

Пропонований підхід сприятиме глибшому розумінню «наївного образу світу», проливає світло на деякі шляхи подолання складнощів поетичного перекладу, які дослідники убачають в особливостях національного та авторського поетичного мовлення, а також у «міжкультурному характері перекладацького продукту».

Список використаної літератури

1. Гаврилук Х. Ю. Переклади «Енеїди» Івана Котляревського: інтерпретація національної та світової міфології: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16 – перекладознавства / Х. Ю. Гаврилук. – Одеса, 2014. – 319 с.
2. Каракевич Р. О. Асиметрія лінгвокультури з компонентом-метронімом (на матеріалі німецьких та українських фразеологізмів) / Р. О. Каракевич // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. – 2008. – № 4. – С. 425–431.
3. Коломієць Л. В. Перекладознавчі семінари: актуальні теоретичні концепції та моделі аналізу поетичного перекладу: навчальний посібник / Л. В. Коломієць. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 527 с.
4. Литвин І. Перекладознавство: навчальний посібник / І. М. Литвин. – Черкаси, 2015. – 204 с.
5. Медвідь Н. С. Лінгвокультури в українській соціально-психологічній прозі першої половини ХХ ст.: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – укр. мова. – Н. С. Медвідь. – К., 2009. – 19 с.
6. Радчук В. Д. Функції перекладу / В. Д. Радчук // Григорій Кочур у контексті української культури другої половини ХХ віку: матеріали Всеукраїнської наукової конференції. – Львів: ЛНУ, 2007. – С. 123–138.
7. Селіванова О. Метафора в системі перекладних трансформацій / О. Селіванова // Studia slawistyczne. Etnolingwistyka i komunikacja międzykulturowa. – Т. 4. – Lublin-Lwów, 2016 (рукопис).
8. Чередниченко О. І. Функції перекладу в сучасному світі / О. І. Чередниченко // Григорій Кочур у контексті української культури другої половини ХХ віку: матеріали Всеукраїнської наукової конференції. – Львів: ЛНУ, 2007. – С. 123–138.
9. Шмігер Т. В. Забутими сторінками українського перекладознавства 1920-х років / Т. В. Шмігер // Григорій Кочур у контексті української культури другої половини ХХ віку: матеріали Всеукраїнської наукової конференції. – Львів: ЛНУ, 2007. – С. 109–117.
10. Kłosińska A. Słownik frazeologiczny / A. Kłosińska. – Warszawa, 2010.
11. Kopański W. Słownik mitów i tradycji kultury / W. Kopański. – Warszawa, 2001. – S. 1264.
12. Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich. – Т. 1–4 / ред. J. Krzyżanowski, S. Swirko. – Warszawa, 1969–1978.

Тищенко О. В. Средства перевода некоторых лингвокультурем и концептуальных метафор в поэтическом тексте: попытка реконструкции образа (на материале переводов А. Ахматовой, Л. Костенко, И. Драча, Д. Павлычко, М. Влад и др. на польский язык).

Аннотация

В статье рассматриваются переводные трансформации разных типов (лексические, грамматические, общекатегориальные, синтаксические, трансметафоризация, синонимические замены и под. сквозь призму их связи с телесными, эмоциональными, вкусовыми, экспериенциальными метафорами, лингвокультуремами и шире – семиосферой художественного текста. Объектом исследования являются поэтические переводы А. Ахматовой, Л. Костенко, И. Драча, Д. Павлычко, Б. Олійника, М. Влад и др. на польский язык. Обращено внимание на стратегии передачи этнокультурного содержания и семантического наполнения отдельных общечеловеческих концептов, фразем, собственных имен в оригинале и в переводе.

Ключевые слова: переводные трансформации, лингвокультурема, концептуализация, концептосфера, семиосфера, метафора.

Tyshchenko O. V. Translation of some lingvocultural conceptual metaphors in the poetic text: the attempt to reconstruct the image (on the material of the A. Akhmatova, L. Kostenko, I. Drach, D. Pavlychko, M. Vlad and others translations into Polish).

Summary

This article deals with different types of translational transformations (lexical, grammatical, general category, syntactic, transmetaphorization, synonymous substitutions and so on under the scope of their relationship with physical, emotional, taste, experience metaphors, lingvocultural units as well as under the broader scope – belles-létre text semiosphere. The object of the study are A. Akhmatova, L. Kostenko, I. Drach, D. Pavlychko, B. Oliyunk, M. Vlad poetic translations into Polish. The attention is paid to the ethno-cultural content as well as the semantic content of certain universal concepts, phrases, proper names in the original and in translation strategies.

Key words: translation transformation, lingvocultural unit, conceptualization, concept sphere, semiosphere, metaphor.

УДК 811.161.2'367.62+2'42

Торчинська Н. М.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри слов'янської філології
Хмельницького національного університету
E-mail: mina@ukr.net

РЕАЛІЗАЦІЯ ЧУЖОГО МОВЛЕННЯ В РЕКЛАМНИХ МОНОЛОГАХ: СТРУКТУРНИЙ АСПЕКТ

У статті характеризується структура монологічних рекламних текстів як різновидів реалізації чужого мовлення. Прагматична функція рекламного дискурсу реалізується завдяки наявності в більшості текстів дієслів-імперативів та займенників, які допомагають узагальнити життєвий досвід і спонукати до певних дій.

Ключові слова: чуже мовлення, монолог, рекламний дискурс, рекламний текст, синтаксична структура.

Сучасна лінгвістика постійно характеризується зацікавленням специфікою живого мовлення, особливостей його побудови і функціонування порівняно з кодифікованою літературною мовою. Реалізація усної й писемної форм чужого мовлення відбувається по-різному. Жоден стиль української мови не обходиться без елементів чужого мовлення, без використання прямої і непрямої мови, цитат, монологи, діалогів, полілогів тощо.

Якщо ж говорити про усне спілкування, то воно представлено саме діалогами, полілогами або монологами. На відмінність між цими формами мовлення вказує низка мовознавців, з-поміж яких О. В. Абаймова, А. В. Беляєва, В. В. Виноградов, В. М. Волошинов, Т. І. Лукіних, Н. В. Моїсєєва, І. В. Нестеров, С. В. Свєтана, Л. П. Семененко, В. В. Фашенко, Л. П. Якубинський та інші

Зрозуміло, що будь-який різновид написаного або виголошеного тексту можна вважати монологом, оскільки він має автора, який певним чином виклав свої думки. Проте з погляду репрезентології монологом вважається «усне або писемне розгорнуте мовлення однієї особи, яке не розраховане на безпосередню словесну реакцію слухача й адресується або самому собі, або іншим особам» [6, с. 370].

Монологи неодноразово ставали об'єктом вивчення як на основі драматичних творів (Т. Г. Винокур; Л. В. Крилова; Т. К. Носенко та ін.), так і художньої прози (В. А. Зименкова, О. В. Лепєтوخа, А. Р. Четверікова), щоправда, сучасні ж розвідки переважно проводяться на матеріалі неукраїнських текстів (А. В. Лепєтوخа, О. Р. Четверікова та ін.).

Часто про монологічне мовлення науковці згадують епізодично, під час дослідження інших різновидів чужого мовлення. Так, Н. М. Сафонова, характеризуючи суб'єктивну модальність у полілозі та діалозі із семантико-прагматичного погляду, пропонує статусні характеристики та правила розмежування діалогічного, монологічного та полілогічного мовлення [5].

Предметом нашого дослідження обрано рекламні монологи, зафіксовані протягом березня на телеканалах «Інтер», «Україна», «1+1». Рекламний дискурс як різновид публіцистичного стилю покликаний виконувати прагматичну функцію з метою реалізації рекламованого товару, тому такі мовленнєві акти повинні бути побудовані з дотриманням певних вимог, щоб мати вплив на адресата.

Саме на мовні засоби та риторичні прийоми діалогізації сучасного публіцистичного монологу, спрямовані на переконання як основну ілюкутивну настанову автора, звернула увагу К. В. Ковтун, яка зазначає, що «текст публіцистичного монологу, будучи розгорнутим висловлюванням, звернений до адресата. Адресованість тексту – це його обов'язкова властивість, але експлікація адресованості може бути різною. У сучасному публіцистичному монолозі представлена низка моделей відносин з адресатом» [4, с. 8]. Отже, якщо джерелом вивчення К. В. Ковтун стали публіцистичні монологи різних авторів, розміщені в українській російськомовній пресі, то ми свою увагу зосередимо на рекламних монологах.