

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

другого (магістерського) рівня

МЕТАФОРИ-НЕОЛОГІЗМИ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Виконала:

студентка VI курсу, групи ГФ-313м

спеціальності 035 – «Філологія»

за ОПП 035.04 – Германські мови та

літератури (переклад включно)

ПРИЇОДЬКО ЄЛИЗАВЕТА СЕРГІЙВНА

Керівник: *к.філол. н., доц. І.В. Кузнецова*

Рецензент: *к.філол. н., доц. Н.В. Лазебна*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Запорізький національний технічний університет
 (повне найменування вищого навчального закладу)

Інститут, факультет ІІІУ, гуманітарний факультет
 Кафедра теорії та практики перекладу
 Ступінь вищої освіти (освітній ступінь) магістр
 Спеціальність _____

Напрямок підготовки 035.04.Філологія (серианські мови та література (переклад))
 (код з назвою) (код з назвою)
 З А Т В Е Р Д Ж У Ю
 Завідувач кафедри
А.М. Прихорько

«__» __ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТУ

Прихорько Єлизавети Сергіївни
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Метафори-неологізми в текстах англійської преси.

керівник проекту (роботи) Курченко Тіма Валентинівна, доц.
 (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, місце роботи)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «__» __ 20__ року №__

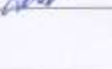
2. Строк подання студентом проекту (роботи) _____

3. Вихідні дані до проекту (роботи) критичні та теоретичні праці вітчизняних та зарубіжних авторів (Литвиненко, Ю.Н., Белодубов, М.В., Боксер, К., Гриненко, Т.Т., Зиницький, Ю.І., Анисов, Дж., Масар, Дж., Рідс, Р.У., Сембова, О.О., Меллер, В.Н. та інші); англійська мова з 240

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) визначити сутність понять метафор-неологізмів у мові та проаналізувати аспекти їх виникнення; описати семантичні типи метафор-неологізмів у віршованих текстах англійської преси; узагальнити типологію неологізмів

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I розділ	доц. Кузнецова Т.В.		
II розділ	доц. Кузнецова Т.В.		
III розділ	доц. Кузнецова Т.В.		
IV розділ	Куралев С.Н.		
Коректор	Пігорна А.Д., доц.		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1.	Вибір теми	Вересень	виконано
2.	Підготовка розширеного плану-конспекту	Вересень	виконано
3.	Підготовка першого варіанту методичної частини	13 жовтня	виконано
4.	Зустрінок з ухваленням, затвердженням методичної частини роботи	17 жовтня	виконано
5.	Підготовка проміжного варіанту прикладної частини роботи	2 листопада	виконано
6.	Зустрінок з ухваленням, затвердженням прикладної частини роботи	2-13 листопада	виконано
7.	Поточна робота над перевіркою	13-23 листопада	виконано
8.	Поточна робота над рецензією	20 листопада	виконано
9.	Захист роботи	18 грудня	

Студент

(підпис)

 Приходасов С.

Керівник проекту (роботи)

(підпис)

 Кузнецова Т.В.

РЕФЕРАТ

МР: 154 с., 1 рис., 3 табл., 3 додатки, 109 джерел

Об'єктом роботи є лексико-семантичні та функціональні особливості метафор-неологізмів у текстах англomовної преси при перекладі українською мовою.

Мета роботи – визначення шляхів та способів створення мовної картини світу шляхом процесу неометафоризації на прикладі текстів англomовної преси.

Методи дослідження неометафоричної лексики: інформаційно-пошуковий метод; метод узагальнення; метод дедукції та індукції; метод класифікації та структурного й семантичного аналізу; контекстуальний, функціональний та метод аналізу словникових відповідників; метод порівняльного аналізу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи викладено теоретичні основи визначення сутності понять «метафора», «неологізм» та їх властивості, розглянуто когнітивну функцію метафор, проаналізовано відображення метафори в мовній картині світу, описана методологія дослідження метафор-неологізмів. У другому розділі розглянуті метафори-неологізми як відображення мовної картини світу в текстах англomовної преси, наведена тематична класифікація метафор-неологізмів, а саме: комп'ютерна сфера та Інтернет, політика та економіка, суспільство. У третьому розділі досліджено труднощі та найбільш розповсюджені способи перекладу метафор-неологізмів у текстах англomовної преси. У четвертому розділі роботи надано аналіз потенційних небезпек та заходи щодо їх подолання.

МЕТАФОРА, НЕОЛОГІЗМ, МЕТАФОРА-НЕОЛОГІЗМ, МОВНА КАРТИНА СВІТУ, ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ, ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ, КОГНІТИВНА МЕТАФОРА, ПЕРЕКЛАД, МЕТАФОРИЗАЦІЯ, СЕМА.

ЗМІСТ

Завдання на роботу

Реферат

Перелік скорочень

ВСТУП..... 8

РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ

ПОНЯТТЯМЕТАФОРИ-НЕОЛОГІЗМУ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ... 12

1.1. Постулати сучасної теорії метафори та неологізмів..... 12

1.1.1. Визначення та типологія метафори..... 12

1.1.2. Критерії визначення поняття «неологізм»..... 22

1.2. Метафора та мовна картина світу, когнітивна функція метафори..... 29

1.3. Особливості визначення та утворення метафор-неологізмів в МКС.. 36

1.4. Методологічні характеристики й принципи організації проведеного дослідження..... 41

РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОРИЧНИХ НОВОТВОРІВ ЯК ОДНОГО ІЗ СПОСОБІВ СТВОРЕННЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ..... 46

2.1. Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу в текстах англomовної преси..... 46

2.2. Тематична класифікація семантичних метафор-неологізмів..... 55

2.2.1. Комп'ютерна сфера та Інтернет..... 55

2.2.2. Політика та економіка..... 60

2.2.3. Суспільство..... 66

РОЗДІЛ 3. ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ

МЕТАФОР НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ..... 73

3.1. Труднощі перекладу англійських метафоричних новотворів у публіцистиці та підходи до їх усунення..... 73

3.2. Особливості перекладу метафор-неологізмів в публіцистичних текстах..... 80

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	88
4.1. Аналіз потенційних небезпек.....	88
4.2. Заходи по забезпеченню безпеки.....	90
4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці.....	93
4.4. Заходи з пожежної безпеки.....	100
4.5. Заходи по забезпеченню безпеки у надзвичайних ситуаціях.....	102
ВИСНОВКИ.....	105
SUMMARY.....	109
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	113
ДОДАТКИ.....	123
Додаток А. Глосарій.....	123
Додаток Б. Подання графічного матеріалу.....	129
Додаток В. Діаграми.....	135
Додаток Г. Публікації.....	136

ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

МКС – мовна картина світу

ЛСВ – лексико-семантичний варіант

див. – дивись

Рис. – рисунок

Табл. – таблиця

ВСТУП

Швидкий розвиток англійської мови за період 2015-2018 років ілюструє її нерозривний та перманентний зв'язок із новими реаліями та суспільними явищами. Основу такого розвитку становить найменша немобільна одиниця мови – слово. Так званий «бум» в англomовній лексиці зумовив актуалізацію проблеми, пов'язаної з утворенням нових понять, перенесенням цих понять з частини на ціле і навпаки, переосмисленням і наданням абстрактному поняттю статусу конкретного та пошуком адекватних способів передавання нової лексики при перекладі.

Основний процес, який дає поштовх для збагачення англійської мови – це метафоризація нової лексики, ураховуючи швидкий розвиток науки та техніки, підкреслимо, що саме метафор-неологізмів. Новостворені метафори фіксуються в тлумачних словниках таких, як Macmillan Dictionary for Advanced Learners [86], Longman Dictionary of Contemporary English [83], Oxford Dictionary [103] та Інтернет платформах The Free Dictionary by Farlex [98] та Word Spy [109], укладених на основі постійно оновлюваних корпусів усних та письмових текстів.

Способи утворення та функціонування нових метафоричних понять у мові завжди привертали увагу лінгвістів. Дослідженням метафор-неологізмів у текстовпросторі займалися як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники-лінгвісти та перекладачі: Н. Д. Арутюнова [8], Г. С. Баранов [9], К. Бюлер [20], А. К. Величко [1], Дж. Лакоф [79], В. М. Телія [66], Н. В. Колбіна [44], Л. М. Зайнуліна [39], І. І. Гуменна [29] та інші. Цьому сприяє інтерес учених до мовних процесів. Прагнучи дослідити текст, науковці розглядають його як функціональну одиницю і як простір для реалізації мовних явищ. Проблема експресивності мови як такої і мови тексту є не менш гострою. Особливу увагу привертають тексти англomовної преси, у яких відображаються всі можливості мови та її потенціал. Для надання тексту експресивності автори нерідко використовують метафори-неологізми. Вони не лише надають тексту певного

забарвлення, а й посилюють відтінки значень та їх сприйняття, сприяють новим семантичним зрушенням. Але це не є головною причиною, що робить дослідження актуальним. Лексика газетного тексту потребує спеціального аналізу, який оцінює його значимість не на рівні окремих слів та речень, а на поняттєво-сприйняттєвому рівні, що дає можливість простежити його когнітивне сприйняття читачем. Метафору-неологізм можна назвати засобом виразності, вона відтіняє слово серед суцільного потоку речень і несе певне семантичне навантаження [29, с. 46]. Неометафора для адресата є знаряддям, використовуючи яке він досягає прагматичних та комунікативних цілей, передає настрій, експресію лексичної одиниці та виразу в цілому. Досягнення цього уможлиблює вдалий вибір способів перекладу неометафоричної лексики та її адекватного передавання засобами іншої мови.

Актуальність роботи полягає у визначенні умов і способів перекладу метафор-неологізмів (2015-2018 років) на прикладі текстів англомовної преси, що зумовлено, по-перше, появою в публіцистичних текстах нових стилістичних прийомів, а, по-друге, сприйняттям та розглядом такого тропу як неометафора не тільки як процесу перенесення понять і суто семантичного явища, а й як предмета активації когнітивних механізмів у розумово-мисленнєвій діяльності людини, основою якої є не тільки мовні особливості, а й відображення МКС у певній інтерпретації.

Об'єктом роботи є лексико-семантичні та функціональні особливості метафор-неологізмів у текстах англомовної преси при перекладі українською мовою.

Предметом аналізу є особливості та способи перекладу метафор-неологізмів текстів англомовної преси.

Метою роботи є аналіз шляхів та способів утворення МКС шляхом процесу неометафоризації на прикладі текстів англомовної преси. Відповідно до мети дослідження передбачається виконання таких **завдань**:

- визначити сутність понять метафор-неологізмів у МКС та проаналізувати аспекти їх визначення;

- описати семантичні типи метафор-неологізмів як відображення МКС у текстах англомовної преси;
- установити та проаналізувати типологію перекладу нових англомовних публіцистичних метафор.

Матеріалом роботи слугували метафори-неологізми, виокремлені з текстів англомовної преси методом суцільної вибірки з газет, журналів та електронних видань «The Economist», «The Atlantic», «BBC news», «The national geographic», «The Los-Angeles Times», «The Guardian», «The Times», «The Washington Post».

Було проаналізовано 300 речень та 240 лексичних одиниць.

Основні **методи** роботи неометафоричної лексики: *інформаційно-пошуковий метод* – для відбирання матеріалу дослідження та опрацювання базових знань, необхідних для інтерпретації механізмів та способів перекладу; *метод узагальнення* – для виокремлення найсуттєвіших теоретичних положень метафоричної термінології в текстах англомовної преси; *метод дедукції та індукції* – для уточнення теоретичного підґрунтя, оброблення даних і підбиття висновків дослідження; *метод класифікації та структурного й семантичного аналізу* – для встановлення шляхів та способів утворення нових метафор, їх структурних типів та підтипів; *контекстуальний, функціональний та метод аналізу словникових відповідників* – для розгляду лінгвопрагматичних особливостей неометафор у текстах англомовної преси; *метод порівняльного аналізу* – зіставлення схожих та відмінних рис понять мови оригіналу й мови перекладу.

Наукова новизна вбачається в тому, що в кваліфікаційній роботі вперше на матеріалі текстів англомовної преси здійснено комплексний аналіз метафоро-неологічного складу англійської мови за період 2014-2018 рр. З корпусу англійських текстів англомовної преси (2014-2018 рр.) виокремлено метафоро-неологічну лексику, здійснено її тематичну класифікацію, визначено її роль у МКС. Відповідно до проаналізованого матеріалу виділено

ті сфери життя англомовного суспільства 2014-2018 рр., що найактивніше поповнювалися метафоро-неологічною лексикою.

Теоретичне значення даної роботи полягає в тому, що виявлені в ході дослідження дані про закономірності формування і функціонування метафор-неологізмів у текстах англомовної преси роблять певний внесок у подальший розвиток лінгвокультурології, міжкультурної комунікації, термінознавства та термінографії, у загальну теорію мовознавства, а також дозволяють зробити висновки про перспективи розвитку фразеології в майбутньому.

Практичне значення роботи полягає в набутті навичок перекладу англійської неометафоричної лексики. У практиці вишівського викладання робота може бути корисна при розробленні спецкурсів з лексикології, термінології, проведенні семінарів із проблем сучасної англійської мови, теорії мовознавства, міжкультурних комунікацій, складанні методичних вказівок з теорії та практики перекладу лексико-семантичних одиниць і для подальшого дослідження проблем у теорії мови.

Структура дипломної роботи складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що нараховує 109 позицій, та додатків. Загальний обсяг роботи становить 154 сторінку, із них 86 сторінок основного тексту.

Робота пройшла **апробацію** на «Тижні науки» у вигляді тез під назвою «Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу у текстах англомовної преси» [64, с. 1598-1600], публікації в Науковому віснику Міжнародного гуманітарного університету «Особливості перекладу англійських семантичних неологізмів» [63, с. 186-189] та Науковому віснику ХДУ під назвою «Метафори-неологізми у текстах англомовної преси» [62 с. 117-121].

Кваліфікаційну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми № 61118 кафедри теорії та практики перекладу ЗНТУ «Система й структура германських мов у когнітивно-комунікативній парадигмі знання». Тему роботи затверджено наказом ректора № 311 від 31.10.2018.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МЕТАФОРИ- НЕОЛОГІЗМУ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

1.1. Постулати сучасної теорії метафори та неологізмів

1.1.1. Визначення та типологія метафори

У нашій мові чималу частину слів становлять метафори. Непомітно для себе люди самі стають учасниками утворення метафор. Метафора відіграє в мові помітну роль, вона дає змогу старим поняттям набути нових відтінків значень, збагачуючи лексичний склад мови шляхом переосмислення старих понять, і тому зникає потреба нового найменування. Проблемою вивчення метафори займалися багато лінгвістів та перекладачів, але ця проблема й досі залишається відкритою. Це зумовлено різницею дефініції метафори в її лінгвістичному розумінні. Кожен учений має свій погляд на цей стилістичний прийом. Метафора досліджувалась багатьма мовознавцями, зокрема: А. А. Литвиновим [53], Л. М. Зайнулїним [39] та І. І. Гуменною [30]. Вони навели дефініції поняття, визначили шляхи та процеси, що зумовлюють появу, асиміляцію та існування метафор у мові. Науковці підкреслюють первинне значення лексичної одиниці; загальносемантичне значення, що відображає двосторонність метафоричної природи; зв'язки слів на лексичному та семантичному рівнях, не ототожнюючи реальні поняття дійсності та означувані поняття.

Постійне використання метафор у мовленні є відображенням сприйняття людиною подій навколишньої дійсності та процесу мислення. Ф. Ніцше [22] вважав пізнавальний процес суто метафоричним явищем і його принципи мали естетичний характер, а результат цього процесу, на його думку, не піддається перевірці. Н. Н. Болдирєв [17] не зовсім підтримував таке твердження, вважаючи мислення не тільки метафоричним, а й логічним.

Логічне ж мислення він вважав шляхом пошуку спільних та відмінних рис між позначеннями реальних явищ та об'єктів. Н. Н. Болдирєв [17] сприймав метафоричність світу як сукупність явищ в цілому, адже метафора має на меті акумуляцію та сприйняття людиною значень та їх відтінків, установлення зв'язків схожості понять окремих слів та цілих речень [17, с. 97]. Зрозуміти схожість та суміжність – це основна ознака людської свідомості, переплітаючись, мова і когніція не встановлюють зв'язки спорідненості, а створюють їх самостійно.

Уперше визначення «метафора» було обґрунтоване Аристотелем [5]: «Метафора – перенесення слова зі зміною значення з роду на вид, з вигляду на рід або з виду на вид, або за аналогією». Метафора, за Аристотелем, дає право «говорячи про дійсне, поєднувати з ним неможливе» [5, с. 16]. Сучасні визначення висвітлюють «метафору» так: «метафора (від грец. *metaphora* – перенесення) – троп, перенесення властивостей одного предмета (явища) на інший на підставі ознаки, спільної або схожої для обох зіставляваних слів». Наприклад: «*Otherwise they can take a sinbin*». – «*В іншому випадку, вони можуть зайняти лаву штрафників*» [99]. Або «*The leaves fell sorrowfully from the trees*». – «*Листя сумно падало з дерев*» [101]. Ю. А. Зацний та Т. О. Пахомова розуміють «метафору» як «вид тропу, приховане образне порівняння, уподібнення одного предмета, явища до іншого, а також взагалі образне порівняння в різних видах мистецтв [40, с. 93]. С. Л. Єрилова дає таке визначення: «метафора (грец. «*перенесення*») – троп або фігура мови, яка полягає у вживанні слова, що позначає певний клас об'єктів (предметів, осіб, явищ, дій або ознак), для позначення іншого, схожого з даними, класу об'єктів або одиничного об'єкта» [36, с. 106]. К. Бюлер розглядає метафору з когнітивної точки зору як «складний когнітивний феномен, що виникає в результаті взаємодії двох смислових комплексів – утримання/ фокуса/ джерела і оболонки/ фрейму/ цілі» [20, с. 321]. Таке визначення знаходить своє відображення в теорії А. А. Львутіна, який називає слово «фокус» («*focus*») у виразі, що використовується в переносному сенсі, тобто метафорично, а

«рамою» («*frame*») – слова, що оточують «фокус» і вживаються в звичайному сенсі» [84, с. 61].

Семіотика зумовлює використання метафор у різних аспектах. Н. А. Арутюнова виділяє такі властивості тропу:

- а) об'єднання образності та змісту виразу;
- б) відмінність від загальноновстановленого значення, яке контрастує із самим предметом, що його позначає метафора;
- в) семантичний зсув;
- г) активізація несуміжних зв'язків (включення асоціативного мислення, когнітивного акту);
- г) відсутність буквализму;
- д) можливість варіативних інтерпретацій, невмотивованість висловлювання;
- е) залучення до інтуїтивного мислення, не до фонових знань та логіки;
- є) добір шляхів до декодування сутності значення [8, с. 93].

Такі характеристики апелюють до спонтанності, невловимості понять значення і гри смислових відтінків, що і становить основу динамічного мислення під час когнітивного процесу. Метафору вважають семантико-стилістичною одиницею мови, яка має такі ознаки:

- 1) ознака семантичної двоплановості. Така ознака характеризує пряме та непряме (переносне) значення тропу. Існує багато понять, де пряме та непряме значення накладаються одне на одне і, як результат, знаходять відображення у спільних рисах цих значень [12, с. 87]. Наприклад, два значення виразу «*clear skies*», об'єднуючись, створюють картинку чистого, безкрайнього та світлого явища: «*It's going to be clear skies from now on*». – «*Ясне небо не приховує в собі жодної загрози*» [101]. Або «*Choices are crossroads*». – «*Коли ви знаходитесь біля перехрестя, перед вами відкривається кілька напрямків, кожен з яких веде до свого місця призначення*» [100]. Ви маєте змогу вибрати напрямок залежно від вашої мети;

2) ознака абстрагованості. Під час процесу метафоризації слово або словосполучення проходить семантичне оброблення, а результатом є зведення його значення до узагальненого, що позбавляє його певної індивідуальності та надає невизначеності, наприклад: «*The assignment was a breeze*». – «Завдання було дуже легко виконати» [109]. Або «*I didn't think she'd have the bottle to ask*». – «Не думав, що вона насмілиться запитати» [100].

3) ознака експресивності. Головна ознака метафори – це її якість. Беручи за основу базове та переносне значення, відбувається процес їх зіставлення. Таким чином, можна простежити, що метафора виокремлює від цілого виразу лише найяскравішу його якість і робить на ній акцент, а семантичність, покладена в основу значення, допомагає повністю переосмислити його [12, с. 94]. «*The news you bring me is a dagger to my heart*». – «Твої новини мені як ніж у серці» [109]. Або «*Seeing him on stage fired my enthusiasm*». – «Його поява на сцені викликала моє захоплення» [93].

4) синтаксична ознака. Виражається в умовах синтаксису, тобто речення. На метафоричний зміст виразу впливають умови, які подано в словниках, наприклад: метафора з компонентом «nose» набуває різного значення залежно від типу комунікації, а саме: «*Mr. Brown's mood went into a nose dive, and he never recovered*». – «Пан Браун занепав духом, і він ніколи не оговтався» [99]. Або «*Everyone, take your seats on the bus so that I can count noses before we leave the museum*». – «Кожен, займіть своє місце в автобусі, щоб я міг перерахувати присутніх, перш ніж ми залишимо музей» [109]. Та «*The race was neck and neck till the very end, but Sally won it by a nose*». – «Перегони йшли нога в ногу до самого кінця, але Саллі виграла їх з невеликою перевагою» [104].

5) морфологічна ознака. Така ознака ґрунтується на частиномовній приналежності метафорично вживаного слова [12, с. 94]. Наводиться у словниках або довідниках [37, с. 6]. Наприклад: «*The honey stone was found by foreign developers*». – «Іноземними дослідниками був знайдений меліт» [102].

Або «*One can see an elbow of capture of Mississippi's delta*». – «*Можна побачити різкий вигин річкового русла дельти Миссисіпі*» [101].

Процес метафоризації відбувається в кілька етапів. Нерозривними асоціації стають, коли йдеться про повну метафоризацію, де автор тексту чи висловлювання має на меті докорінно змінити значення, ліквідувавши всі його зв'язки з основним, поєднавши значення і образ. Н. Д. Арутюнова вважає процес порівняння основною складовою метафоризації [7, с. 327]. Порівняння зводить усі процеси до добору ознак спільності, метафора може встановлювати відношення паралелізму явищ. К. М. Тищенко бачить метафоризацію так:

а) ми бачимо предмет або явище, і він викликає в нас певні відчуття, проаналізувавши, ми починаємо порівнювати його з іншими різно- або однорідними поняттями, потім наділяємо його новим значенням;

б) ми не бачимо предмет або явище, але підсвідомо саме слово викликає в нашому мисленні певні уявлення про нього і це надає предмету нового значення [6, с. 162].

На наш погляд, метафору визначають як лексичну одиницю з основним образним значенням, що виражає оцінку предмета або явища із суб'єктивного аспекту і є суміжною з похідним значенням.

Метафоризація значень ознак лексичних одиниць відбувається таким чином:

а) перенесення фізичної ознаки з неживого на живе (людину), виділяючи психологічні характеристики особистості. Наприклад: «*At a meeting were only bad eggs*». – «*На зустрічі були одні нікчеми*» [100]. «*There is no place for the yellow streaks in parliament*». – «*Боягузливим немає місця в парламенті*» [102]. «*They are either narrow-minded or mentally retarded*». – «*Вони або розумово упереджені, або розумово відсталі*» [93]. «*Looking on the governmental pawns one can understand a real goal of our heads*». – «*Дивлячись на урядових пішок, можна дійсно зрозуміти мету приятельства*» [104]. «*Being as busy as a bee he never forgets about his duties*». – «*Будучи працелюбним як бджола, він ніколи не*

забуває про свої обов'язки» [100]. «*The spy we captured is a tough egg; he hasn't said anything since we began the interrogation*». – «Шпигун, якого ми захопили, це небезпечний супротивник; він нічого не говорив, і тому ми почали допит» [99];

б) ознаки й дії людини і тварин переносяться на явища природи (принцип антропо- і зооморфізму: «*Thoughts are a storm, unexpected*». – «Думки, як і шторм, приходять тоді, коли найменше цього очікуєш» [99]. «*Pele's tears are a well-known curiosity commonly associated with low viscosity basaltic explosive eruptions*». – «Сльози Пеле (невеликі, затверділі краплі вулканічного скла, за якими тягнуться ниткоподібні волокна) – це відома цікавинка, яка, зазвичай, пов'язана з вибуховими відходами низької в'язкості» [100]. «*What if you were sipping margaritas on a sun-drenched beach, turning brown instead of green?*» – «Що, якби ви попивали «маргариту» на залитому сонцем пляжі, стаючи коричневим, замість зеленого?» [105]. «*I missed your sunny smile, Hetty*». – «Я сумую за твоєю сяючою посмішкою, Хетті» [109];

в) атрибут предмета перетворюється на атрибут абстрактного поняття. Наприклад: «*If only you miss the boat you will definitely be a loser*». – «Якщо ти втратиш можливість, ти точно будеш лузером» [100]. «*This car is a gas guzzler*». – «Це неекономний автомобіль./ Ця автівка – бензинова ненажерка» [97];

г) перенесення ознаки стану природи та її об'єктів на людину. Наприклад: «*Windy woman is a problem in a family*». – «Вітряна жінка – проблема в родині» [101]. «*Dark person can provoke an intro-collective conflict*». – «Темна особистість може спровокувати внутрішньо колективний конфлікт» [93].

Метафора є втіленням поєднання уявлень, спостережень, образів та вірувань. Поєднання всіх компонентів відбувається одночасно, це і є процес, за яким відбувається синтез поняття. Так, наприклад: «*In 2017 President Barack Obama's relationship with his Vice President Joe Biden was described as a bromance*». – «У 2017 році відносини президента Барака Обами з його віце-

президентом Джо Байденом були описані як міцна чоловіча дружба» [100]. «Bromance» – слово утворено складанням двох слів – «bro», як скорочення від «brather», і «romance». Означає дружбу двох чоловіків, які не мають сексуальних відносин. У текстах англomовної преси використовуються словосполучення – «чоловіча дружба», «міцна чоловіча дружба». Або «At Digital Detox our mission is to inspire, educate and empower our generation to create more mindful, meaningful, and balanced lives». – «Місія нашої 'Цифрової Детоксикації' полягає в натхненні, освіті та розширенні можливостей нашого покоління для створення більш уважного, змістовного та збалансованого життя» [100]. «Digital detox» – «цифрова детоксикація» – час, який ви проводите далеко від комп'ютера, смартфона й інших цифрових девайсів. «Psychologist and Dating Coach Melanie Schilling defines a Catfish and explains how to identify one». – «Психолог та тренер зі знайомств Мелані Шиллінг дає визначення самотності в мережі і пояснює, як її розпізнати» [100]. «Catfish» – «кошача риба» – всі ми знаємо, як «коти» сприймають «рибу». Але в мережі Інтернет «кіт – чоловік», а «риба – жінка». Познайомився в соціальній мережі із симпатичною дівчиною – а насправді вона «страшененька» жіночка із двома дітьми. Таке, безперечно, розбиває серця, і робить це неометафора «catfish». Еквівалента в українській мові поки немає, але можна зробити припущення, що вираз перекладається описово, як «людина, яка знає вас виключно з фотографій у соціальних мережах, побачить вас наживо і розчарується».

Під час порівняння наявна двоплановість, а метафора поєднує всі поняття. У порівнянні виразно простежуються два плани, а в метафорі вони зливаються. Метафору вважають частиною порівняння, а частину порівняння, навпаки, – цілою метафорою [2, с. 56].

Існують такі типи метафор за Н. Д. Арутюновою:

1) номінативна метафора (перенесення ознак), тобто повна заміна однієї на іншу: «The glass leg was a bit cracked». – «Ніжка келиха була трохи тріснута» [109]. «Keep a thread into a needle ear». – «Затягни нитку у вушко

голки» [109]. «A chair back is stuffed with a soft material». – «Спинка крісла набита м'яким матеріалом» [109]. «An apple aye suffered from diseases evoked by lenses». – «Очне яблуко потерпає від хвороб, викликаних лінзами» [109];

2) стерта метафора, яка утворюється внаслідок переходу описового (образного) значення в предметне й розвиває синонімічний ряд мови: «I'd seen her sheet that morning». – «Минулого ранку я бачила орієнтування на неї» [99]. «Changing the key you can rewrite the whole melody». – «Змінюючи тональність, можна переписати всю мелодію» [98];

3) когнітивна метафора виникає як результат перенесення ознак з однієї на іншу, утворюючи полісемічність значень. Н. Д. Арутюнова наголошує, що такий процес надає одному значенню невластиві для нього чужорідні характеристики: «Push your sharp temper back». – «Приборкай свій гострий норов» [109]. «Sharp» має пряме значення «гострий» і позначає стан позначуваного предмета, а переносного значення набуває в поєднанні зі словами, які виражають почуття та сприйняття: слух, запах, біль тощо. «It's beautiful to drink sharp wine at midnight». – «Прекрасно пити сухе вино опівночі» [100];

4) генералізуюча метафора як завершальний етап когнітивного процесу в утворенні метафори. На цьому завершується індивідуальність значення і простежити витoki метафоричного виразу стає важче, це породжує утворення полісемії [8, с. 159].

Метафора – це такий спосіб творення ЛСВ, що ґрунтується на перенесенні ознак з одного предмета на інший за подібністю:

- зовнішньою;
- структурною;
- функціональною [3, с. 230].

Метафора базується на трьох елементах порівняння, це дає змогу якісніше оцінити, позначити та найменувати метафоричне поняття під час порівняльно-утворюючого процесу. Виділяють такі порівняння, що утворилися шляхом:

- порівняння предметів;
- порівняння образів;
- на базі порівняння ознак [44, с. 48].

Крім елементів порівняння, метафора виконує багато функцій, що уможливорює її існування в текстах різної тематики. Метафора забарвлює текст, дає змогу поринути в глибинність змісту тексту, передати зміст з якісно-оцінного погляду, показати текстову значимість як комунікативної одиниці носія та розповсюджувача інформації [11, с. 33]. До функцій метафори входять:

- оцінна – викликає в адресата певні асоціативні відчуття про позначуваний об'єкт або явище. Так, наприклад: «*Modern educational system has to change worn out dogmas*». – «Сучасна система освіти повинна змінити застарілі принципи» [93]. «*Worn out dogmas*» перекладається дослівно як «поношені догми» і одразу викликає в читача оцінну асоціацію зі старим, подертим одягом, який і викинути жаль, і носити вже не можна. Вислів можна перекласти як «застарілі принципи»;

- емотивно-оцінна – метафора використовується для надання певного емоційного ефекту та впливу. Наприклад: «*He was laughed because of being egged boy*». – «Його висміяли через те, що він був лисий» [109]. «*Egged boy*» дослівно «яєчний хлопчик», мається на увазі оцінка зачіски людини, тобто гладенька і без єдиної волосинки, тобто як «яйце», а отже, «лисий хлопчик»;

- образність – метафора виражається через художні форми і через них зображує світ. Така функція більш характерна для літературної метафори, а в публіцистиці посилює якості та ознаки значень, створює новий образ. Образ створюється на основі емоційно-логічних зв'язків і надає слову емоційний зміст;

- номінативна – називає новий об'єкт шляхом його порівняння з уже існуючим об'єктом дійсності. Наприклад: «*The society don't have to feed their pockets*». – «Громадськість не повинна наповнювати їх кишені» [105]. «*To feed our pockets*» означає «годувати наші кишені/ гаманці», у мові вже існує

поняття «*to feed*», а тому об'єкт позначуваного явища тут називається через сам процес;

- очевидна функція метафори – розпізнає основні властивості та істинне в явищі, що треба позначити. Метафора надає нашому мисленню нових лексичних відтінків значення [49, с. 192].

Основними характеристиками метафори є:

- семантична двоплановість;
- поєднання okazіального та узуального значень;
- нашарування нового поняття на вже існуюче, а також накладення додаткових характеристик значення [59, с. 23].

Метафору можна інтерпретувати за такими стадіями:

- виведення буквального змісту поняття;
- установлення відповідності значень до контексту;
- добирання метафоричного значення згідно з контекстом [41, с. 56].

Отже, метафора – це надання існуючій раніше мовній лексичній одиниці нового відтінку, що уможливить подальше називання нового поняття. Метафора допомагає не тільки пізнавати та називати поняття, а й відображати світ. Під час комунікації вона робить когніцію можливою. Метафора часто використовується в оцінній діяльності людської свідомості. Основною технікою метафори є опосередкована номінація. Це зумовлено тим, що під час утворення опосередкованих найменувань у свідомості активізуються потрібні ознаки та якості предмета або явища дійсності, які істотно впливають на зміст та сенс висловлювання, надають денотативне значення. Метафорою можна назвати процес, що веде до утворення нового значення, отриманого на основі попередніх. Метафоричний процес включає в себе не тільки участь свідомості та підсвідомості людини, образ її мислення, а й певні фонові знання, у поєднанні з якими активізується процес метафоризації і встановлюються відношення: метафора – світ – людина. Таким чином, метафору можна сприймати як універсальну одиницю мови, яка здатна до повного втілення авторської концепції й ідеї та реалізації встановленої смислової цілісності.

1.1.2. Критерії визначення поняття «неологізм»

Поняття «неологічний бум» в нашу епоху знаходить своє відображення в усіх мовах світу й англійська – не виняток. Швидкий розвиток усіх сфер життя зумовлює постійний розвиток та утворення нових слів і тут постає питання про їх переклад. Така ситуація зумовила виникнення науки про неологізми.

Феномен утворення нових слів досліджували не тільки вітчизняні, але й зарубіжні лінгвісти та перекладачі, а саме: Ю. А. Зацний [40], Н. Б. Мілявська [56], Ю. Н. Антюф'єва [4], А. Д. Белова [14], М. В. Белозьоров [15], Л. Б. Гацалова [24], І. І. Гуменна [30], Т. Є. Єгошина [35], С. М. Єнікєєва [37], Н. А. Князєв [42], Г. О. Козьмик [43], А. А. Литвин [52], J. Algeo [69], V. Adams [68], P. Newmark [89] та інші.

Проблема визначення нових термінів лексикології завжди поставала перед дослідниками. На сьогодні не існує єдиного визначення поняття «неологізм», кожен науковець має свою науково обґрунтовану точку зору з приводу цього питання. Саме поняття «неологізм» складається з двох складових: нео- (від грецького *neos* – «новий») та -логізм (від грецького *λόγος* – «слово»), тобто «нове слово». Лексикологія вважає, що «неологізми» – це лексичні одиниці, які з'явилися пізніше за встановлений часовий проміжок. Багато лінгвістів вважає, що цей проміжок почався від періоду Другої світової війни, а інші датують цей період від 1956-1957 року, який пов'язаний з періодом розвитку космічних відкриттів та першими досягненнями в техніці. Отже, неологізм можна розглядати як із суб'єктивної, так і з об'єктивної точки зору.

Для розділення понять у лексикології і відмежування вже закріплених у мові понять та одиниць на позначення нових слів вживають такі терміни: «новоутворення», «неоодиниця», «неологізм», «інновація», «неослово» та «неотвір». З точки зору наукового обґрунтування терміна «неологізм», він позначає нове слово (стійке сполучення слів), нове або за формою, або за

змістом. Ю. Н. Антюф'єва зауважує, що інновації – це «новотвори, запозичення, а також перерозподіл значень у видах і жанрах мовлення; це і відродження слів і висловів з минулих епох» [4, с. 43]. Т. Е. Єгошина розуміє термін «неологізм» як «знову створене на матеріалі рідної мови у повній відповідності до існуючих в мові словотвірних моделей (рідше запозичене) слово чи словосполучення, яке позначає нове, раніше невідоме поняття, предмет, галузь науки, рід заняття, нову професію тощо» [35, с. 49].

Термін «неологізм», безперечно, пов'язаний із суміжними поняттями на позначення неореалій, та є «найпридатнішим» для життя в лексичі. Він вживається разом із «інновація», «потенційне слово», «оказіоналізм», «неовитвір», однак, це викликає сумніви щодо їх співіснування у багатьох мовознавців. Часто визначення «істинного» неологізму потребує глибокого аналізу, тобто аналізу лексичної одиниці, яка може стати «потенційним» неологізмом, на відміну від okazіоналізмів [40, с. 82]. Це свідчить про багатоплановість та неоднозначність неологізмів, проблему їх визначення та непросту структуру.

Лінгвісти виділяють такі види неологізмів:

а) власне неологізми (форма нового слова пов'язана із формою нового змісту): «*Curious to know more about the freegan movement?*» – «*Цікаво дізнатися більше про рух фриганів?*» [104]. «*Freegan*» – по-українськи цих людей називають так само: «фригани». Вони відмовляються брати участь у брудних фінансових справах і намагаються не купувати взагалі нічого, зокрема і їжу. А навіщо купувати, якщо ось ті банани у сміттєвому бачку, за супермаркетом мають цілком апетитний вигляд? А йогурт, можливо, і не прострочений? І не морщиться: фриган – слово-неологізм на тлі поточної економічної ситуації цілком актуальне;

б) транснамінація (слово набуває новизни, а форма слова передає відоме раніше поняття): «*He has his own textretary to send messages*». – «*У нього є власний штурман-секретар для надсилання повідомлень*» [109]. «*Textretary*» – жартівливе слово, яке утворилося від «*text*» і «*secretary*». Воно означає

людину, яка друкує повідомлення за іншу, що знаходиться за кермом. Точного відповідника українською немає, але описово можна перекласти як «штурман-секретар»; *«Your jewelry collection is not complete until you add an amazing, dazzling pair of chandelier earrings»*. – *«Ваша колекція ювелірних виробів не буде повною, поки не додасте неймовірну, сліпучу пару масивних сережок»* [100]. «Chandelier earrings» – ідеться про «масивні сережки» з намиста, дорогоцінного каміння тощо. Сережки стають настільки «складними», що нагадують люстру;

в) переосмислення (семантичне) – форма слова залишається старою, а зміст передає нове значення [30, с. 36]: *«Simply put, cloud computing is the delivery of computing services – servers, storage, databases, networking, software, analytics, intelligence»*. – *«Простіше кажучи, зберігання даних у хмарі – це постачання обчислювальних послуг – серверів, зберігання, баз даних, мереж, програмного забезпечення, аналітики, інтелекту»* [97]. «Cloud computing» – можливість зберігання даних та інформації на серверах, доступ до яких відкривається через Інтернет. Українською мовою цей термін відомий як «зберігання даних у хмарі»; *«We’ve all thought about it, but some of us never actually go through with it, but taking part in the dryathlon is actually very good for you, and we’re going to show you how»*. – *«Ми всі думали про це, але дехто з нас ніколи не проходив через це, але участь у драятлоні насправді є дуже корисною для вас, і ми збираємося показати вам, як це зробити»* [99]. «Dryathlon» – «драятлон», тобто період утримання від алкогольних напоїв, у ході якого (у деяких випадках) любитель випити зекономлені кошти перераховує на благодійність.

Найбільший пласт лексики останніх років становлять неологізми першого виду. Таке явище можна пояснити потребою людства дати найменування новим поняттям, які утворилися в результаті стрімкого розвитку науки та техніки [37, с. 10].

Виділяють найголовніші чинники, що впливають на формування неологізмів:

а) на британський варіант словникового складу має вагомий вплив американський варіант. На даний момент американський варіант словникового складу є першоджерелом інтенсивного збагачення британської лексики, а саме: словниковий склад першого частково відображає лексику другого варіанта;

б) розвиток суспільства – це процес перманентний, його доповнює розвиток думок та поглядів на події дійсності, пошук методів удосконалення та пізнання, а становлення нового виду світосприйняття вимагає такого ж стрімкого розвитку лексичного складу, і, відповідно, засобів для номінації нових понять та явищ дійсності;

в) семантична деривація, внаслідок чого слова розширюють свій обсяг і таким чином формуються нові значення відомих лексем;

г) так звана мовна економія, або таке інноваційне поняття як «мовна креативність», адже лексичний склад мови не збагачується формально новими лексемами, але існуючі в мові слова змінюють свою семантичну структуру за допомогою похідних значень;

г) мовне переосмислення, в якому український лінгвіст О. Стишов виділяє звуження семантики слів, розширення значення слів, модифікацію значення слів через субституцію, термінологізацію та детермінологізацію;

д) метонімічне перенесення, адже метонімічні утворення, головним чином, виконують номінативну функцію, на відміну від метафоричних, які, крім найменування нових явищ, часто виражають яскраву експресивну оцінку [43, с. 80].

За останні роки семантичні інновації (переосмислення) становлять найбільшу частину лексики. Це зумовлено потребою людства дати номінацію новим реаліям дійсності, найменувати події, що відбуваються в конкретний час та епоху. Семантичною неолексикою називають уже існуючі в мові форми слів, але в новому значенні. Так, виділяють варіанти інновацій:

а) попередня форма повністю зазнає змін і втрачає своє старе (попереднє) значення;

б) семантична структура лексичної одиниці набуває додаткової (прирощеної) семи або лексико-семантичного варіанта (далі ЛСВ). У семантичній структурі слова з'являється ще одне приращення смислу (сема) або ЛСВ. Тут розрізняють контамінацію (поєднання змісту двох близьких за звуковою формою одиниць) та атракцію (взаємотяжіння однорідних за змістом слів) [56, с. 107].

Одиниці другого варіанта превалюють у мові останніх років. Наприклад: «*Hong Kong covered a large part of the population in our Country*». – «Вірус, який колись охопив Гон Конг, накрив велику частину населення нашої країни» [101]. Так, слово *Hong Kong*, яке є назвою міста розширило своє значення і стало означати «один із вірусів грипу, штам якого виділено під час останніх епідемій». Найуживанішими новими лексичними одиницями в сучасній англійській мові є: «*A day in the life of a Twintern*». – «День з життя твінтерна» [100]. «*Twintern*» – «твінтерн» (від *intern* + *twit*) СМС-ник, людина (інтерн), яку найняли в компанію виключно для роботи з СМС; «*There was a lot of going current trend on NY exhibition*». – «На виставці в Нью-Йорку було представлено багато сучасних напрямків». «*I thought he was going to go bananas*». – «Я думав, що ще трохи, – і він збожеволіє» [109]. «*I was out of your final test's answer*». – «Я був розчарований твоєю остаточною відповіддю на екзамені» [109].

Лексична одиниця «*box*» має кілька значень і приращене нове. Британський словник сленгізмів подає це слово з перекладом «*телевізор*». «*He seen me on box that night*». – «Він бачив мене по телику минулої ночі» [104]. В Америці воно виступає також сленгізмом у значенні «*портативний магнітофон*». У США *the tube* або *the boot tube* під час неформальної комунікації набуває ще одного додаткового значення в семантичній структурі – «*телевізор*» і є еквівалентом «*box*». Територіальне розташування та оточення впливає на значення того чи іншого слова, а саме *tube* розширює своє значення в британському варіанті. Лондонці розуміють під одиницею *tube* – «*місцеву станцію метрополітену*». Американський та британський

варіанти використовують прикметник *heavy* в значенні «переконливий». «*That's a heavy idea*». – «Це переконлива ідея» [109]. Серед семантичних інновацій простежується тенденція до абстрактивізму, розширення значень лексичних одиниць та ЛСВ. Звуження значень вже не характеризує сучасний період, як це було раніше. Семантичні неутворення можна часто зустріти в сленгізмах. Значення слова пов'язані такими відношеннями: концептоформа та денотат (явище, що він позначає).

Метафоризація також активно впливає на утворення семантичних неологізмів. Як один із способів смислового розвитку вона сприяє тому, що лексична одиниця, яка позначає якесь нове поняття чи предмет – відкритий або винайдений («переносне», похідне значення) продовжує зберігати зв'язок зі старим предметом; при цьому обидва є відносно схожими [69, с. 182]. Так, наприклад: «*The first well documented bubble company was the South Sea Company, which caused the South Sea Bubble in 1720*». – «Першою задокументованою шахрайською компанією була Компанія південного моря, що призвело до появи так званих «дутих» Компаній південного моря у 1720 році» [105]. «Bubble» – розм. «шахрайське підприємство» («пузир» символізує неперманентність, нестабільність, щось, що може також швидко зникнути, як і утворилось, фікція); «*Politicians want to promote the law concerning hard beefs on the first hearing*». – «На першому слуханні політики хочуть представити закон стосовно тяжких кримінальних злочинів». «Beef» – розм. «кримінальне обвинувачення» (концепт «м'ясо» уособлює щось криваве та вбивче, кровожерливе та огидне, а щоб отримати це «м'ясо», треба вбити тварину, а вбивство карається законом); «*Mall rats are young people who spend a lot of time hanging around in shopping malls with their friends*». – «Магазинні щури – це молоді люди, які проводять багато часу, вештаючись по торгових центрах зі своїми друзями» [100]. Лексичне словосполучення «mall rat» перекладається як «безпритульний, що просить милості біля торговельних центрів». Тут цілий вираз асоціюється із щурами, які нишпорять магазинами з метою знайти крихти від продуктів харчування, а така тварина є небажаним гостем будь-

якого закладу. Так само і «безпритульний» псує репутацію цілого закладу. Або, наприклад: «*The term happy slapping usually refers to relatively minor acts of violence such as hitting or slapping the victim*». – «*Термін щасливе побиття, як правило, відноситься до порівняно незначних актів насильства, а саме: удари або ляпаси потерпілому*» [93]. Неологізм «*happy slapping*», що означає «*напад молодих людей на перехожих, а також зйомку побиття на камеру мобільного телефону і поширення її згодом серед друзів і в Інтернеті*». Це стійке словосполучення є однією з найбільш поширених моделей словосполучення в англійській мові на метафоричній основі, де поєднується нове слово і нове значення [42, с. 11]. Метафоризація використовується не лише для перенесення значення одного слова на інше, а й для більш широкого розуміння, осмислення, сприйняття реципієнтом прагматичної ситуації. А. В. Янков зазначає: «Це зумовлено тим, що сприйняття метафори змушує реципієнта розгадати її задум, а, отже, – залучити до процесу декодування мовлення механізми розпізнавання її прагматичного коду» [24, с. 173].

Отже, неологізмами слід вважати нове слово або стійке словосполучення, нові або за формою, або за змістом, або за формою і за змістом, що володіють семою новизни протягом певного періоду часу. Вони володіють сформованими семантичними, прагматичними і стилістичними властивостями (ознаками) та сприймаються носіями, соціумом як нові і зафіксовані в словнику нових слів. Чинники, що сприяли розвитку семантичних неологізмів носять переважно позамовний характер, хоч вони були тісно пов'язані з інтралінгвальними. Особливо продуктивно відбуваються процеси розширення семантичного обсягу як у питомих, так і в запозичених словах, зокрема не лише в літературних, а й у словах повсякденного вжитку, переважно на основі метафори. Найпродуктивнішим способом семантичної деривації є метафора. Тому, що порівняння, яке лежить в основі метафоричного перенесення, є унікальним процесом мислення.

1.2. Метафора та мовна картина світу, когнітивна функція метафори

Метафора посідає важливе місце у формуванні МКС. Метафора – відображення всіх сфер життя людства. Сутність метафори пов'язана з фоновими знаннями адресата, з його життєвим досвідом, з етнічними традиціями нації, що є носієм певної мови. Метафора надає предметам чи явищам дійсності ознак, які відображаються в МКС і асоціюються з нею, і розглядає ситуацію, тобто текст, у цілому, показує оцінне ставлення до неї. Семантичне значення метафора спрямовує на характеристики предмета та його дії. Утворена метафорою МКС має такі ознаки: антропоцентричність та дерогативність (погіршення) [20, с. 315].

Антропоцентрична картина світу характеризується своєю направленістю на людину, тобто людина – міра всіх речей: «*I had a nose for this issue*». – «Я носом відчуваю це» [109]. «*Hold your tongue in!*» – «Помовч!» [109]. «*She was bedroom eyed*». – «Вона була спокусливою» [109]. «*He won this place up to his ears*». – «Він повністю виграв цю посаду» [109]. «*His nose was thumbed by neighbors*». – «Його зацькували сусіди» [109]. «*There isn't enough room to swing a cat and to hire one more person*». – «I так мало місця, а тут ще один робітник» [109].

Антропоцентрична картина світу належить до так званої «наївної» моделі МКС.

Основою процесів метафоризації виступає принцип антропоцентризму, де центром виступає людина і всі подальші значення будуть розглядатися через призму людського сприйняття. Цей принцип спрямований на формування взірцевих ознак, інколи стереотипних, які виступають мисленнєвими орієнтирами в процесі пізнання та сприйняття явищ дійсності [54, с. 248]. Так, наприклад, образи тварин дуже часто використовуються для передавання точної ознаки характеру людини, її дій: «*They said all politics were bullhead*». – «Вони кажуть, що всі політики – бовдури» [94]. «*Barber's cats*,

please close your mice and wright down the page». – «Балакухи, прикрийте, будь ласка, свої ротуки та запишіть сторінку» [109]. «*To be as silly as a sheep is not a diagnose*». – «Бути дурним – це не діагноз» [99]. «Pigheading is a good quality for the lawyer». – «Впертість це гарна якість для юриста» [93]. «Lion's share of kid's education lies on mum's shoulders». – «Значна частина виховання дитини лежить на плечах матері» [100].

Активізування процесу сприйняття реальної дійсності не тільки уможлиблюється, а виявляється невід'ємним, бо мова реалізує не тільки комунікативні цілі, але й виступає носієм інформації, що накопичувалась певними мовними групами, які живуть у певних мовних, соціальних, історичних та демографічних умовах, освоюючи мову в межах її швидкого розвитку, змінюючи та асимілюючи лексику. Таким чином, мова не тільки відображає, а й фіксує особливості, які прийнято вважати культурно-національним відображенням певного етносу чи народу, тобто носіїв мови. Мова і відображає дійсність, і створює її, причому робить це не «сухо», а із широким розмахом «фантазії», залучаючи різноманітні стилістичні прийоми та виражальні засоби [66, с. 239].

Значення метафори у МКС не перебільшене, адже вона забезпечує розгляд ще невідомого через призму уже пізнаного, що відображається в нових значеннях мовних та лексичних одиниць. В. Н. Телія вважає, що «метафора здатна служити засобом отримання нового знання, створюючи потужне асоціативне поле за допомогою обмеженого діапазону засобів виразності, зокрема образів або символів» [66, с. 245]. Визначальним є те, що МКС знаходить своє відображення у всіх сферах життя, розкриває поняття дійсності, на позначення яких використовуються вже існуючі засоби мови, які і виступають вторинною номінацією. Найголовніша роль метафори в тому, що непередметний світ формується на основі метафори і за її подібністю, а перше місце посідає людський фактор. Людина сприймає світ як вічне порівняння предметів чи явищ, пошук спільних та відмінних рис, аналіз цінностей. Продукт вторинної номінації виникає в результаті розшифрування або

декодування, пізнання людиною фактів, подій, відокремлених від предметної дійсності. Але таке відокремлення висвітлює лише образ сприйняття окремих рис, зіставлення стереотипів, що характеризують певну культуру, яка базується на конкретних релігійних, міфологічних чи історичних уявленнях [81, с. 103]. Таким чином, метафора – це поєднання абстрактного і конкретного, частини та цілого, образного та цілісного. Її можна сприймати як механізм, який запускає процес пізнання, активізуючи попередній досвід і культурно-соціальне надбання народу, його мовну обізнаність, щоб передати в мовній формі всі вторинні якості, які не характерні для об'єкта, тим самим відобразити наочно-невидиму МКС, сприйняту шляхом образних та вербальних мисленнєвих процесів, асоціативних ланцюжків певних понять та значень.

При формуванні МКС метафора – основний інструмент у створенні вторинних значень понять. Вивчення такого механізму перетворення – ось що цікавить сучасних мовознавців. Метафора завдяки національно-культурному контексту мови перетворює і видозмінює невидимий світ. Мовну картину світу багато в чому зумовлюють внутрішньомовні і міжмовні ідіоматичні явища, які є продуктом мови і мислення та надають унікальність, притаманну цій мові. Мовне відображення життєвих реалій є необхідним. Мова – це не тільки засіб спілкування, а й джерело інформації, століттями накопичене представниками тієї чи іншої культури, що живуть в певній місцевості з певними традиціями, соціальними умовами і розвитком [45, с. 167]. Таким чином, можна сказати, що мова – національно-культурне надбання народу. У сучасному світі існують різні канали, через які відбувається обмін думками. А мова є допоміжним механізмом у відображенні дійсності. На позначення непередметної суті часто застосовується лексико-синтаксичний зсув. При цьому є можливість мислити про події, предмети та явища як аналоги невидимого світу [45, с. 168]. Наприклад, метафорична модель «вибори президента – це змагання» має ще одне актуалізоване понятійне поле в українському і американському політичному розумінні. Суспільна тематика

зазначає: *Obama vs McCain: the polls* [93]. У даному прикладі використано характерне для боксу скорочення *vs* (= *проти*). Такі метафори розкривають зв'язок буквального значення й реального смислового навантаження висловлювання.

Одним із поширених прийомів відтворення МКС є аналіз метафоричної поєднуваності слів образної семантики, що відображає «чуттєве сприйняття», точний образ, що зіставляється з наївною картиною світу даного «абстрактного» поняття й уможливорює допустимість у мові певного класу словосполучень [87, с. 229]. Так, наприклад: «*I was guilty conscience*». – «Я був змучений докорами сумління» [109]. «*Guilty conscience*» (докір сумління) – можна зробити висновок, що сумління звинувачує людину в тому, що вона скоїла, із наміром викликати почуття провини; «*Got about a medium buzz on right now*». – «Мене все ще нудьга гризе» [109]. «*Medium buzz*» (нудьга гризе) – можна зробити висновок про те, що «нудьга» в англomовній картині світу – це звір; «*But after those people died, you were in a practically catatonic state*». – «Але після смерті тих людей ви практично розчавлені горем» [105]. «*Practically catatonic*» («розчавлений горем») – горе настільки давить на ментальну сутність людини і здається, ніби воно потроху тисне на неї, притискаючи людину до землі. Вирази типу «*medium buzz*» і «*practically catatonic*» пропонують дві ситуації (які відповідають тому, що в теорії метафори іноді називається «джерелом» і «метою»): одна, «невидима», «абстрактна», уявлення, яке ми хочемо передати (тобто є нашою «метою»), а інша, «видима», «конкретна» (є «джерелом» інформації, засобом створення потрібного уявлення).

Головна проблема теорії метафори полягає у визначенні механізму її утворення. Серед численних концепцій можна виділити такі:

1) інтеракціоністську у двох різновидах: психолінгвістичному і логічному – перший репрезентує поєднання при метафоризації двох думок про різні речі, на основі якого створюється референція та новий смисл про новий об'єкт; другий пояснює метафору як взаємодію двох різних

референтів – «гетерогенність цих референтів і супутні асоціативні комплекси дають змогу виходити за їхні межі і створювати принципово нову інформацію»;

2) асоціативну як відсутність алгоритму перенесення: метафора виникає через дифузне асоціативне поєднання двох понять, предметів;

3) концептуально-антропоцентричну: метафора ґрунтується насамперед на інтенції, меті, мотиві суб'єкта;

4) тричленну механістичну: метафора є перенесенням значення від вихідного слова на результуюче через суміжне поняття;

5) можливих світів: при перенесенні відбувається зіткнення смислів як можливих фіктивних понять;

6) антропометричну: задум, мета, намір людини, що створює додаткове поняття, яке ґрунтується на компонентах асоціації, певних ореолів (обрамлень) або знань – культурних, особистісних, наукових, так виникає припущення схожості; контекст фокусує адресата; наступною йде фільтрація, тобто поєднання нового зі старим і утворення третього значення в новому концепті [66, с. 246].

Питання про сутність процесу метафоризації виникало перед багатьма дослідниками, йому присвячено велику кількість наукових робіт не тільки лінгвістів, перекладачів та перекладознавців, але й психологів, бо сам процес відбувається в людській свідомості, де формується уявлення про навколишній світ та відображаються події дійсності. Тим не менш, проблема метафоризації значення й надалі залишається невирішеною. Метафоризація утворює новий зміст у результаті роботи когнітивних механізмів, а не замінює одне слово іншим [70, с. 224]. Тут постає питання про утворення метафоричного значення.

У другій половині 1970-х років почали з'являтися нові погляди прихильників різних теорій метафори, так наприклад:

а) М. Флюдернік, вважає, що метафора має два суб'єкти, перший несе основне значення, а другий допомагає під час асоціативного процесу. Перший

додається до другого й вони разом утворюють нове значення, це уможлиблює вилучення характеристик основного суб'єкта та їх накладання на допоміжний. М. Флюдернік підкреслює, що метафоризація – це фільтрація значень, а осад, що залишається після фільтрації допомагає пробудити в адресата асоціативні враження, що є спільними для різних етнографічних груп і викликає однакове судження про предмет чи явище [75, с. 185];

б) Н. Д. Арутюнова вважає порівняння головною складовою метафоризації. Порівняння базується на пошуку спільних та відмінних ознак, може встановлювати зв'язки паралелізму [8, с. 149];

в) Р. Гібс описує процес метафоризації таким чином: 1) ми сприймаємо позначуване явище на слух та зорово, відчуваємо предмет чи явище, аналізуємо його, порівнюємо з іншими схожими, даємо назву; 2) ми не бачимо це явище або предмет, але маємо про нього образ, що вже позначений певною одиницею, потім наділяємо його новим значенням [76, с. 394];

г) М. Коєн писав, що головне в метафоричному процесі – це розмежувати поняття в людській свідомості так, щоб відобразити зміну багатообразності значення. Неоднорідні поняття комбінуються за допомогою нових ознак, що уможлиблює використання назви одного для найменування іншого [90, с. 62];

г) В. Н. Телія сприймає метафоричний процес як взаємодію одного поняття з іншим. Вона бачить метафору як «острів», оточений «сутностями»: концепт, мета, основа, тобто формуюча думка про світ (предмет, явище, властивість, подія, факт). Кожну з цих сутностей супроводжує асоціативний комплекс – енциклопедичне, національно-культурне знання і власне індивідуальне уявлення. Звичайно, всі ці сутності й процеси діють не по черзі, синхронно. Пріоритет у часовому плані В. Н. Телія віддає задуму й меті [66, с. 250];

д) Ніколас Тьорнеке зазначає, що метафоризація – це перенесення значення, яке поширює «первинне значення одиниці» на об'єкти, які раніше не розглядалися під таким кутом зору [108, с. 120];

е) Дж. Лакоф розглядає процес метафоризації з точки зору «активно-пасивного» акту, а сприйняття метафори та її інтерпретацію – як «пасивно-активний» акт. Необхідною умовою розуміння метафори (її адекватної інтерпретації) є певний рівень мислення суб'єкта, який сприймає метафору [79, с. 68].

Когнітивна теорія метафори є найрозповсюдженішою серед великої кількості теорій метафор. Когнітивне обґрунтування задане зосередженістю на концепті людина, тобто антропоцентричності. Метафора, зародження якої відбувається невимушено в мисленні, ґрунтується на здатності людини вилучати та будувати асоціативні зв'язки між різнорідними поняттями. Така теорія розглядає метафору як когнітивний процес і вбачає в ньому засіб установлення концептів значень, що робить можливим осмислення тієї чи іншої дійсності в межах структур, сформованих на основі досвіду, отриманого в інших сферах життя. Дж. Лакофф вважав, що метафора проникає в наше повсякденне життя й реалізується не на рівні мови, а в когнітивній здатності розуму [78, с.195]. Наша система сприйняття світу є метафоричною за своєю основою. Лінгвіст зазначає, що метафора спрощує мисленнєвий процес, установлює межі, усередині яких ми реалізовуємо співвіднесення абстрактно-асоціативних концептів.

Отже, сучасна мовна картина світу являє собою сукупність елементів, конструкцій і асоціацій, які прийшли з більш ранніх систем, доповнених сучасними тезами й асоціативним сприйняттям. Усе це служить добрим підґрунтям для створення принципово нових понять, які народжуються в людській свідомості і створюють нові образи дійсності. Причому, основним інструментом в асоціативному відображенні невидимого світу є мовна сутність. Результати останніх наукових розробок (П. Ньюмарк [88], Ніна Штрітцлер-Левіні [91], Н. Д. Арутюнова [6], В. Н. Телія [66], К. Бюлер [20] та інші) дають підставу вважати, що метафора бере активну участь у формуванні концептуальної картини світу, відіграє вкрай важливу роль в інтеграції вербальної і образно-чуттєвої систем людини, а також є ключовим

елементом категоризації мови через реалізацію художнього концепту. Метафора об'єднує різнокласові поняття, а їх зміст визначається як категоріальний зсув. Метафора переміщує об'єкт з одного класу, до якого він входив, і включає його в категорію іншого, до якого з точки зору раціональності він ніяк не може бути віднесений. Зіставляючи одне, метафора протиставляє інше. Метафора характеризується одноплановістю семантичної системи. Аналіз метафори включає такі компоненти: основний і допоміжний суб'єкти метафори, співвіднесеність характеристик одного суб'єкта/ об'єкта та іншого. Однак, залишається багато невизначених, прихованих властивостей метафори і складової її семантики, що допускає різне тлумачення самого поняття. Можна стверджувати, що метафора є одним з основних інструментів створення МКС. Оскільки форма і зміст пов'язані одне з одним, то й мовна картина впливає на асоціативну форму відображення дійсності. Когнітивну метафору можна визначити як одну з форм утворення концепту поняття, що відображається в сприйнятті одного через інше. Метафора – це один з основних способів пізнання дійсності, називання об'єктів та явищ, формування художніх образів, понять та знань. Метафора – це не мовне явище, а явище концептів. Вона виконує функцію номінації, активізацію когнітивної свідомості, художню та смислову функції. Метафора ґрунтується на семантичних і концептуальних знаннях людини, на знаннях людини про навколишній світ, а також на категоріальних і соціальних знаннях людини.

1.3. Особливості визначення та утворення метафор-неологізмів у МКС

Мовна картина світу – «це зафіксована в мові і специфічна для даного колективу схема сприйняття дійсності» [7, с. 483]. Традиційно в лінгвістиці мовна картина світу, з одного боку, протиставляється науковій, або концептуальній картині світу, а з іншого, пов'язана з нею (К. Бюлер [20],

І. І. Гуменна [29], В. Л. Кравченко [46], Джордж Лакофф [49], О. А. Корнилов [45], В. М. Телія [66]). Концептуальна картина світу становить універсальне знання, що формується на основі фізичного, чуттєвого і, що важливо, культурного досвіду людини. Мова вербалізує знання про національну концептуальну картину світу, зберігає її, поповнює і передає з покоління в покоління [45, с. 105]. У мові відображаються риси екстралінгвальної дійсності, які є актуальними для носіїв певної мови, і вони оцінюють світ з погляду, сформованого рідною мовою, що співіснує з концептуалізацією світу й характеризує конкретну культуру. Це простежується в такому мовному явищі, як метафора-неологізм.

Часові межі віднесення одиниці до неологізму з моменту входження слова в мову коливаються від кількох років до кількох десятиліть. Питання про сприйняття носіями мови лексичної одиниці як «нової» і «свіжої» також є дискусійним, оскільки різні соціальні та професійні групи можуть неоднозначно оцінювати її статус (сприйняття багатьох економічних, комп'ютерних термінів економістами, професійними користувачами комп'ютерів і представниками інших верств населення) [88, с. 198]. Під метафорами-неологізмами ми розуміємо нові ЛСВ, а також складні слова і словосполучення, утворені шляхом метафоричного переосмислення окремих компонентів або слів/ словосполучень, зафіксовані в мові за останні 5-10 років [62, с. 119]. Під метафорою-неологізмом П. Ньюмарк розуміє метафоричні неологізми, багато з яких «анонімні» і широко розповсюджені в мові оригіналу [89, с. 233].

Неометафора посідає визначне місце у формуванні лексико-семантичної системи англійської та української картин. Причиною існування та використання таких одиниць є позамовна (стрімкий розвиток науки та техніки, політичні, економічні, культурні, соціальні зміни, що відображається в усіх сферах життєдіяльності людства). Обидві мови фіксують найпоширеніше використання метафор-неологізмів у таких семантичних сферах:

а) сленг і термінологія мови високих технологій, наприклад: «*DJI Spark is a mini drone with a powerful 2-axis gimbal camera*». – «ДЖІ Спарк – це міні-дрон з потужною двошаровою камерою» [97]. «Drone» перекладається як «трутень», «нероба», «гудіти», «дзижчати», а вигляд має схожий на міні-гвинтокрил, але з вмонтованою камерою. Під час процесу зйомок, у польоті, він продукує звук, схожий на гул, або гудіння, що й подібне до похідного значення, тому «безпілотний літальний апарат» має таку назву;

б) соціум: «*A tendency of madam cougar in a modern society*». – «Тенденція жінки середніх років, яка шукає романтичні стосунки з молодим чоловіком у сучасному суспільстві» [93]. «Cougar» – так називають «жінку середніх років, яка шукає романтичні стосунки з молодим чоловіком». У цьому випадку іменник «cougar», що означає «пума», «ягуар», набув ще одного значення, базоване на схожості звичок хижака й осіб жіночої статі;

в) політика: «*The politician dropped an f-bomb during an interview*». – «Під час одного з інтерв'ю політик нецензурно вилаявся» [100]. «F-bomb» – вживається в мові, замість «fuck». Відповідає українському «мати-перемати». Часто використовується у словосполученні «drop an f-bomb», коли диктори намагаються описати стан мовлення політиків;

г) загальнопобутова лексика: «*23 people reveal the most horrifying bridezilla moments they've ever seen – and they'll make you want to stay single*». – «23 людини розповідають найжахливіші моменти брайдзіл, які вони коли-небудь бачили – і вони змусять вас залишатися незаміжніми» [94]. «Bridezilla» – це поєднання двох слів – «bride» і «Godzilla» (чудовисько з фільмів жахів). Це слово використовується для опису жінки, яка готується до весілля, але при цьому незговірлива і прискіплива, постійно втручається в процес підготовки. В українських текстах, зазвичай, використовується транслітерація – «брайдзіла», описовий переклад – «наречена, яка всіх дістає».

У сучасній англійській мові активно здійснюється інтенсифікація різних процесів, що відображає спільний вплив внутрішньомовних і

екстралінгвістичних закономірностей. Серед цих динамічних процесів виділяються переміщення лексики в процесах відновлення МКС, що в кінці ХХ – на початку ХХІ століття викликані когнітивно-дискурсивними факторами. Цей процес характеризується, перш за все, соціальною детермінованістю, найбільш повно відбиває пристосування мови до постійно змінюваних дискурсивних умов її функціонування і є свідченням динамічного мовного розвитку [75, с. 325]. Наприклад: «*It is better to hype than working hard*», said an American teenager from Boston». – «*Краще хайпувати, ніж важко працювати*», – сказав американський підліток з Бостона» [105]. «To hype» – «*надурити*», існує кілька версій походження слова. За однією з них, hype є скороченням від «*hyperbola*». За іншою, – від «*hyper*», «*понад*». Згідно з тлумачним словником видавництва Meriam-Webbster, слово в дієслівній формі з'явилося близько 1931, а як іменник зафіксоване в 1951 році. Походження не встановлено. Зараз використовується як сленгізм у буквальному перекладі – «*хайпанути*», а саме «*пропіаритись за рахунок дурної слави*» або «*агресивна і нав'язлива реклама, метою якої є формування переваг споживача*». У результаті дії когнітивних процесів виникла потреба значних лексичних ресурсів, які опинилися в периферійному шарі лексики. Процес їх актуалізації свідчить про загальну тенденцію до переміщення лексичних пластів в напрямку від периферійних ділянок мовної системи до її центру.

Оновлення мовної картини світу значною мірою визначається активізацією процесів семантичної неологізації. Залежно від характеру виникнення нових значень слова семантико-когнітивними механізмами неологізації виступає метафоризація. У процесі неологізації метафора являє собою стійкий механізм утворення семантичних інновацій, у результаті дії якого відбувається перекатегоризація вже відомого, підведення його під нові категорії [77, с. 250]. Наприклад: «*Using technology to bully is a problem that's on the rise. The good news is awareness of how to prevent cyberbullying is growing even faster*». – «*Використання технологій для знуцання є проблемою, яка постійно розповсюджується. Доброю новиною є усвідомлення того, як*

запобігти поширенню кібербулінгу» [93]. «Cyberbullying» по-перше, «bullying» – це «цькування», новий феномен у суспільстві, який формується в колективі. А по-друге, іменник означає «спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку з метою залякування або погроз». Використовується для позначення віртуального переслідування або моніторингу кого-небудь. В українській мові застосовується слова і словосполучення: «кіберзалякування», «кібербулінг» і «віртуальне переслідування».

У процесі змінювання мовної картини світу найбільшою продуктивністю відзначається такий семантико-когнітивний механізм неологізації, як метафоризація. Метафоризація створює можливість використання деривативних потенцій джерела неологізації в процесі концептуалізації нового сенсу, результатом якого є формування нових концептів [73, с. 114]. Наприклад: «How to avoid of being spined during the elections?» – «Як уникнути обману під час виборів?» [104] «To spin» має дослівний переклад «обертатися», «кружляти». Перекладається українською мовою як «медійний глянець», «медійні маніпуляції», тобто подавання інформації з наміром маніпулювати думкою глядачів або читачів, те саме, що й «маніпулювати людською свідомістю». Може використовуватися в словосполученнях: «spin doctor» (майстер медійних маніпуляцій), «spin merchant» (фахівець для роботи з громадськістю та ЗМІ). Будучи особливо ефективною для осмислення нових реалій, метафора як когнітивний інструмент пізнання, структурування й пояснення дійсності, дозволяє відкрити нові грані в розумінні когнітивно-дискурсивних процесів виникнення нового в мові у зв'язку з модифікованим сприйняттям дійсності і змінюванням раніше складеної МКС.

Таким чином, можна стверджувати, що спільним для досліджуваних мов є збереження основної системи моделей метафоричних перенесення. При цьому, незважаючи на дію цілої низки екстралінгвістичних факторів зміни мов (комп'ютеризація, глобалізація), українська і англійська картини світу не втрачають своєї національної специфіки. Поява метафор-неологізмів спочатку

стимулюється когнітивно-мовною прагматикою. У складі кожного пласту лексики виникнення нового слова сприймається як антропоцентрично орієнтований механізм, який має своє особливе призначення: обслуговувати й висловлювати комунікативно-прагматичні наміри комунікантів: номінативні, експресивні й образно-оцінні. Прагматичний зміст нового знака включає в себе все те, що виходить за межі когнітивного компонента значення неологізму. Сутність семантичної структури нового метафоричного слова багато в чому визначається поєднанням когнітивного і прагматичного компонентів: перший – ширше і багатше; другий – конкретніше і глибше. Нові метафори, зафіксовані на конкретному часовому зрізі, найбільш яскраво відображають процеси динамічного розвитку МКС, внаслідок чого потребують різноаспектної лінгвістичної інтерпретації. Всебічне осмислення даної проблеми пов'язане з проникненням у таємниці когнітивно-дискурсивної діяльності людини.

1.4. Методологічні характеристики й принципи організації проведеного дослідження

Сучасна преса повною мірою розкриває особливості як культури країни, так і самої мови. Тому газетний текст широко використовується при вивченні мови і культури англomовних країн. При створенні МКС треба враховувати, що мова преси – це універсальна ланка, яка має спеціалізований характер. Пресу можна розбити на такі категорії: преса новин (високий клас якості), преса думок (середній клас), глянцева (розрахована на широкий загаль, до неї входить так звана бульварна або «жовта» преса). Ця класифікація спрямовує свою орієнтацію на різну аудиторію стосовно потреб і бажань читача. Класифікація видів преси в даному дослідженні заснована на принципах відбору читачької аудиторії.

За О. О. Селівановою [65], базові методи сучасної лінгвістики тексту належать до функціональної парадигматики, міжпарадигмальних або комбінованих методів мовознавства. Цю тезу можна поширити й на публіцистичні тексти. Аналіз текстів англomовної преси в ракурсі метафор-неологізмів має ґрунтуватися на комплексному методологічному підході.

Для досягнення поставленої мети в ході дослідження було застосовано такі методи: порівняльно-історичний метод, дескриптивно-порівняльний метод, метод контент-аналізу, метод суцільної вибірки, словотвірний аналіз (як різновид аналізу морфологічного), метод аналізу та синтезу, метод компонентного аналізу, метод контекстуально-семантичного аналізу, комунікативно-прагматичний підхід, аналіз лексикографічних джерел і словникових дефініцій, когнітивний метод, метод кількісного аналізу [65, с. 285].

Порівняльно-історичний аналіз використано з метою простежити зміну значень лексичних одиниць багатозначних слів у діахронічному відношенні та зробити припущення стосовно причин семантичних змін значень.

Дескриптивно-порівняльний метод використано з метою проаналізувати особливості будови та існування метафор-неологізмів на певному часовому етапі розвитку англійської мови, щоб охарактеризувати особливості стилю текстів англomовної преси, простежити інтро- та екстралінгвістичні чинники, що сприяли збагаченню лексичного складу англійської мови за період 2015-2018 рр. та використанню метафор-неологізмів у проаналізованих текстах. Цей метод поєднувався з інтерпретаційно-етимологічним аналізом. Ідеться про декодування авторського неометафоричного задуму висловлювання і виявлення в них соціокультурних відображень мови. Етимологічний підхід уможливило виявлення не тільки вихідного значення, а й причини, умови, що сприяли становленню їх неометафоричного статусу. Аналітичний підхід слугував для узагальнення отриманих результатів дослідження та їх систематизації.

Метод компонентного та контекстуально-інтерпретаційного аналізу, що становлять різновид функціонального парадигмального методу О. О. Селіванової, використано для розкриття смислового наповнення метафор-неологізмів, аналізу їх семантичної структури та виявлення функційних характеристик метафор-неологізмів певної культури [65, с. 289].

Контент-аналіз використано для встановлення співвідношень у межах аналізованої нової лексики, інакше кажучи, визначити інформаційний масив, який необхідно проаналізувати. Для досягнення поставленої мети потрібно оперувати інформацією про природу аналізованого масиву.

Метафорика текстів досить докладно вивчалася Дж. Лакофф [78] та його послідовниками, у тому числі і в межах контент-аналітичної методології; було виявлено, що, наприклад, зростання частотності військової метафори є одним з корелятивів посилення напруженості в суспільстві.

Суцільна вибірка – основний пласт лексики, яка розглядається в дослідженні, а саме 240 метафор-неологізмів, які відображають нові поняття сучасної преси. Серед вибраних мовних одиниць є лексичні та семантичні інновації, різні за частиномовною належністю, утворені різними способами творення на основі питомого або запозиченого мовного матеріалу. Досліджено активність використання та функціонування метафор-неологізмів на базі газет та журналів англomовної преси.

Багатогранність природи метафоризації лексики преси в сучасній англійській мові та неологізмів як результату неологічного процесу вивчаємо також за допомогою аналізу та синтезу. У поєднанні ці два методи уможливлюють дослідження метафор-неологізмів англomовної преси з точки зору утворення нових лексичних одиниць та значень [65, с. 290].

Комунікативно-прагматичний підхід лежить в основі дослідження лексичних одиниць у прагматичному аспекті, функціональних особливостей нових найменувань, які формують «їхню прагматичну цінність у різних актах комунікації» [13, с. 186]. Цей підхід розкриває комунікативні потреби:

прагнення означити нове поняття, надати дефініцію поняттям, які вже мають назву, для репрезентації експресивності, оцінювання значення.

Аналіз лексикографічних джерел і аналіз словникових дефініцій є засобом, за допомогою якого визначаються семантична структура неологізму та її можливі варіанти, а також уточнюються семантика та етимологія мовних одиниць. Аналіз здійснювався на основі тлумачних словників таких, як MacMillan Dictionary for Advanced Learners [86], Longman Dictionary of Contemporary English [83], The Oxford Dictionary [103] та Інтернет платформи Word Spy [109], укладених на основі постійно оновлюваних корпусів усних та письмових текстів.

Також використано когнітивний метод, що допомагає переосмислити значення метафор-неологізмів на ментальному рівні, лінгвокультурологічний метод уможлиблює їх інтерпретацію відносно соціокультурних особливостей даної мови [65, с. 292].

Тематичний аналіз уможливив реалізацію неометафор у текстах англomовної преси різної тематики, а саме: політика та економіка, суспільство, комп'ютерна сфера та Інтернет з метою виявлення найсприятливіших сфер життя, в яких виникають нові явища та поняття, що потребують метафоричного трактування.

Кількісний аналіз показав продуктивність та інтенсивність поповнення лексики англійської мови неометафорами з різних сфер життя суспільства для визначення їхніх кількісно-якісних характеристик.

У ході дослідження використано технічні методи аналізу, а саме: суцільна вибірка неологізмів за період 2015-2018 рр. з англomовних газет, журналів та їх електронних версій.

Отже, у загальному методологічному плані ми виходимо з принципів, які підтримувала академік О. О. Селіванова [65]. Важливим є те, що даний підхід тяжіє до абстрагування загальноприйнятих теоретичних засад. Традиційні погляди щодо методів дослідження неометафор інших науковців є також цінними, але, на нашу думку, не забезпечують достовірності

результатів. Необхідною методологічною складовою аналізу метафор-неологізмів є семантичний аналіз мовних одиниць з погляду лексики та стилістики, оскільки саме лексико-стилістичні характеристики метафор-неологізмів, ужитих у текстах англомовної преси, позначають не тільки характеристики певного явища або предмета, а й відображають образ самого автора як носія мови на певному етапі її розвитку. Також ідеться про роль неометафоричних виразів у поєднанні з комунікативно-прагматичним аспектом.

РОЗДІЛ 2

ВИКОРИСТАННЯ МЕТАФОРИЧНИХ НОВОТВОРІВ ЯК ОДНОГО ІЗ СПОСОБІВ СТВОРЕННЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

2.1. Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу в текстах англомовної преси

Метафора є засобом номінації і створення мовної картини і при її використанні краще сприймаються абстрактні поняття і складні ситуації. В останні десятиліття в сучасній лінгвістичній науці досить актуальним є вивчення процесу метафоризації в когнітивному і лінгвокультурологічному аспектах, утворення метафор-неологізмів (метафоричних неологізмів) [10, с.103]. До таких метафор можна віднести: *«These seek business tie-ups as a way to partly compensate for resource scarcity due to budgetary restrictions»*. – «Це направлено на створення ділових союзів, щоб частково компенсувати брак ресурсів внаслідок бюджетних обмежень» [100]. «*Tie-ups*» – у значенні «корисні фінансові зв'язки». Деякі метафоричні неологізми позначають нові поняття. При їх перекладі слід керуватися принципами перекладу неологізмів: *«A startup is usually a company such as a small business, a partnership or an organization designed to rapidly develop scalable business model»*. – «*Стартап* – це, зазвичай, компанії за типом малого бізнесу, партнерства або організація, створена для того, щоб швидко розробити масштабовану бізнес-модель» [104]. «*Start up*» – описовий переклад «недавно заснований бізнес» або транслітерація – «*стартап*». Англомовна преса публікує тексти різних сфер життєдіяльності: політичні, економічні, соціокультурні, розважальні, медичні та інші. Тому саме англомовна преса є невичерпним джерелом метафор-неологізмів. В англомовній пресі метафори-неологізми найчастіше закріплюються в таких семантичних сферах: терміни і сленг лексики високих технологій, соціальна, економічна, політична і побутова лексика.

Продуктивність метафоричних новотворів пов'язана з тим, що такий спосіб семантичної деривації зумовлює осмислення внутрішньої форми. Це уможливорює, так званим *native speakers*, точне розмежування основних концептуальних ознак, що належать описуваному явищу і визначають ставлення до цього явища [96, с. 569]. Це є причиною реалізації метафор-неологізмів як форми репрезентації сучасної мовної картини світу британського етносу через друковану мову преси.

Мовна картина світу, що представлена в метафоричних підсистемах англійської та української мов, є антропоцентричною, це зумовлено тим, що в центрі лежить концепт «людина». В екстралінгвальному сенсі метафори англійської преси отримують нову метафоричну номінацію, а саме: реалії, публікації на тему спорту, сфера розваг, економічні та соціальні статті, кримінальна хроніка [85, с. 91]. На передній план виходить сфера ІТ-технологій, яка представлена як сфера комунікації комп'ютера і людини. Джерелом метафоризації новотворів мови виступають однакові семантичні сфери англійської та української мов. Процес відрізняється лише добром певних модулів порівняння при формуванні метафоро-неологічних похідних.

Через стрімкий розвиток ІТ-технологій публікація статей даної галузі збільшилась у кілька разів. Мова англійської преси є мовою інформаційного спілкування. Одні і ті самі найменування дають позначення різним явищам у мові комп'ютерній та в загальноживаній. Так, наприклад, із англійських публікацій прийшли такі метафори-неологізми: «*These ribs are delicious but I have to keep my iFinger clean*». – «Ці реберця – неймовірні, але я повинен залишити мій інтернет-палець чистим» [109]. «*iFinger*» – реально існуючий термін, який означає «палець, який ми спеціально залишаємо чистим під час їжі, щоб користуватися смартфоном або планшетом». В англійській та українській мовах метафоричні неологізми вказують, по-перше, на комп'ютер і його програмне забезпечення, а потім вже – на людину-користувача і програміста: «*gloatgram*» – фотографії в мережі Інстаграм, що демонструють цікаве життя їх автора, подорожі або їжу. Українською жартома можна

перекласти «хвастограм». Серед прикладів метафор-неологізмів англомовної преси наявний і зворотний процес. Поява нового явища або предмета спричиняє старіння вже існуючого поняття [80, с. 301]. Так, сучасна лексика комп'ютерних статей замінила словосполучення «ICQ» (від англ. *I seek you* - «я шукаю тебе») – «безкоштовна система миттєвого обміну текстовими повідомленнями для мобільних та інших платформ з підтримкою голосового і відеозв'язку» на «whatsapp» – назва додатка складається з двох слів: вирази «What`s up» та «*applcation*». «*That's half of WhatsApp – and a third of Facebook – users in India*». – «Половина Batman – і третина Фейсбук – користувачі з Індії» [97]. Перше означає «як справи» або «що трапилося, що нового». Воно ж співзвучне і з назвою самого додатка. Друге ж слово перекладається як «додаток». Отже, у «whatsapp» переклад українською в будь-якому випадку буде різати вухо: англійська в цьому плані більш асоціативна й абстрактна. Приблизно можна перекласти як «додаток, який дізнається, як справи», але в українській мові просто використовується транслітерація «ватсан». Безумовно, тут ще наявна англомовна гра слів.

Метафори-неологізми докорінно закріпилися в англомовних статтях на соціальну тему, що ми можемо пов'язати з динамікою політичного життя суспільства. Соціальна й економічна сфери належать до одних з найбільш продуктивних у плані поповнення метафоричними новаціями. Утворення метафор-неологізмів у цих сферах пов'язано з такими екстралінгвістичними факторами, як ринкова економіка, криміналізація життя суспільства тощо [92, с. 406]. Наприклад: «*A national economic harvesting strategy to provide a framework for using the resource*». – «Національна стратегія, що дозволяє зменшити витрати в економіці для використання даного ресурсу» [101]. «*Now, they've gone upmarket... so we go downmarket!*» – «Тепер вони підвищують ціни і якість ... а ми знижимо!» [105]. «*Homeshoring is the business practice of hiring workers who don't go to a central business office*». – «Віддалена праця – це бізнес-практика наймання робітників, які не ходять у центральний діловий

офіс на робочий день» [97]. «A lot of large-caps were sold abroad». – «Багато акцій великої компанії було продано за кордон» [100].

Суспільно-політична сфера в англomовній пресі є невичерпним джерелом метафор-неологізмів. Це пов'язано з тим, що *сфера політики* є найважливішим структурним елементом *суспільного життя*, одним з головних регуляторів соціальних відносин, центром якого є людина (антропоцентричний фактор), це прояв усіх реалій людського буття [94, с. 763]. Наприклад: «In 1984 he established the National Rainbow Coalition, which sought equal rights for African Americans». – «У 1984 році він створив Національну райдужну коаліцію, яка вимагала рівних прав для афроамериканців» [97]. «Rainbow coalition» – «райдужна коаліція», слово «rainbow» вказує на суб'єктів дії, що позначає рух до об'єднання всіх меншин американського суспільства. Саме через це в когнітивній уяві реципієнта впливає сенс поняття «rainbow», у перекладі «райдужний». Тексти англomовної преси висувають антропоцентризм на перший план у метафоричних новотворах, тут антропоцентризм покладено в основу домінуючого, означаючого слова: «The seagull manager is an increasingly common phenomenon hovering in today's workplace». – «Менеджер, який налагоджує роботу, – це все більш і більш поширений феномен, що зустрічається на сучасному робочому місці» [93]. «Seagull manager» – «менеджер, що налагоджує роботу» («seagull», тобто «чайка» виступає ознакою, характеристикою стилю управління, при якому менеджер, раптово налетівши на об'єкт, піднімає багато шуму, а потім так само раптово відлітає, залишивши після себе повний безлад, з яким повинні розбиратися інші, наче наліт зграї «чайок»); «That's the kind of fat cat that can help us get back on our feet». – «Він із тих керівників компанії з дуже високим окладом, який би допоміг стати на ноги» [105]. «Fat cat» – «керівник компанії з дуже високим окладом» (тут керівника порівнюють з великим, ненажерливим котом – «fat», до якого все просто так іде в лапи); «The marzipan layers are in power to predict interest rates». – «Брокери на біржі, які обіймають керівні посади, мають

право прогнозувати відсоткові ставки» [97]. «*Marzipan layer*» – «брокери на біржі, які обіймають керівні посади» (брокерів порівнюють з відомим десертом «*marzipan*», що має витончений смак і посідає найвищий рівень серед найкращих десертів Європи, саме тому переклад «*marzipan layer*» – це саме «керівна посада», тобто найвища). На прикладі англійської метафори «*Cambridge Mafia*» – «група з політиків-консерваторів Британського парламенту» чітко показано, як людина та її кар'єра виступає ядром англійських метафоричних новацій. «*Cambridge Mafia rejected the law*». – «Група політиків-консерваторів Британського парламенту відхилила закон» [105]. Або інший приклад: «*A mafia is a type of organized crime syndicate whose primary activities are protection racketeering*». – «Клан – це різновид організованого злочинного угруповання, чия основна діяльність – захист рекетирства» [105].

У системі англійських метафор знаходить відображення таке соціальне явище як наплив іммігрантів, етнічні, соціальні та економічні суперечності: «*The problem of glass ceiling strongly decreased*». – «Проблема дискримінації за етнічною, статевою і соціальною ознаками стрімко загострюється» [94]. «*Glass ceiling*» – «дискримінація за етнічною, статевою і соціальною ознаками»; «*A towelhead threatens people along the street*». – «Виходець із Центральної Азії, що носить тюрбан, лякає людей, які йдуть вздовж вулиці» [104]. «*Towelhead*» – «виходець із Центральної Азії, що носить тюрбан». Але історично сформована загальнонаціональна толерантність, а також активна увага громадськості до етнічних проблем проявляються в тому, що кількість негативних номінацій вихідців з інших країн мінімальна [72, с. 84].

Тексти англомовної преси на теми масової культури, спорту, навколишнього середовища також насичені метафоричними новотворами. На жаль, такі статті є малопродуктивними для утворення цього типу метафор. Вони характеризують, здебільшого, стиль людського життя в побуті. Наприклад: «*A dumb downing can limit only a new reformation of educational system*». – «Зниження освіченості та ерудиції в суспільстві може лімітувати

лише нова реформа освітньої системи» [99]. «Dumb down» – окремо компоненти виразу «dumb down» мають значення «дурний» та «опускати», тобто «спростити, зробити зрозумілим навіть для дурнів», шляхом переосмислення та адаптації перекладу до контексту, стилю тексту та характеру комунікації доцільний такий переклад, як «зниження освіченості та ерудиції в суспільстві»). «Culture jamming is an intriguing form of political communication that has emerged in response to the commercial isolation of public life». – «Руйнування нав'язливої масової культури – це інтригуюча форма політичного спілкування, що виникла у відповідь на комерційну ізоляцію суспільного життя» [93]. «Culture jamming» – слово «jamming» несе в собі негативну оцінку дійсності і має переклад «затискати», тобто людей певної культури тримати в так званих «лещатах» і нав'язувати певні думки та дії, звідси і когнітивний переклад – «руйнування» нав'язливої масової культури. Або «Personally men, prefer... a raunchy bodice-ripper». – «Власне, чоловіки віддають перевагу героїням спокусницям» [97]. «Bodice ripper» (тут «bodice» має переклад «корсаж, ліф плаття»), а «ripper» – «неймовірна, чудна людина, зваблива», якщо брати до уваги, що «bodice» тяжіє до жіночого образу, тоді й ознаки метафори притаманні жіночому образу. Звідси переклад – «героїня спокусниця». Чи «These words are an earworm». – «Ці слова – популярна нав'язлива мелодія» [97]. «Earworm» – «worm» у перекладі «черв'як» позиціонує вислів із когнітивної точки зору, наче щось залізло до вуха, «into the ear», щось паразитує, і постійно крутиться в голові. Шляхом переосмислення отримуємо переклад – «популярна нав'язлива мелодія». «All this junk food must've caused some deaths, too». – «Уся ця нездорова їжа може викликати й деякі смертельні випадки» [93]. «Junk food» – «junk» у перекладі «пустий, смітниковий, непотрібний», тобто food – «їжа», яка не потрібна організму, «марні калорії». Таким чином, перекладаємо як «їжа, шкідлива для здоров'я». «To help single Londoners who are looking for love the UK's biggest speed-dating company has announced plans to host a special dating event in the capital on 7 November». – «Щоб допомогти самотнім лондонцям, які шукають

любіві, найбільша компанія зі швидкісного знайомства у Великобританії оголосила про проведення 7 листопада в столиці спеціального дня знайомств» [105]. «Speed-dating» – на сьогоднішній день сам вираз навіть на перекладають, так і говорять способом повного калькування «спід-дейтинг», маючи на увазі «короткочасні побачення з певною кількістю партнерів», «speed» означає час». Шляхом семантичного переосмислення отримуємо переклад «серія короткочасних бесід». У текстах англомовної преси на тему спорту та краси можна навести такі приклади: «Why have a six-pack when you can have a whole barrel?» – «Навіщо кубики на животі, коли туди цілий кубометр вміщується?» [99]. «Six-pack», тобто «шість» кубиків пресу, як це й зумовлено фізіологічно в тілі людини. Кубики пресу, якщо їх видно, свідчать про те, що прес накачаний. Звідси переклад: кубики пресу видно на тілі людини, а отже, «прес накачаний». «Using a body lift being teenager yes or no?» – «Пластична операція з підтяжки тіла в підлітковому віці, так чи ні?» [100]. «Body lift» – «пластична операція з підтяжки тіла», бо «lift» має значення «тягнути, підтягувати», тобто надати своєму тілу підтягнутого вигляду за допомогою підтяжки. «Even a voice lift cannot change the melody of a voice». – «Навіть операція на голосових зв'язках, щоб голос звучав молодше, не змінить мелодію вашого голосу» [100]. «Voice lift» – «операція на голосових зв'язках, щоб голос звучав молодше», «voice lift» у дослівному значенні «підтягувати голос», формує когнітивне сприйняття, тобто не «голос», бо це абстрактне поняття, а механізм, за допомогою якого відбувається продукування звуків, тобто «зв'язки». Усі ці метафори-неологізми дають емоційно-експресивну оцінку явищу і самій дійсності, що відображає культуру носіїв мови.

Таким чином, аналіз семантики метафор-неологізмів дозволяє виявити культурні особливості картин світу текстів англомовної преси. Глобалізація всіх сфер життя та інформаційних потоків спричиняє появу однотипних метафор-неологізмів. Цей процес має односпрямований характер, тому що українська мова калькує семантичні новації англійської мови [25, с. 10].

До процесу метафоризації новотворів у текстах англомовної преси найбільш регулярно залучаються найменування флори, фауни, артефактів, які оточують людину в житті та побуті [9, с. 293]: «*A happy bunny person live easily, says a doctor of International Institute*». – «*Людина, задоволена наче слон, живе легше*», *говорить доктор Міжнародного Інституту*» [93]. «*A happy bunny*» – «*світиться від щастя*» в когнітивному сприйнятті. Цей вислів українською мовою звучав би так: «*задоволений наче слон*», такий переклад зумовлений розходженням мовних картин світу і різним когнітивним сприйняттям дійсності. Образ «*bunny*» є символом Пасхи у британців і виступає уособленням радості та щастя. «*After car accidents most people are cabbagges*». – «*Більшість людей після ДТП перетворюється на овочі*» [100]. «*Cabbage*» – «*овоч*» (у значенні «*ніякий*», тобто той, хто нічого не робить і не на що не здатний); «*Visiting an interactive conference, you can see bells and whistles in a free sail*». – «*Відвідуючи інтерактивну конференцію, ви можете побачити дорогі моделі комп'ютера у вільному продажі*» [105]. «*Bells and whistles*» – дослівно «*пищалки і перделки, усілякі прибамбаси*» на позначення чого-небудь, що не має важливої функції, але є приємним доповненням, дрібницею. Звідси і переклад – «*примочки*», «*модні штучки*». Особливістю сучасної англомовної метафоричної системи є метафоризація найменувань сучасних реалій мови джерела, зокрема, неологізмів. «*How can we deal with heroinware problem on classes?*» – «*Як вирішити проблему ігроманії на уроках?*» [93]. «*Heroinware*» – «*комп'ютерна гра, до якої можна призвичаїтись*» [97] Людина легко «*підсідає*» на гру як на «*heroin*», потім важко позбувається цієї звички; «*Even surfing you can earn money*». – «*Навіть пошуком інформації в Інтернеті можна заробляти гроші*» [99]. «*Surf*» – «*шукати інформацію в Інтернеті*», дослівно «*surf*» – «*займатися серфінгом*», тобто переходити з однієї сторінки, вкладки на іншу, наче із хвилі на хвилю).

Більш регулярно в текстах англомовної преси можна зустріти метафори-неологізми фінансової, професійної, політичної сфер: «*Designer baby is usually sold faster and brings a lot of cash*». – «*Зазвичай, дизайнерське немовля*

продається швидше та приносить великий кеш» [97]. «Designer baby» – «дизайнерське немовля», тобто справа, яку «designer» виховував, плекав із самого початку, виношував ідею втілення в життя, наче мати свого baby; «E-mail bankruptcy is deleting or ignoring all emails older than a certain date, due to an overwhelming volume of messages». – «Електронне спустошення призводить до видалення чи ігнорування всіх листів давніше від певної дати, що зумовлене величезним обсягом повідомлень» [93]. «E-mail bankruptcy» – «необхідність видалити всі повідомлення, оскільки електронна скринька переповнена», слово «bankruptcy» у значенні «банкрутство» символізує кінцевий результат дії оператора після очищення «e-mail» скриньки. Причина – пошта переповнена, дія – необхідно все видалити, наслідок – «банкрутство, спустошення»; «Corruption is a way to earn mining money». – «Корупція – це спосіб заробляння брудних грошей» [100]. «Mining» – у значенні «гірничка просмисловість» має когнітивну оцінку: людина, яка працює в гірничодобувній галузі має справу з рудою, мінералами, вугіллям, торфом та іншими матеріалами, від природи не може залишатися «чистою», «мати чистий одяг» після робочої зміни. Звідси переклад – «дуже брудний».

Отже, встановлено, що тексти англомовної преси зберігають основну систему моделей метафоричних перенесень. Мовна картина світу, представлена в метафоричних підсистемах англійської та української мов, антропоцентрична за своє суттю. Однією з найпродуктивніших сфер метафоризації залишається людина, перш за все, – у соціально-політичному, професійному та міжособистісному аспектах. Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу наповнюють тексти англомовної преси. Основна причина використання таких одиниць екстралінгвістична (розвиток високих технологій та їх широке використання у всіх сферах життєдіяльності, політичні, економічні та соціокультурні зміни в суспільстві). Методом суцільної вибірки було розділено метафори-неологізми текстів англомовної преси за такими тематичними класифікаціями: а) тематика комп'ютерної сфери та Інтернету; б) тематика політики та економіки; в) суспільна тематика.

2.2. Тематична класифікація семантичних метафор-неологізмів

2.2.1. Комп'ютерна сфера та Інтернет

Поява Інтернету уможливила новий комунікаційний простір, спілкування перейшло на новий рівень. Зміна комунікативного простору вплинула на спосіб спілкування, мовні засоби, прагматичні коди. Для будь-якого лінгвіста Інтернет – це джерело не тільки інформації, а й реалізації мови в просторі та часі, оскільки віртуальна павутина наповнена лексикою, новотворами, тропами, стилістичними прийомами тощо [16, с. 283]. На відміну від мови текстів публіцистичного, політичного чи медіа-жанрів, мова Інтернету легка та молодіжна. Це можна пов'язати з тим, що здебільшого забарвлення мови Інтернету зумовлюють прості користувачі, тобто суспільство, висловлюючи свої думки на сайтах та форумах, у коментарях до фотографій та статей. Інтернет-комунікація реалізується не лише за рахунок писемної мови, а й усної (у формі аудіо-, відеопосилань). Швидкоплинність процесів, подій сучасності дає поштовх розширенню та збагаченню лексики [21, с. 143]. Така динамічність трансформує лексичний склад мови та є невідокремлюваною від життя суспільства. Таке середовище є ідеальним для утворення та існування метафор, говорячи про події сьогодення, треба наголосити, що саме неометафор. Саме Інтернет – це мережа найповнішого функціонування мови, тут немає меж та норм для вираження думки, адресант сам є учасником утворення нових лексико-семантичних одиниць [22, с. 247]. Усі події культурного, соціального, політичного та інших сфер життя мають безпосередній вплив на мову преси. Відбувається перманентний процес асиміляції неометафор, запозичених лексем і, як результат, – утворення семантичних дериватів. Така тенденція до поширення метафор-неологізмів у текстах преси пояснюється бажанням найповніше передати тему та ідею тексту, зробити його динамічним, експресивним та «гострим на язик», дещо

провокативним та викликати в адресата певні емоції, «розпалити» інтерес [61, с. 5].

Так, часто на просторах Інтернету можна зустріти вираз «*to get off my lawn*», що дослівно перекладається – «*забирайся з мого газону*». «*Now it's time for them to try something GET OFF MY LAWN*». – «*Тепер настав час спробувати щось застаріле*» [93]. Раніше цей вираз мав метафоричну основу, але не був неологізмом. У когнітивному розумінні «забирайся з мого газону» означає «іди звідси геть», у російській мові є схожий вираз, який має дуже схоже семантичне навантаження, а саме: «*вон из пляжа без панамки*», так говорять людині, яка набридла і хочуть від неї здихатися. Так само «*to get off my lawn*» має намір тактовно, але з грубим підтекстом ізолювати себе від чиєїсь присутності. Цей вираз зустрічається в неометафоричному значенні лише в останній час. Процес переходу метафори в метафору-неологізм відбувся на основі витоків самої фрази, тобто першопричини її виникнення в мові. Так, коли тримати «газон» було за розкіш, і це було доступно тільки аристократам чи заможним сім'ям, його господарі переживали, щоб сусідські діти не спотворили красу газону, граючи на ньому, а коли бачили, що хтось товчеться по «газону», стрімголов бігли на двір та кричали «*get off my lawn*». І тепер, коли цей вислів вживають по відношенню до людини, наприклад: «*get off my lawn person*», шляхом когнітивного аналізу та перенесення ознак отримуємо нове значення «*старомодна або аристократична людина*».

Інтернет проникає в будь-яку сферу життя, не оминув він і релігійну тематику. На просторах текстів та аудіо-, відеопромов, на каналах з'являється нове поняття «*Godcast*» – дослівно «*транслявати Бога*». «*It was invented to Godcast on TV*». – «*Було запроваджено транслявання церковної служби по ТВ*» [105]. Цей вислів є телескопічним і утворився за моделлю $ab+cd \rightarrow abcd$. Якщо розглянути такий неосемантичний дериват у когнітивній проекції, то «*Бог*» є, але ми його ніколи не бачили, як живу людину, тим більше його трансляції по телебаченню, на сторінках журналу, в Інтернеті, але в писаннях, книжках, молитовниках живі його проповіді, молитви та інше, що може

передаватися людиною, яка йому служить (священиком, напр.) або простим спікером. Таким чином, значення двох сем можна об'єднати в одне, надавши цілому виразу неометафоричності. Стосовно контексту вираз може набувати значення *«церковна служба із залученням інтерактивних технологій»* або *«програма, про життя во Хресті»*.

З появою світової мережі з'явився *«snackable content»*. *«Snackable content is a key element to your marketing strategy»*. – *«Швидкий контент є ключовим елементом вашої маркетингової стратегії»* [93]. Розклавши вислів на лексичні одиниці отримуємо *«snack»* у значенні *«закуска»*, та сему *«able»*, що є результатом усічення слова *«capable»* – *«здатний щось робити»*, і *«content»* – *«контент»*. Утворений вираз *«контент, закуска якого здатна щось робити»* потребує переосмислення. *«Закуска»* в когнітивному розумінні це те, що в Інтернеті ви любите найбільше – швидкість, як чипси на перекус, контент: легкий, короткий, що практично не вимагає роздумів. Побачив картинку, коротенький текст або відео, посміхнувся, поділився в соцмережі – і пішов собі далі у своїх справах. Когнітивний аналіз наштовхує на думку, що відповідь є такою: *«snackable content»* – це ніщо інше, як *«швидкий контент»*. Або *«pocket-dial»* – явище, добре знайоме вашій мамі: поклала телефон у кишеню або сумочку, а він випадково подзвонив улюбленому чаду. Чадо кричить: *«Алло, мам!»*, а у відповідь йому тільки шарудіння пальта або мелодійний дзвін ключів. Чіткого відповідника в українській мові поки що не існує, але описово можна прекласти так: *«звичайна річ»*, *«кишенькова справа»*. *«I cannot figure out why my parents both pocket-dial me so much»*. – *«Я не можу зрозуміти, чому «кишені» моїх батьків постійно дзвонять мені»* [104]. Наступний приклад пов'язаний із мережею сьогодення – «Інстаграм». У рекламних пропозиціях, оголошеннях, на сторінках персональних блогів зустрічається неометафора *«direct»*: *«To get more information write into direct of redaction»*. – *«Щоб отримати більше інформації, напишіть в директ редакції»* [105]. Окреме значення семи – *«прямо»* (часто до руху, напрямку), на сьогоднішній час знайшло *«друге життя»* в позначенні функції

новомодного додатка. Семантичний аналіз уможлиблює сприйняття слова як «позначення певної дії, що відбувається «прямо», оскільки в кожного користувача таким додатком є персональна сторінка, тому і звернення до нього іде «прямо», тобто безпосередньо тет-а-тет. Таке спілкування реалізується тільки шляхом особистого листування. Підключивши когнітивний аналіз, отримуємо «*direct*» у значенні «*особисті листи*». Але «*direct*» стає водночас неосленгізмом, його починають використовувати у спілкуванні та в друкованому варіанті шляхом транскрибування, а саме: «*дірект*».

Часто залишають коментарі до фотографій Інтернет-газет та журналів. Серед таких можна зустріти «*firing squad photo*»: «*A new firing squad photo challenge started as a protest of war*». – «*Стартував новий челенж під назвою фотографія розстрілу як протест війні*» [100]. Розібравши вираз за лексичними одиницями і вивівши значення кожної, у когнітивному сприйнятті одразу виникає переосмислення й перенесення ознак за подібністю. Так, вираз «*firing squad*» – «*розстріл*» та «*photo*» – «*фотографія*» викликає в уяві певні картини «*розстрілу*». Свою метафоричну основу вислів бере ще з воєнних часів, коли присуджених до «*розстрілу*» вели до стіни, вишиковували в ряд та розстрілювали. Сьогодні нікого не «*розстрілюють*», а використовують цей образ як певну когнітивну асоціацію, що активізує певні коди, дає уявлення про характер ситуації. Неометафора «*firing squad photo*» має значення «*фотографія, де всі вишикувані в один ряд (ніби, як на розстрілі)*».

Неометафоричності набув вираз «*billion laughs*». Якщо сприймати вираз окремо від контексту, то можна вважати, що метафоричності він не має. Контекст зумовлює ситуацію, у даному Інтернет-контексті «*billion laughs*» ніяк не може викликати «*мільйон посмішок*»: «*Billion laughs as a new way to feed one's pockets*». – «*Хакерська онлайн атака як новий спосіб збагатити кишень*» [100]. Такий троп можна порівняти лише із наміром «*висміяти*», коли людину «*надурили, обвели навколо пальця*». На Інтернет-платформі часто зустрічаються посилання на нібито цікаві статті, ви натискаєте на таке посилання, а там «*віруси*», тобто хакерська атака. Сайт

заблоковано, а через аудіовивід чутно звук сміху. Це і є *«billion laughs»* – «хакерська онлайн атака», вас «надурили» цікавим заголовком, а потім «посміялися».

Наступний приклад говорить сам за себе – *«USB condom»*. *«USB condom, use not only as usual»*. – *«USB-капелюшок, захисти не тільки себе»*. Абревіатура *«USB»* – «універсальна послідовна шина», чи як ми транскодуємо *«Ю-еС-Бі»*, не є для нас новою, лексична одиниця *«condom»* позначає засіб контрацепції, тобто «презерватив», головною функцією якого є захищати від хвороб та інфекцій. Такими «хворобами» в Інтернеті називають «Інтернет віруси, атаки, хакерські програми», а цей самий *«condom»* має захищати *«USB»* від такого роду «хвороб». Шляхом когнітивного аналізу можна дійти висновку, що сам *«USB»* уможлиблює зарядку пристрою та передавання даних, а *«condom»* – це не сам «засіб контрацепції», що надягається на *«USB»*, а певний *«пристрій чи адаптер, який попереджує встановлення неліцензійних програм, коли USB-кабель підключений до публічної зарядної мережі»* [105].

Отже, аналіз текстів англомовної преси тематики Інтернет показав, що неометафори утворюються на основі різних метафоричних перенесень. Інколи простежити шляхи поповнення неометафоричною лексикою дуже важко, бо семантичне значення нової одиниці міститься в першому значенні слова. Питання складу лексики метафор-неологізмів, шляхи їх поповнення та способи перекладу й досі залишається відкритим для досліджень. Інтернет-мережа – це величезна платформа для щоденного збагачення та функціонування саме такого тропу, як метафора. Будь-який користувач щоденно поповнює словниковий склад мови новою лексикою. Допоки буде існувати людство, доти дискурси на тему неометафор залишатимуться актуальними. Інтернет тематика об'єднує всі сфери діяльності людини та вимагає часово-просторового відношення лексики. Подальше дослідження у сфері неометафор залишається актуальним та необхідним, що уможливить комплексний аналіз актуальної проблеми.

2.2.2. Політика та економіка

Використання різних тропів посилює виразність та експресивне забарвлення будь-якого тексту. Розуміння таких засобів образності часто становить складний когнітивний процес, його супроводжують такі складові: пошук відповідного словникового значення, декодування значення за контекстом, встановлення лексичних та семантичних зв'язків між іншими значеннями тексту [26, с. 962]. Найпоширенішим тропом будь-якої тематики за останні роки стає неометафора. Зазначимо, що тексти політичної тематики наповнені неометафоричними виразами. Неометафора в сучасній політичній тематиці створює образність та надає тексту емоційності й виступає як риторичний засіб. Якщо текст потребує прихованої емоційної оцінки дійсності, його метою є переконання або спонукання до чогось, тут не обійтись без такого механізму, як метафора. Основна функція неометафори в текстах політичної тематики полягає в сугестивній здатності тексту [57, с. 108].

Аналіз неометафор у політичній сфері, перш за все, полягає в дослідженні впливу на значення культурних, соціальних, мовних, етнографічних та інших факторів на загальну систему концепції мовного тропу. Головною метою неометафор у політичній тематики є вплив на уявлення та сприйняття політичної дійсності. Такий прийом В. Л. Кравченко називає «переконцептуалізація» [46, с. 64]. В англomовних текстах політичної тематики неометафора підкреслює та привертає увагу читача до певних явищ та ставлення до цих явищ, нівелює або посилює негативну оцінку дійсності. Будь-яка неометафора, що вживається в текстах політичної тематики, вважається «політичною». Г. П. Мельніков [55] зазначає, що в текстах англomовної преси, політична неометафора виконує такі функції:

- а) когнітивну функцію (сприйняття, декодування, розуміння, осмислення тропу);
- б) комунікативну функцію (донесення інформації в простій та короткій формі);

- в) прагматичну функцію (викликати в реципієнта відповідні почуття);
- г) описову функцію (передати не тільки зміст, але й образ);
- г) інструментальну функцію (формує індивідуальне враження в когнітивному розумінні реципієнта);
- д) гіпотетичну функцію (формування у свідомості певних припущень стосовно образу об'єкта метафоризації);
- е) моделювання (створення моделі певного об'єкта);
- є) функція популяризації (уможливлює розуміння понять за відсутності фонових знань);
- ж) евфемістична функція (передача інформації, яка за певних причин замовчується) [55, с. 174].

Лексика політичних текстів англomовної преси насичена так званими «живими» неометафорами, що відображають дійсність як таку. Контрастоутворююча функція неометафори має відтінок багатоплановості, надає тексту цілісності, метафункції, співвіднесеності з часом, дає можливість реципієнту самостійно декодувати зміст висловлювання, тим самим утворює єдину смислову сітку тексту, де окремий зміст плавно перетікає в єдине ціле, що забезпечує постійне збільшення сенсу [19, с. 212]. Так, наприклад: «*The Maidan revolution has thrown Ukraine from the blue developmental level of neo-feudalism into the orange level of free market, representative democracy, Pekar wrote in a recent article, 'and has allowed us to see through the flames into the green level – the crowd-funded, post-capitalist, self-governing, wiki-politics of the future*». – «Революція на майдані переорієнтувала Україну з блакитного рівня розвитку неофеодалізму на помаранчевий рівень вільного ринку представницької демократії», – писав Пекар у недавній статті, – і розкрила нам сучасне бачення буття у формі зеленої – профінансованої народом, посткапіталістичної, самоврядної, політики майбутнього» [93]. «Blue», та «orange» мають не лише пряме значення, як «синій» та «помаранчевий». У когнітивному розумінні українці пов'язують їх із кольорами партій політичних діячів революції на майдані Незалежності у Києві. Так звана

«синя» революція виступала за неофеодалізм, а «помаранчева» сторона – за демократію. Згодом політична ситуація змінилась – «*into the green level*». Автор не просто так називає революцію сьогодення «зеленою», він метафоризує політику правління двох політиків через спектри кольорів, шляхом накладання одного спектра на інший (синього на помаранчевий) утворюється «зелений». Тобто відбувається змішання двох політичних ідеологій і утворення нової третьої – посткапіталістичної. Таким чином, на основі існуючих метафор, які вже не входять до складу неологізмів, шляхом семантичної деривації, перенесення значень реалізується її когнітивна функція і виникає неометафора «*green level*».

У випадках, коли автор тексту ставить за мету охарактеризувати конкретний ринок, частіше за все використовують «неживу» неометафору: «*An interest rate bounced back*». – «Відсоткова ставка прийшла до норми» [97]. «*Bounce back*». Окремі складові даного словосполучення, на перший погляд, не мають ніякого відношення до політики – «*bounce*», із значенням «відскочити», та «*back*» – «назад». Такий вираз часто використовується щодо акцій, вони то зростають «підскакують», то опускаються. Якщо подивитися на вислів «*bounce back*» через когнітивну призму, то «відскочити назад» означає «повернутися до попереднього стану» (як правило, до кращого стану). За політичною термінологією «*bounce back*» – це «*прийти до норми*», наприклад: «*share prices bounced back*».

Когнітивний підхід представляє неометафору як джерело, що зберігає в собі процес пізнання людиною навколишнього світу і формує уявлення про мовну картину світу. Аналіз неометафори неможливий без когнітивного розуміння її одиниць як декодерів культури, таким чином, неометафора – це шлях до усвідомлення культури та мислення нації. Ми мислемо метафорично, сприйняття світу ґрунтується на лінгвістичній основі. Через мову ми сприймаємо неометафору, що впливає на наше мислення і вчинки [27, с. 77]. Неометафора увійшла до англomовного простору текстів політичної тематики, так: «*Door-to-door campaigning was started before pollical bottle*». –

«Перед політичним боєм стартувала агітаційна кампанія» [93]. «Door-to-door campaigning», значення першої частини висловлювання «door-to-door» викликає в свідомості відповідне уявлення, створює певну картину, щось відбувається «від одних дверей до інших». Друга частина «campaigning» пояснює ситуацію, і маємо: «кампанія, яка проходить від одних дверей до інших». Це такий вид кампанії, який ще можна назвати агітацією, коли представники від партій ходять по домівках «від дверей до дверей» і агітують народ голосувати за ту чи іншу партію або інше. Тому «door-to-door campaigning» укорінилось у нашій свідомості як «обхід виборців на дому під час виборчої агітації».

У текстах англomовної преси на політичну тематику простежується насиченість спортивною неометафорою. Це пов'язано з природою політики, це постійне змагання, стратегії, плани політичних програм, наміри представників тощо. Коли так звані вибори (гра) добігають кінця, політичні діячі вносять свої корективи до суспільного життя громадян. Спортивна лексика чи не найкраще здатна передати емоційність та експресію думки, яка притаманна метафорі [72, с. 128]: «*Ikram Ben Said, the founder of Aswat Nissa, an organization that trains female candidates to run for election*». – «Ікрам Бен Саїд, засновник Асват Нісси, організації, яка тренує жінок-кандидатів для участі у виборах» [104]. «*To run for election*», беручи до уваги той факт, що вибори – це свого роду змагання, а змагання з «бігу» включають швидкість, спритність, конкуренцію, особисті якості бігуна, а метою таких змагань є дістатися цілі першим, то тут доречно говорити про вибори як про «біг». Цілі збігаються, відбувається процес метафоризації й можна говорити про неосемантичне значення. Дієслово «to run» має й інше значення «запускати, починати щось» (бізнес, наприклад), у політичному мовленні асимілюється й означає не «бігти (тобто брати участь)», а стосовно термінології – «балотуватись на виборах». Часто в англomовних текстах політичної тематики можна зустріти словосполучення «to stand for election», замість «to run for election». «*Mayoral race was headed by vise member of radical*». – «Боротьба за посади міських голів була очолена экс-

членом радикальної партії» [104]. Друга метафора тільки входить до вживання і має статус неометафори. Наступне словосполучення «*mayoral races*», яке сприймається як «забіг» (коней на іподромі або гончих, як приклад). І дійсно, ту боротьбу, яка відбувається між міськими головами під час виборів можна назвати «забігом» на швидкість. У нашій свідомості така «лихоманка» сприймається як «гонка» на першість. І як будь-яке змагання – це «боротьба» за першість, тому тут доречний переклад «*боротьба за посади міських голів*».

Останнім часом політику та економіку держав почали порівнювати та представляти через призму медичних термінів. Такою термінологією легше передати певні події та реалії з життя людства. Неометафоричні конструкції також тяжіють до такої тенденції. Так, наприклад: «*The message of these studies is depressingly simple: democratic institutions tend toward what Rauch calls demosclerosis – encrustation by a million little constituencies who clog the arteries of government and make it impossible for the state to move or adapt*». – «Послання цих досліджень є надзвичайно простим: демократичні інститути мають тенденцію до того, що Раух називає неувагою уряду до потреб народу – інкрустацією мільйонів маленьких виборчих округів, які закупорюють артерії уряду та ускладнюють переміщення або адаптацію держави» [100]. Слово «*demosclerosis*» містить початок однієї лексичної одиниці грецького походження «*demos*» та повну форму одиниці другої складової «*sclerosis*», така неометафора утворена шляхом телескопії (поєднання двох слів) за моделлю $a+cd \rightarrow acd$. У перекладі українською маємо: «народ» та медичний термін «склероз» (хвороба пам'яті). Спираючись на когнітивну функцію метафор, можна дійти висновку, що, як правило, уряд часто нехтує потребами народу, через це і виникає така неометафора. Проблема з пам'яттю не в народа, а у влади. Шляхом семантичного переосмислення виводимо неопоняття «*demosclerosis*» як «неувага уряду до потреб народу». Медична термінологія найкраще передає зміст неометафори і не виключає окреме існування понять у мові реципієнта, що полегшує сприйняття та декодування.

Із погляду на останні політичні події у світі, переселення та міграції набирають обертів. Тексти преси політичної тематики поповнюються неовисловами на тематику «втечі» з країн та пошуку кращого життя. Прикладом є «*asylum shopping*»: «*He blamed different national approaches for asylum shopping —the process by which an asylum-seeker submits multiple applications in different countries – and illegal migration, and added that too much responsibility was being placed on just a few member states*». – «Він звинувачував різні національні підходи до пошуку країни-притулку – процесу, за допомогою якого шукач притулку подає декілька заявок у різних країнах – і нелегальну міграцію, і додав, що надмірна відповідальність покладається лише на кілька держав-членів» [93]. Слово «*shopping*» («робити покупки») не дуже пов'язується з політикою. Тут треба взяти до уваги смисл першої лексичної одиниці «*asylum*», у перекладі «*притулок*», та метафоризувати його з наведеною вище. Коли людина здійснює «*шопінг*», відбувається процес вибору, перегляд достойних варіантів тощо. І коли людина шукає собі «*притулок*», також відбувається свого роду вибір тієї країни, де та чи інша людина почуватиме себе в безпеці, комфортно, де будуть найпридатніші умови для життя. Саме тому за основу метафоричного перенесення взято слово «*shopping*» як смислоутворююча одиниця цілого. Беручи до уваги вищесказане, можна дійти висновку, що найбільш вдалим перекладом для «*asylum shopping*» є «*пошук країни-притулку*», тобто «*переїзд із країни в країну в пошуках (політичного) притулку*».

Отже, неометафори в текстах англомовної преси політичної тематики уможливають точне сприйняття інформації реципієнтом за рахунок простих висловлювань. Політичні тексти, спрямовані на широкий загаль, можуть мати складну будову, а використання метафор взагалі дає можливість адекватно сприймати та декодувати текст. Метафори-неологізми відображають культурне явище, поповнюють словниковий склад мови, додають тексту експресії та емоційності, відповідаючи при цьому нормам конкретного стилю. Переклад явища неометафор повинен зберігати зміст і потребує відповідного

структурно-семантичного відповідника в мові перекладу. Оскільки підґрунтям неометафори може бути новий зміст або форма, треба враховувати як онтологічний переклад (семантика висловлювання), так і евристичний (надання еквівалентного відповідника). Також необхідно звернути увагу не те, чи є компоненти неометафори універсальними або потребують семантичного переосмислення. Розглядаючи на функції неометафор у політичному тексті, переклад такої лексики сприяє появі нових політичних метафор та їх подальшому використанню в суспільно-політичному житті.

2.2.3. Суспільство

Сучасна суспільна лексика відображає всі суспільні, політичні, культурні та інші зміни. Виникає проблема номінації нових понять та явищ. Термінологія сьогодення зумовлена появою метафор-неологізмів, які є результатом лексичних інновацій, зумовлених даним часовим континуумом. Поява неолексики в текстах суспільної тематики не носить постійного характеру і спричинена низкою причин: економічні, технічні, культурні, наукові, історичні процеси, сучасне мислення, політичні процеси в країні та інші [28, с. 348]. За останнє десятиріччя лексика англomовного суспільства суттєво поповнилась інноваціями. За цим процесом пильно спостерігали такі лінгвісти: С. І. Потапенко [60], Н. Б. Мілявська [56], Є. Л. Боярська [18], П. Юбакс [73], Н. Н. Болдирєв [17]. Такий розвиток зумовлений розширенням семантичного поля слова або його старого поняття. Саме сучасне суспільство активно використовують нові поняття, які асимілюються серед реципієнтів, входять у використання, приживаються, а після закріплення у словниках поповнюють лексичний пласт інших сфер життя. Мова суспільства останніх десятиліть пережила «неологічний бум», оскільки суспільні тексти – це «тимчасова література», реципієнтом є читач, а автор відображає реалії сьогодення або відображає події минулого через призму сучасного. Це

уможливорює стиль та мовні засоби, які обирає автор [31, с. 105]. Головною ознакою текстів суспільної тематики є синтез експресії та нормативних стандартів, що відображається у вигляді нових виражальних засобів, метою яких є вплив змісту тексту на адресата. Саме використання такого мовного тропу, як метафора-неологізм створює простий, влучний та вмотивований експресивний зміст суспільних текстів [60, с. 284].

Багато неометафоричної лексики текстів суспільної тематики утворена за принципом «ланцюжка», тобто перше значення породжує в когнітивному сприйнятті адресата друге (суміжне) значення, і зміст третього (текстового) впливає сам по собі [55, с. 290], наприклад: *shower – a shower – a shower of publicity*. «*Publicity showered him on being exclusive*». – «*Публічність цькувала його за інклюзивність*» [97]. Початкове значення слова *shower* – «душ», якщо розглядати його з точки зору метеорології, *shower* – «злива» також має метафоричний характер, але не є неологізмом. Розглянемо ланцюжок «душ» – «злива», явище природи дуже схоже на воду, що витікає з «душу», така ж рясна на вигляд і за звуком нагадує «зливу». У процесі переосмислення значень можна легко побудувати аналогію та декодувати значення. Стосовно третього компонента «ланцюжка» «*a shower of publicity*», дослівно переклавши, отримуємо «злива публічності». З когнітивної точки зору можна зрозуміти, що таке публічність: якась частина громадськості виражає своє позитивне або негативне ставлення до тієї чи іншої людини, і таке ставлення схоже на зливу, яка почалась зненацька і виражається у формі «води» (слів), що ллються на адресата. Шляхом семантичного переосмислення неометафоричного виразу, беручи до уваги текст у цілому, можна дійти висновку, що неометафоричний вираз «*a shower of publicity*» в суспільній тематиці означає «осипати» (за даним контекстом, у позитивному значенні). Або *wind – wind of change – wind in a cup – to sow the wind* як термін галузі метеорології означає «вітер»: «*You sowed the wind for decades to come*». – «*Ви верзли нісенітницю упродовж десятиліть*» [109]. У свідомості виникає почуття чогось сильного та бурхливого, інколи неприємного. Розглянемо третій

компонент лацюжка «*wind in a cup*», який є метафорою, але вже втрачає статус неологізму. Дослівний переклад – «*вітер у склянці*», але в словниках маємо вже готовий переклад метафоричної конструкції «*буря в склянці*». Декодувавши вираз, можна зрозуміти, що ніякої «*бурі*», тим більше в «*склянці*» немає, це суперечки, сутички, метушня з приводу будь-якого питання чи ситуації. На сторінках текстів текстів суспільної тематики з'являється нова метафора «*to sow the wind*» з не менш бурхливим змістом. Дослівно переклавши, отримуємо «*сіяти вітер*», але такий переклад неометафори не можна вважати адекватним, реципієнт швидше за все не до кінця зрозуміє метафоричне посилення. Значення окремих компонентів наштовхує реципієнта на думку, що «*вітер*» метафоризується в об'єкт, який стає причиною певних сутичок і створює нездорову атмосферу в колі мовців. Оскільки сам вираз є процесом, про це свідчить його дієслівний початок «*to sow*», можна дійти висновку, що вираз має переклад «*верзти нісенітницю*», тобто «*сіяти вітер*», сам процес цього вже є «*нісенітницею*».

Експресії текстам англомовної преси суспільної тематики також надає медична термінологія. Так, наприклад: «*stomach*» у виразі «*to have no stomach*»: «*The original film is great but you've no stomach for anything that gets the Netflix*». – «*Оригінальний фільм – чудовий, але у вас не вистачить сил, щоб витримати Нетфлікс*» [100]. Окремо компоненти виразу перекладаються так: «*не мати шлунка*». Важко декодувати вихідне значення виразу із початкового. Якщо провести когнітивний аналіз, то «*шлунок*» – це саме та частина організму, яка дає енергію. Без їжі, яка перетворюється в енергію, людина не має сил на життя. Відповідно, якщо людина «*не має*» одного з головних органів, «*шлунка*», вона не живе. Таким чином, утворюється новий семантичний код і неометафора «*to have no stomach*» набуває значення «*не мати сил/ не мати змоги*».

Автори текстів суспільної тематики часто беруть за метафоричну основу вислови персонажів з відомих казок. Так, на сторінках видань можна зустріти вислів «*Cinderella services*». «*Yesterday were set a service who championed*

under-privileged patients and Cinderella services». – «Учора була заснована служба, яка захищає пацієнтів, позбавлених привілеїв, та так звані послуги Попелюшки» [104]. Він одразу викликає у свідомості читача спогади про дівчинку, яка допомагала мачусі по господарству. «Cinderella» – «Попелюшка» – це новий метафоричний вираз, який має переклад «послуги Попелюшки». Під час когнітивного аналізу адресат уявляє собі чемну, гарненьку, добру дівчину, яка доглядає оселю та піклується про своїх домочадців. Автори статей використовують такий троп для впливу на читача з метою викликати потрібні емоції, тим самим нівелюють прихований зміст таких «послуг». Зазвичай, це заклади для догляду за пристарілими і щоб не викликати в читача одразу негативне уявлення, «будинок пристарілих» стали замінити на «послуги Попелюшки». Також лексична одиниця «Cinderella», як зазначають у своїх статтях представники ЗМІ, зустрічається у виразі «Cinderella surgery». Це не пластична операція з метою стати «Попелюшкою». Як усім відомо, «Попелюшка» вирізнялась маленьким та тендітним розміром ніжки. Під час декодування вираз сприймається як щось, пов'язане з ногами, а іменник «surgery» дає зрозуміти, що це «хірургія», тобто «будь-яка косметична операція на ступнях ніг з метою зменшити розмір чи прибрати дефекти». У МКС слов'янських реципієнтів такого поняття не існує. Вітчизняні лікарі апелюють суто медичними термінами й кожна операція, навіть однієї ділянки тіла має свій термін, а загального позначення, як от «Cinderella surgery», не існує.

Колір також використовується в текстах суспільної тематики, щоб викликати фонову асоціацію. Так, наприклад, за останні три роки «white pollution» все частіше з'являється в текстах та заголовках друкованих ЗМІ: «White pollution leads to the deterioration of the soil which always seriously affects crop growth». – «Біле забруднення веде до погіршення ґрунту, що завжди серйозно впливає на зростання врожаю» [93]. «Pollution», тобто «забруднення», у своїй семантиці вже несе темне та негативне значення, а суспільство починає представляти її, як «white» – «білу». При декодуванні

наявний когнітивний аналіз, зіставлення двох понять. Неометафоричність виразу полягає в тому, що через колір «білий» відбувається перенесення та переосмислення поняття. Колір виступає узагальненням всіх відходів людства, які представлені в білому чи світлому кольорі, а саме: пластикові відходи, фаст-фуд, пакети тощо. Із розвитком суспільства та його потреб, харчових закладів, зручного та швидкого використання тих чи інших речей, тобто урбанізації та глобалізації, з'являються відходи, які зручно носити, використовувати, вони дешеві, але утилізація їх це клопітка справа. У суспільній тематиці часто зустрічаються статті та промови про такого роду відходи та їх утилізацію, тому і був вигаданий такий ємний та експресивний неометафоричний вираз, як «*white pollution*» – «біле забруднення».

Приклади зооморфної тематики також не виняток в англомовних текстах суспільної тематики. Наприклад: «*bear jam*» можна зрозуміти як «затор, викликаний ведмедами». «*A mother grizzly and her cubs cause a bear jam on Denali National Park and Preserve's 92-mile-long Park Road, open to private vehicles only five days each summer*». – «Матір гризлі та її дитинчата стають причиною ведмежих заторів в Національному парку Денелі та парковій дорозі довжиною 92 милі, що проходить через заповідник, і відкрита для приватних автомобілів лише п'ять днів кожного літа» [105]. У когнітивній свідомості носіїв англійської мови «*bear*» – «ведмідь» уособлює мужність, велич, силу та інше. Англійці зображують його на футбольній атрибутиці як символ скаутів, на емблемах та ін. Для слов'ян, людей, які бачать диких звірів тільки в зоопарках – це диковинка і викликає інтерес. Тому, відвідуючи не тільки Велику Британію, Америку, а й інші країни, де дикі звірі можуть зустрітися на шляху від міста до міста, туристи висаджуються посеред траси і починають фотографувати велич дикої природи, утворюючи затори для автівок. Шляхом семантичного переосмислення було виведено неометафоричне поняття «*bear jam*», а «ведмідь» виступає як уособлення всього екзотичного. Вираз має переклад «затор на дорозі», а вже в когнітивній свідомості читач декодує саме пов'язаний з ним такий «затор».

Також набули популярності антропоморфні перенесення, суть яких показати людську поведінку. Так, наприклад: вислів «*facepalm*», який має не тільки неометафоричний характер, а і є телескопізмом, бо утворений злиттям двох слів «*обличчя*» та «*долоня*» за моделлю $ab+cd \rightarrow abcd$. «*There's no reason to believe this was Lauer's intent, though it may indeed have the effect of adding to the accreted cases of facepalm – worth Trump comments*». – «Немає підстав вважати, що це було наміром Лауера, хоча це дійсно може призвести до нагнітання подій, що склалися, для коментарів з приводу жесту Трампа – закрити однією рукою обличчя» [93]. Через частини тіла автор показує ставлення об'єкта до ситуації дійсності. Тракується як «*обличчя, закрите однією рукою*». Коли людина відчуває жаль, роздратування, сором, розчарування, спрацьовує психічний рефлекс і вона підносить «*долоню*» до обличчя. Взагалі-то, це жест і його не озвучують у прямій комунікації «*мовець-мовець*». Суспільство залучило вираження такого жеста засобами мови до друкованих видань. Така неометафорична лексика виражає через своє доволі пряме значення лексичних одиниць непряме значення метафоричного коду. Таким чином, досягається кінцевий результат «*автор-читач*», «*невербальні засоби спілкування*» досягають прагматичної мети.

Отже, семантичний аналіз текстів англomовної преси сфери суспільства показав, що в більшості випадків автори текстів виражають світ через колір, тваринний світ, медичну термінологію, частини тіла, казкових персонажів та природу, що стає основою для метафоричного перенесення багатьох понять на тлі глобалізації та процесу урбанізації суспільства. Цей троп характеризується влучністю, стислістю, яскравістю, експресивністю висловлювання, щоб викарбуватися в пам'яті читача або адресата. Семантичний аналіз показав, що залучення метафор-неологізмів до лексики суспільства утворює нове відображення дійсності, таке перенесення ознак створює нові концептуальні моделі. Таким чином, можна простежити перманентний зв'язок когнітивного аспекту та його вираження в мові.

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ МЕТАФОР- НЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

3.1. Труднощі перекладу англomовних метафоричних новотворів у публіцистиці та підходи до їх усунення

Перекладач у процесі своєї діяльності постійно знаходиться в ситуації нестачі інформації й змушений співвідносити свої знання зі знанням інших людей як носіїв мови оригіналу, так і носіїв мови перекладу. Недолік інформації певною мірою компенсується саме можливістю її отримання відразу з двох джерел, двох лінгвокультур [32, с. 57]. Складність полягає «всього лише» в поєднанні інформації з концептуально різних джерел без спотворення змісту оригіналу, що й вважається адекватним перекладом. У смисловій складовій тексту можна виділити змістовний аспект, який включає словникові денотативне і конотативне значення слів, і контекстуальний аспект, який багато в чому визначається прагматичними факторами і, у свою чергу, визначає остаточний вибір перекладацьких відповідників. Діяльність перекладача, таким чином, неможлива без творчого начала [14, с. 69]. Перекладачеві необхідно творчо осмислити понятійну систему і смисловий простір тексту мовою оригіналу для того, щоб реалізувати результат у мові перекладу. Проблему при перекладі текстів англomовної преси становить адекватне передавання концептуальних метафор-неологізмів [87, с. 498]. При перекладі текстів даного типу домінантою є збереження впливу на адресата, який здійснюється за допомогою використання великої кількості клішованих і стандартних виразів, з одного боку, і таких стилістичних засобів, як гіпербола, порівняння, метафора, метонімія, евфемізми, з іншого боку. Завдання перекладача полягає в максимально повному збереженні змісту, хоча на практиці, як правило, зберігається когнітивна інформація при втраті частини емоційної та естетичної інформації [30, с. 35]. Слід визнати, що

когнітивна інформація також іноді адаптується, виходячи з лінгвокультурних потреб носіїв мови перекладу. Незважаючи на те, що метафора як когнітивний механізм має універсальний характер, який наявний у свідомості будь-якої людини, незалежно від мови, якою вона говорить, метафори в різних мовах, як правило, не збігаються [33, с. 164].

Метафори-неологізми можуть збігатися за фреймовим складом у тому випадку, якщо вони потрапили і в українську, і в англійську мову як запозичення. Такі вирази, як «*We are canaries of a system*». – «*Ми – в'язні системи*» [104]; «*Being a cedar as a talent*». – «*Бути дурнем – це талант*» [109]; «*Icebergering as a panacea*». – «*Моржування як панацея*» [101]; «*An international koala presents German at the conference*». – «*Міжнародний дипломат представляє Німеччину на конференції*» [105].

Значення слів, в основі яких покладено подібність:

bean: «*According the statistic beans have more talent to be geniuses*». – «*Відповідно до статистики люди з головою у формі квасолі мають більше схильності для того, щоб стати геніями*» [99];

snow: «*Where can teenagers dig snow, how to catch snowers?*» – «*Де підлітки можуть дістати кокаїн, як зловити кокаїнодилерів?*» [100];

century: «*A century as a minimum in a market?*» – «*100 доларів як мінімум витрат у магазині?*» [93].

Метафори виконують функцію «стиснення коду», коротко називаючи абстрактно-понятійні феномени й одночасно додаючи в семантику тексту додаткові культурні конотації. Цей процес передбачає існування стійких зв'язків між двома об'єктами, а саме: причинно-наслідкові відношення, відношення типу «ціле – частина» (або навпаки), матеріал – об'єкт, живе – неживе, автор – твір тощо. При перекладі метафоричних виразів, в основі яких лежать загальнолюдські уявлення, як правило, застосовується калькування [59, с. 156]. Наприклад, «*hawk*» у похідному значенні «*яструб*», згідно з контекстом зазнає метафоричного перенесення найменування за подібністю, бо сам птах є символом захисту: «*Yesterday 14 hawks were awarded as*

heroes». – «Учора 14 людей, які захищають воєнну територію, були нагороджені відзнакою героя» [97]. Тут не птах захисник, а «людина, що захищає воєнну територію» (наче яструб). Так само метафору-неологізм «dove» було утворено шляхом метафоричного перенесення, де «голуб» виступає символом миру, а контекст зумовлює прагматичну ситуацію: «*Doves went to the city hall and asked for peace*». – «*Люди, які прагнуть миру, вийшли до будівлі міської ради просити миру*» [93]. Ідеться не про птаха, а про «людину, яка прагне миру». Модель метафоричного перенесення N – N є досить продуктивною, оскільки тут не відбувається змін частин мови, а метафоричне перенесення відбувається на основі оцінно-асоціативних зв'язків, уявлень, вірувань.

Саме оцінна метафора часто стає ключем до розуміння контексту, і правильна інтерпретація метафоричного перенесення дозволяє домогтися адекватного перекладу за умови вибору вдалого еквівалента. Оптимальним прийомом перекладу часто стає реметафоризація, тобто заміна однієї метафори на іншу [38, с. 94]. Так, наприклад, при перекладі українською мовою виразу «cow» у прямому значенні «*корова*», що негативно забарвлює весь контекст, перекладач постає перед складним вибором між збереженням когнітивної або емоційно-оцінної інформації. У першому випадку перекладач застосовує деметафоризацію, тобто знімає метафору, даючи описовий переклад і пояснюючи реалію порівняння людини із твариною. У другому випадку перекладач вибирає як прийом перекладу реметафоризацію і перекладає англomовну метафору, наприклад, за допомогою виразу «*небажана людина*», але вираз вже не має схожої негативної оцінки конотації. Деметафоризація застосовується при перекладі досить часто, оскільки перекладач, якщо мова йдеться про публіцистичний переклад, вважає за краще зберегти максимум когнітивної інформації [74, с. 139]. Метафоричне перенесення ґрунтується на здатності людини до зіставлення різнорівневих феноменів, до вільної асоціації ознак, однак ця свобода, як правило, трохи обмежена уявленнями відповідної лінгвокультури [53, с. 170].

Перекладач, будучи знайомим і з лінгвокультурою оригіналу, і з лінгвокультурою перекладу, розуміє метафору, але іноді, не маючи впевненості у своїх силах, може навіть дати в дужках буквальний переклад, що, однак, небажано при перекладі текстів англомовної публіцистики. Головні труднощі при перекладі виникають тоді, коли метафори-неологізми не збігаються в мові оригіналу і в мові перекладу на концептуальному рівні. Оскільки метафора являє собою ментальну операцію, призначену служити способом оцінки й концептуалізації навколишньої дійсності, якісні розбіжності метафор зустрічаються частіше від кількісних [48, с. 23]. У той час, як поняття, іменоване терміном, формується на базі логічного мислення і виражається при перекладі однозначною відповідністю, метафора утворюється на основі асоціативного мислення і формує уявлення про об'єкт, відчувачи вплив лінгвокультурного досвіду [56, с. 76]. Взаємодіючи в процесі метафоризації, когнітивні структури можуть бути повністю або частково відсутні в лінгвокультурі перекладу. Наприклад: «*Guerrilla proofreading*» – дослівно перекладається, як «*партизанська коректура*». «*Guerrilla proofreading does seem to be a popular hobby for some people*». – «Маніакальна схильність вишукувати помилки в текстах, постах і повідомленнях і потім публічно принижувати автора за безграмотність, здається, є популярним хобі для деяких людей» [105]. Перенесення ознак відбувається за подібністю до образу «партизана», він все робить тихо, збирає факти тощо, винює щось, а потім доповідає начальству або замовнику. В текстах англомовної преси даний вислів зустрічається в такому значенні: «людина з маніакальною схильністю вишукувати помилки в текстах, постах і повідомленнях і потім публічно принижувати автора за безграмотність». Українського аналога терміну поки немає, а ось саме явище є. Або «*digital hangover*» – «цифрове похмілля» – це, коли до головного болю після бурхливих веселощів, додається ще й почуття сорому, так як друзі (якщо їх після цього можна так назвати) вже виклали компрометуючі фото або відео в соціальні

мережі. «*They are having a digital hangover from their wanton youth*». – «*У них цифрове похмілля від своєї непристойної юності*» [109].

Невідповідності, що виникають між змістом у мові оригіналу і спробами його вираження в мові перекладу, бувають непереборні. З метою вирішення подібної проблемної ситуації перекладачеві доводиться вибирати між деметафоризацією і наступною компенсацією метафори іншими стилістичними засобами і простим описом інокультурного концепту, утвореного на основі метафори, засобами мови перекладу. Така альтернатива, хоча й не дозволяє передати при перекладі неометафору, але дає можливість зберегти прагматичний ефект тексту оригіналу, що є необхідною умовою адекватного перекладу тексту англomовної преси [23, с. 100]. Метафора-неологізм як стилістичний засіб стає можливою саме тому, що існує механізм метафоричного перенесення в концептуальній системі людини. У мові представників різних лінгвокультур фіксуються ментальні уявлення, засновані на інтуїтивному відчутті подібності між конкретними і абстрактними або двома абстрактними феноменами [50, с. 429]. У разі збігу в лінгвокультурах одного з компонентів метафоричного перенесення стає можливою заміна одного концепту іншим [37, с. 10]. Так, наприклад, у тих випадках, коли англomовна метафора базується на концепті «*suit*», у перекладі українською мовою, зазвичай, використовується метафора, заснована на концепті предмета: «*Suit is a modern job of our time*». – «*Офісний працівник – це сучасна професія нашого часу*» [100]. Перекладачеві, як правило, вдається передати зміст більшості метафор-неологізмів, що зустрічаються в інтерв'ю і текстах англomовної преси, якщо він дає адресату певне уявлення про інокультурний концепт за допомогою описового перекладу або робить заміну концепту, що належить лінгвокультурі оригіналу, концептом, знайомим представнику лінгвокультури перекладу [107, с. 174]. Оскільки в основі метафоризації лежить нечіткість концептуальних смислів, хоча сфера джерела, як відомо, може являти собою більш конкретне знання, метафоричне перенесення здійснюється на підставі асоціативних зв'язків, які не завжди можна піддати

суворому компонентному аналізу [59, с. 175]. Саме невідповідність семного складу одиниці мови оригіналу й потенційних перекладацьких відповідників, усвідомлювана перекладачем, змушують його давати описовий або буквальний переклад. Наприклад: «*pancake people*» – покоління, яке, на перший погляд знає багато, але насправді всі їх знання досить поверхневі. «*If you are a pancake, you have no what to do in politics*». – «Якщо ти поверхнева людина, тобі нічого робити в політиці» [105]. Схоже на «*pancake*» («*млинець*»), такий же пологий, як і знання людей, тобто «*поверхневий*». Так само і «*boomerang child*» – багато дітей, ледь досягнувши повноліття, намагаються з'їхати від батьків і жити окремо: «*Dr. Chafetz helps adults (age 30+) learn how to deal with boomerang children*». – «Лікар Шафет допомагає дорослим (віком до 30 років) навчитися поводитися з феноменом діти-бумеранг» [104]. Однак далеко не завжди це можливо через фінансове становище або інші причини. Таких, «які повернулися» до батьків дітей і називають «*діти-бумеранги*».

У промовах політиків і в політичній тематиці текстів англomовної преси регулярно зустрічаються також неометафоричні кластери. Метафоричний кластер, як відомо, представляє собою групу метафор, що характеризують систему метафоричних концептів. З когнітивної точки зору, це гносеологічний механізм подання знань на концептуальному рівні [23, с. 103]. З лінгвістичної точки зору, це відкрита система мовних неометафор, які викликають аналогії й асоціації в межах певної предметної галузі. Наприклад: «*America: In the face of our common dangers, in this winter of our hardship, let us remember these timeless words ...*» – «Америка: Усупереч спільній небезпеці, у цю холодну пору наших труднощів, давайте згадаємо ці слова слова ...» [100]. Тут Трамп використовує образ зими, підкреслюючи труднощі теперішнього моменту. І в це «*холодну пору*» Д. Трамп закликає згадати важливі слова, які дадуть надію, на те, що цей нелегкий час коли-небудь закінчиться. Або: «*So, together, we have cleared away the rubble of crisis, and we can say with renewed confidence that the State of our Union is stronger*». – «Таким чином, разом ми подолали всі

перешкоди, які стали на шляху виходу країни з кризи, і з новою упевненістю ми можемо сказати, що держава нашого Союзу сильніше» [100]. Іменник «rubble» в дослівному перекладі означає «кругляк, валун». За допомогою цього способу Дональд Трамп показує, що «вони пройшли всі перешкоди, які стали на шляху виходу країни з кризи».

У текстах англomовної преси широко представлені метафори спорту, війни і полювання. Численні фразеологізми, що виражають дух боротьби, змагальності та переслідування жертви є невід'ємною складовою публіцистичних текстів. Наприклад: *«I haven't spent the past 35 years in the trenches advocating for children, campaigning for universal healthcare, helping parents balance work and family and fighting for women's rights at home and around the world ...»* – *«Я не марнував час останні 35 років в окопі, виступаючи за дітей, агітуючи за універсальну охорону здоров'я, допомагаючи батькам збалансувати роботу та сім'ю та боротися за права жінок вдома й у всьому світі...»* [104]. Образи війни «окопу» і «боротьби» дають зрозуміти, яких зусиль необхідно докласти для здійснення поставленої мети. Політика – це війна, і для того, щоб виграти, досягти результату, потрібно боротися з усіх сил. Як не дивно, подібні метафоричні кластери не становлять непереборної перешкоди для перекладача, оскільки ця сфера діяльності добре розвинена практично у всіх людських співтовариствах і, отже, не викликає проблем, пов'язаних з інтерпретацією.

Таким чином, якщо врахувати необхідність знання для перекладача певної термінології зі сфери публіцистики, можна стверджувати, що неометафора в текстах англomовної преси цілком піддається адекватному перекладу. Неометафоричні вирази для реалізації концептів у мові, як правило, перекладаються описово, так як домінантою перекладу більшості текстів публіцистики залишається необхідність збереження прагматичного ефекту як гарантії отримання необхідного результату від впливу тексту на одержувача.

3.2. Особливості перекладу метафор-неологізмів у публіцистичних текстах

Публіцистичний стиль текстів англомовної преси, з огляду на його поліфункціональність і, відповідно, різноманітність характеристик, посідає особливе місце в системі стилів літературної мови. Публіцистичні тексти можуть бути різної тематики, оскільки вони ефективно працюють і затребувані в найрізноманітніших сферах людської діяльності – це і політика, і освіта, і охорона здоров'я, і економіка [51, с. 29]. Важливим є те, що прагматика такого роду текстів висвітлюється за допомогою виражальних засобів і вимагає логічного викладу змісту, добору лексики відповідного стилю та має певне семантичне навантаження [47, с. 289]. Функція публіцистичного стилю полягає не тільки в інформуванні читача, а й прихованого впливу та моделювання відповідного враження та судження, текст повинен переконати в достовірності його судження, викликати в адресата запрограмовану реакцію не тільки за рахунок логічних доводів, а й силою виражальних засобів та прийомів, які служать шляхом до реалізації мети, передати передбачений настрій та емоцію. Наприклад: «*The problem with a spending freeze is you're using a hatchet where you need a scalpel*». – «*Проблема із призупиненням надання коштів полягає в тому, що ви використовуєте сокиру там, де потрібен скальпель*» [105]. Так, кандидат у передвиборчих дебатах критикує програму свого опонента щодо змін у бюджеті. Він порівнює цей інструмент із сокирою і на даний момент представляє цю зброю дуже грубою для поправок в американському бюджеті. Кандидат пропонує «скальпель» як більш м'яке знаряддя, за допомогою якого можна діяти точніше й акуратніше, щоб не нашкодити країні. Кожен текст за своєю природою має критерій емотивності. Тут на допомогу приходить такий виражальний засіб, як метафора-неологізм [67, с. 165].

Від того, наскільки однорідні та близькі мова оригіналу та мова перекладу, їх культурно-етнографічні традиції, вірування, залежить і добір

способів перекладу. Семантику неометафор зумовлюють такі елементи: вихідне значення лексичної одиниці, образ, що є результатом співвіднесення одного поняття з іншим та саме нове значення, що утворюється як результат переосмислення метафори [8, с. 236]. Основні труднощі під час перекладу становить адекватне передавання семантичного значення. Наприклад: «*binge watching*» з англійської «*binge*» («*заниї*») «*watching*» («*перегляд*»). Тобто, коли людина не може відірватися від серіалу і дивиться всі епізоди за один раз. Ніби йде в «*серіальний заниї*». «*Binge-watching might be worse for you than you think, according to the latest research, but here's what you can do to fix your addiction*». – «*Серіальний заниї може бути гіршим для вас, ніж ви думаєте, відповідно до останніх досліджень, але ось що ви можете зробити, щоб виправити вашу залежність*» [97]. В українській мові не має еквівалента на позначення такого роду явища, тому неометафора передається шляхом транслітерації і стає ще й запозиченням, тобо «*бінджвотчинг*» («*заниїний перегляд серіалів*»).

Перекладач має справу з початковою семантикою слова і переносить її на мовленнєві коди мови перекладу, враховуючи її позамовні особливості, намагаючись декодувати та передати метафоричність виразу засобами іншої мови без втрати змісту. Часто перекладачеві вдається подолати мовний бар'єр і відтворити образ метафоричного висловлювання за рахунок одиниць мови-адресата. Проте інколи виникають деякі труднощі, подолати які вдається лише освіченим фахівцям, бо мовні образи однієї мови не знаходять свого вираження або еквівалента в іншій мові [43, с. 54]. Наприклад: «*I want to add tax breaks, because they are the drivers of the economy*». – «*Я хочу додати податкові пільги, оскільки вони є рушіями економіки*» [105]. У політичних текстах, на сторінках англomовної преси, під час передвиборчої кампанії, коли кандидати намагалися відстояти права американських підприємців, які складають сектор малого бізнесу, Д. Трамп порівнював їх з образом водіїв, які керують таким великим транспортним засобом, як економіка країни. Образ транспортного засобу в американській політиці досить важливий, оскільки

автомобіль у США – це більше, ніж просто засіб пересування. Це є образом життя американця. Таким чином, через іменник «*driver*», що означає «водій», спікер намагається передати когнітивне значення неометафори шляхом активації в адресанта певних почуттів та асоціацій. Також образом «водія» позначають зростаючі ціни на охорону здоров'я в США. Наприклад: «*The most important driver of our prolonged debt is the rising of health cost care for population in age*». – «Найважливішим чинником довгострокової заборгованості є зростання вартості медичного обслуговування літніх людей» [100]. Одним із шляхів подолання таких труднощів перекладу можна вважати повну або часткову заміну образу метафори, що передається, чи повне перенесення найменування засобами іншої мови, дібравши повністю протилежний за значенням еквівалент, але зі схожою образністю, яка б викликала в адресата ті самі почуття, думки та асоціації, що й в адресанта [12, с. 84].

Добір способу перекладу неометафор залежить від різних лексичних, граматичних, стилістичних особливостей конкретного тексту, мети, прагматичних та інших факторів, перш за все, від того, яку функцію виконує метафора-неологізм у тексті. П. Ньюмарк наголошує, що неометафора посідає найголовніше місце в системі тексту, і з нею надалі поєднуються другорядні виражальні засоби та лексичні одиниці даного тексту, що в результаті утворюють єдину текстуальну картину [88, с. 94]. Наприклад: «*I do not want to pit Red America against Blue America*». – «Я не хочу виставляти Червону Америку проти Блакитної Америки» [100]. Тед Круз, коли балотувався в президенти Америки, використовував у промовах вираз «*to pit against*» («*стравлювати півнів, собак під час бою*»), таким чином, він порівнював відносини республіканців і демократів з півнячими боями. Тим самим, давав зрозуміти громадянам, що в разі, якщо він буде обраний президентом, всі свої сили він спрямовує на покращення життя своїх співгромадян, а не на закулісні інтриги. У перекладі українською мовою дієслово «*to pit*», не має такого сильного метафоричного значення, а його переклад доволі простий – «*виставляти*». В іншомовній когнітивній свідомості вираз викликає потрібну

емоцію, бо сутичка порівнюється з *«бійкою півнів»*. В україномовному варіанті втрачена експресія. Так реалізується внутрішній зв'язок метафори-неологізму, тексту та його складових, а якщо залишити без уваги унікальність неометафоричного виразу і його функцію в тексті, то цей зв'язок може зруйнуватися в системі знаків іншої мови.

П. Ньюмарк [89] свого часу розробив найповніші на наш час поради та прийоми щодо адекватного передавання метафор-неологізмів при перекладі. Пітер Ньюмарк виділяє такі способи перекладу неометафор:

- а) збереження образності в системі мови перекладу;
- б) добирання або заміна образу вихідної мови в мові перекладу згідно зі стандартами, що не суперечать її культурно-національним нормам;
- в) передавання метафори-неологізму шляхом порівняння за умови збереження образності метафоричного виразу, але з можливою втратою експресії;
- г) переклад неометафори шляхом образного порівняння або шляхом встановленого образного значення, зафіксованого тлумачними словниками;
- г) передавання семантики неометафори шляхом описовго перекладу;
- д) вилучення неометафори, якщо при перекладі вона робить текст лексично перевантаженим (за бажанням перекладача);
- е) збереження значення конкретизації неометафори, щоб підсилити образну картину висловлювання [89, с. 138].

Н. Б. Мілявська [56] пропонує такі способи перекладу неометафор, на які ми й будемо спиратися при подальшому аналізі:

- а) цілісний переклад;
- б) прийом додавання значення;
- в) прийом опущення значення;
- г) заміна значення;
- г) перетворення за структурою;
- д) усталений відповідник;

е) прийом паралельного найменування неометафоричної основи [56, с. 134].

1. Цілісний переклад використовують у тих випадках, коли мова оригіналу і мова перекладу ототожнюють значення метафоричних одиниць, що підлягають перекладу. Наприклад: «*Government shale gas planning changes a sad blow to public engagement, says Conservative council leader of Derbyshire County Council*». – «Планування видобутку державного сланцевого газу дозволяє уникнути «прикрого удару по громадськості», – говорить керівник Консервативної ради графства Дербішир» [93]. «Sad blow» – «прикрий удар» – неометафора є когнітивною, де предметна ознака переноситься на ознаку явища; «*By the time he dragged my Old over I felt as if I was holding up a sack of lead*». – «До того часу, як він притягнув мою Стареньку, мені здалося, що я тримаю мішок свинцю» [109]. «My Old» – когнітивна метафора, де прикметник «Old» подано з великої літери наче ім'я – «Старенька» і його можна замінити іменником *car* «автівка», але він би вже не ніс того семантичного навантаження, як «my Old»; «*There is no battlefield of liberty where there was no a piece of land tmarked out as American ...*» – «Немає такого поля бою за свободу, де немає й шматка землі, на якому не прославилися б американці ...» [97]. Метафоричний неологізм «battlefield» зберігає свою образність, але переклад відбувається шляхом добору словникового відповідника – «поле бою»; «*When youcontact people to recruit them to the coalition, make sure you have no sugar mountains*». – «Коли ви звертаєтесь до людей, щоб залучити їх до коаліції, переконайтеся, що це надійні люди». «A sugar mountain» – неометафоричне словосполучення утворене на основі асоціативної образності, тобто – «цукрова гора» – лише один подих – і все розвалиться, щось крихке та нестабільне, тут «надійні люди».

2. Додавання значення або його опущення використовується тоді, коли один і той самий образ у двох мовах може мати різний ступінь експлікації (пояснення). Це спричиняє необхідність додавати або вилучати слова, що створюють його. Цікаво відзначити, що при перекладі українською мовою

переважає додавання слів, підтверджуючи думку про те, що українська мова більш експліцитна, ніж англійська [56, с. 135]. Наприклад: «*We have tasted the bitter swill of civil war and segregation, and emerged from that dark chapter stronger and more united*». – «Ми пройшли через громадянську війну і сегрегацію, темну частину історії, випробування, які більше згуртували нас» [100]; «*We would like from the bottom of our hearts to thank our neighbouring countries for sponsoring our candidacy*». – «Нам хотілося б від щирого серця подякувати сусіднім країнам за підтримку нашої кандидатури» [105]. «*At the bottom of her heart*» – «в її серці». Опущено іменник «*bottom* – основа», який є семантично зайвим та вживається в новому оточенні і вдруге вербалізує вже існуюче поняття «*inside* – всередині», використання іменника «*bottom*» у перекладі становить собою порушення мовних норм.

3. Заміна використовується у випадку несуміжності понять мови оригіналу та мови перекладу. Наприклад: «*Producing electronics is a very fertile area of business*». – «Виробництво електроніки – дуже прибуткова сфера бізнесу» [97]. Прикметник «*fertile*» вжито в значенні «*родючий*», для адекватного передавання виразу засобами іншої мови словникове значення прикметника «*fertile*» потрібно замінити на «*прибутковий*». Нове значення зберігає позитивне смислове навантаження під час перекладу, конкретизує поняття, тим самим уможливорює адекватне сприйняття нового значення: «*This company may be called the fruit of five years of intense work*». – «Наша компанія може бути названа результатом/плодом 5 років інтенсивної роботи» [100]. Іменник «*fruit*», родове поняття якого виражається словом «*фрукт*», диференціюється і конкретизується як «*результат, плід*».

4. Структурне перетворення застосовується, коли не узгоджуються граматичні норми мови оригіналу та мови перекладу: «*pull-aside*» – неофіційна нарада, неофіційні збори (лідерів/ дипломатів). «*All of these issues were discussed at the pull-aside yesterday*». – «Усі ці питання було обговорено вчора на неофіційній нараді» [104]. Окреме значення слів *pull* та *aside* є таким: «*тягнути та набік/осторонь*»; «*Taking a property in bailout one can lose its total*

amount». – «Віддаючи майно під заставу, можна втратити його в повному обсязі» [94]. «Bailout» – допомога в грошовому еквіваленті, поручительство, тобто позика на вигідних умовах, часто береться великими фірмами, компаніями, які знаходяться в скрутному матеріальному становищі. Окремо компоненти вислову «bailout» мають такий переклад: «під заставу/ обмежувати та гасити/ виходити». Інколи засоби однієї мови не дають повної можливості передати зміст виразу, викладений засобами мови-джерела. Не завжди частини мови оригіналу можна передати тими ж частинами мови іншої мови, тут ідеться про заміну. Таким чином, «bot herders», розклавши вислів на лексичні одиниці, отримуємо «bot» у значенні «робот», де сема «bot» є результатом усічення слова та «herder» – «настух». Утворений вираз «настух роботів» потребує не лише переосмислення, а й заміну відмінка та числа іменників: N – G («bot») та G – N («herders»); s. – pl. («bot») та pl. – s. («herders»). «Робот» у когнітивному розумінні це певна електронна машина, а найпоширенішими представниками такої є «комп'ютери», сема «настух» у розумінні україномовних людей семантично переосмислюється і тяжіє до сленгізму «насти» (тобто «слідкувати, відстежувати»), в англійській також вживається дієслово «herd» як сленг у такому ж значенні. Суфікс -er в англійській мові відповідає за позначення особи, яка виконує дію, тобто «той, хто...», так отримуємо «той, хто «насе» комп'ютери». Когнітивний аналіз наштовхує на думку, що відповідь є однослівною, тобто іншомовному виразу із двох слів відповідатиме одне. Так, «bot herders» – це «хакери». «Bot herders may have controlled 1.5 million PCs». – «Хакери можуть контролювати 1.5 мільйона комп'ютерів» [97].

5. Про традиційну відповідність неометафор можна говорити тоді, коли йдеться про національні, фольклорні, релігійні, біблійні, етнічні особливості походження метафори, а при перекладі утворюється розбіжність у судженні про відображення явищ дійсності. Наприклад: вирази «to buy a pig in a pocket» (купити «поросся» в мішку) та «head to head, face to face» («голова до голови, обличчя до обличчя») не можна перекладати дослівно, оскільки це не

еквівалентно мові перекладу. Замінюючи одне явище або предмет, притаманне культурі вихідної мови, що незрозуміле культурі мови реципієнта, перекладемо «купити kota в мішку» та «віч-на-віч». Такий переклад є причиною використання іншого значення за відсутності або непридатності українського слова-поняття, яке тісно пов'язане з цим поняттям, що логічне випливає з нього.

6. Паралельне найменування метафоричної основи використовується, коли необхідно змінити структуру метафори, а зміст необхідно зберегти: «*It was courage that made us such a successful political force, but our journey must understand where it went wrong*». – «Такою успішною політичною силою зробила нас мужність, проте ми маємо зрозуміти, де ми збилися зі шляху» [100]. Метафора «*to go wrong*» є поширеною, тут згідно з міжмовними правилами потрібно структурно змінити метафору, а за характером інформації початковий образ потрібно зберегти. Так, поширений переклад «*ніти не так*» змінюється на «*збитися зі шляху*».

Складність питання про переклад метафор пов'язана з розбіжностями між метафоричними системами різномовних мов. Тому далеко не завжди процес передавання неометафор з однієї мови на іншу може бути простим. У зв'язку з цим виникає необхідність зміни метафоричного образу [65, с. 492].

Отже, переклад таких явищ, як неометафори потребує особливої уваги та максимальної точності, оскільки текст, що ми перекладаємо, містить образи автора як носія мови, культурних реалій і асоціацій та образи перекладача як носія своєї мови і культури. При перекладі метафори необхідно зберігати всю експресію оригіналу. Найвичерпнішою класифікацією способів перекладу метафор-неологізмів є класифікація Н. Б. Мілявської: а) повний переклад; б) додавання/ опущення; в) заміна; г) структурне перетворення; г) традиційний відповідник; д) паралельне найменування метафоричної основи. Специфіка перекладу метафори дуже складна і на даному етапі найкращий спосіб перекладу метафор ще залишається значною проблемою для всіх лінгвістів.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Дипломну роботу присвячено дослідженню метафор-неологізмів в текстах англomовної преси, зокрема, особливостям її перекладу та виникнення. Робота над дипломною роботою в галузі перекладу відбувається в офісному приміщенні за робочим столом. Робоче місце оснащено ноутбуком та необхідною периферійною технікою (миша, клавіатура, принтер), а також обладнанням та меблями, що забезпечують комфортні умови праці, а саме столом, офісним стільцем, кондиціонером та освітлювальним приладом (растрові люмінісцентні світильники на підлозі).

4.1. Аналіз потенційних небезпек

Працюючи в галузі перекладу, а саме в офісному приміщенні, ми можемо стикатися з наступними видами потенційних небезпек:

а) ураження електричним струмом, у наслідок несправності електродобладнання, яке використовується під час виконання трудових обов'язків, невиконання правил техніки безпеки при користуванні електричним обладнанням, що може призвести до електротравм різного ступеню або навіть до летального наслідку;

б) механічне травмування в наслідок не раціонального розташування робочих місць;

в) нервово-психічні навантаження, через специфічність роботи працівників економіко-гуманітарної сфери, яка передбачає постійний контакт з клієнтами, колегами по роботі, керівництвом, контрагентами при вирішенні робочих питань (деякі з них можуть бути конфліктними, суперечливими). Подібний характер роботи може викликати емоційний дискомфорт, внутрішнє

роздратування та емоційну нестабільність під час короткотривалих певних негативних ситуацій, що може призвести до захворювань нервової системи, зниження насаги на працю та стресових станів;

г) кістково-м'язові порушення, у зв'язку з тривалим статичним напруженням м'язів спини, шиї, рук і ніг, що призводить до ушкодження опорно-рухового апарату;

г) негативний вплив електромагнітних, в тому числі і рентгенівських випромінювань при використанні моніторів персональних комп'ютерів (далі ПК) з електронно-променевою трубкою, що призводить до погіршень зору, зниження імунітету;

д) недостатнє або надмірне освітлення робочих місць, в зв'язку з несправністю, або хибним вибором освітлювальних приладів, в зв'язку з неправильним розташуванням робочих місць по відношенню до джерел природного та штучного освітлення, що призводить до погіршення зору або ефекту засліплення;

е) підвищений рівень шуму, який створюється перетворювачем напруги електронно-обчислювальної машини (далі ЕОМ), її технічною периферією, а також людьми, що працюють у приміщенні, і який призводить до погіршення слуху;

є) незадовільні параметри мікроклімату робочого місця, у зв'язку із відсутністю приладів, що забезпечують необхідний повітряобмін та опалювальної системи, які можуть викликати загальні захворювання;

ж) вірогідність загоряння, в зв'язку з використанням несправного електрообладнання, обігрівачів з відкритим теном, недотриманням, або порушенням правил протипожежної безпеки, відсутністю систем пожежної сигналізації і пожежогасіння, що призводить до пожежі;

з) неправильні дії персоналу в умовах надзвичайних ситуацій, які призводять до паніки та загибелі людей;

и) тяжкість і напруженість роботи зорового аналізатора в наслідок тривалої роботи з організаційною технікою (монітори, інтерактивні дошки та інші візуальні прилади), а також з великою кількістю документації, що може призвести до погіршення, та часткової втрати зору і вплинути на працездатність робітника;

і) зараження вірусними захворюваннями у наслідок забрудненого фільтра кондиціонера, особливо в період загострення вірусних захворювань що може призвести до масових захворювань інфекційного або епідеміологічного характеру.

4.2. Заходи по забезпеченню безпеки

У приміщенні офісу застосовується широке різноманіття електроприладів: персональні комп'ютери, принтери, ксерокси, факси, освітлювальні прилади, кондиціонери, побутові електроприлади тощо. Небезпека ураження електричним струмом при використанні цих приладів з'являється при недотриманні заходів обережності, а також при відмові або несправності цього обладнання. Наслідки ураження електричним струмом залежать від багатьох факторів: опору організму, величини, тривалості дії, роду і частоти струму, шляхів його проходження через життєво важливі органи, умов зовнішнього середовища.

Для запобігання ураження електричним струмом встановлено електроустаткування, яке відповідає вимогам: ПУЕ («Правила устрою електроустановок») і ГОСТ 12.1.030-81 (2001) «ССБТ. Электробезопасность. Защитное заземление, зануление», величина опору захисного заземлення електрообладнання приміщення – 4 Ом; НПАОП 40.1-1.32-01 «Правила устройства электроустановок». Электрооборудование специальных установок», приміщення, в якому розташовуються ЕОМ, різноманітне устаткування, відноситься до класу пожеже небезпечної зони П-Па, тому

передбачений мінімальний ступінь захисту ізоляції обладнання IP44; ГОСТ 12.1.009-76 (1999) «ССБТ. Электробезопасность. Термины и определения» обладнання офісу має подвійну ізоляцію, яка складається з робочої та додаткової ізоляції; ГОСТ 12.2.007.0-75* (2001) «ССБТ. Изделия электротехнические. Общие требования безопасности» ЕОМ, периферійні пристрої ЕОМ та устаткування для обслуговування, ремонту та налагодження ЕОМ по способу захисту людини від ураження електричним струмом, належать до І класу, оскільки мають подвійну ізоляцію, елемент для заземлення та провід для приєднання до джерела живлення, що має заземлюючу жилу і вилку з заземлюючим контактом. Експлуатація електроустановок і електроустаткування проводиться відповідно до НПАОП 40.1-1.01-97 «Правила безпечної експлуатації електроустановок» та НПАОП 40.1-1.21-98 «Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів»

Ймовірність механічного травмування може виникнути внаслідок не раціонального розташування робочих місць, захаращення робочих місць або у зв'язку з недбалістю та неуважністю обслуговуючого персоналу. Для виключення травматизму згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» зроблено більш зручне та раціональне розташування робочих місць, таким чином збільшена відстань між ними, яка відповідає нормованим значення (площа на одне робоче місце має становити не менше ніж $6,0 \text{ м}^2$, а обсягом не менше ніж $20,0 \text{ м}^3$). У зв'язку із стресовими ситуаціями та нервово-емоційними навантаженнями у працівників може виникнути ймовірність захворювань загальноневротичного характеру.

З метою зниження нервово-емоційного напруження, стомлення зорового аналізатора, поліпшення мозкового кровообігу, подолання несприятливих наслідків гіподинамії, запобігання втоми, згідно ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними

терміналами електронно-обчислювальних машин» для робітників із застосування ЕОМ, передбачені регламентовані перерви для відпочинку тривалістю 15 хвилин через кожні дві години, а також обладнані побутові приміщення для відпочинку під час роботи, кімната психологічного розвантаження. В кімнаті психологічного розвантаження передбачені пристрої для приготування й роздачі тонізуючих напоїв, а також місця для занять фізичною культурою

Для оптимізації відносин у колективі проводяться тренінги з залучанням психологів на теми: «Адаптація у новому колективі», «Поведінка в суспільстві».

Для запобігання кістково-м'язових порушень у зв'язку з тривалим статичним напруженням м'язів спини, шиї, рук і ніг необхідно виконувати фізичні вправи 2-3 рази протягом робочого часу.

З гігієнічних позицій для візуально-напруженої роботи характерні: розрізнення малих об'єктів розміром 0,1 мм і менше; об'єктів складної конфігурації розміром 0,2 мм і менше; наявність прямої і відбитої блискоті в полі зору, світловій переадаптації кілька разів на хвилину; спостереження за допомогою оптичних пристроїв тощо.

Ефективним засобом профілактики тяжкості і напруженості роботи зорового аналізатора є автоматизація робіт, пов'язаних з постійним зоровим напруженням в усіх галузях промисловості; оптимізація умов роботи на операціях тонкого і точного праці: правильний гігієнічний режим, чергування праці і відпочинку, правильне оформлення робочого місця тощо; поліпшення світлотехнічних умов. Удосконалення заходів, спрямованих на поліпшення умов праці, має бути в центрі уваги лікарів-гігієністів, окулістів, фізіологів та інших фахівців.

У фільтрі кондиціонера накопичується концентрат бактерій, вірусів, пилових кліщів і алергенів, в тому числі - шерсть тварин. Пил і вологе середовище в кондиціонері – «улюблене» місце для розмноження хвороботворних бактерій, особливо цей фактор небезпечний у часи

загострення інфекційних захворювань. При користуванні кондиціонером треба виконувати його регламентне обслуговування, яке прописано заводом виробником у інструкції з експлуатації та в період загострення інфекційних захворювань обов'язкове використання співробітниками засобів індивідуального захисту (ватно-марлевих пов'язок), особливо коли в колективі знаходиться співробітник з симптомами захворювання.

4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці

Внаслідок роботи за ПК, на фізіологію людини негативно впливають електромагнітні випромінювання. Щоб зменшити наслідки впливу на людину та знизити негативні показники у робочій зоні до допустимих значень, згідно з ГОСТ 12.2.007.0-75 «Изделия электротехнические. Общие требования безопасности», вироби, які створюють електромагнітні поля, повинні мати захисні елементи (екрани, поглиначі і т.д.). Вимоги до захисних елементів повинні бути вказані в стандартах та технічних умовах на конкретні види виробів. Згідно з НПАОП 0.00-1.28-10 «Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин» та ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин», на робочих місцях обладнаних ПК встановлені рідкокристалічні монітори, які не є джерелами рентгенівського та електромагнітного випромінювань.

Основними причинами недостатньої або надмірної освітленості робочих місць є несправність або хибний вибір освітлювальних приладів, неправильне розташування робочих місць по відношенню до джерел освітлення.

Незадовільна освітленість на робочому місці або на робочій зоні може бути причиною зниження продуктивності та якості праці, отримання травм. Недостатнє або надмірне освітлення викликає зоровий дискомфорт, що

виражається у відчутті незручності або напруженості. Тривале перебування в умовах зорового дискомфорту призводить до розсіювання уваги, зменшення зосередженості, зоровій і загальній втомі.

В офісному приміщенні, згідно ДБН В.2.5-28-2006 «Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення» передбачене природне та штучне освітлення. Природне освітлення здійснено через світлові прорізи, які забезпечують коефіцієнт природної освітленості (КПО) не нижче 1,5%. Для захисту від прямих сонячних променів, які створюють прямі та відбиті відблиски на поверхні екранів і клавіатури, передбачено сонцезахисні пристрої, на вікнах встановлені жалюзі або штори.

Розрахунок штучного освітлення для приміщення розміром 6х4х2,6 м, з типом світильника ЛПО (растровий), $L/h = 1,4$, колір стелі, стін, підлоги (рст, рс, рп): 70%, 50%, 30%. Згідно з умовами праці обираємо нормовані показники штучного освітлення основних приміщень: для приміщень, аудиторій, навчальних кабінетів, лабораторій в технікумах і навчальних закладах, площа нормування освітленості, висота площини над підлогою $h_p = \Gamma - 0,8$ м, розряд і подразряд зорової роботи А-2, освітленість робочих поверхонь при загальному освітленні $E_n = 400$ лк.

Визначаємо коефіцієнт запасу k_z , що дорівнює 1,4.

Розрахунок кількості рядів світильників у приміщенні N_p :

$$N_p = \frac{B}{(H - h_p) \cdot [L/h]}, \text{ шт.}$$

Де: B – ширина приміщення;

H – висота приміщення ;

h_p – висота робочої поверхні;

$[L/h]$ – числове значення коефіцієнта світильника.

Підставляємо числові показники до формула та вираховуємо N_p

$$N_p = 4/(2,6 - 0,8) \times 1,4 = 1,59.$$

Приймаємо значення кількості рядів світильників у приміщенні $N_p = 2$ шт.

Визначаємо максимально припустиму відстань між рядами світильників $L_{\max}$.

$$L_{\max} = \frac{B}{N_p}, \text{ м.}$$

Де: B – ширина приміщення;

N_p – кількість рядів світильників у приміщенні.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо $L_{\max}$.

$$L_{\max} = 4/2 = 2.$$

Значення максимально припустиму відстань між рядами світильників $L_{\max} = 2\text{м.}$

Визначаємо значення індексу приміщення i , що характеризує співвідношення розмірів освітлювального приміщення і висоти розміщення світильників.

$$i = \frac{A \cdot B}{(H - h_p) \cdot (A + B)}.$$

Де: A – довжина приміщення;

B – ширина приміщення;

H – висота приміщення;

h_p – висота робочої поверхні.

Підставляємо числові показники до формула та вираховуємо i .

$$i = 6 \times 4 / (2,6 - 0,8) \times (6 + 4) = 1,33.$$

Значення індексу приміщення $i = 1,33$.

Визначаємо значення коефіцієнта використання світлового потоку η , створюваного світильниками ЛПО (растровий).

Показник η в залежності від:

- типу світильника (ЛПО (растровий));
- числового значення коефіцієнта світильника $[L/h]$ - 1,4;

- кольору стелі, стін, підлоги ($\rho_{\text{ст}}, \rho_{\text{с}}, \rho_{\text{п}}$), % - 70%, 50%, 30%;
- індексу приміщення i - 1,33.

Значення коефіцієнта використання світлового потоку η приймаємо відносно показника в таблиці найближчого до індексу приміщення $i = 1,33$, а саме: $i = 1,25$.

$$\eta = 0,47.$$

Визначаємо сумарний світловий потік освітлювальної установки у даному приміщенні Φ_{Σ} .

$$\Phi_{\Sigma} = \frac{E_H \cdot A \cdot B \cdot k_z \cdot z}{\eta}, \text{ лм.}$$

Де: E_H – рівень нормованого загального освітлення;

A – довжина приміщення;

B – ширина приміщення;

k_z – коефіцієнт запасу;

z – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості (відношення середньої освітленості до мінімальної освітленості), як правило дорівнює (для люмінесцентних ламп $z = 1,1$);

η – коефіцієнт використання світлового потоку.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо Φ_{Σ} .

$$\Phi_{\Sigma} = 400 \times 6 \times 4 \times 1,4 \times 1,1 / 0,47 = 31455 \text{ лм.}$$

Значення сумарний світловий потік освітлювальної установки у даному приміщенні

$$\Phi_{\Sigma} = 31455 \text{ лм.}$$

Визначаємо умовну загальну кількість світильників у приміщенні $N_{\text{св}}^*$.

$$N_{\text{св}}^* = \frac{A \cdot B}{L_{\text{max}}^2}, \text{ шт.}$$

Де: A – довжина приміщення ;

B – ширина приміщення ;

L_{max} – максимально припустима відстань між рядами світильників.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо $N_{св}^*$.

$$N_{св}^* = 6 \times 4 / 2^2 = 6 \text{ шт.}$$

Значення умовної загальної кількості світильників у приміщенні $N_{св}^* = 6$ шт.

Розрахунок світлового потоку умовного джерела світла Φ_L^* .

$$\Phi_L^* = \frac{\Phi_{\Sigma}}{N_L^*}, \text{ лм.}$$

Де: Φ_{Σ} – сумарний світловий потік освітлювальної установки;

N_L^* – загальна кількість ламп у світильнику, яка розраховується за формулою:

$$N_L^* = N_{св}^* \cdot n, \text{ шт.}$$

Де: n – кількість ламп у світильнику;

$N_{св}^*$ – умовна загальна кількість світильників у приміщенні.

Вираховуємо $N_L^* = 6 \times 4 = 24$ шт.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо Φ_L^* .

$$\Phi_L^* = 31455 / 24 = 1310 \text{ лм.}$$

Значення світлового потоку умовного джерела світла $\Phi_L^* = 1310$ лм.

Вибираємо тип стандартної лампи з найближчим значенням фактичного світлового потоку лампи Φ_L і знаходимо коефіцієнт m (співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи Φ_L^* та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи Φ_L).

$$m = \frac{\Phi_L^*}{\Phi_L}.$$

Де: Φ_L – значення фактичного світлового потоку лампи.

Обираємо лампу L 18W/640, виробника Osram, типу BASIC T8 з цоколем G13, холодного білого світла, кольорової температури 4000K, фактичним світловим потоком обраної стандартної лампи $\Phi_L = 1200$ лм, потужністю 18Вт.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо m .

$$m = 1310/1200 = 1,09$$

Значення коефіцієнта m (співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи $\Phi_{\text{л}}^*$ та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи $\Phi_{\text{л}}$) = 1,09

Визначаємо оптимальну (фактичну) кількість світильників у приміщенні $N_{\text{св}}$.

$$N_{\text{св}} = N_{\text{св}}^* \cdot m, \text{ шт.}$$

Де: $N_{\text{св}}^*$ – умовна загальна кількість світильників у приміщенні .

m – співвідношення між розрахунковим світловим потоком лампи та фактичним світловим потоком вибраної стандартної лампи.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо $N_{\text{св}}$.

$$N_{\text{св}} = 6 \times 1,09 = 6 \text{ шт.}$$

Значення оптимальної (фактичної) кількості світильників у приміщенні $N_{\text{св}} = 6 \text{ шт.}$

Визначаємо фактичну кількість ламп у приміщенні $N_{\text{л}}$.

$$N_{\text{л}} = N_{\text{св}} \cdot n, \text{ шт.}$$

Де: $N_{\text{св}}$ – оптимальна (фактична) кількість світильників у приміщенні ;

n – кількість ламп у світильнику.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо $N_{\text{л}}$.

$$N_{\text{л}} = 6 \times 4 = 24 \text{ шт.}$$

Значення фактичної кількості ламп у приміщенні $N_{\text{л}} = 24 \text{ шт.}$

Визначаємо загальну розрахункову освітленість E_p у приміщенні, що створюється при застосуванні стандартних ламп.

$$E_p = \frac{\Phi_{\text{л}} \cdot N_{\text{л}} \cdot \eta}{A \cdot B \cdot k_3 \cdot z}, \text{ лк.}$$

Де: $\Phi_{\text{л}}$ – фактичний світловий потік вибраної стандартної лампи;

$N_{\text{л}}$ – фактична кількість ламп у приміщенні;

η – коефіцієнт використання світлового потоку;

A – довжина приміщення;

B – ширина приміщення;

k_z – коефіцієнт запасу;

z – коефіцієнт нерівномірності (мінімальної) освітленості.

Підставляємо числові показники до формули та вираховуємо E_p .

$$E_p = 1200 \times 24 \times 0,47 / 6 \times 4 \times 1,4 \times 1,1 = 366,23 \text{ лк.}$$

Виходячи з розрахунків освітлення в приміщенні $E_p = 366,23$ лк, що відповідає нормам.

Рівні звукового тиску в октавних смугах частот, рівні звуку та еквівалентні рівні звуку на робочих місцях приміщення відповідають вимогам ДСанПіН 3.3.2.007-98 «Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин» та ДСН 3.3.6.037-99 «Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку». Зниження рівня шуму в приміщенні здійснено за допомогою:

- використання більш сучасного обладнання;
- розташування принтерів та різноманітного устаткування колективного користування на значній відстані від більшості робочих місць працівників;
- переведення жорсткого диска в режим сну (Standby), якщо комп'ютер не працює протягом визначеного часу;
- використання блоків живлення ПК з вентиляторами на гумових підвісках;

Неправильне проектування або несправність систем опалення та вентиляції в приміщенні офісу може призвести до негативних впливів на здоров'я працівників у вигляді простудних захворювань, перегрівань, проблем із дихальними шляхами тощо.

Метеорологічні умови в приміщенні офісу – температура повітря, відносна вологість повітря й швидкість його переміщення відповідають встановленим санітарно-гігієнічним вимогам ДСН 3.3.6.042-99 «Державні

санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень» і ГОСТ 12.1.005-88 (1991) «ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Робота в офісному приміщенні, належить до категорії Іб - легка робота, тому передбачені наступні оптимальні значення параметрів мікроклімату:

- у холодний період року: температура 21-23°C; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,1 м/с;

- у теплий період року: температура 22-24°C; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,2 м/с.

Забезпечення таких параметрів мікроклімату досягається оснащенням приміщень пристроями кондиціонування, вентиляції та дезодорації повітря, системами опалювання. Оптимальні рівні позитивних (p+) і негативних (p-) іонів у повітрі приміщення з ВДТ відповідають вимогам ГН 2152-80 «Санітарно-гігієнічні норми допустимих рівнів іонізації повітря виробничих та громадських приміщень» і становить: p+=1500-30000 (шт. на 1см³); p- = 3000-5000 (шт. на 1см³). Підтримку оптимального рівня легких позитивних і негативних аероіонів у повітрі на робочих місцях забезпечуються за допомогою біполярних коронних аероіонізаторів.

4.4. Заходи з пожежної безпеки

За ДСТУ EN 2:2014 «Класифікація пожеж (EN 2:1992; EN 2:1992/A1:2004, IDT)» та згідно «Правил експлуатації та типових норм належності вогнегасників», затверджених наказом МВСУ 15.01.2018 № 25 та зареєстрованих в МЮУ 23.02.2018 р. за № 225/31677, визначені пожежі класів Е – горіння електроустановок, що перебувають під напругою до 1000 В та А – пожежа, що супроводжуються горінням твердих матеріалів, зазвичай органічного походження, під час горіння яких, як правило, утворюються тліючі вуглини. Відповідно до вимог ДСТУ Б В.1.1-36:2016 «Визначення

категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою» та СНиП 2.09.02-85* «Производственные здания» визначаємо, що наш об'єкт належить до категорії Д – знижено пожежонебезпечна.

Відповідно до категорії виробництва з пожежної небезпеки і вимог ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги», ступінь вогнестійкості приміщення об'єкта – Д – знижено пожежонебезпечна.

Відповідно до вимог ДБН В.1.1-7:2016 «Пожежна безпека об'єктів будівництва. Загальні вимоги», для забезпечення безпечної евакуації людей повинні передбачатися заходи, спрямовані на створення умов для своєчасної та безперешкодної евакуації людей у разі виникнення пожежі та захист людей на шляхах евакуації від дії небезпечних чинників пожежі.

Евакуаційні виходи, шляхи евакуації повинні мати позначення з використанням знаків безпеки згідно з ДСТУ ISO 6309, ДСТУ 7313, ГОСТ 12.4.026.

Згідно вимог ДБН В.2.5-56:2014 «Системи протипожежного захисту» є необхідність обладнання будинків і приміщень системами: автоматичного пожежогасіння, пожежної сигналізації, протидимного захисту, оповіщення про пожежу та управління евакуацією людей, централізованого пожежного спостереження, а також вимоги до проектування та улаштування таких систем визначаються ДБН В.2.5-56 та іншими НД.

Відповідно до вимог «Правил експлуатації та типових норм належності вогнегасників», затверджених наказом МВСУ 15.01.2018 № 25 та зареєстрованих в МЮУ 23.02.2018 р. за № 225/31677, обираємо для даного типу приміщення 1 порошковий вогнегасник типу ВП-5 ємкістю 5 л, що використовуються у виробничих, сільськогосподарських, складських та лабораторних будинках і приміщеннях, адміністративних, побутових будинках і приміщеннях та спорудах промислових підприємств, громадських будинках та спорудах, в гаражах та автомайстернях.

4.5. Заходи по забезпеченню безпеки у надзвичайних ситуаціях

Забезпечення стійкої роботи комунально-енергетичних систем промислового об'єкта.

Під стійкістю функціонування об'єкта розуміють здатність його в умовах НС виконувати всі свої функції, а у випадку аварії, катастрофи, пошкодження – відновлювати працездатності в мінімально короткий термін.

На стійкість функціонування об'єкта господарювання (ОГ) у НС впливають такі чинники:

- а) надійність захисту робітників і службовців від наслідків НС – аварій, катастроф, від первинних і вторинних факторів зброї масового ураження (ЗМУ);
- б) здатність інженерно-технічного комплексу об'єкта протистояти цим впливам;
- в) надійність системи постачання об'єкта всім необхідним для праці (паливом, енергією, газом, водою тощо);
- г) підготовленість об'єкта до проведення рятувальних та інших невідкладних робіт (РіНР) ;
- г) район розміщення об'єкта;
- д) внутрішнє планування і забудова території;
- е) системи управління;
- є) системи енергопостачання;
- и) підготовленість до відновлення роботи.

З переліченого вище впливають вимоги до стійкості функціонування ОНГ в умовах мирного часу, щоб виключати ситуацію типу Чорнобильської. Ці вимоги закладені в нормах проектування інженерно-технічних заходів (ІТЗ) ЦЗ, а також у розроблених на їхній основі нормативних документах.

Захист робітників і службовців досягається трьома способами:

- а) укриття людей у захисних спорудах;
- б) застосування засобів індивідуального захисту;

в) проведення евакуаційних заходів для робітників і службовців та членів їх сімей.

Засоби індивідуального захисту забезпечують захист людей при перебуванні на виробничих місцях і на місцевості, що заражена РР, ОР, СДОР, БЗ. Укриття в захисних спорудах – найбільш ефективний спосіб захисту виробничого персоналу працюючої зміни. Захисні споруди повинні будуватися на кожному об'єкті своєчасно і забезпечувати укриття найбільшої працюючої зміни. Евакуаційні заходи забезпечують захист членів сімей робітників, службовців і виробничого персоналу непрацюючих змін. Надійність захисту персоналу досягається завдяки застосуванню всіх трьох способів захисту з урахуванням конкретної обстановки. Забезпечення стійкого постачання досягається проведенням заходів щодо захисту комунально-енергетичних мереж, транспортних комунікацій і джерел постачання, а також створенням необхідних запасів палива.

Підвищення надійності електропостачання підприємства може здійснюватися підключенням до резервних мереж (ліній електропередач), розподілом схеми мереж на частини, що працюють незалежно, встановленням дизельних електростанцій. Особливу увагу необхідно приділяти надійності електро-, водо-, теплопостачання на комунальних підприємствах, медичних, дитячих установах, підприємствах з неперервним циклом виробництва. З метою надійного забезпечення водою підключають до дублюючих джерел, створюють резервуари. Для підвищення стійкості систем газу, тепло й паливопостачання закріплюють газопроводи, газорозподільні станції, якомога більшу частину газопроводів влаштовують під землею, встановлюють автоматичні пристрої відключення в разі аварії, максимально збільшують запаси вугілля, мазуту, бензину, влаштовують власні системи обігріву.

При виконанні робіт в сфері перекладу на робочому місці можливе виникнення великої кількості шкідливих факторів потенційної небезпеки до яких було розглянуто і передбачено заходи по їх усуненню, а саме: заходи по

забезпеченню безпеки; заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці, де було зроблено розрахунки необхідного освітлення приміщення (366 лк, що відповідає нормі); заходи з пожежної безпеки, а саме встановлені вогнегасники (один порошковий вогнегасник типу ВП-5, ємкістю 1л.); заходи по забезпеченню безпеки в надзвичайних ситуаціях, а саме забезпечення стійкої роботи комунально-енергетичних систем промислового об'єкта

ВИСНОВКИ

Отже, метафора широко розповсюджена в текстах англомовної преси. Вона реалізується не тільки на текстовому рівні, а й в людському мисленні, свідомості. За рахунок своєї когнітивної природи метафори формують суспільну думку. Н. Д. Арутюнова [6] вважає, що метафори інтенсивно проникають у різні галузі знань, а результатом взаємодії різних напрямків наукової думки стало формування когнітивної науки. Метафора визначається як спосіб виокремлення спільних і подібних із моментом мовлення кодів, а когнітивна метафора виступає ащо уможливорює точну інтерпретацію змісту.

Лексика текстів англомовної преси вирізняється від інших частим використанням метафор-неологізмів. Ми розглянули основні особливості вживання метафор-неологізмів і навели приклади їх використання в англомовних газетних текстах. Під час аналізу семантичної деривації неометафор на прикладі текстів англомовної преси до уваги брався прояв переорієнтації лексичних одиниць на внутрішньому рівні. Діахронія та постійний розвиток є головними характеристиками такого роду деривації, результатом якої є утворення нової одиниці вторинної номінації. Неометафору можна назвати частково перманентною, оскільки в текстах вона існує постійно як засіб вираження, а сам продукт цього вираження, тобто слова та вирази – змінні. Це пояснюється тим, що метафора, як і неологізм, з часом втрачають статус колишньої новизни й переходять в розряд простої метафори, але зі збереженням метафоричного змісту. Установлено, що процес метафоризації відбувається в розумово-мовному просторі, який має справу з реаліями людського буття та їх відображенням у свідомості. Сам процес метафоризації – це не лише вживання одного поняття замість іншого, він утворює новий зміст, який з'являється внаслідок взаємодії складних когнітивних механізмів. Розуміння неометафори утворює гармонію смислів і формує стиль висловлювання. Оточення неометафори супроводжується образністю мислення та вдалим декодуванням нового змісту значень, щоб

вдало замінити чи порівняти одне з іншим і вивести третє, утворити новий концепт. Неометафоризація не тяжіє до компресії, а навпаки, розширює свої горизонти, вдосконалюється для того, щоб повністю відповідати вимогам неодиїсності й реалізовувати потреби сучасної комунікації.

Розглянувши метафору саме в текстах англомовної преси, на нашу думку, варто зазначити, що її роль у цьому спектрі – величезна: її наявність «оживлює» публіцистичний текст, дозволяє побачити уявний малюнок, яскраво сприйняти певне явище життя. Вона виділяє саму суть конкретного явища чи предмета, дозволяє розглянути його образно, оцінити та виділити його основні якості. Проаналізувавши способи перекладу неометафоричних виразів різних авторів, найбільш детально ми зупинилися на класифікації Н. Б. Мілявської [56]. З власних спостережень вона рекомендує такі способи перекладу метафор-неологізмів: цілісний переклад; додавання значення; опущення значення; заміна значення; повне перетворення за структурою; традиційний відповідник; паралельне найменування метафоричної основи. Переклад таких явищ, як метафори-неологізми потребує особливої уваги та максимальної точності, оскільки текст, що ми перекладаємо, містить образи автора як носія мови, культурних реалій і асоціацій та образи перекладача як носія своєї мови і культури. При перекладі метафор-неологізмів необхідно зберігати всю експресію оригіналу.

Аналіз текстів англомовної преси, проведений на матеріалі загальної вибірки, що становить 240 лексичних одиниць, показав, що у способах перекладу метафор-неологізмів переважає тенденція до збереження смислу та образу, аналогічному мові першоджерела, або використовується еквівалентна заміна, що є рівноцінною за смислом та значенням одиниці вихідної мови, перефразування застосовується набагато рідше, а інші способи вживаються поодинокі. Підкреслимо, що використання метафори підтверджує ту тенденцію сфери суспільства, яка, мабуть, становить головну її специфіку і яка найбільш яскраво проявляється в її сучасному стані – тенденцію до маніпулювання людською свідомістю. Основна функція – переконання

потенційного читача (не на раціональному, а на емоційному рівні) – це залучення його уваги. Проаналізувавши джерела, можна сказати, що в сучасних газетах метафори-неологізми активно й продуктивно застосовуються як засіб мовної виразності, збільшуючи інформативну цінність і образність повідомлення за допомогою асоціацій, що викликаються переносним вживанням слова. Таким чином, метафори беруть участь у виконанні найважливіших функцій публіцистики: переконання та емоційний вплив на адресата.

За останні два десятиріччя лінгвістика пережила глобальний лексичний бум, це проявляється появою нових лексичних одиниць, ЛСВ, підсилюється інтерес до процесу метафоризації, з'являється лексика неорівня, а саме нео-метафори. Лінгвісти розробили типологію даного феномену: а) морфологічну; б) структурну; в) функціональну; г) за належністю; г) за семантикою; д) тематичну. Неометафора – це, перш за все, феномен, що пов'язаний з появою нового слова, словосполучення або виразу у невластивому для нього значенні. Із семантичної точки зору визначено, що існують неометафори-оживлення (перенесення ознак: неживе – живе) та неометафори-опредмечення (перенесення ознак живого на неживе) та асоціативні (неометафори пробудження певної емоції шляхом включення фонових кодів) Нами було розроблено семантико-стилістичну класифікацію неометафор на основі загальної кількості вибірки (див. Табл. 1).

Лексика текстів англomовної преси має тенденцію до використання неометафор певних тематичних груп та певного походження (див. Табл. 1). Тому було розглянуто одну з традиційних класифікацій неометафор, а саме тематичну. Це розподіл неометафоричної лексики за сферою її функціонування в текстах певної тематики. Для аналізу було виділено три тематичні групи текстів: політика та економіка, суспільство, комп'ютерна сфера та Інтернет. Було виявлено спільні та відмінні риси між трьома тематичними групами текстів англomовної преси (див. Табл. 2).

Тематичний аналіз неометафор текстів англомовної преси показав, що такі тропи утворюються шляхом повного переосмислення та появи власне нового значення. Зустрічається явище телескопії (2,5 % від загальної вибірки) за моделлю $a+cd \rightarrow acd$ та $ab+cd \rightarrow abcd$. Під час тематичного аналізу текстів англомовної преси сфер комп'ютера та Інтернет, суспільства, політики та економіки було відмічено 0,4% неометафор, від загальної кількості вибірки, утворених шляхом аббревіації. Було проаналізовано неометафори поданих вище тематичних груп за моделями утворення (див. Табл. 3).

Отже, було розглянуто шляхи поповнення словникового складу метафорами-неологізмами на прикладі тематичної класифікації текстів англомовної преси. Характерними рисами лексики текстів розглянутих вище тематичних класифікацій є: розмовність, емоційність, емотивність, експресія, влучність, стислість, ситуативна обмеженість та конкретність. Текст кожної тематичної класифікації має певні комунікативні цілі, що реалізує його лексика. Влучність висловлювань доречно реалізують метафори-неологізми. Було встановлено відсоткове співвідношення використання неометафоричної лексики в текстах англомовної преси за тематичною класифікацією (див. Рис. 1). Таким чином, ми дійшли висновку, що найбільше використання лексики метафор-неологізмів простежується в текстах Інтернет-тематики (18,3% від загальної вибірки). Застосування такої лексики сприяє акцентуванню уваги, а зумовлене поширенням серед великої аудиторії адресатів. Неометафори тематики комп'ютерної сфери та Інтернет в текстах англомовної преси використовуються на 46,3% від загальної кількості вибірки. Лексика суспільства є не менш експресивною й потребує не менш емоційного забарвлення. Лексика політичної тематики посіла останнє місце, отримавши 35,4% використання. Неометафори тут реалізують себе менш активно, бо дана сфера потребує стриманості, цензури та нейтральності, але не втрачає експресії. До такої стриманості явище метафор-неологізмів не звикло. Перспективним, на нашу думку, є подальше дослідження метафор-неологізмів у текстах англомовної преси.

SUMMARY

The topic of this diploma work is metaphors-neologisms in the texts of English press. This theme is vital in our time, because metaphors are a prolific source of new words in a language.

Taking into account the science and technology rapid development the main process that gives impetus to the English enrichment is the new vocabulary metaphorization. The new created metaphors are written in explanatory dictionaries such as «Macmillan Dictionary for Advanced Learners» [86], «Longman Dictionary of Cotemporary English» [83], «Oxford Dictionary» [103] and Internet resources such as «The Free Dictionary by Farlex» [98] and «Word Spy» [109].

In the English language the ways of new metaphorical notions formation and its realization have always attracted the attention of linguists: N. D Arutyunova [8], G. S. Baranov [9], K. Buller [20], O. S. Kubryakova [8], J. Lakof [79], V. N. Teliya [66], N. V. Kolbin [44], L. M. Zainulin [39], I. I. Humenna [29] and others. In an effort to explore the text, scholars regard it as a functional unit and as a space for the language phenomena implementation. Special attention is paid to the texts of English press reflecting all the language capabilities and its potential. The authors often use metaphors-neologisms to full text with expressiveness. It can be achieved by choosing a successful way of neometaphorical vocabulary translation and its adequate transferring by the target language means.

The topicality of the research is to determine the conditions and methods of the metaphors-neologisms translation (during 2015-2018 years) in the texts of the English press example. Due to, firstly, the new stylistic techniques in journalistic texts emergence and secondly the perception and consideration of such a path as neometaphors not only as concepts transferring process and semantic phenomena, but also as an object of cognitive mechanisms in the intellectual person activity engagement. But it is not only linguistic peculiarities but also reflection of the world language picture in a certain interpretation.

The object of diploma work is lexical-semantic and functional metaphors-neologisms features in the texts of English press in Ukrainian translation.

The subject of investigation is the metaphors-neologisms translation peculiarities and methods in the texts of English press.

The goal of the work is to analyze the ways and means of the world language picture formation through the neometaphorization process on the texts of English-language press example. The goal includes solution of the following tasks:

- to study the issue about metaphors-neologisms concepts in the world language picture and to analyze the aspects of their definition;
- describe the semantic types of metaphors-neologisms as a world language picture reflection in the texts of English press;
- to establish and analyze the translation typology of new English journalistic metaphors-neologisms.

The material of the work is metaphors-neologisms in the texts of English press on the bases of the newspapers, magazines and electronic editions such as «The Economist», «The Atlantic», «BBC News», «The national geographic», «The Los Angeles Times», «The Guardian», «The Times», «The Washington Post».

Our investigation is based on descriptive, comparative **methods**, the method of linguistic analysis and analysis of lexicographical sources, the elements of conceptual and componential analyses.

The **structure** of the diploma work is as follows.

The first section describes the theoretical principles of definition «metaphor», «neologism» and «metaphor-neologism» and their realization in the world language picture. New metaphors reflect the dynamic development processes of the linguistic world picture the most clearly, it requires a multidimensional linguistic interpretation. The linguistic picture of the world is a specific perceiving reality scheme for the certain collective fixed in a language. The vocabulary of a language is enriched not only by words but also by neometaphors. Metaphors-neologisms are new lexical-semantic variants, as well as words and phrases, formed by metaphorical rethinking of individual components or words/ phrases, appeared in the language in

the last 5-10 years. P. Newmark said that many metaphorical neologisms were «anonymous» and widely distributed in the original language. The metaphors-neologisms emersion is initially stimulated by cognitive-linguistic pragmatics. The new units pragmatic sense includes all that goes beyond the cognitive component of the neologism value. The semantic structure of the new metaphorical word is largely determined by the combination of cognitive and pragmatic components: the first is wider and richer; the second is more specific and deeper. The analysis of metaphors-neologisms includes the following elements: the primary semantics of the word and the meanings of metaphoric transfer; the role and meaning of the metaphors-neologisms in traditional national culture; the inherent influence of the metaphors-neologisms and associations it causes; the representation of the given metaphors-neologisms in phraseological level of the language; the degree of metaphorical involvement in modern world language picture.

In the second section, we have analyzed the use of metaphors novelties as a method of language world picture formation in the texts of English press, defined ways of their formation and semantic features of the English language. All metaphors-neologisms was divided into following thematic classifications: a) computer sphere and the Internet; b) politics and economy; c) society. Neometaphors of the computer sphere and the Internet in the texts of the English-language press are used by 46.3% of the total sample size. The vocabulary of a society is no less expressive and needs no less emotional color. The vocabulary of political subjects took the last place, receiving 35.4% of use. Neometaphors here realize themselves less active, because this sphere needs restraint, censorship and neutrality, but does not lose expression.

The third section demonstrates the main translation features of English publicist metaphors-neologisms into Ukrainian language, investigates the main difficulties of the new metaphor translation. The most comprehensive way for the metaphors-neologisms translation was the classification of N. B. Milyavskaya [56]: a) full translation; b) addition/ omission; c) replacement; d) structural transformation; e) traditional equivalent; e) parallel name of the metaphorical basis.

The complexity of the metaphors-neologisms translation is due to differences between heterogeneous languages metaphorical systems. Therefore, the process of neometaphors transferring from one language to another cannot always be easy. In this connection, there is a need to change the metaphorical image. The metaphor translation specificity is very complex and at this stage the finding of the best metaphors-neologisms translation way remains a significant problem for all linguists.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авеличева А. К. Заметки о метафоре // Вестник МГУ. Сер. 10. Филология. Москва, 1973. № 1. С. 18-29.
2. Аверинцев С. С., Франк-Каменецкий И. Г., Фрейденберг О. М. Классическая греческая философия как явление историко-литературного ряда. От слова к смыслу : Проблемы тропогенеза. М. : Эдиториал УРСС, 2001. 124 с.
3. Анкерсмит Ф. Р. История и типология: взлет и падение метафоры / пер. с англ. М. Кукарцева, Е. Колomoец, В. Катаева. М. : Прогресс. Традиция, 2003. 496 с.
4. Антюфеева Ю. Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм : дис. ... канд. филол. наук : [спец.] 10.02.04. Тула, 2004. 184 с.
5. Аристотель. Поэтика / пер. с др.-греч. В. Аппельрота, Н. Платоновой. СПб : Издательский дом «Азбука классика», 2007. 352 с.
6. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. М. : Наука, 1988. 338 с.
7. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.
8. Аспекты семантических исследований / Уфимцева А. А., Кубрякова Е. С., Арутюнова Н. Д. [и др.]. М. : Наука, 1980. 356 с.
9. Баранов Г. С. Философия метафоры. Кемерово : Кузбассвуиздат, 2005. 472с.
10. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Баранов. М. : Флинта : Наука, 2007. 592 с.
11. Баранов А. Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия АН. Серия Литературы и языка. М. : 2004. Т. 63. № 1. С. 33-43.
12. Баранов А. Н. О типах сочетаемости метафорических моделей // Вопросы языкознания. М. : 2003. № 2. С. 73-94.

13. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Академія, 2004. 344 с.
14. Белова А. Д. Номинативные процессы в современном английском языке как отражение эволюционного и инновационного развития объектов // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. К. : 2011. С. 65-73.
15. Белозьоров М. В. Англійські лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки : структурний, семантичний і соціофункціональний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : [спец.] 10.02.04. Запоріжжя, 2002. 253 с.
16. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови : когнітивно-гендерні аспекти. Донецьк : ДонНУ, 2002. 362 с.
17. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2001. 123 с
18. Боярская Е. Л. Когнитивные основы развития полисемии в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. [спец.] 10.02.04. М., 1999. 24 с.
19. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации: монография. М. : Наука, 2008. 248 с.
20. Бюлер К. Языковая метафора. Теория языка. Репрезентативная функция языка. М. : Владос, 2000. 501 с.
21. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця : Нова книга, 2008. 246 с.
22. Галеви Д., Трубецкой Е. Н. Фридрих Ницше. М. : Изд-во Эксмо, 2003. 480 с.
23. Гармаш О. Л. Англомовна епідигматика та розвиток вокабуляру. Мелітополь : Вид. будинок ММД, 2009. 128 с.
24. Гацалова Л. Б. Неология в современной лингвистике : монография / под ред. докт. фил. наук, проф. Р. С. Аликаева ; Сев.-Осет. гос. ун-т. Владикавказ : Изд-во СОГУ, 2005. 365 с.

25. Гогоненкова Е. В. Метафора в науке : философско-методологический анализ : авто-реф. дис. ... канд. филос. наук : [спец.] 09.00.08 философия науки и техники. М., 2005. 23 с.

26. Гукетлова, А. Х. К вопросу о семантике аналогии, различия, идентичности и подобия в процессах сопоставления в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2017. № 10 (76) : в 3-х ч.. Ч. 1. С. 961-1000.

27. Гукетлова А. Х. О когнитивно-семантическом описании компаративных кластеров в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2018. № 6 (84). Ч. 1. С. 75-79.

28. Гукетлова, А. Х. О семантике маркеров компаративных кластеров в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2018. № 4(82) : в 3-х ч.. Ч. 1. С. 346-351.

29. Гуменна І. І. Семантичний вимір метафори // Мова – література – мистецтво : когнітивно-семіотичний інтерфейс : Матеріали міжнародної наукової конференції. К. : Вид. центр КНЛУ, 2014. С. 47-48.

30. Гуменна І. І. Тропеїзація неологізмів американського варіанту англійської мови // Науковий вісник СХЄНУ ім. Л. Українки. Сер. : Філологічні науки. Волинь, 2014. Вип. 4 (281). С. 34-39.

31. Гусев С. С. Смысл возможного. Коннотационная семантика. СПб. : Алетейя, 2002. 192 с.

32. Деменский С. Ю. Научность метафоры и метафоричность науки: монография. Омск : Изд-во ОмГТУ, 2000. 116 с.

33. Ділі Д. Основи семіотики / перекл. з англ. та наук. ред. А. Карась. Львів : Арсенал, 2000. 232 с.

34. Дьяченко Т.М. О роли вторичных номинативных процессов в развитии словарного состава языка. // Вторичная номинация в современном английском языке. Пятигорск, 1987. С. 155-161.

35. Егошина Т. Е. Окказионализмы vs неологизмы : критерии перехода // Культура народов Причерноморья. Симферополь, 2007. № 107. С. 47-52.

36. Ерилова С. Л. Метафора как средство выражения смысловой неопределенности в политическом дискурсе // Языковые подсистемы: стабильность и динамика. Тверь, 2002. С. 101-109.

37. Єнікєєва С. М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови : автореф. дис. ... канд. філол. наук: [спец.] 10.02.04. Запоріжжя, 1999. 17 с.

38. Жукова Л. С. Языковой пуризм в современной Англии: дис. ... канд. филол. наук : [спец.] 10.02.19. М., 2010. 235 с.

39. Зайнулина Л. М. Метафора в свете типологии разносистемных языков // Теория поля в современном языкознании. Уфа, 2002. С. 102-111.

40. Зацний Ю. А., Пахомова Т. О. Мова і суспільство : збагачення словникового складу сучасної англійської мови / Ю. А. Зацний, Т. О. Пахомова. Запоріжжя : Запор. держ. ун-т, 2001. 243 с.

41. Іванотчак Н. І. Емпатія та когнітивна метафора // Актуальні питання та проблеми сучасної мови та літератури : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Одеса : Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2015. С. 55-59.

42. Князев Н. А. Английские лексические новообразования в сфере компьютерных технологий : автореф. дис. ... канд. филол. наук.: [спец.] 10.02.04. Пятигорск, 2006. 18 с.

43. Козьмик Г. О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI ст. Запоріжжя : КПУ, 2007. 142 с.

44. Колбіна Н. В. Когнітивно-семіотичний підхід до вивчення мови // Англійська філологія : проблеми лінгвістики, літературознавства, лінгводидактики. Полтава : Техсервіс, 2007. С. 46-53.

45. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М. : МАЛП, 1999. 341 с.

46. Кравченко В. Л. Мовна репрезентація концепту Європа в євроінтеграційному дискурсі // Англійська філологія: проблеми лінгвістики, літературознавства, лінгводидактики. Полтава : Техсервіс, 2007. С. 60-67.

47. Крюкова Н. Ф. Пространственно-временные характеристики метафоризации // Язык в пространстве и времени. Самара, 2002. С. 239-343.

48. Лагута О. Н. Логика и лингвистика. Материалы специального курса : учебное пособие для студентов филологических специальностей университетов. 2-е изд., испр. и доп. / Новосибирск : Изд-во Новосиб. гос. ун-та, 2007. 158 с.

49. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры которыми мы живем / пер. с англ. ; под ред. и с предисл. А. Н. Брананова. М. : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

50. Левицкий А. Э. Лингвоконцептология : перспективные направления. Луганск : Изд-во ЛНУ им. Т. Шевченко, 2013. 623 с.

51. Литвин А. А. Conceptual thinking and language behavior // Тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції пам'яті доктора філологічних наук, професора Д. І. Квеселевича. Житомир, 2013. Вип. 1. С. 28-30.

52. Литвин А. А. Аналогія як механізм формування інноваційної лексики англійської мови сфери спорту та туризму // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна» : збірник наукових праць. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2017. Вип. 64. Ч. 2. С. 13-16.

53. Литвин А. А. До проблеми мови та мислення як двох взаємообумовлених категорій // Актуальні питання філології : збірник наукових праць. К. : КиМУ, 2011. Вип. 2. С. 215-223.

54. Логический анализ языка. Семантика начала и конца / под ред. Н. Д. Арутюновой, Т. Е. Янко и Н. Ф. Спиридоновой. М. : Индрик, 2002. 648 с.

55. Мельников Г. П. Системная типология языков : принципы, методы, модели. М. : Наука, 2003. 394 с.

56. Милявская Н. Б. Когнитивные основы формирования значения неологизмов, образованных в результате метафтонимического переноса: на материале современного английского языка : дис. ... канд. филол. наук : [спец.] 10.02.04. Калининград, 2008. 200 с.

57. Мэнге Ф., Дюбуа Ж. Общая риторика / пер. с фр. и общ. ред. А. К. Авеличева. Изд. 2-е, стереотипичное. М. : КомКнига, 2006. 360 с.

58. Мусси В. Семантическая и словообразовательная деривация энтомологической лексики // Вестник Томского государственного университета. Томск : ТГУ, 2014. № 378. С. 38-44.

59. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики : учеб. пособие для вузов. СПб. : Изд-во РГПУ, 2003. 277 с.

60. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс : лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти. Ніжин : Вид-во НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.

61. Потятиник У. О. Соціолінгвістичні та прагматистичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалі періодики США) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : [спец.] 10.02.04. К., 2003. 21 с.

62. Приходько Є. С., Кузнєцова І. В. Метафори-неологізми у текстах англомовної преси // Науковий вісник ХДУ. Серія : Перекладознавство і міжкультурна комунікація. Херсон, 2018. Вип. 3. С.117-121.

63. Приходько Є. С., Кузнєцова І. В. Особливості перекладу англійських семантичних неологізмів // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. Одеса, 2016. Вип. 25. Том 2. С. 186-189.

64. Приходько Є. С., Кузнєцова І. В. Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу у текстах англомовної преси // Тиждень науки : щоріч. наук.-практ. конф., 16-20 квітня 2018 р.: тези доп. / Редкол. : В.В. Наумик (відпов. ред.). Електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. С. 1598-1600.

65. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава К. : Довкілля, 2008. 712 с.

66. Телия В. Н. Семантика связных значений слов и сочетаемость // Аспекты семантических исследований. М. : Наука, 1980. С. 239-258.
67. Яшина О. М. Процеси неологізації у словниковому складі англійської мови XIX століття (на матеріалі прозових літературних творів) : дис. ... канд. філол. наук : [спец.] 10.02.04. Київ, 2017. 200 с.
68. Adams V. An Introduction to Modern English Word-Formation // English Language Series. London : Longman, 1976. №7. P. 224-230.
69. Algeo J., Algeo A. Among the New Words // American Speech. Vol. 68, No. 2. New York, 1993. P. 363-376.
70. Barrett G. What Is a Word? : електронна версія. 2017. 382 p. URL: <http://www.doubletongued.org> (дата звернення 23.10.2018).
71. BBC News : електронна версія. URL: <https://www.bbc.com/news> (дата звернення 10.09.2018).
72. Chetwynd J. The Field Guide to Sports Metaphors : A Compendium of Competitive Words and Idioms. Berkeley : Ten Speed Press, 2016. 224 p.
73. Eubanks P. The Story of Conceptual Metaphor : What Motivates Metaphoric Mappings // Poetics Today. Vol. 20. No 3. Durham : Duke University Press, 1999. 578 p.
74. Farnsworth W. Farnsworth's Classical English Metaphor. Boston : Godine Publisher, 2016. 256 p.
75. Fludernik M., Freeman D. C., Freeman M. H. Metaphor and Beyond : An Introduction // Poetics Today. Vol. 20. No 3. Durham : Duke University Press, 1999. 487 p.
76. Gibbs R. W. When Is Metaphor? The Idea of Understanding in Theories of Metaphor // Poetics Today. Vol. 13. No 4. Durham : Duke University Press, 1992. 763 p.
77. Grothe M. Metaphors Be With You: An A to Z Dictionary of History's Greatest Metaphorical Quotations. New York : Harper , 2016. 528 p.
78. Lakoff G. Metaphors We Live By. London : The University of Chicago Press, 2003. 276 p

79. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor. Cambridge : CUP, 1992. 265 p.
80. Leech G. Semantics. London : Penguin Books, 1990. 486 p.
81. Lewis R. D. When cultures collide : managing successfully across cultures. London : Nicholas Brealey Publishing Limited, 1996. 429 p.
82. Longman Dictionary of Contemporary English. 3rd ed. with New Words Supplement. Harlow, Essex : Longman, 2001. 1668 p.
83. Longman English Dictionary : електронна версія. URL: <https://www.ldoceonline.com> (дата звернення 01.09.2018).
84. Lytvyn A. A. Cognitive Stereotypes and Metaphorical Objectivisation of the Concept // The Third International Congress on Social Sciences and Humanities. Proceedings of the Congress. Vienna : «East West» Association for Advanced Studies, 2014 P. 58-63.
85. MacCormac E. R. A Cognitive Theory of Metaphor. Cambridge, MA : MIT Press, 1985. 254 p.
86. MacMillan English Dictionary for Advanced Learners. Macmillan Publishers Limited. 2002. 1692 p.
87. Meltzoff A. N. What Imitation Tells Us about Social Cognition : A Rapprochement between Developmental Psychology and Cognitive Neuroscience // The Philosophical Transactions of the Royal Society. 2003. 695 p.
88. Newmark P. A Textbook of Translation. Harlow : Pearson Education Limited, 2008. 292 p
89. Newmark P. Modern English Words and Phrases. Shanghai : Shanghai Foreign Education Press, 2009. 264 p.
90. Rosen D. H., Cohen M. Metaphor: Its Therapeutic Use and Construction : A Professional Guide to Using Metaphor in Psychotherapy and Counseling. Oregon : Wipf and Stock Publishers, 2018. 102 p.
91. Stritzler-Levine N., Hicks S. Weaving as Metaphor. London : Yale University Press, 2015. 415 p.

92. Talmy L. Toward a Cognitive Semantics. Cambridge, MA : MIT Press, 2000. 565 p.
93. The Atlantic : електронна версія. URL: <https://www.theatlantic.com/world> (дата звернення 03.09.2018).
94. The Balance between Feeling and Knowing : Affective And Cognitive Empathy Are Reflected in the Brain's Intrinsic Functional Dynamics / C. Cox, L. Uddin, A. Di Martino [and oth.] // Social Cognitive Affective Neuroscience. 2012. Vol. 7 (6). 940 p.
95. The Big Book of ACT Metaphors : A Practitioner's Guide to Experiential Exercises and Metaphors in Acceptance and Commitment Therapy / Jill A., Niloofar Afari, Niklas Törneke, Steven C. Oakland, CA : New Harbinger Publications, 2014. 272 p.
96. The Cognitive Linguistic Reader / ed. by Vyvyan Evans, Benjamin Bergen, Jörg Zinken. London : Equinox, 2007. 975 p.
97. The Economist : електронна версія. URL: <https://www.economist.com> (дата звернення 10.09.2018).
98. The Free Dictionary : електронна версія. URL: <https://www.thefreedictionary.com> (дата звернення 10.09.2018).
99. The Guardian : електронна версія. URL: <https://www.theguardian.com/us> (дата звернення 12.10.2018).
100. The Los-Angeles Times : електронна версія. URL: <http://latimes.com> (дата звернення 22.10.2018).
101. The National Geographic : електронна версія. URL: <https://www.nationalgeographic.com> (дата звернення 01.09.2018).
102. The Online Etymology Dictionary : електронна версія. URL: <http://etymonline.com> (дата звернення 25.10.2018).
103. The Oxford Dictionary of New Words / ed. by E. Knowles, J. Elliott. Oxford, New York : OUP, 1998. 357 p.
104. The Times : електронна версія. URL: <https://www.thetimes.co.uk> (дата звернення 01.10.2018).

105. The Washington Post : електронна версія. URL: <http://www.washingtonpost.com> (дата звернення 17.10.2018).

106. The World's Most Trusted English Dictionary and Thesaurus : електронна версія. URL: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата звернення 10.09.2018).

107. Ting-Toomey S. Conflict Face-Negotiation Theory // Conflict Management and Intercultural Communication : the Art of Intercultural Harmony. London ; New York : Routledge, 2017. 265 p.

108. Törneke N. Metaphor in Practice : A Professional's Guide to Using the Science of Language in Psychotherapy. New Harbinger Publications, 2017. 256 p.

109. Word Spy : електронна версія. URL: <https://www.wordspy.com> (дата звернення 29.09.2018).

ДОДАТКИ

Додаток А

Глосарій

apple aye – очне яблуко
 as silly as a sheep – бути дурним
 asylum shopping – пошук країни-притулку
 bad egg – нікчема
 bailout – під заставу
 banana – божевільний
 barber's cat – балакун
 battlefield – поле бою
 bean – квасоля
 bear jam – ведмежі затори
 bedroom eyed – спокуслива
 beef – кримінальний злочин
 bells and whistles – дорогі моделі комп'ютера
 billion laughs – хакерська онлайн атака
 binge-watching – серіальний запій
 blue – блакитний
 bodice-ripper – спокусниця
 body lift – пластична операція з підтяжки тіла
 boomerang child – дитина-бумеранг
 bot herder – хакер
 box – телик
 breeze – легко
 bridezilla – брайдезіла
 bromance – міцна чоловіча дружба
 bubble – шахрайський
 bullhead – бовдур

busy as a bee – працелюбний

by a nose – нога в ногу

cabbage – овоч

Cambridge Mafia – група політиків-консерваторів Британського парламенту

canary – в'язень

catfish – самотність в мережі

cedar – дурень

century – 100 доларів

chair back – спинка крісла

chandelier earrings – масивні сережки

Cinderella services – послуги Попелюшки

clear sky – ясне небо

cloud computing – зберігання даних у хмарі

cougar – жінки середніх років, яка шукає романтичні стосунки з молодим чоловіком

count noses – перерахувати

cow – небажана людина

crossroads – перехрестя

culture jamming – руйнування нав'язливої масової культури

cyberbullying – кібербулінг

dagger – ніж

dark – темна особистість

demosclerosis – неувагою уряду до потреб народу

designer baby – дизайнерське немовля

digital Detox – цифрова детоксикація

digital hangover – цифрове похмілля

direct – дірект

dove – людина, яка прагне миру

driver – рушій

driver – чинник

drone – дрон

dryathlon – дрятлон

dumb downing – зниження освіченості та ерудиції в суспільстві

door-to-door campaigning – агітаційна кампанія

earworm – нав'язлива мелодія

egged boy – лисий

elbow of capture – різкий вигин річкового русла

e-mail bankruptcy – електронне спустошення

facepalm – закрити однією рукою обличчя

fat cat – керівник компанії з дуже високим окладом

f-bomb – нецензурно виляється

fertile – прибутковий

firing squad photo – фотографія розстрілу

freegan – фриган

from the bottom of our hearts – від щирого серця

fruit – результат/плід

gas guzzler – неекономний, бензинова ненажера

GET OFF MY LAWN – спробувати щось застаріле

glass ceiling – дискримінації за етнічною, статевою і соціальною ознаками

glass leg – ніжка келиха

go – напрямок

go wrong – збилися зі шляху

Godcast – транслявання церковної служби по ТБ

green – зелений

guerrilla proofreading – маніакальна схильність вишукувати помилки в текстах, постах і повідомленнях, і потім публічно принижувати автора за безграмотність

guilty conscience – докори сумління

happy bunny – задоволений наче слон

harvesting strategy – стратегія, що дозволяє зменшити витрати

hatchet – сокира

hawk – людина, яка захищає воєнну територію

head to head, face to face – голова до голови, обличчя до обличчя

heavy – переконливий

heroinware – ігроманія

homeshoring – віддалена праця

honey stone – меліт

Hong Kong – Гон Конг, один із вірусів грипу, штам якого виділено під час останніх епідемій

iFinger – Інтернет-палець

junk food – нездорова їжа

key – тональність

koala – дипломат

large-caps – багато акцій

lion's share – значна частина

mafia – клан

mall rats – магазинні щури

marzipan layers – брокери на біржі, які обіймають керівні посади

mayoral race – боротьба за посади міських голів

medium buzz – нудьга гризе

mining – брудний

my Old – моя Старенька

needle ear – вушко голки

nose for this issue – носом відчувати

once nose is thumbed – зацькувати

orange – помаранчевий

out – розчарований

pancake – поверхнева людина

pawn – пішак

Pele's tears – Сльози Пеле

pigheading – впертість

pit – наставляти

pocket-dial – «кишені» моїх батьки постійно дзвонять мені

practically catatonic – практично розчавлені горем

publicity showered – публічність зацькувала

rainbow Coalition – райдужна коаліція

sad blow – прикрий удар

scalpel – скальпель

scebergering – моржування

seagull manager – менеджер, який налагоджує роботу

sharp – гострий норов, сухе вино

sheet – орієнтування

sinbin – лава штрафників

six-pack – кубики на животі

snackable content – швидкий контент

snow – кокаїн

speed-dating – швидкісного знайомства

startup – стартап

suit – офісний працівник

sun-drenched beach – залитий сонцем пляж

sunny smile – сяюча посмішка

surfing – пошук інформації в Інтернеті

textretary – штурман-секретар

there isn't enough room to swing a cat – і так мало місця

thoughts are a storm – думки, як і шторм

tie-up – союз

to bounce back – прийти до норми

to buy a pig in a poke – купити «поросся» в мішку

to fall sorrowfully – сумно падати
 to feed their pockets – наповнювати їх кишені
 to fire – викликати
 to go downmarket – знизити
 to have the bottle – насмілитися
 to hold someone's tongue in – помовчати
 to hype – хайпувати
 to miss the boat – втратити можливість
 to nose dive – занепасти духом
 to pull-aside – неофіційна нарада
 to rubble – подолати
 to run for election – участь у виборах
 to sow the wind – верзти нісенітниці
 to spine – дурити
 to taste the bitter swill – проходити
 tough egg – небезпечний супротивник
 towelhead – виходець із центральної Азії, який носить тюрбан
 trenches – окоп
 twintern – твінтерн
 up to his ears – повністю
 USB condom – USB-капелюшок
 voice lift – операція на голосових зв'язках
 WhatsApp – Ватсап
 white pollution – біле забруднення
 windy – вітряна людина
 winter – холодна пора
 worn out dogmas – застарілі принципи
 yellow streaks – боягузливий
 you've no stomach – не вистачає сил

Додаток Б
Подання графічного матеріалу

Табл. 1

Семантико-стилістична класифікація неометафор

Неометафора				
Неометафора-оживлення		Неометафора- опредмечення	Асоціативна	
Антропоморфна основа	Біоморфна основа		Зорове сприйняття	Аудіо сприйня ття
Зооморфна основа		Будь-яка лексична основа, що позначає живе явище.	Фонові знання	

Зіставлення текстів різних тематичних груп

Політика та економіка	Суспільство	Комп'ютерна сфера та Інтернет
Спільні риси		
По-перше, утворилися шляхом переосмислення. Кожна із тематичних груп досягає неозначення метафоричного виразу шляхом декодування вже існуючого. Такий процес зумовлює необхідність виділити характерну властивість того чи іншого поняття, відтінити значення вихідної одиниці, емоційно забарвити нове поняття. Кінцева ціль такого процесу це закріпити додаткові значення у семантичному коді лексичної одиниці. Було відзначено, що така тенденція уможлиблює економію смислових елементів, відображає екстрамовну дійсність, та особливості психології демографічної свідомості.		42,7% від загальної вибірки
По-друге, утворилися шляхом транснамінації – утворення нової форми слова без втрати попереднього значення, такий собі синонімічний ряд. Так звана «реінкарнація» уможлиблює пролонгувати життя вже давно відомого значення у неометафоричній оболонці. Такий процес надає слову не тільки новизни, а й експресії. Нова лексична одиниця не повинна утворюватися обов'язково тільки з появою нового поняття чи явища, до вже існуючих значень можуть утворюватися неометафоричні і ставати для попередніх синонімами, але в іншій «обгортці». Такі синоніми повніше відкривають суть старого поняття.		19,6% від загальної вибірки

По-третє, з'являються автономно – суто нові метафори зі своїм новим значенням. Як показав аналіз в лексиці текстів англомовної преси переважають саме одиниці цієї групи. Це зумовлено появою нових явищ, потребою відображати реалії сучасної дійсності, політичним, економічним, соціальним станом країн та іншими факторами. Щодо семантики неометафор, то було визначено, що лексичні одиниці текстів англомовної преси тяжіють до абстрактивізму ЛСВ та розширюють свої значення.	13,1% від загальної вибірки
Відмінні риси	

а) зоометафорична основа; б) основа антропоцентризму; в) використання «живих» та «неживих» метафор; г) вживання спортивної лексики в переносному значенні; д) вживання медичної термінології в переносному значенні; є) основою метафоричного переносу виступає конкретна політична ситуація в окремій країні (реалії дійсності); г) химероморфні нео-метафори.	8,4% від загальної вибірки	а) використання принципу «ланцюжка»; б) вживання медичної термінології в переносному значенні; в) основою неометафоричного перенесення є казки; г) використання кольору як основи процесу неономінації; д) зооморфна лексика; є) антропоморфні перенесення.	9,5% від загальної вибірки	а) основа ноеметафори пов'язана подіями минулої дійсності; б) релігійна тематика; в) переосмислення та використання лексики на позначення напрямку; г) використання військової лексики; д) використання лексики сленгу; є) асоціативна прагматика тексту, представлення через аудіо або візуальні додатки (фото, меми, звуки).	6,7% від загальної вибірки
--	----------------------------	---	----------------------------	--	----------------------------

Моделі утворення неометафоричних виразів текстів англomовної преси

	Політика та економіка	Суспільство	Комп'ютерна сфера та Інтернет
Adj.	2,5% від загальної вибірki	7,4% від загальної вибірки	4% від загальної вибірки
Verb phrase	3,2% від загальної вибірki	4% від загальної вибірки	1,2% від загальної вибірки
N + V	4,8% від загальної вибірki	6,9% від загальної вибірки	0,6% від загальної вибірки
N + prep. + N	5,7% від загальної вибірki	3,8% від загальної вибірки	2,8% від загальної вибірки
V + N	3% від загальної вибірki	2,1% від загальної вибірки	0,8% від загальної вибірки
Adj. + N	4,3% від загальної вибірki	2,2% від загальної вибірки	0,4% від загальної вибірки
N	10,6% від загальної вибірki	19,1% від загальної вибірки	8,1% від загальної вибірки

Telescopy	1,3% від загальної вибірки	0.8% від загальної вибірки	0,4% від загальної вибірки
------------------	----------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Додаток В

Діаграми

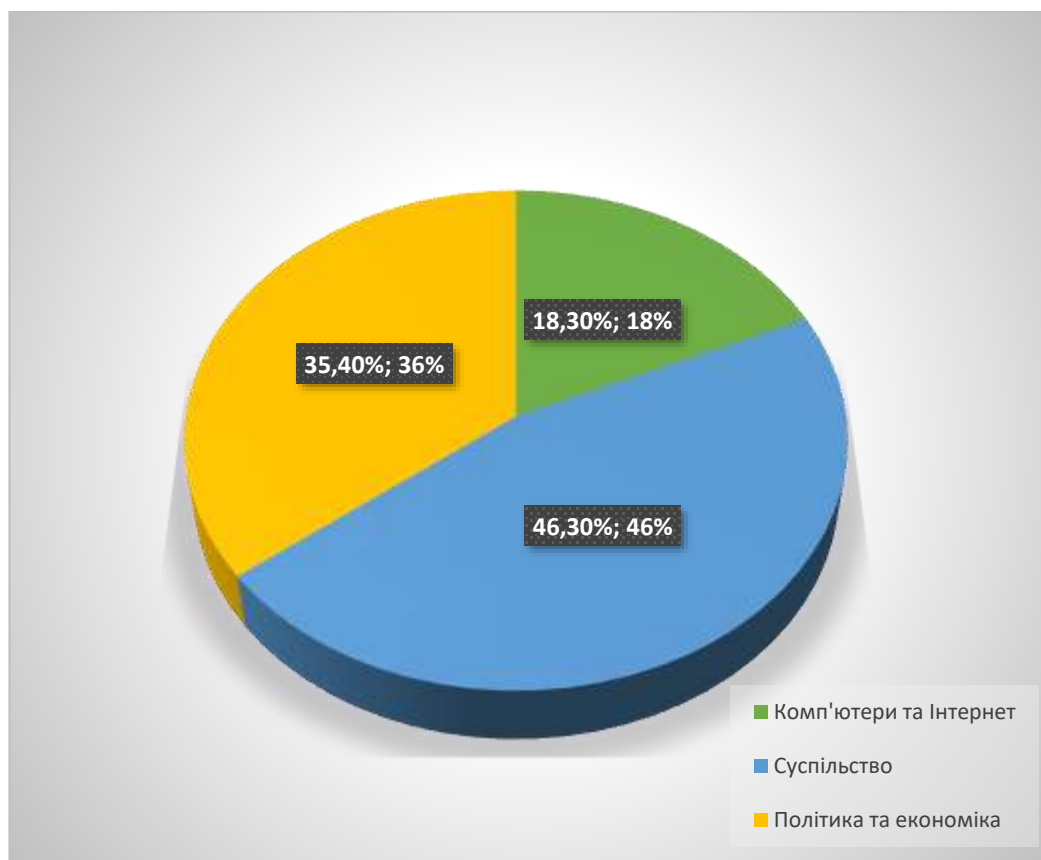


Рис.1. Відсоткове співвідношення використання неометафоричної лексики в текстах англomовної преси за тематичною класифікацією.

Додаток Г
Поблікації

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ТИЖДЕНЬ НАУКИ

Збірник тез доповідей щорічної
науково-практичної конференції серед студентів,
викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів

16–20 квітня 2018 року

Електронне видання комбінованого
використовування на DVD-ROM

м. Запоріжжя

УДК 001
Т39

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Запорізького національного технічного університету
(Протокол №10 від 29.05.2018 р.)*

Упорядник Висоцька Н. І.

Редакційна колегія:

Наумик В. В., д-р техн. наук, професор (відпов. ред.)

Зайцева В. М., канд. пед. наук, професор

Іщенко Л. Й., д-р техн. наук, професор

Луцьов В. В., д-р техн. наук, професор

Піза Д. М., д-р техн. наук, професор

Прушківський В. Г., д-р екон. наук, професор

Сажнев В. М., канд. техн. наук, доцент

Висоцька Н. І., начальник патентно-інформаційного відділу

Тези доповідей друкуються методом прямого відтворення тексту, представленого авторами, які несуть відповідальність за його форму і зміст.

Т39 Тижень науки. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 16–20 квітня 2018 р. [Електронний ресурс] / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

ISBN 978-617-529-196-2.

Зібрані тези доповідей, заслуханих на щорічній науково-практичній конференції серед студентів, викладачів, науковців, молодих учених і аспірантів. Збірка відображає широкий спектр тематики наукових досліджень, які проводяться у Запорізькому національному технічному університеті. Збірка розрахована на широкий загал дослідників та науковців.

ISBN 978-617-529-196-2.

© Запорізький національний
технічний університет (ЗНТУ), 2018

<i>Приходько А. М., Алімпієва О. І.</i> Етноспецифічні та лінгвокультурні виміри англомовної Паремії	1580
<i>Приходько А. М., Лисак Ю. В.</i> Композиційно-мовленнєві форми в лінгвістиці тексту	1582
<i>Волошук В. І., Головань О. О.</i> Семантичні особливості віршів Р. М. Рільке та відтворення їх в українських перекладах	1584
<i>Костенко Г. М., Іваніків Л. І.</i> Алофронія як лінгвістична категорія протиріччя	1586
<i>Костенко Г. М., Дієв Ю. В.</i> Концепт кінотексту: лінгвокультурний та перекладацький аспекти	1588
<i>Підгорна А. Б., Кононенко Д. І.</i> Специфіка авторської концептосфери роману Дж. орвелла «1984»	1589
<i>Леценко Г. А., Елькінсон С. Є.</i> Передача вертикального контексту при перекладі англомовної казки	1592
<i>Четвертак Є. О., Сухов І. О.</i> Інституційні характеристики англомовного політичного дискурсу США	1593
<i>Тарасенко К. В., Афанасенко К. С.</i> Лексичні особливості наукового тексту літературознавчої тематики	1594
<i>Хавкіна О. М., Бондаренко Я. І.</i> Стратегія доместикації при перекладі англомовного кінотексту українською мовою	1596
<i>Кузнецова І. В., Приходько Є. С.</i> Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу у тестах англомовної преси	1598
<i>Кузнецова І. В., Голованевська К. П.</i> Особливості перекладу англомовних фразеологізмів на позначення кольору (колоронімів)	1601
<i>Кузнецова М. О., Ходус А. М.</i> Love як лінгвокультурний емоційний концепт	1603
<i>Кузнецова М. О., Багнюк С. Ю.</i> Комікс як полімодальний текст	1605
<i>Кузнецова М. О., Шибєко А. П.</i> Навмисне нехтування правилами орфографії в соціальних мережах: спунеризми та еративи	1607
<i>Кузнецова М. О., Торубалко Є. В.</i> Лінгвопрагматичні особливості аранжування англомовного рекламного дискурсу у галузі звукової інженерії	1609
<i>Куц Е. О., Волков В. Ю.</i> Поняття фразеологізму в сучасній лінгвістиці	1610

«Тобі ж казали на гарматний постріл до неї не підходити». У перекладі використано словосполучення «гарматний постріл», що включає українську реалію. Доместикований переклад, таким чином, влучно передає ідею оригінального тексту та одночасно створює комічний ефект.

Отже, під час здійснення кіноперекладу основною метою є створення адекватного перекладу, який би чинив той самий прагматичний вплив, якого зазнає первинна аудиторія. Різноманітність культурного підґрунтя та картин світу призводить до потреби у застосуванні адаптивних стратегій. Український переклад, як правило, спирається на адаптивну стратегію «доместикації», що дозволяє вводити в текст перекладу одиниці, що характеризуються національно-культурним забарвленням. Такий метод адаптації виправдовується досягненням необхідного прагматичного впливу, а відтак адекватного перекладу, що є головним завданням будь-якого перекладача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гудманян А. Г. До проблем кіноперекладу, як виду художнього перекладу [Електронний ресурс] / А. Г. Гудманян, Ю. М. Плетенецька // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер.: Філологічна. – 2012. – Вип. 25. – С. 28–30. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2012_25_12
2. Шлейермахер Ф. О разных методах перевода [Текст] / Ф. Шлейермахер // Вестник Московского университета. – Сер. 9. Филология. – 2000. – № 2. – С. 127–145.
3. Venuti L. Strategies of Translation [Текст] / L. Venuti // Routledge Encyclopedia of Translation Studies / ed. by Mona Baker. – London; New York : Routledge, 2005. – P. 240–244.

УДК 811.111'25'373.43'373.612.2:070

Кузнецова І. В.¹, Приходько Є. С.²

¹ канд. філол. наук, доц. ЗНТУ

² студ. гр. ГФ-313м ЗНТУ

МЕТАФОРИ-НЕОЛОГІЗМИ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ У ТЕСТАХ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Явище метафор-неологізмів привертає пильну увагу дослідників не випадково. Це пояснюється, перш за все, загальним інтересом до вивчення тексту в широкому сенсі цього терміна, прагнення дати лінгвістичне обґрунтування та тлумачення різним стилістичним прийомам, які створюють експресивність тексту. Привертають дослідників і проблеми, пов'язані з експресивністю мови і мови (їх можливості і потенціал) в найбільш

широкому і популярному текстовому просторі англomовної преси. Метафоричність в друкованій пресі є однією з можливостей створення експресії, бо вона, як правило, пов'язана з семантичними зрушеннями, що призводить до додаткової експресивної насиченості тексту в цілому. Але це лише одна з проблем, яка робить вивчення даного явища актуальним. У зв'язку з цим особливого значення набуває робота з зразками газетних текстів, спеціальний аналіз яких допоможе оцінити їх публіцистичну цінність, виразність нема на довільному, інтуїтивному рівні, а на основі усвідомленого сприйняття мовних засобів виразності. Питання про появу метафор-неологізмів у терміносистемі друкованих ЗМІ, про принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертала увагу мовознавців.

Метафора приписує об'єктам ознаки, які асоціюються з картиною світу, мають на увазі цілу дескриптивну ситуацію (текст), оцінюють її, висловлюють до неї ставлення. Своєю семантикою метафора спрямована на характеристику предмета, його діяльності. Аналізуючи мовну картину світу, що створює метафора, можна назвати наступні її ознаки – пейоративність, антропоцентричність («людина – міра всіх речей»): *чуйка, чуття – a nose for*; *промовчати – to hold one's tongue*; *спокусливо – bedroom eyes*; *повністю – up to one's ears*; *цькувати, насміхатися – to thumb one's nose* та інші. Метафори-неологізми можуть з'являтися двома шляхами – в процесі внутрішньословної семантичної деривації і на основі агрегування, тобто в результаті «внеслівної» деривації. Наявність або відсутність семантичної мотивованості, виводимості нового значення з історично передусь визначає якісну відмінність двох шляхів появи семантичних інновацій (*harvesting strategy* – *бізнес, який дозволяє отримати витрати; go downmarket* – *перейти до виробництва більш дешевих товарів*). Внутрішньословна семантична деривація (або лексико-семантичне словотворення, вторинна номінація – найбільш продуктивний спосіб появи метафоричних новоутворень, що складається в переосмисленні слів, використанні вже наявних у мові номінативних засобів у новій для них функції [2, с. 46].

Переклад метафор-неологізмів багато в чому залежить від того, наскільки близькі одна від одної культурно-мовні традиції вихідної мови, та як здійснюється переклад. «Метафоричну семантику складають кілька взаємопов'язаних елементів: початкове значення слова, образ, який створюється в результаті співставлення та новий понятійний зміст, нова номінація, яка виникає в результаті осмислення метафори» [1, с. 217]. Розрізняють наступні способи перекладу метафор-неологізмів: 1) повний переклад (*to move mountains* – «зрушити гори» тобто «зробити для когось щось значуще»); 2) додавання/ опущення (*a life is a moment* – *одне життя – одна мить* (додавання) *at the bottom of her heart* – *в її серці* (опущення)); 3) заміна («*Producing electronics is a very fertile area of business*» – «*виробництво електроніки – дуже*

прибуткова сфера бізнесу»); 4) структурне перетворення (*pull-aside* – неофіційна нарада, неофіційні збори (лідерів/ дипломатів)); 5) традиційний відповідник (*buy a pig in a poke* – «купити kota в мішку»); 6) паралельне іменування метафоричної основи (*our journey must understand where it went wrong* – ми маємо зрозуміти, де ми збилися зі шляху). Пошук відповідного значення реалізується шляхом встановлення асоціативних зв'язків у свідомості носіїв мови, так званих *native speakers*, між різними реципієнтами. Якщо імплікація так звані «старі» мовні одиниці, значення закріплюється у свідомості усіх носіїв мови, а нові лексико-семантичними варіантами слова встановлюються відносини полісемії. В текстах англomовної преси нами було знайдено такі яскраві приклади суміжного найменування особи: *canary* (птаха) → *canary* (в'язень); *cedar* (дерево) → *cedar* (дурень, бовдур). Значення слів, в основі яких покладено подібність: *bean*: овоч → голова (форма); *snow*: кристалики льоду → кокаїн (колір, порошкоподібна текстура, форма); *century*: 100 років → 100 доларів (кількість).

Отже, метафора пронизує все наше повсякденне життя і проявляється не тільки в мові, а й у мисленні і дії. Залучення метафори для розуміння досвіду є одним з найбільших тріумфів людського мислення. Якщо традиційно метафору визначають, як «фундаментальну властивість мови за допомогою метафори людина, яка говорить виокремлює суміжні з моментом її промови, інші світи», то когнітивна метафора, будучи важливим фактором розвитку свідомості людини, має ряд характерних властивостей, облік яких дозволяє здійснювати їх вірні інтерпретації. Основна функція використання метафори у текстах англomовної преси – переконання потенційного читача (не на раціональному, а емоційному рівні) і залучення його уваги. Таким чином, метафори беруть участь у виконання найважливіших функцій публіцистики – переконання і емоційного впливу на адресата. Переклад таких явищ як метафори-неологізми потребує особливої уваги та максимальної точності, так як текст, що перекладаємо несе у собі образи автора як носія мови, культурних реалій та асоціацій, та образи перекладача як носія своєї мови і культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Романюга Н. В. Відтворення метафоричної образності при перекладі української прози англійською мовою (на матеріалі оповідання В. Винниченка «Голод») / Н. В. Романюга // ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка. – Житомир, 2008. – № 38. – С. 217-220.
2. Телія В. М. Вторинна номінація і види найменувань / під ред. Б. А. Серебреннікова. – М. : Наука, 1977. – 265 с.

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 25 том 2

Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України
відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України № 455 від 15.04.2014 р.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus International (Республіка Польща)

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет

Друкується за рішенням Вченої ради Міжнародного гуманітарного університету
протокол № 4 від 14 грудня 2016 р.

Видавнича рада:

С.В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А.Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М.П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С.А. Андронаті**, акад. НАН України; **О.М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д.А. Зайцев**, д-р техн. наук, проф.; **В.М. Запорожан**, д-р мед. наук, проф., акад. АМН України; **М.З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; **В.А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **І.В. Ступак**, д-р філол. наук, доц.; **Г.П. Пекліна**, канд. мед. наук, проф.; **О.В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії – доктор філологічних наук, професор **І.В. Ступак**

Відповідальний секретар – кандидат філологічних наук, доцент **Л.І. Морозану (Дем'янова)**

Редакційна колегія серії «Філологія»:

Н.В. Бардіна, доктор філологічних наук, професор; **О.А. Жаборюк**, доктор філологічних наук, професор; **К.Б. Зайцева**, кандидат філологічних наук, доцент; **М.І. Зубов**, доктор філологічних наук, професор; **Е. Пирву**, кандидат філологічних наук, професор; **Т.М. Корольова**, доктор філологічних наук, професор; **В.А. Кухаренко**, доктор філологічних наук, професор; **В.Я. Мізенька**, доктор філологічних наук, професор; **І.Б. Морозова**, доктор філологічних наук, професор; **О.М. Образцова**, доктор філологічних наук, професор; **Н.В. Петлюченко**, доктор філологічних наук, професор; **В.Г. Таранець**, доктор філологічних наук, професор.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання на
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16819-5491Р від 10.06.2010

Адреса редакції:

Міжнародний гуманітарний університет, офіс 502,
вул. Фонтанська дорога, 33, м. Одеса, 65009, Україна,
тел. (+38) 099-547-85-90, www.vestnik-philology.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Філологія», 2016

© Міжнародний гуманітарний університет, 2016

Ши Яцзюнь	
КАТЕГОРИЯ ЛОКАТИВНОСТИ В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ НА ПРИМЕРЕ ГЛАГОЛА-ПРЕДЛОГА 在.....	144
Шуляк І. М.	
ГРАФІЧНІ ЗАСОБИ В НЕПРЯМІХ МОВЛЕННСВИХ АКТАХ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ П. ВАЙТА.....	147

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Бондаренко Є. В.	
КОГНІТИВНІ ОПЕРАЦІЇ З УВАГОЮ У ПЕРЕКЛАДАХ ПОЕТИЧНИХ ТВОРІВ Й. БРОДСЬКОГО.....	152
Добжанська-Найт Н. І.	
МОРФОЛОГІЧНА ІНТЕРФЕРЕНЦІЯ В АНГЛОМОВНИХ ПЕРЕКЛАДАХ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПУТІВНИКІВ УКРАЇНСЬКИХ ВИДАВНИЦТВ).....	156
Дорофеева М. С.	
ПРИНЦИПЫ СТАНОВЛЕНИЯ СИСТЕМЫ В СИНЕРГЕТИКЕ СПЕЦИАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА.....	161
Козаченко І. В.	
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	166
Кузенко Г. М.	
ПЕРЕКЛАДАЦЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	169
Мазур О. В.	
РОБОТА НА ДРОБНИХ ПОЕТИЧНОМУ ТЕКСТУ (СЕКРЕТИ ТВОРЧОЇ МАЙСТЕРНІ ПЕРЕКЛАДАЧА А. В. ОНІШКА).....	173
Кашурко К. В.	
ПЕРЕКЛАДАЦЬКА АДАПТАЦІЯ ІНСТРУКЦІЙ ДЛЯ КОРИСТУВАЧА.....	177
Моштан С. С., Тарабановська О. М.	
ШЛЯХИ ПЕРЕДАЧІ ФАНТАСТИЧНИХ ВЛАСНИХ НАЗВ У ПЕРЕКЛАДІ АНІМАЦІЙНОГО ФІЛЬМУ НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОГО ПЕРЕКЛАДУ АНІМАЦІЙНОГО СЕРІАЛУ «MILES FROM TOMORROWLAND»).....	180
Орел А. С., Світинева І. С.	
ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІЛОВОЇ КОРЕСПОНДЕНЦІЇ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ.....	183
Приходько С. С., Кузнецова І. В.	
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ СЕМАНТИЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ.....	186
Раті А. О.	
ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ СТАТУС ПОНЯТТЯ «ЖАНР» У СУЧАСНИХ ТРАНСЛЯТОЛОГІЧНИХ СТУДІЯХ.....	189
Смольницька О. О.	
СПЕЦИФІКА ТВОРЧО-КОМУНІКАТИВНОГО САМОВИЯВЛЕННЯ У ВИБРАНИХ ВІРШАХ КЕТРІН ФЛІПІС (1631/32-1664) – АНГЛІЙСЬКОЇ ПОЕТЕСИ ДОБИ РЕСТАВРАЦІЇ: ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ.....	193
Tschepurna Z.	
STRUKTURELL-LINGUISTISCHE ANALYSE DER INTERNET-ANGEBOTE UND DEREN ÜBERSETZUNG INS UKRAINISCHE.....	198
Четурна З. В., Лисенко Г. Л.	
ХАРАКТЕРІСТИКА СТРУКТУРИ НІМЕЦЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ РЕКЛАМИ В ГАЛУЗІ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ.....	201
Shalajeva A. V.	
TRANSLATION OF ABBREVIATIONS IN MEDICAL TEXTS. THE MAIN ITEMS TO BE POINTED OUT.....	204

Приходько Є. С.,

студентка IV курсу

Запорізького національного технічного університету

Кузнецова І. В.,

доцент кафедри теорії та практики перекладу

Запорізького національного технічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ СЕМАНТИЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ

Анотація. Статтю присвячено проблемам перекладу англійських семантичних неологізмів українською мовою. Основними способами перекладу є транслітерація (транскрипція), калькування, описовий та роз'яснювальний прибіжний переклад. Адекватний переклад семантичних неологізмів вимагає врахування контексту їх використання.

Ключові слова: неологізм, семантичний неологізм, способи та прийоми перекладу, транслітерація, транскрипція, калькування, описовий переклад, роз'яснювальний прибіжний переклад.

Постановка проблеми. Невпинний розвиток словникового складу мови та пов'язаних із ним словотворчих змін залишається актуальним об'єктом дослідження та сферою інтересів учених. Неологізми з'являються в багатьох галузях науки та суспільства. Цей процес зумовлений не лише такими лінгвістичними чинниками, як закон економії мовних засобів, а й екстралінгвістичними чинниками, як-от технічний і технологічний прогрес, постійний розвиток суспільства, поява нових реалій, які потребують відображення в мові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою неологізмів займалися такі вчені, як І.В. Андрусь, О.Л. Боярська, В.Г. Гак, О.Д. Мешова, С.М. Єнікеєва, Ю.О. Жуктенко, Ю.А. Заціний, Р.К. Махмашвілі, Л.Ф. Омеліченко, Т.О. Пахомова, С.Б. Черкаська та інші. Вагомий внесок у розробку питання саме семантичних неологізмів зробили Х.А. Шайхутдінов, А.А. Залізняк, О.О. Нікітін, Н.С. Нікітченко, Ю.А. Заціний тощо.

Однак, незважаючи на той факт, що неологізми в цілому та семантичні неологізми зокрема є предметом вивчення багатьох науковців, у сучасному мовознавстві досі залишається низка невирішених завдань: не існує єдиного терміна на позначення нових слів та нових значень; немає чітких критеріїв, за якими б визначався статус нової мовної одиниці; не визначено чітко місце семантичних неологізмів у системі лексико-семантичних інновацій тощо. Також відкритим є питання перекладу семантичних неологізмів. Усе вищезазначене зумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета статті – вивчення специфіки й особливостей перекладу англійських семантичних неологізмів українською мовою.

Висновок основного матеріалу. Як відомо, поняття неологізму з часом змінювалося. Будь-яке слово поступово втрачає статус неологізму в процесі соціалізації, функціонального закріплення в лексико-семантичній системі мови. Неологізм починає засвоюватися мовним колективом, що зменшує відчуття «новизни» [8, с. 57]. Семантична неологізми – це дуже продуктивний процес, за якого до вже існуючого слова додається

нове значення [3, с. 54]. Серед дослідників немає єдиної думки щодо статусу семантичних неологізмів. До найбільш суперечливих питань належить питання про те, в яких випадках семантичні зміни призводять до утворення самостійного слова, а в яких – лише до появи нового значення вже існуючої лексичної одиниці. Більшість учених у цьому питанні дотримуються точки зору, висловленої свого часу В.В. Виноградовим, який вважав, що семантичне новоутворення існує за умови «пересемантизації старих слів, у формуванні омонімів шляхом розкладу одного слова на два» [4, с. 132]. Отже, про семантичний неологізм як про повноправну, самостійну лексичну одиницю можна говорити лише тоді, коли семантичні зміни полісемантичного слова призвели до повного розриву спільності семантичного зв'язку між окремими значеннями цього слова, тобто до утворення омоніма – слова, яке за однакової звукової або графічної оболонки має зовсім інше значення.

Та все ж більшість дослідників останнім часом висловлюють думку, що в усіх випадках, коли зберігається семантичний зв'язок між значеннями полісемантичного слова, його слід розглядати як слово-лексему, що включає певну кількість лексико-семантичних варіантів («значень»). Це стосується й статусу семантичних новоутворень. Вони є лексико-семантичними варіантами слів, що мають у структурі мови подвійний статус: є актуальними семантично розчленованими знаками стосовно слова-лексеми та віртуальними щодо мовних реалізацій слова. В.І. Заболотна визначає семантичні неологізми як нові значення слів, що вже існують. При цьому вона виділяє два можливих варіанти: 1) старі слова повністю змінюють своє значення та втрачають те значення, що існувало раніше; 2) у семантичній структурі слова з'являється ще один лексико-семантичний варіант за умови збереження всіх традиційних [7, с. 18]. Таким чином, семантичний спосіб номінації належить до тих явищ у мові, які не мають однозначного тлумачення. Це можна пояснити тим, що йдеться про семантичні процеси, які рівною мірою стосуються семасиології й ономазіології.

Найуживанішими способами перекладу семантичних неологізмів є: транслітерація (транскрипція), калькування, описовий та роз'яснювальний прибіжний переклад. Жоден зі способів передачі ішномовних новоутворень не є досконалим і не забезпечує абсолютно адекватного перекладу [1, с. 48]. Спосіб транслітерації або транскрипції при перекладі слід використовувати з обережністю, адже саме він призводить як до втрати цінності слова в мові перекладу, так і до існування в мові декількох перекладів одного й того ж слова, що є небажаним. Наприклад, *punk* – панк: *"The punk subculture is centered on a loud, aggressive genre of rock music called punk rock"*; *ombudsman* – омбудсмен (тут слід зазначити, що перша частина слова перекла-

дається на рівні графем, а друга – на рівні фонем): *"Ombudsmen sometimes also aim to identify systematic issues leading to poor service or breaches of people's rights"*; *skinhead* – «кінхед»: *"Skinhead culture became so popular by 1969 that even the rock band Slade temporarily adopted the look as a marketing strategy"*. Спосібом калькування перекладається переважно еквівалентна лексика. Наприклад, *workaholic* – «трудоголік» (*"He sure is a workaholic"*); *political drudge* – «роботяга (про прашаного робітника)», наприклад: *"I'm only thirty-four, a political drudge, with a tidy sum to boot not that I'm boasting about it"*. Щоб досягти адекватного й еквівалентного перекладу семантичних неологізмів, перекладач насамперед проводить лінгвістичний аналіз слів, з якими йому доводиться стикатися. Основними умовами досягнення адекватності в перекладі семантичних неологізмів англійської мови є знання особливостей взаємодії неологізму з контекстом, а також основних випадків уживання різних структурних і семантичних типів неологізмів; знання основних способів перекладу семантичних неологізмів тієї чи іншої галузі; знання термінології мови перекладу в цій галузі, що дозволяє знайти еквівалентний варіант відповідного англійського неологізму; уміння правильно вибирати й використовувати найбільш підходящий спосіб створення нового відповідника для перекладу неологізму; підбір оптимального еквівалента, що відображає специфічне явище, відсутнє в нашій дійсності [2, с. 138].

Виділяють критерії, на основі яких реалізується переклад семантичних неологізмів: варто усвідомити значення неологізму на основі контексту та аналізу його структури; проаналізувати кореневу структуру слова; розглянути слово поморфемно; урахувати прагматичний аспект; урахувати тип слів, до якого належить одиниця перекладу (терміни, назви, скорочення, синоніми до слів, які вже мають відповідники тощо) [5, с. 3]. В епоху масової комунікації існують воістину безпрецедентні можливості для розвитку й поширення семантичних неологізмів. Яскравим доказом цього є мова преси нашого часу та мова суспільства. Мова преси та суспільства мало не щодня збагачується неологізмами. Одні з них, правда, так і залишаються «неологізмами-одноденками», тоді як інші «слова-експерименти» все ж поступово переходять в основний словниковий фонд. Це, зокрема, такі слова та словосполучення, як *sweatshop* – досл. «потогінна система», підприємство з поганими умовами праці, де робітники працюють багато годин за низьку зарплату (*"Sweatshop is a pejorative term for a workplace that has poor, socially unacceptable working conditions. The work may be difficult, dangerous, or underpaid"*); *trouble shooter* – уповноважений із залагодження конфліктів, наприклад: *"In general, troubleshooter is the identification of diagnosis of 'trouble' in the management flow of a corporation or a system caused by a failure of some kind"*; *dark horse* – «темна кониця», тобто кандидат, несподівано висунутий на важкий пост у розпал передвиборчої кампанії (*"A dark horse is a little-known person that emerges especially in a competition of some sort or a contestant that seems unlikely to succeed"*); *favorite son* – кандидат, що висунується в президенти делегациєю свого штату (на передвиборчому з'їзді партії): *"Especially in parliamentary systems, a 'favorite son' is a party member to whom the party leadership is likely to assign a prominent role"*; *boondoggling* – слово, яке колись належало до розряду сленгу, тепер уже відоме в політичному лексиконі в значенні «займатися порожніми справами»: *"A lot of politicians boondoggling on their working places"*; термін *hooverize* буквально означає «жити по Гуверу», тобто економити на їжі, недодавати та ін., наприклад: *"Hooverize means to live without enough food*

and may be enough money for food". Термін уже цілком «пристойний» політичний термін *lame duck* колись був відомий тільки як політичний сленгзм. Зараз термін *lame duck* уживається в значенні «політик-неудача», «людина, який не щастить», наприклад: *"A lame duck, in politics, is an elected official whose successor has already been elected. The official is often seen as having less influence on other politicians"*. Цікаво простежити появу семантичного неологізму *sky marshal* (*"The US Federal Aviation Administration began its 'Sky Marshal' program in 1968, which eventually became the FAA Federal Air Marshal Program in 1982"*). Це словосполучення виникло в період розвитку практики захоплення літаків викрадачами-нальотчиками (*highjackers*). Хвиля насильницького захоплення літаків у США спричинила появу спеціальної науки «П», спрямованої на розсекречування «профілю потенційного викрадача» (*highjacker profile determination*). Тому з'явилися безліч нових слів і понять, пов'язаних із цією наукою. Увагу привертає й такий політичний неологізм, як *straw man* (або *man of straw*): *"Therefore, straw man document means it is a 'fimsy' document that is just an initial draft of a subject which is expected to be modified by others"*. Буквальне його значення – «солома'яна людина». Ясно, що це метафора, тому потрібно передати цей метафоричний елемент мовою перекладу. Віддільно можна визначити такі варіанти, як «солома'яне отрудало», «ненадійна людина». Однак переосмислення неологізму пішло ще далі. *Straw man* у сучасній політичній мові означає «підставний (фіктивний) кандидат, що висувається з метою відвернути увагу виборців від іншого кандидата». Неологізм *paper tiger*, як відомо, увійшов в українську мову зовсім недавно. Він перекладається шляхом кальки – «паперовий тигр», тобто кацається в значенні «безпечний супротивник» (*"Paper tiger" was an ancient phrase used in Chinese culture*). Словосполучення *stalking horse* дуже важко перекласти, не знаючи сфери його застосування. У словнику "Chronicle the Times: productive Lexical Innovations in an English Newspaper" [11] неологізм *stalking horse* визначається так: «бульвакий «ліповий» кандидат, який висувається для того, щоб відвернути увагу від іншої кандидатури або розголити оманію» (*"If you describe a person or thing as a stalking horse, you mean that it is being used to obtain a temporary advantage so that someone can get what they really want"*). Оскільки таке багатозначне тлумачення не можна використовувати в якості перекладного варіанта, на його основі слід виділити хоча б основні ознаки, і тоді цей неологізм можна перекласти як «фіктивна кандидатура, підставна фігура (у політичній грі)». На жаль, подібна лексика ще не знайшла відображення в сучасних двомовних (перекладних) словниках, і перекладач повинен пропонувати свої варіанти перекладу на основі власних доміслих, спираючись на контекст та прагматику, також доситьно буде проаналізувати всі аспекти функціонування цього слова в мові. При перекладі семантичних неологізмів багато що можуть сказати про його значення самі складові частини цього слова, тобто морфеми. Тому необхідно розбити слово поморфемно, розглянути кореневі й афіксальні морфеми, та, оперуючи повною інформацією про слово, дійти певних висновків [3, с. 19]. Розглянемо на прикладах: слово *peacenik* порівняно недавно з'явилось в англійській мові, наприклад: *"Peaceniks publicly oppose armed conflict in general, or a particular conflict"*. Розбивши слово на дві частини (*peace* + *nik*), легко здогадатися, що *nik* – це суфікс для утворення іменників. Під впливом російського суфікса (*ник*, *ник*) подібні слова в англійській мові стали з'являтися все частіше. Отже, *peacenik* – це учасник мирних демонстрацій, маніфестант, борець за мир

Аналогічна ситуація з терміном *neonomics* ("Neonomics, a portmanteau of the words "Nixon" and "economics", refers to U.S. President Richard Nixon's economic performance"). Так американські журналісти охрестили економічну політику колишнього президента США Ніксона. Спершу цей термін уживався тільки жартировано, але нині він уже досить широко використовується в пресі: на нього можна натрапити навіть в офіційних текстах. Останнім часом нові методи навчання, з використанням так званих «технологій майбутнього», позначаються семантичними неологізмами: *CLASS* – «клас програмованого навчання» ("CLASS it is a class of programmed learning"); *telelecture*, *telecourse* – «навчальна програма по телебаченню» та ін. ("A telelecture delivered using audiovisual telecommunications"). Неологізми цієї групи утворені за допомогою аббревіатур, що відображає термінологічний характер зазначеної сфери. Необхідно також відзначити використання префікса *tele-* (деякими фахівцями він визнається напівпрефіксом) [4, с. 205]. Семантичне переосмислення також відіграє важливу роль під час перекладу неологізмів, зокреми, семантичних неологізмів [6, с. 205]. Так, наприклад, прикметник *heavy* останнім часом уживається в розмовній мові не тільки в значенні «важкий» але й у сенсі «вагомий», «ослиний», наприклад: "That's a heavy idea". Завдяки рекламі слово *put down* також стало неологізмом зі значенням «відхилити», особливо у формі критичного (чи образливого) зауваження. Із семантичним неологізмом *counterculture* перекладач може мати багато незрозуміlostей ("The term *counterculture* is attributed to Theodore Roszak, author of *The Making of a Counter Culture*"). Слово миттєво сприймається як складене з двох елементів: *counter* + *culture*, тобто «контркультура». Однак подібне тлумачення слова *counterculture* було б помилковим. Фактично в сучасній англійській мові в США це слово синонімічно еквівалентне поняттю «стиль життя», особливо якщо мати на увазі відмінність нового стилю від традиційних форм американського способу життя. Говорячи про семантичні неологізми, не можна не згадати таке слово, як *psychedel* ("A *psychedel* drug whose primary action is to alter cognition and perception; well known psychedelics include LSD"). Слово *psychedelic* уживається на позначення нового соціального «руху» в США. Представниками такого «руху» є частина американської молоді, якій набридла буржуазна культура і яка шукає виходу, заперечуючись в іншу країну – у світ галюцинацій. Це слово можна перекласти так: «те, що викликає галюцинації» (наприклад, *psychedelic music*). Вираз *to take a walk* у політичних текстах може означати «голосоувати за кандидата іншої партії» ("Could you take a walk, if I had paid"). Вельми цікаве слово *flunkenstein* спочатку з'явилось в стінах американських коледжів й університетів. Якщо врахувати, що *flunk* – це студент, виключений за неуспішність, то стає зрозуміло, що *flunkenstein* – це свого роду «вічний невдаха», тобто студент, який постійно провалює іспити ("Stop to be like a flunkenstein, come to your senses").

Висновок. Правильний переклад неологізмів є досить складною проблемою, незважаючи на те, що неологізми мають значну семантичну визначеність і самостійність. Отже, під час перекладу неологізмів у політичних та економічних текстах, текстах ЗМІ, комп'ютерної та Інтернет-галузі, а також у перекладах суспільної лексики з англійської мови на українську найчастіше використовуються такі прийоми, як описовий переклад і переклад за допомогою семантичного неологізму, що позначає відповідні поняття української дійсності. Типовими помилками під час перекладу є: пропуск спривжених неологізмів, замінна одного іншим, коментування несуттєвих ознак. Жоден зі способів передачі іншомовних

назвиотворень не є досконалим і не забезпечує абсолютну адекватного перекладу. Особливості перекладу кожного нового слова залежить від того, до якого типу слів воно належить (терміни, назви, скорочення, синоніми до слів, які вже мають відповідники в українській мові тощо). Під час передачі неологізмів – назв особи важливу роль відіграє контекст, який є адекватним фоном для їх розуміння, запам'ятовування. Під час перекладу неологізмів у кожному конкретному випадку перекладач вибирає відповідний варіант, виходячи з контексту. Обов'язок перекладача – передати не тільки те, що сказано, але й те, як сказано. Саме цей обов'язок перекладача зумовлює необхідність аналітичної стадії в перекладацькому процесі й дає підстави для подальшого вивчення процесу перекладу семантичних неологізмів.

Література:

1. Антофеева Ю. Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ю. Н. Антофеева. – Тула, 2004. – 184 с.
2. Арбекова Т. И. Лексикология английского языка (практический курс) / Т. И. Арбекова. – М.: Высш. шк., 1977. – 240 с.
3. Асташина Н. А. Неві англономі запозичення як один із засобів створення нової картини світу нової реальності / Н. А. Асташина // *Нова філологія*. – Запоріжжя, 2003. – № 2. – 234 с.
4. Виноградов А. М. Новообразования и неологизмы морфологического типа в современном английском языке / А. М. Виноградов // *Языковая динамика в синхронии и диахронии*. – Тверь, 1991. – 283 с.
5. Волошин Ю. К. Новообразования и собственные неологизмы современного английского языка (опыт дифференциации новых слов): автореф. дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.04 / Ю. К. Волошин. – М.: 1971. – 20 с.
6. Дюбін О. І. Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови сфери інтернет-комунікацій / О. І. Дюбін // *Збічник з романістичної філології*. – 2014. – Вип. 2 (33). – 303 с.
7. Жоль К. К. Язык как прагматическое явление (философский анализ) / К. К. Жоль. – К.: Вища школа, 1990. – 238 с.
8. Cannon G. Viability. The Death of Recent New Items in English / G. Cannon // *Word*. – 1987. – № 38. – P. 155–172.

Кузнецова Н. В., Приходько Е. С. Особенности перевода английских семантических неологизмов

Анотация. Статья посвящена проблемам перевода английских семантических неологизмов на украинский язык. Основными способами перевода является транслитерация (транскрипция), калькирование, описательный и пояснительный приблизительный перевод. Для адекватного перевода семантических неологизмов необходимо учитывать контекст их использования.

Ключевые слова: неологизм, семантический неологизм, способы и приемы перевода, транслитерация, транскрипция, калькирование, описательный перевод, пояснительный приблизительный перевод.

Kuznetsova N. V., Prihodko E. S. Peculiarities of translation of English semantic neologisms

Summary. The article has been devoted to the problems of translating the English semantic neologisms in Ukrainian. The main methods of translation are transliteration (transcription), loan translation, explication, explication rough translation. Adequate translation of the semantic neologisms requires taking into account the context of their use.

Key words: neologism, semantic neologism, ways and receptions of translation, transliteration, transcription, loan translation, explication, explication rough translation.

ISSN 2307-8035

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
**ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО
ТА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ**
Випуск 3

Херсон-2018

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**Головний редактор:**

Бєлєхова Лариса Іванівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри англійської мови та методики її викладання Херсонського державного університету

Заступник головного редактора:

Романова Наталя Василівна – доктор філологічних наук, професор кафедри німецької та романської філології Херсонського державного університету

Відповідальний секретар:

Цапів Алла Олексіївна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри перекладознавства та прикладної лінгвістики Херсонського державного університету

Члени редакційної колегії:

Біль Лучія – доктор філософії, заступник декана Інституту прикладної лінгвістики Варшавського університету (м. Варшава, Республіка Польща)

Гамзюк Микола Васильович – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри німецької філології Київського національного лінгвістичного університету

Главацька Юлія Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри перекладознавства та прикладної лінгвістики Херсонського державного університету

Кредатусова Ярміла – доктор філософії, доцент факультету мистецтв Прешовського університету (м. Прешов, Словацька Республіка)

Покорн Ника К. – доктор філософії, професор, завідувач кафедри теорії та практики перекладу Люблянського університету (м. Любляна, Республіка Словенія)

Маріна Олена Сергіївна – доктор філологічних наук, доцент кафедри англійської філології та філософії мови імені професора О.М. Мораховського Київського національного лінгвістичного університету

Ребрій Олександр Валодимирович – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри теорії та практики перекладу англійської мови Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Руденко Людмила Миколаївна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології Херсонського державного університету

Французова Катерина Сергіївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладознавства та прикладної лінгвістики Херсонського державного університету

Науковий вісник Херсонського державного університету.

Серія «Перекладознавство та міжкультурна комунікація» є фаховим виданням на підставі Наказу МОН України від 11 липня 2016 р. № 820 (додаток № 12).

Затверджено відповідно до рішення вченої ради
Херсонського державного університету
(Протокол від 24.09.2018 р. № 2)

Журнал включено до наукометричної бази даних
Index Copernicus (Республіка Польща)

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
(серія КВ № 21018-10818Р від 29.09.2014 р.
видане Державною реєстраційною службою України)

Офіційний сайт видання: www.tsj.kherson.ua



СЕКЦІЯ 2 ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

Балабін В.В.

СТРУКТУРА КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ТЕОРІЇ ВІЙСЬКОВОГО ПЕРЕКЛАДУ.....	72
--	----

Бахов І.С.

ВПЛИВ НАСИЧЕНОСТІ ТЕКСТУ СПЕЦІАЛЬНОЮ ТЕРМІНОЛОГІЄЮ НА ЧАСТОТУ РОЗ'ЯСНЕНЬ У НАУКОВО-ТЕХНІЧНОМУ ПЕРЕКЛАДІ	77
---	----

Бондаренко О.М.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ АНІМАЦІЙНОГО СЕРІАЛУ «СІМПСОНІ».....	86
---	----

Великорода Ю.М., Клока В.В.

ПЕРЕКЛАД АВТОРСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ У КІНЕМАТОГРАФІ (НА МАТЕРІАЛІ КІНОФІЛЬМУ «ВЕЛИКИЙ ДРУЖНИЙ ВЕЛЕТЕНЬ»).....	90
--	----

Висоцька Р.Р.

«ЛЮДСЬКА КОМЕДІЯ» БАЛЬЗАКА, КНИГА ПРО ВДАЧІ ФРАНЦІЇ ХІХ СТОЛІТТЯ.....	95
--	----

Герасімова О.М.

СТИЛЬОВІ Й ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ТА СПОСОБИ ЇХ ВІДТВОРЕННЯ.....	98
--	----

Голі-Оглу Т.В., Прокопєць А.А.

ПОГЛЯДИ ПАНТЕЛЕЙМОНА КУЛІША НА СУТНІСТЬ І МЕХАНІЗМ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	103
--	-----

Гудманян А.Г., Полякова О.В.

ТИПОВІ ПОМИЛКИ В КІНОПЕРЕКЛАДІ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ.....	107
--	-----

Добринчук О.О.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ МОДАЛЬНИХ ЧАСТОК У КОРОТКОМУ ОПОВІДАННІ В. БОРХЕРТА «КУХОННИЙ ГОДИННИК».....	111
--	-----

Кузнецова І.В., Приходько Є.С.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОР-НЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ.....	117
---	-----

Прима В.В., Шкорубська Ю.Є.

ТЕРМІН «ТУРИЗМ» ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	121
---	-----

Шульженко Ю.М.

ДО ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНО-ПРЕЦЕДЕНТНОЇ ОСНОВИ МОВНОЇ ГРИ: КАТЕГОРИЗАЦІЯ ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ.....	126
---	-----



УДК 811.111'25'373.43'373.612.2:070

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОР-НЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Кузнєцова І.В., к. філол. н., доцент,
доцент кафедри теорії та практики перекладу
Запорізький національний технічний університет

Приходько Є.С., студентка V курсу
Запорізький національний технічний університет

Статтю присвячено особливостям перекладу англійських метафор-неологізмів у текстах англійської преси українською мовою. З'ясовано основні способи перекладу: транскодування, калькування, описовий та роз'яснювальний приблизний переклади. Доведено, що адекватний переклад метафор-неологізмів вимагає врахування контексту їх використання.

Ключові слова: неологізм, метафора, способи перекладу, транскодування, калькування, описовий переклад, приблизний переклад.

Статья посвящена особенностям перевода английских метафор-неологизмов в текстах англоязычной прессы на украинский язык. Выявлены основные способы перевода: транскодирование, калькирование, описательный и примерный переводы. Доказано, что адекватный перевод метафорических неологизмов требует учета контекста их использования.

Ключевые слова: неологизм, метафора, способы перевода, транскодирование, калькирование, описательный перевод, приблизительный перевод.

Kuznietsova I.V., Prykhodko Ye.S. FEATURES OF TRANSITION OF METAFOR-NEOLOGISMS IN THE TEXTS OF ANGLOMAN PRESS

The article is devoted to the translation peculiarities of English metaphor-neologisms in the texts of the English-language press in the Ukrainian language. The basic methods of translation are found out: transcoding, calibration, descriptive and rough translation. It is proved that an adequate translation of metaphor-neologisms requires taking into account the context of their use.

Key words: neologism, metaphor, methods of translation, transcoding, calibration, descriptive translation, rough translation.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку лінгвістики та перекладознавства виникає інтерес до функціонування метафор у різноманітних галузях життя та способів їх перекладу іншою мовою. Як відомо, посилення виразності мови досягається різними засобами, насамперед, використанням тропів – так званих лексичних засобів створення образності. Одним із найбільш поширених видів тропів є метафора, яка активно використовується в англомовних публіцистичних текстах. Завдяки метафорі такий текст стає виразнішим, з'являються нові висловлювання, нові прийоми та читач отримує чітку картину світу. Значна кількість метафор-неологізмів не має усталених міжмовних відповідників в українській мові та потребує подальшого визначення закономірностей їх перекладу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання про появу метафор-неологізмів у публіцистичних текстах, про

принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертали увагу мовознавців. Найбільших успіхів у дослідженні проблем метафоричної номінації досягли такі лінгвісти: Н.Д. Арутюнова, Н.А. Купіна, І.М. Кобозєва, О.С. Кубрякова, Дж. Лакоф, В.М. Телія, Н.В. Черникова, О.В. Александрова, М. Джонсон та інші. Особливості публіцистичного стилю вивчали І.В. Арнольд, О.С. Кубрякова, В. Гумбольдт. Лексичні особливості перекладу публіцистичних текстів досліджували Т.В. Анісімова, О.В. Бакун, В.Л. Будаєв та інші. Стилістичний аспект перекладу публіцистичних матеріалів розглядали у своїх працях Е. Бенвеніст, В.А. Чабаненко, О.Е. Філімонова.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні сучасних тенденцій у галузі вивчення метафори та складності перекладу цього пласта лексики англійської мови українською.



Виклад основного матеріалу дослідження. Метафора – одна з найбільш сконденсованих специфічних форм художнього відображення об'єктивного світу шляхом застосування назви одного предмета до іншого, підкреслюючи важливу рису другого [9, с. 35]. Значення цього стилістичного прийому в художньому мовленні важко переоцінити. Завдяки метафорі образ може реалізувати себе і розширити смислове поле художнього тексту.

Водночас метафору можна розуміти як різновид вторинної лексичної номінації. Він передбачає створення значення зіставленням двох предметів за спільною ознакою, виникнення якої забезпечується єдністю всіх сторін діяльності людини, а звідси – єдністю процесів у його свідомості. Метафора є, таким чином, одним із засобів образного відображення дійсності [3, с. 47]. У ширшому значенні метафора (гр. *metafora* – «перенесення») – один із найбільш уживаних тропів, що характеризується перенесенням ознак, особливостей та характеристик з одного предмета, особи, явища на інші за принципом схожості [4, с. 150].

Метафора з часів античності привертала увагу філософів, психологів, лінгвістів. І упродовж останніх років відбувається підвищення інтересу до метафори – поняття, яке існує вже понад дві тисячі років. Вона є одним із засобів пізнання реальності, осягнення свідомості, реалізації мовного потенціалу шляхом трансформації сфер доменів: від конкретної до абстрактної, від матеріальної до духовної. Метафоризація є потужним засобом розвитку і збагачення семантики і функції слів. Вона активно впливає на утворення семантичних неологізмів. Як один із способів смислового розвитку вона полягає в тому, що лексична одиниця, позначаючи якість нове поняття чи предмет – відкритий або винайдений («переносне», похідне значення), продовжує зберігати зв'язок зі старим предметом; при цьому обидва є порівняно схожими [10, с. 31]. Так, наприклад: *“bubble”* – розм. «духе підприємство, дута (шахрайська) компанія» («булька» як символ чогось швидкоплинного, несерйозного або нереального, фіктивного); *“beef”* – розм. «обвинувачення у кримінальному злочині» («яловичина») як натяк на щось вагомое, серйозне з точки зору закону, можлива асоціація м'яса з вбивством, що суворо карається законом). Під метафоричних неологізмів П. Ньюмарк розуміє метафоричні неологізми, багато з яких «анонімні» і широко поширені

в мові оригіналу [11, с. 23]. До таких метафор належить *“tie-ups”* у значенні «корисні фінансові зв'язки».

Метафори використовуються та функціонують у різних мовних стилях, зокрема у публіцистичному, метафора гнучко відбиває когнітивні процеси, які відбуваються у суспільстві та літературі, більше рухається, не обтяжена необхідністю експлікації з тексту. Вони є одним із засобів (поруч з образною номінацією, фразеологічними одиницями) створення експресії, які є необхідною умовою для функціонування певного стилю мови та його засобів.

Публіцистичний стиль є невичерпним джерелом метафоричних неологізмів. В англійській пресі метафоричні неологізми найчастіше закріплюються у таких семантичних сферах: терміни і сленг лексики високих технологій, соціальна, економічна, політична і побутова лексика. Через стрімкий розвиток IT-технологій публікація статей цієї галузі збільшилась у рази. Мова англійської преси виступає мовою інформаційного спілкування. Одні і ті самі найменування дають позначення різним явищам у мові комп'ютерній та у просторіччі. В англійській та українській мовах метафоричні неологізми вказують, по-перше, на комп'ютер і його програмне забезпечення, а потім вже на людину-користувача і програміста: *shareware* – випробувальна версія програми, *bells and whistles* – дорога модель комп'ютера [1, с. 17]. Метафоричні неологізми докорінно закріпилися у англійських статтях на соціальну тему, які зв'язані з динамікою політичного життя суспільства. Наприклад: *harvesting strategy* – бізнес, який дозволяє отримати витрати; *go downmarket* – перейти до виробництва більш дешевих товарів; *homeshoring* – політика компанії; *large-cap* – акції великої компанії, *mover* – компанія, чії акції купуються і продаються у великій кількості. В результаті більш детального аналізу публіцистичних текстів політичної та економічної тематики стає зрозуміло, що політична метафора зустрічається у статтях, присвячених фінансовим питанням, що стосуються бізнесу та промисловості. Метою використання політичних метафор є вплив на громадську думку, настрої та інколи навіть заклик до дії. Політична метафора ніби формує політичну картину світу. Характерними особливостями політичної метафори є її іронічність, образність, яскравість та оригінальність. Вдало підібрана політична метафора влучає в ціль, вона ніколи



не залишає байдужими читачів. Наприклад: *rainbow coalition* – *райдужна коаліція*, слово *rainbow* вказує на суб'єктів дії, що позначає рух на об'єднання всіх меншин американського суспільства. Саме через це у когнітивній уяві реципієнта впливає сенс поняття *rainbow* у перекладі «*райдужний*». Тексти англomовної преси висувають антропоцентризм у світлі метафоричних новоутворень, тут антропоцентр покладено в основу домінуючого, означаючого слова: *seagull manager* – *менеджер, що налагоджує роботу (seagull, тобто «чайка»)*, виступає ознакою, характеристикою стилю управління, при якому менеджер, раптово налетівши на об'єкт, піднімає багато шуму, а потім так само раптово відлітає, залишивши після себе повний безлад, з яким мають розбиратися інші, наче наліт зграї «чайок»).

У системі англійських метафор знаходиться відображення таке соціальне явище, як наплив іммігрантів, етнічні, соціальні та економічні суперечності: *glass ceiling* – «*дискримінація за етнічною, статевим і соціальним ознаками*»; *towelhead* – «*виходець з Центральної Азії, що носить тюрбан*». Але історично сформована загальнонаціональна толерантність, а також активна увага громадськості до етнічних проблем проявляються в тому, що кількість негативних номінацій вихідців з інших країн є мінімальним [8, с. 24].

Тексти англomовної преси на теми масової культури, спорту, навколишнього середовища також насичені метафоричними новоутвореннями. Наприклад: *dumb down* – окремо компоненти виразу *dumb down* мають значення «*дурний*» та «*опускати*», тобто «*спростити, зробити зрозумілим навіть для дурнів*», шляхом переосмислення та адаптації перекладу до контексту, стилю тексту та характеру комунікації доцільний такий переклад, як «*зниження освіченості та ерудиції в суспільстві*»; *culture jamming* (слово *jamming* несе в собі негативну оцінку дійсності і має переклад «*затискати*», тобто людей певної культури тримають у так званих «*лежачках*» і нав'язують певні думки та дії, звідси і когнітивний переклад «*руйнування*» нав'язливої масової культури»).

У перекладі метафори концентруються і особливо чітко проявляються всі ті проблеми та задачі, які характерні для перекладу загалом, а також усіх його різновидів. На перекладача в такому разі покладається найскладніше та найвідповідальніше завдання – зрозуміти все так, щоб читач міг максимально

наблизити себе до носія мови оригіналу та досягнути всю глибину смислу та асоціацій, закладених у певній фігурі. Перекладач може вважати свою ціль досягнутою лише в тому разі, коли читач перекладу не лише повністю усвідомлює необхідний смисл, але й відчуває весь емоційний ефект, адресований читачу оригіналу. Вибір способу перекладу метафор залежить від різних факторів, передусім від функцій метафори в тексті, стилістичних міркувань, особливостей стилю тексту, а також мети перекладу.

Також базовою проблемою для перекладу метафор часто називають культурні відмінності, наприклад тому, що певні метафори викликають інші асоціації, або тому, що джерело метафор у соціокультурі громади вихідної мови не відіграє значної ролі.

Метафори передаються з урахуванням структурних характеристик (якою частиною мови виражена, проста чи поширена), семантичних відносин між образним і предметним планом (конкретне – абстрактне, істота – неістота тощо) та з урахуванням ступеня індивідуалізації [2, с. 253]. Дуже важливою для перекладознавства є оптимальна передача метафор під час відтворення мовно-образної картини світу, оцінку якої вони надають. Саме це стає завданням адекватного перекладу. Переклад метафор-неологізмів суттєво залежить від того, наскільки близькі одна до одної культурно-мовні традиції вихідної мови та як здійснюється переклад.

Цілком доречно буде зазначити, що немає єдиного правильного розподілу метафор за їх класифікацією, як і немає єдиного ряду способів їх перекладу. Вчені-лінгвісти «розбіглися» у думках щодо способів найменування перекладу метафор. Наприклад, Т.А. Казакова пропонує шість правил перекладу метафори [6, с. 34]:

1. *Повний переклад* використовують у тому разі, коли мова оригіналу і мова перекладу ототожнюють значення метафоричних одиниць, що підлягають перекладу. Наприклад: *sad blow* – *прикрый удар* – когнітивна метафора, в якій ознака предмета переноситься на ознаку явища; *By the time he brought my Old over I felt as if I was holding up a sack of lead.* – *Коли він підігнав мою стареньку, мені вже здавалося, що я тримаю мішок зі свинцем.* *My Old* – когнітивна метафора, в якій прикметник *old* «*старенька*» замінює іменник *car* «*автівка*».

2. *Додавання / опущення* використовується тоді, коли один і той самий образ у двох мовах



може мати різний ступінь експлікації (пояснення). Наприклад: *our task must be to build tomorrow today* – наше завдання має полягати в тому, щоб побудувати це завтра сьогодні (додавання). Когнітивна розгорнута метафора, вираз “*must be to build*” розширює межі свого значення, при перекладі розгортається сенс самого поняття за необхідності додавання лексичних одиниць відповідно до норм мови перекладу; *at the bottom of her heart* – в її серці. Опущення іменника «*bottom* – основа», який є семантично зайвим і вживається в новому оточенні і вдруге вербалізує вже наявне поняття «*inside* – всередині», використання іменника “*bottom*” у перекладі становить собою порушення мовних норм.

3. Заміна використовується у разі несутимності понять мови оригіналу та мови перекладу. Наприклад: «*Producing electronics is a very fertile area of business*» – «виробництво електроніки – дуже прибуткова сфера бізнесу». Прикметник “*fertile*” має значення «родючий», для того щоб правильно передати фразу в перекладі, словникове значення прикметника “*fertile*” треба повністю змінити на «прибутковий». Нове значення зберігає позитивне смислове навантаження при перекладі, конкретизує поняття тим самим уможлиблює адекватне сприйняття нового значення.

4. Структурне перетворення застосовується, коли не узгоджуються граматичні норми мови оригіналу та мови перекладу: *pull-aside* – неофіційна нарада, неофіційні збори (лідерів/ дипломатів). Окреме значення слів *pull* та *aside* є таким: «тягнути та набік/осторонь»; *bail-out* – фінансова допомога, взяття на поруки «кредити на пільгових умовах компаніям, фірмам, іноземним країнам, які знаходяться на межі розвалу, банкрутства». Окремо компоненти вислову *bail-out* мають наступний переклад – «під заставу/обмежувати та гасити/виходити». Інколи особливості сполучуваності слів в українській мові не дають змоги подавати дослівний переклад. Не завжди можна передати англійський іменник українським іменником, а прикметник – прикметником, тобто необхідно замінити частини мови. Таким чином, словосполучення *pull-aside* та *bail-out* набувають нових значень – «неофіційна нарада» та «фінансова допомога».

5. Традиційне відповідність вживається щодо метафор фольклорного, біблійного, античного походження, коли у вихідних мовах та мовах перекладу склалися різні

способи вираження метафоричного подібності. Наприклад: вирази *buy a pig in a poke* (купити «порося» в мішку) та *head to head, face to face* (голова до голови, обличчя до обличчя) не можна перекладати дослівно, оскільки це не відповідає духу української мови. Замінюючи одне явище або предмет, притаманне культурі вихідної мови, що є незрозумілим культурі мови реципієнта, перекладемо «купити kota в мішку» та «віч-на-віч».

6. Паралельне іменування метафоричної основи використовується, коли необхідно змінити структуру метафори, а зміст необхідно зберегти: *It was courage that made us such a successful political force, but our journey must understand where it went wrong.* – Такою успішною політичною силою зробила нас мужність, проте ми маємо зрозуміти, де ми збилися зі шляху. Метафора «*to go wrong*» є поширеною, тут згідно з міжмовними правилами треба структурно змінити метафору, а за характером інформації початковий образ треба зберегти. Так, поширений переклад «піти не так» змінюється на «збитися зі шляху».

Варто враховувати небезпеку буквального перекладу метафори, в результаті якого може виникнути абсолютно чужий переклад мови образу. Тому в таких випадках правильніше вдатися до неметафоричного пояснення [5, с. 19–20]. Це свідчить про те, що «закон збереження метафори» – це, швидше, не закон, а якась тенденція, рекомендація для перекладачів, а не суворе догма.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, міжмовна оборотність стилістичних методів, зміна чи втрата образу – результат інтерпретації перекладацького сприйняття тексту. Перекладач має прагнути до збереження образності метафоричного виразу, однак не варто зловживати цим способом. Головне завдання перекладача – забезпечити адекватність перекладу, досягти прагматичних цілей автора.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Александрова О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса. М.: Вища школа, 1984. 93 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. 6-е изд. М.: Флинта: Наука, 2004. 384 с.
3. Вовк В.Н. Языковая метафора в художественной речи. Природа вторичной номинации. К.: Изд-во Наукова Думка, 1986. 144 с.
4. Вознюк Т. Лінгвостилістичні параметри метафори. Українознавство. 2010. № 2. С. 150–152.



5. Гальперин И.Г. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2006. 144 с.
6. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English-Ukrainian. М.: Издательство Союз, 2000. 320 с.
7. Левицкий А.Э. Явление функциональной переориентации языковых единиц. 1999. № 1. Том 2. 82 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры. Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
9. Схляревская Г.М. Метафора в системе речи. С.-П.: Наука, 1993. 150 с.
10. Янков А.В. Морфологічна структура і семантика соціально-політичних неологізмів в американському варіанті англійської мови. Респ. міжвідом. наук. зб. Серія «Іноз. філол». Львів, 1978. Вип. 52. 276 с.
11. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Prentice Hall, 1981. 200 p.