

3. Гловінський М. Інтертекстуальність / Міхал Гловінський // Теорія літератури в Польщі. Антологія текстів. Друга половина ХХ – початок ХХІ ст. / упоряд. Б. Бакули; за заг. ред. В. Моренця; пер. з польськ. С. Яковенка. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 531 с.
4. Ільницький М. Порівняльне літературознавство: навч. посібник: у 2-х ч. / М. Ільницький, В. Будний. – Л. ВЦ ЛНУ ім. І.Франка, 2007. – Ч. 1: Лекційний курс. – 280 с.
5. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М. М. Бахтин. – М.: Худ. лит., 1975. – 504 с.
6. Лановик М. Б. Проблеми художнього перекладу як предмет літературознавчої рефлексії: дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.06 – теорія літератури / Тернопільський національний педагогічний ун-т імені Володимира Гнатюка. – Тернопіль, 2006. – 410 с.

Максим'юк Марія

Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Куца О. І.

СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ АНГЛОМОВНИХ СОЦМЕРЕЖ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

В статті розглянуто способи перекладу лексичних інновацій англomовних соціальних мереж, таких як перекладацька адаптація, авторський неологізм та описовий переклад. Ефективність розглянутих способів перекладу пояснено створенням прагматично адекватного еквіваленту в українській мові.

Ключові слова: англomовні соціальні мережі, лексичні інновації, переклад.

Швидкість спілкування сучасного глобального суспільства сьогодні супроводжується невпинним поповненням словникового складу англійської мови. Як швидко англomовні лексичні інновації соціальних мереж стають термінами, чи, взагалі, є вони такими? «Наприклад, ще декілька місяців назад, лексема *tweet*, була маловідома. Сьогодні її сприймають, так само, як дієслово »*to google*» (перекл. «шукати»). Сам термін *google* є винахідливою вимовою терміна *googol* (число 10 в ступені 100). Від нього походить назва компанії Google. Вважаємо, що ця лексема є саме терміном адже на думку сучасних дослідників (Р. К. Махачашвілі, О. М. Головка, Н. В. Лазебна та ін.) вищезгадані терміни *tweet*, *google* є узуалізованими за межами первинних контекстів згідно із автоматизованими електронними базами даних WordSpy, WorldWideWords, The Jargon File» [3, с. 80].

На думку сучасних лінгвістів, відсутність нормативного або номенклатурного еквівалента зумовлює використання англomовного комп'ютерного неологізма як терміна [5; 7; 8]. Наявність відповідних лексикографічних позначок у словниках, які вказують на приналежність вищезгаданих мовних одиниць до сфери обчислювальної техніки, в результаті власних дослідницьких спостережень та підрахунків, вважаємо, що велика частина англomовних лексичних інновацій соціальних мереж та їх похідні є саме термінами [1; 3; 4]. У останніх лінгвістичних доробках з цього питання стверджується, що відсутність перекладних еквівалентів зумовлює необхідність використання ефективних способів перекладу, які допоможуть створити текст перекладу із комунікативним ефектом, відповідним до вихідного повідомлення [2, с. 18]. Отже, метою статті є виокремлення ефективних способів перекладу лексичних інновацій англomовних соціальних мереж українською мовою.

Соціальні мережі як засіб масової інформації є рушійною силою поповнення словникового складу сучасної англійської мови тому, що вони пропонують ефективну

площину для кібер розмови яка на сьогодні замінює міжособистісну комунікацію, і динамічною та всеохоплюючою для сучасників. Створення лексичних інновацій англomовних соціальних мереж є неосяжним простором для дослідження. Наприклад:

to friend and to unfriend (дружити та не дружити);
to follow and to unfollow (підписатися / відмовитись);
to like and to unlike (вподобати / не подобати) [8].

У той час як дієслова *to friend and to unfriend, to like and to unlike* [8] можуть втілювати в собі звичайні неологізми або переосмислені загальноновживані лексеми, у них є також творчий потенціал. Основних труднощів передачі безеквівалентної лексики при перекладі дві: нестача у мові перекладу відповідників через відсутність у носіїв цієї мови позначеного поняттям об'єкта та передача не лише семантики, а також і конотації вихідної лексеми.

Загалом, основними є такі способи перекладу: транскодування (транслітерація та транскрипція), калькування, перекладацька адаптація, авторський неологізм та описовий переклад. Перші два способи перекладу є широко розповсюдженими та не представляють особливих труднощів для перекладача на відміну від трьох останніх, які фокусуються не лише на рівні вихідної лексеми, а передають прагматику повідомлення. **Перекладацька адаптація** залучає перекладацькі трансформації, прагмалінгвістичні фактори та комунікативні настанови автора вихідного повідомлення. Наприклад,

Framily (friends + family) (*перекл.* заляті друзі) [8] – найкращі друзі людини, які сприймаються як члени родини. *How to get rid of your worst enemies, and who should make it into your framily* [8]. – *Як позбутися ненависних ворогів, і хто повинен бути залятим другом.*

Такий спосіб перекладу зумовлює необхідність створення культурно-адаптованого еквіваленту, який у мові перекладу створить подібний комунікативний ефект. Іншим прикладом є *word of post* [8] (*перекл.* сарафанне радіо) – плітки і новини, які поширюються в Інтернеті, зокрема, через соціальні мережі або блоги. *A small business that doesn't exist on social media sites can never take advantage of word-of-post advertising that social media provide – advertising that's completely free and very, very effective* [8]. – *Малий бізнес, який не існує на сайтах соціальних мереж ніколи не може скористатися сарафаним радіо доступним у соціальних мережах, рекламою, абсолютно безкоштовною і неймовірно ефективною.*

Отже, застосовуючи цей спосіб перекладу ми адаптували англomовні лексичні елементи в україномовному текстовому просторі не лише до лексико-семантичних та стилістичних норм української мови, а також до культурних традицій українців аби полегшити сприйняття та використання україномовних відповідників англomовних лексем.

Створення **авторського неологізму** є також цікавим способом перекладу, який дозволяє перекладачеві досягти адекватного комунікативного ефекту та вплинути на реципієнта. В деяких випадках за відсутності україномовних словникових відповідників, ми намагалися створити влучний авторський неологізм. Наприклад:

Subtweet [8] (*перекл.* образливий твіт) – повідомлення опубліковане на сайті Twitter, в якому згадується користувач, але його ім'я не використовується. *All of them now have other jobs, and Towhey spends his days mocking his former boss with witty subtweets* [8]. – *Всі вони зараз мають іншу роботу. Тоні проводить свої дні засипаючи свого колишнього боса дотепними образливими твітами-натяками.*

Приклад *Tweetup* [8] (*перекл.* твітувати) позначає зустрічі у реальному світі між двома або більше людьми, які знають один одного через онлайн-сервіс Twitter. *This café is virtual, but the people are real and they do meet up often – at work, at parties, at Tweetups (offline group meets of Tweople, as Twitter users are called)* [8]. – *Це кафе віртуальне, але люди є реальними і вони зустрічаються часто – на роботі, на вечірках, на зустрічах, або твітують разом.*

Під час створення авторських неологізмів, ми зважали на англомовних користувачів соціальних мереж адже саме у їхньому соціокультурному просторі створювались лексичні елементи англомовних соціальних мереж. Також, ми вважали за потрібне створити такий лексичний елемент, який би викликав у носіїв української мови адекватну реакцію.

Ще одним способом є **описовий переклад**. Для перекладача цей спосіб перекладу дозволяє експлікувати значення лексичної одиниці на мові оригіналу і найточніше передати її мовою перекладу. Деякі результати описового перекладу перевантажують речення тож необхідно зважати на доцільність та лаконічність такого способу.

Розглянемо наступні варіанти:

Bacn [8] (від *basen*, на слензі – сміття (підписка) – неособові, некомерційні спам-повідомлення які надходять електронною поштою, але користувач не бажає до них звертатися. Наприклад:

The smart labels feature essentially focuses on «bacn,» that people subscribe to and generally want to read – but don't have time for right now [8]. – *«Підписки» або неособові, некомерційні спам-повідомлення позначені як важливі, містять цікавий контент, але їх отримувачі не мають часу для їх прочитання.*

Narb [8] (*narrative + bit*) (*перекл.* особиста розповідь) – Вид особистої інформації розміщеної в Інтернеті, зазвичай мимоволі, яка відноситься до розповіді, створеної онлайн. *Somewhat whimsically, Mitra calls these digital morsels «narbs,» for narrative bits* [8]. – *Досить химерно, Мітра називає ці цифрові шматочки «особистими розповідями».* Отже, описовий переклад дозволяє розкрити багатогранний характер лексичних інновацій англомовних соціальних мереж та розтлумачити їх україномовному реципієнту.

Можна зробити **висновок**, що застосовані способи перекладу (транскодування, калькування, перекладацька адаптація, авторський неологізм та описовий переклад), перш за все, з точки зору відповідності оригіналу, або з точки зору комунікативного ефекту, допомогли перекладачеві створити прагматично адекватний текст, який коректно сприйме та зрозуміє україномовний реципієнт та зрозуміє інтенції англомовних авторів.

Перспективи використання результатів дослідження вносять можливість використовувати матеріали статті в процесі перекладу англомовних соціальних мереж та в підготовці лекцій для спецкурсу «Translation English social networks».

Перспективи подальших наукових досліджень вбачаємо у вивченні способу передачі візуально-графічних елементів англомовних соціальних мереж, прагматичних настанов авторів повідомлень англомовного комп'ютерного дискурсу та опосередкованої ним комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Головка О. М. Лінгвальна актуалізація вимірів антропного буття (на матеріалі інновацій англійської мови) : автореф. дис ... канд. філол. наук: 10.02.04. Херсон, 2010. 20 с.
2. Д'яков А. С. Основи термінотворення: семантичний та соціолінгвістичний аспект : монографія. К. : Вид. дім «КМ Academia», 2000. 218 с.

3. Іскакова Д. А., Лазебна Н. В. Лексичні інновації англomовних соціальних мереж: лінгвопрагматичний та перекладознавчий аспекти. Тиждень науки. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 13–17 квітня 2015 р. Запоріжжя: ЗНТУ, 2015. – С. 85–87.
4. Лазебна Н. В. Структурно семантичні і функціональні особливості комп'ютерної термінологічної лексики з образним компонентом у сучасній англійській мові: дис...кандидата філологічних наук: 10.02.04. Донецьк, 2013. 212 с.
5. Махачашвілі Р. К. Методологічні засади аналізу англomовної інноваційної лінгвосфери сучасного буття. Мова і культура. (Науковий журнал). К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго. 2009. № 11, т. 2. С. 5–12.
6. Таценко Н. В. Засоби реалізації мегаконцептів простір, час, інформація в сучасній англійській мові (на матеріалі інновацій віртуальної реальності): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2009. – 20 с.
7. Marchionini G. Information Concepts: From Books to Cyberspace Identities. Morgan & Claypool Publishers, 2011. 106 p.
8. Wordspy. URL: <https://www.wordspy.com/>.
9. Social Media Techniques. URL: <http://smdigital.com.ua/>.

Процишин Тарас

Науковий керівник – канд. пед. наук, викладач Головацька Ю. Б.

АДАПТАЦІЯ КОНТЕНТУ ВІДЕОІГОР В ПРОЦЕСІ ЇХ ЛОКАЛІЗАЦІЇ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена дослідженню локалізації відеоігор як особливого виду перекладу. Визначено зв'язок локалізації відеоігор із перекладознавством. Подано типологію текстів відеоігор. Здійснено перекладацький аналіз лексичних та стилістичних особливостей локалізації тексту відеоігри.

Ключові слова: локалізація, відеогра, переклад, адаптація.

Актуальність дослідження. Глобалізаційні процеси в усіх сферах діяльності призвели до небаченого досі зростання ролі іншомовної та міжкультурної комунікації. Важливого значення в цьому контексті набуває локалізація, як особливий вид перекладу. Якщо такому аспекту, як локалізація програмного забезпечення уже присвячено значну кількість досліджень, то надзвичайно актуальною є проблема локалізації відеоігор.

Мета статті полягає у виявленні лінгвістичних особливостей локалізації контенту відеоігор для україномовного користувача.

За останні чотири десятиліття відеоігри стали надзвичайно розповсюдженими в цифровому суспільстві. Вони не лише є одним з найпопулярніших варіантів проведення дозвілля, але й виконують інші важливі цілі зокрема освітню та виховну. Доступність відеоігор на різних платформах та у різних форматах зробила їх ще популярнішими.

Глобальний успіх ігрової індустрії частково пояснюється локалізацією, тобто процесом адаптації гри технічно, лінгвістично і культурно для того, щоб продавати її на різних територіях.

Сьогодні існує низка досліджень, які заклали основу для створення теоретичної бази та методології цього специфічного жанру перекладу. На онтологію локалізації відеоігор впливають дослідження, які стосуються вивчення сутності поняття відеоігри, її компонентів та принципів використання. Також триває дискусія щодо термінології яку використовують для опису такого типу перекладу. Так, зокрема, варто зазначити,