

**REFERENCES**

1. Блашків О. В., Ковальчук Л. О. Способи перекладу фразеологічних одиниць з англійської мови на українську. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство). Вінниця, 2014. Вип. 20. С. 209-213.
2. Рей Бредбері. 451° за Фаренгейтом. Переклад: Євген Крижевич: веб-сайт. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=406> (дата звернення: 24.11.2020).
3. Рей Бредбері. Кульбабове вино. Переклад: Володимир Митрофанов: веб-сайт. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=2272> (дата звернення: 25.11.2020).
4. Dribniuk V. Classification principles of phraseological units. 2017. 5 p.
5. Duk A., Levitskaya M. English phraseological units and idioms. Minsk, 2019. P. 90-94.
6. Manarova G. K. English phraseological units and their classification. 2018. 3 p.
7. Ray Bradbury. Dandelion wine: веб-сайт. URL: <http://www.e-reading-lib.com/chapter.php/71170/2/ray-bradbury-dandelion-wine.html> (дата звернення: 25.11.2020).
8. Ray Bradbury. Fahrenheit 451: веб-сайт. URL: <https://www.secret-satire-society.org/wp-content/uploads/2014/01/Ray-Bradbury-Fahrenheit-451.pdf> (дата звернення: 25.11.2020).

*Цимбалюк Богдан*

*Науковий керівник – доц. Цепенюк Тетяна*

**ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ МОВНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ У СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ**

Сучасна молодіжна лексика розвивається доволі швидко завдяки такому явищу, як Інтернет. У молоді в Інтернеті вже є розвинута власна мовна поведінка. Мовна поведінка молоді в Інтернеті є дуже цікавим, проте недостатньо вивченим матеріалом. Хоча наукова спільнота визначила, що такий феномен існує, проте йому не приділяється достатньо уваги. Багато хто вважає, що такі слова як веб-сайт, соціальна мережа, swipe, bingewatch та багато схожих є сучасною молодіжною лексикою в Інтернеті. Проте це не так, адже усі ці слова вже давно використовуються повсюди, вони вже давно записані в усі словники та перестали бути притаманними лише молодіжній Інтернет лексичі.

Молодіжна лексика Інтернету змінюється швидко, як і все, що пов'язане з життям молоді. Нові молодіжні лексеми швидко стають популярними. Часто їх популярність зумовлює вихід у міжгрупову та загально-соціальну сфери комунікації.

У сучасній лінгвістиці не існує єдиного підходу до визначення мовної поведінки молоді у сфері Інтернет-комунікації, а тим більше не існує правил щодо перекладу такої лексики. Сьогодні процес теоретичного вивчення мовної поведінки молоді викликає інтерес у багатьох учених, наприклад: В. Іванова, О. Дзюбіна, С. Чемеркін, Д. Крістал, В. Хомяков, С. Соколовська, та інші.

Цей вид лексики - дуже специфічне явище, описати яке вже тепер не можливо без використання тих слів, які є похідними цієї лексики. Це зовсім окремий вид мови, а іноді й зовсім інша мова, яку важко описати сучасними лінгвістичними методиками.

Метою нашої статті є вивчення мовної поведінки молоді у сфері Інтернет-комунікації та відтворення цієї поведінки українською мовою.

Глобалізація і розвиток Інтернет-технологій ведуть людство до його чергового перетворення. Віртуальний простір Інтернет-комунікації формується і формує віртуальну особистість: його параметри і специфіка детермінується технічними особливостями мережі Інтернет та пошуком оптимізації протікання процесів спілкування саме в такому режимі; водночас такі особливості впливають на саму людину, витворюючи з неї «віртуальну особистість».

Інтернет спілкування само по собі є дивною, проте дуже цікавою комбінацією усного та писемного мовлення. Д. Крістал зазначає, що мережеве мовлення – це писемне мовлення, більше наближене до усного, ніж усне мовлення до свого письмового варіанту. Хоча й основною формою існування комунікації в Інтернеті є писемна, але канони писемного мовлення тут постійно порушуються, оскільки спілкування більше носить неформальний характер [3].

Напевно, єдиним випадком, коли відбувається повне збереження синтаксичних норм в Інтернеті, - це спілкування через електронну пошту, а також у разі асинхронного спілкування в

соціальних мережах або на форумах. Порушення синтаксичних норм відбувається, як правило, в соціальних мережах, де існує можливість синхронного спілкування, в чатах, а також на ігрових серверах. Розділові знаки у віртуальному повідомленні беруть участь у створенні додаткової смислової значущості тексту, причому їх кількість відповідає силі емоцій. Стилiстична завантаженість різних знаків пунктуації неоднакова. Інтернет як медіа відображає все інформативне і подієве багатство реальної дійсності. Кожен вид дискурсу відкритий для користувача і є складною організацією, що постійно розвивається. Завдяки технічним можливостям користувач сам формує інформаційне поле в Інтернеті. На цьому наголошує не тільки різноманітність, багатотемність мережі, але і її маніпулятивний потенціал.

Сучасний світ динамічно розвивається і разом з ним у постійному розвитку знаходиться мова. Всі події, які охоплюють суспільство, впливають на живий розвиток розмовної мови, отримують відгук у мовах світу і додають в лексикон людства нові вирази. Основним елементом спілкування є мова. Мова Інтернет-комунікації поповнюється новими лексемами за рахунок запозичень (зазвичай з англійської мови), професіоналізмів (з мови інформаційних технологій) та слів інших груп лексики. Запозичення нерідко використовуються в англійському написанні, або ж транслітеруються українською. Частина таких лексем зафіксована словниками. Найбільше зазнають змін синтаксичні конструкції у розмовній мові, що відповідає тенденції спрощення синтаксичних конструкцій, так званої текстової економії при спілкуванні в Інтернеті. Тут характерні короткі розмовні репліки, специфічна розмовна синтаксична структура. На рівні стилістичної організації тексту для мови Інтернет-комунікації властиве розширення функцій епістолярного жанру, а також трансформація традиційних форм розмовного стилю, головною ознакою якого є відсутність усного варіанту мови. Як наслідок — одиниці писемного тексту перебирають на себе функції усної мови. Для такої мови характерне обмежене використання невербальних засобів, тому для позначення почуттів комуніканти послуговуються особливими знаковими системами — серед яких спеціальні піктограми — емоджі, а також пунктуаційними знаками, великими літерами для позначення модуляцій голосу. Організація тексту в мові Інтернет-комунікації нерідко має нелінійний характер, що забезпечується використанням гіпертексту. Найповніше серед українських вчених мову Інтернет комунікації дослідив С. Чемеркін [2].

Мовна поведінка молоді - це зовсім окремий вид мови, а іноді й зовсім інша мова, яку важко описати сучасними лінгвістичними методиками. Дослідниця О. І. Дзюбіна зазначає, що молодіжна Інтернет лексика так часто змінюється та самовдосконалюється, наче на зло всьому іншому світу [1], проте насправді ця лексика була створена для спрощення спілкування в мережі Інтернет. І тому, що це спілкування в більшості відбувається в письмовій формі, то й лексика еволюціонувала для спрощення та пришвидшення цього процесу розмови.

Визначити як спілкується молодь онлайн неймовірно складно, і з кожним роком це завдання стає все важчим і важчим, оскільки вибух соціальних медіа, мемів, цифрового спілкування та постійно присутнього мобільного телефону впливає на те, що лексика молоді розвивається швидше, ніж будь-коли.

Частина цієї лексики потрапляє в загальнонаціональну мову, проте ці слова вже на той момент зазвичай перестають бути загальноживаними. Більшість цих слів просто зникають, оскільки вони втрачають прихильність молоді і майже миттєво замінюються новими.

Віртуальне спілкування набагато простіше, ніж фізичне та соціальне, відповідно дві останні в Інтернет-комунікації редукуються до набору окремих ознак. Опанувати й вивчити віртуальну комунікацію значно простіше, ніж спілкуватись у реальному житті, цим Інтернет-комунікація й затуляє, цим можна пояснити частково втечу у ігрову чи іншу онлайн реальність. Для Інтернет-комунікації властиві такі характеристики:

1) Анонімність, невидимість і відчуття безпеки. Завдяки цьому створюється ефект вільного спілкування, у межах якого можливі дві реалізації: вихід негативних емоцій і задоволення деструктивних потреб або реалізація можливості бути відвертим і не закриватися у якихось дуже особистих аспектах.

2) Одночасно із конструюванням власної віртуальної особистості людина створює образ співбесідника, який часто не відповідає дійсності, оскільки інформацію, якої не вистачає, він просто уявляє.

3) Обмежене сенсорне переживання, складність у вираженні емоцій, що частково компенсується спеціально розробленою знаковою системою (наприклад, емоджі).

Під поняттям «молодіжний сленг» ми розуміємо сукупність постійно трансформованих мовних засобів високої експресивної сили, що використовується у спілкуванні між молодими людьми, які перебувають у дружніх, фамільярних відносинах, і виступають засобом внутрішнього групового спілкування. Молодіжний сленг іноді буває важко зрозуміти, адже ці слова в більшості походять з інших мов, або ж є перекрученими варіантами самих себе.

Якщо проаналізувати молодіжні неологізми в Інтернеті, то можна визначити, що неологізми зазвичай на три групи: 1) скорочення; 2) семантичні неологізми; 3) новотвори. Саме ці три групи творення неологізмів найчастіше зустрічаються в молодіжному сленгу.

Зазвичай уся молодіжна лексика в українську мову приходиться з інших країн. В таких випадках перекладачі не завжди потрібні, адже молодь сама знаходить в українській мові відповідники цим словам. Та й зрештою, якби перекладачі й намагались допомогти, вони б не встигли через постійну еволюцію цієї лексики.

Проте, аналізуючи як в українській мові відтворена лексика молоді, можна виділити декілька видів перекладу лексичних одиниць:

Транскрибування – відтворює звучання іноземного слова. Цей вид перекладу використовують напевно найчастіше, адже його найпростіше вживати. Для прикладу, слово mate (досл. – друг) перекладене на українську мову як мейт (Я сьогодні зі своїм мейтом піду гуляти); hate (досл. – ненависть) – хейт (Чому вона мене так сильно хейтить?) .

Калькування – переклад шляхом заміни складових частин слова на відповідні у мові перекладу. Такі слова копіюють структуру лексичної одиниці мови оригіналу, і, таким чином, передають його значення. Наприклад: air head - порожня голова (У мене порожня голова, я вже таким народився).

Описовий переклад – замінює в мові перекладу словосполучення, яке адекватно передає зміст цього слова або словосполучення. Проте такий вид перекладу існує, проте він рідко використовується, бо він сам по собі є доволі громістким і незручним і хоча слова й можуть перекладатись цим способом, проте пізніше вони входять у вжиток перекладеними з допомогою калькування чи транскрибації. Наприклад, BIOS – спочатку називали базова система введення/виведення, пізніше його просто почали називати БІОС.

Приблизний переклад – передає предметний зміст реалій, проте часто втрачається колорит. Наприклад: beef – проблема (you got some beef with me punk? – меєш якісь проблеми, нікчемо?).

Ці чотири види перекладу найкраще виділяються під час аналізу мовної поведінки молоді у сфері Інтернет-комунікації. Дійсно, ці способи не єдині якими виконується переклад таких лексичних одиниць, проте вони є найчіткіше вираженими.

Висновки. Молодь дуже активно користується Інтернетом. Вони постійно спілкуються між собою в різних месенджерах, форумах та на сайтах, чим провокують розвиток мови Інтернету в загальному. Інтернет в сучасному світі виступає важливим інструментом соціалізації для сучасної молоді. Він є найпривабливішим для молодого покоління завдяки своїй безмежності, динамічності та високій технологічності. Саме через усі ці причини молодь так часто спілкується в Інтернеті. А постійне спілкування у такому динамічному просторі призводить до постійної мовної еволюції. Напевно найцікавіше в цьому середовищі спостерігати за перекладом цієї лексики на українську мову, адже сучасна молодь не дотримується якихось чітких правил під час перекладу, вони просто роблять це для полегшення спілкування між собою. Лексика молоді у сфері Інтернет-комунікації приваблює і спрощує спілкування. Вона є окремою екосистемою, яка ще не до кінця досліджена, що й зумовлює перспективу наших подальших наукових розвідок.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook//Молодий вчений. Сер.: філологічні науки. 2016. № 2 (29). С. 375–379.
2. Чемеркін С. Г. Мова Інтернет-комунікації//Українська мова: Енциклопедія. Вид. 3-тє. К.: Українська енциклопедія, 2007. С. 365-366.
3. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 272 p

## ЛІНГВО-ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ

Безеквівалентна лексика є надзвичайно важливою частиною будь-якого тексту. Особливо це актуально для художніх творів. Автор не може підлаштовуватися під кожну мову, на яку буде перекладений його твір. Крім того, існує безліч загальноживаних чи навіть буденних слів, які при перекладі викликать труднощі. Для прикладу візьмемо таке загальне у всіх культурах явище як сім'я. Такі слова як *sibling* (брат чи сестра), *parent* (батько чи мати) та *spouse* (чоловік чи дружина) є загальноживаними в англійській мові. Цікаво, що слово *parent* не має українського відповідника лише в однині. В множині воно перекладається як «батьки». Питання перекладу безеквівалентної лексики досліджували такі науковці як Т. Р. Кияк, С. Влахов та С. Флорін, Л. С. Бархударов.

Мета нашої статті полягає в описі лінгво-прагматичних аспектів відтворення безеквівалентної лексики у перекладах творів сучасної художньої прози.

За визначеннями С. Влахова та С. Флоріна «Безеквівалентна лексика – це лексичні та фразеологічні одиниці, які не мають еквівалентів у мові перекладу. Реалії – це слова та словосполучення, які позначають об'єкти чи явища, притаманні мові одного народу та не мають точних відповідників в інших мовах [4, с. 42–47]». Наприклад, в українській мові реаліями можна вважати такі лексичні одиниці: кропивка - коли хтось тримає іншу людину за зап'ястя і крутить шкіру в різні боки (зазвичай дитяче знущання); подвійний листочок – листок паперу з середини зошита, на якому часто пишуть контрольні роботи в школі.

Думка вчених неоднозначна щодо онімів: вважати їх реаліями чи ні. Такі науковці як В. С. Виноградов, В. В. Кабакчи, З. Г. Прошина, П. В. Секірін залучають власні назви до реалій, а С. Влахов та С. Флорін – ні. В цьому випадку ми частково погоджуємося з другою групою мовознавців, оскільки оніми є окремою частиною лексики та не можуть вважатися реаліями. Носій будь-якої іноземної мови може назвати сина Іваном чи прогулятися по Хрещатику. Тому, як мінімум, такі слова він може вживати. Хоча, з іншого боку, навіть якщо вони вживатимуться носієм іншої мови, то не матимуть всього спектру значень.

Варто згадати ще одне дискусійне поняття – конотативна лексика. Науковці розділяються у визначенні цієї групи слів. Так Г. Д. Томахін вважає її різновидом фонові лексики [11, с. 82–86]. Конотації виражаються в словах, що позначають однакові предмети чи явища в обох мовах, проте мають інший підтекст. Так, наприклад, можна перекласти на англійську словосполучення *реве Дніпро*. Проте, для американця чи британця воно не матиме того підтексту, який бачить українець. Цю різницю в значеннях можна пояснити культурно-етнічними особливостями, що притаманні різним народам.

Близькими до безеквівалентної лексики є також слова, що збігаються у двох мовах своїми денотатами (тобто об'єктивним змістом), але не збігаються своїми конотатами (тобто емоційно-естетичними асоціаціями). Наприклад, слово *калина* може бути перекладене на інші мови, але для українця воно наповнене особистими спогадами і пов'язане з національною ментальністю.

А. В. Волошина виділяє центр та периферію безеквівалентної лексики. Її центром є слова-реалії, а периферією – фонові слова. Реалії слугують для позначення частин предметного світу етносу, а фонові лексичні одиниці – для віддзеркалення об'єктивної дійсності на лексичному рівні [5]. Фонова лексика позначає поняття чи предмети особливого значення для певного народу. Наприклад, в українській мові є багато синонімів до слова *поле* – *нива*, *лан*, *опілля*, *рілля*. Так історично склалося, оскільки українці здавна обробляли землю і жили з її плодів. Тому на позначення такого важливого місця з'явилося багато синонімів з різними відтінками значень. У французькій мові схожа ситуація склалася зі словом *скупість* (*parsimonie*) - *épargne*, *économie extrême*, *minutieuse*. Це поняття було важливим для французів, а тому воно має більше 11 слів на його позначення.

Проаналізувавши бачення науковців щодо національно-маркованої лексики, вважаємо, що до неї входять безеквівалентні слова, реалії, конотативна лексика та лакуни. На нашу думку, оніми входять до конотативної лексики, оскільки їх можна перекласти на іншу мову, проте представник іншого народу чи етносу розумітиме тільки номінативне значення слова.