. 1, 2. К., Освіта, 1996. 1515 с.
2. Арделян О. Концептуалізація власних назв у фразеологізмах англійської мови // Наукові записки / Серія «Філологічні науки». Вип. 81(1). С. 131-134.
3. Бережна М. В. Тринадцять етапів перекладу власних імен та назв // Вісник СумДУ. Серія «Філологія». 2007. №1, Том 2. С. 62-66.
4. Бока О.В. Власні імена як компресовані тексти-носії когнітивної інформації (на матеріалі казки Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і орден Фенікса») // Вісник СумДУ / Серія «Філологія». 2008. №1. С. 15-19.
5. Дал Р. Чарлі і шоколадна фабрика. Переклад з англійської Віктора Морозова за редакцією О. Негребецького та І. Малковича. Київ: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2005. 240 с. Режим доступу:
6. http://ae-lib.org.ua/texts/dahl_charlie_and_the_chocolate_factory_ua.htm
7. Кристенко А. П. До теорії власних назв // Ономастика. К., 1966. С. 18-21.
8. Назаренко О. Сучасна авторська казка як приклад постмодерністського дискурсу // Наукові записки Кіровоградського ДПУ імені В. Винниченка. Сер. Філологічні науки. Кіровоград. КДПУ, 2008. Вип. 81 (3). С. 367-370.
9. Тригуб А.М. Компресовані прийоми збереження стилістичних, лексико-граматичних засобів у перекладі (на матеріалі українського та російського перекладів твору Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер та смертельні реліквії») // Вісник Київського національного університету. Мовні і концептуальні картини світу. 2009. Вип. 26, част. 3. С. 237-241.
10. Шипко М. Специфіка антропоніма як одиниці номінації в англійській мові // Збірник наукових праць «Південний архів» / Серія «Філологічні науки». Вип. 56. С. 116-120.
11. Dahl R. Charlie and the Chocolate Factory. Puffin Books, 2013. 119 p. Режим доступу: <http://www.readanybook.com/online/127>

Рибка Юліана

Науковий керівник – викл. Новосад Юлія

ФЕНОМЕН НЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

Всеосяжна еволюція сучасного світу сприяє появі найрізноманітніших змін у кожній сфері людської життєдіяльності. Вони простежуються й у мові, оскільки з'являються лексичні інновації, які відомі нам як «неологізми».

Так як мова повинна відповідати сучасним вимогам людства, поповнення словника неологізмами – це типове та необхідне явище сьогодення. А медійний простір – це одне з найбільш розвинених середовищ сучасної мови, у якому найчастіше зустрічаються нові лексичні одиниці та яке відіграє важливу роль у появі нових лексичних одиниць. Кількість неологізмів у медіа-текстах значно перевищує загальний обсяг вживання їх в інших сферах життєдіяльності суспільства [3]. Дослідники вважають, що сучасна молодіжна преса є особливою областю вживання нових слів, тому найчастіше саме тексти ЗМІ вважаються першим місцем появи новоутворених слів.

«Що ж таке «неологізми», які їхні ознаки та призначення?» – відповідь на це питання намагалися дати безліч мовознавців та дослідників. Тому, нові слова у мовознавстві називають «неологізмами» та стверджують, що це поняття походить від грецьких слів νέος — «молодий, новий» і λογισμός — «вислів, слово» [2]. Тож, неологізмами вважають новостворені слова, фрази, вислови, які з'явилися в мові нещодавно, тобто на даному етапі її розвитку, і перебувають у процесі входження в активний слововжиток [3]. Ось чому вони ще не включені до загальноновживаної мови. В англійській мові термін «неологізм» був вперше офіційно зафіксований у 1772 році [2].

І.В. Андрусак, Т.Є. Захарченко, В.Г. Гак, Е.В. Сенько, В.А. Звєгінцев, переконані, що неонейми характеризуються: