

5. Леонтьев А. А. Психолінгвістические единицы и порождение речевого высказывания. Москва: Комкнига, 2007. 312 с.

6. Михалова О. І., Тарасюк К. І. Англійська мова. Англійські лексичні та графічні скорочення, напівскорочення, ініціали імен людей, аббревіатури, що виникли під час листування електронною поштою та акроніми. Київ: ТОФ Видавничий Дім Спорт, 2008. 26 с.

7. Armalytė O. Exercises in Translation from Lithuanian into English. Vilnius: VU, 1982. 167 с.

8. Chernov Ghelly V. Inference and Anticipation in Simultaneous Interpreting. A Probability-Prediction Model / Ed. Robin Setton and Adelina Hild. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2004. 266 p.

9. Gurin I. V. The problem of speech compression in simultaneous translation. Approaches and methods of research. *Philology. Questions of theory and practice*. Vol. 1, n. 1., Tambov: Gramota, 2008. P. 85-88.

10. Moser-Mercer B. Quality in interpreting: some methodological issues. *The Interpreters' Newsletter*, V. 7. Trieste, Edizioni LINT, 1996. P. 43-55.

**Л. Л. Славова, Н. Д. Борисенко**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Житомирський державний університет імені Івана Франка**

## **ВІДТВОРЕННЯ КУЛЬТУРНО СПЕЦИФІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ПЕРЕКЛАДІ: КОНФРОНТАЦІЯ КУЛЬТУР**

Способи відтворення культурно-специфічної інформації у цільовому тексті знаходяться у центрі уваги сучасних лінгвокультурологічних та перекладознавчих досліджень [1: 55; 7; 8; 9]. Труднощі передачі такої інформації пов'язані з унікальністю кожної окремої культури. Культурно-специфічні одиниці створюють неповторний колорит вихідного тексту, з одного боку, а, з іншого, стає на заваді розуміння цільового тексту читачами, які мають певні прогалини щодо конкретних історичних, географічних та соціально-культурних фактів життя вихідної спільноти.

Наразі досі невирішеною залишається термінологія на позначення культурно-специфічних одиниць. Зауважимо, що термін *лакуна* використовується більшістю дослідників, коли йдеться про своєрідність мов та культур. Під лакунами розуміють такі одиниці мови, тексту та культури, що є повністю або частково незрозумілими за межами окремої культури [7: 70]. Останні поділяються на лексичні, граматичні, функціональні, відносні або абсолютні, об'єднує зазначені вище групи той факт, що всі вони не мають еквівалентів в інших мовах та є невідомими в інших культурах [6: 354]. У свою чергу, культурні лакуни, які створюють екстралінгвальні проблеми у

міжкультурній комунікації, включають лексичні одиниці та словосполуки для номінації об'єктів, явищ та характеристик географічного середовища, культурних особливостей, соціального та історичного розвитку етнічної або культурної спільноти. Вони кодують важливу частину інформації про суспільство, яка закладена у назвах історичних подій, об'єктів географії та матеріальної культури, інституцій, іменах видатних представників спільноти, і яка є невідомою за межами суспільства [13: 171]. У перекладознавстві лакуни визначають як культурні слова, лексеми, що асоціюються з конкретною мовою та викликають труднощі у перекладі. Останні поділяють на категорії, які відображають низку сфер, як от екологію, матеріальну і нематеріальну культуру, організації та інституції, традиції, обряди, діяльність процедури, концепти, звички та жести [8: 95]. Лакуни мають культурний компонент, який об'єднує комплекс асоціацій, які виникають у свідомості представника культури завдяки образу слова. Такі лексичні одиниці номінують об'єкти та явища, що є характерними для конкретної культури і відсутні в інших. Як наслідок слова з культурним компонентом відображають унікальний характер певної культури.

У вітчизняній перекладознавчій традиції, перш за все, завдяки працям Роксоляни Зорівчак на позначення лакун використовується термін реалія [2], під яким розуміють і явища присутні у культурі і мовні одиниці, що ці явища номінують. Зазначені одиниці є моно або полі лексемами, які містять у своєму значенні комплекс етнічної та культурної інформації, що є чужою для інших мов та культур [2: 58]. Такі лексеми не мають повних або часткових відповідників в інших мовах і перекладаються в цільовій мові за допомогою спеціальних засобів [3: 48]. Все це робить процес розуміння лакун проблематичним за межами лінгвокультурної спільноти та призводить до різноманітних спотворень у їхньому відтворенні засобами цільової мови. Переклад лакун включає пошук у цільовій мові найбільш прийняттого природного еквіваленту, який би відтворив посыл одиниці вихідної мови з точки зору і значення і стилю [10; 11].

Вирішення питання про можливість відтворення у перекладі культурно-значущої інформації вирішується у руслі лінгвокультурологічного підходу у перекладі. Останній базується на тому, що в кожній спільноті культура сприяє існуванню моделей сприйняття світу та поведінки, що, у свою чергу, дозволяє брати до уваги відмінності між вихідною та цільовою культурами у процесі перекладу. Як наслідок під час перекладу здійснюється протиставлення культур та пошук засобів, які дозволяють зберегти ідеї вихідного тексту та відтворити їх у такій формі, що є прийнятною для реципієнтів цільової культури. Таке протиставлення культур базується на тезі, відповідно до якої кожна мова і кожна культура є комбінацією універсального та унікального. Універсальний компонент є спільним для всіх існуючих культур і слугує основою успішної міжкультурної комунікації, в той час, як унікальний компонент забезпечує розмаїття культур. Власне і сам процес перекладу є зразком міжкультурної

комунікації, оскільки протиставленню підлягають не лише дві мови, вихідна та цільова, а й дві культури. Як наслідок перекодування відбувається не лише на рівні мов, а й культур [5: 17]. Звідси необхідність виокремити та дослідити способи відтворення культурно-специфічних одиниць у перекладі.

Завдання перекладача, який виступає як посередник у міжкультурній комунікації, полягає у декодуванні та передачі культурно-специфічних одиниць з позиції цільової культури [4: 59]. Процес відтворення лакун у перекладі зазвичай відбувається двома шляхами, які направлені на наближення тексту вихідної культури до реалій цільової або на віддалення від них. Відповідні явища отримали назву одомашнення та очуження [5]. Останні реалізуються у двох базових стратегіях: доместикації, яка бере до уваги потреби цільової аудиторії та адаптує текст до вимог цільової культури, та форенізації, що робить акцент на культурних параметрах вихідного тексту, зберігаючи у перекладі чужорідний характер культурної інформації [5: 22-29], що визначають дії перекладача. У той же час, саме контекст визначає вибір того чи іншого прийому та лексичної одиниці під час перекладу лакуни [12: 153]. Відзначено, що перекіс в сторону однієї із стратегій значно знижує якість перекладу, в той час, як розумна комбінація зазначених стратегій направлена на підтримання балансу між тим, щоб зберегти присмак іншомовної культури у перекладеному тексті та зробити його доступним для цільового читача.

Подальша перспектива розвідки полягає у виокремленні способів відтворення культурно-специфічної інформації у перекладі.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. М. : Международные отношения, 1980. 342 с.
2. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англomовних перекладів української прози). Львів : Вид-во при Львівському університеті, 1989. 216 с.
3. Швейцер А.Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. М. : Наука, 1988. 215 с.
4. Akbari A., Darani P. A. The Status of Intercultural Mediation in Translation: Is it an Absolute Licence? // Topics in Linguistics. 18 (1). 2017. P. 59–70.
5. Eco U. Experiences in Translation / Translated by A. McEwan. Buffalo, Toronto, London : University of Toronto Press, 2001. 135 p.
6. Kazazi L. 2014. The Lacuna as a Cultural Phenomenon: Analyzing Martin Camaj's "Circles" // Journal of Educational and Social Research, 4 (4). 2014. P. 353–356.
7. Lyubimova S., Tomasevich N., Mardarenko O. On Lacunarity in Translation of Culture Specific Concepts: Transletters // International Journal of Translation and Interpreting. 1. 2018. P. 65–78.

8. Newmark P. A Textbook of Translation. New York : Prentice Hall International, 1988. 292 p.
9. Nida E. A. Fascinated by Languages. Amsterdam: John Benjamins, 2003. 157 p.
10. Nida E. A. Toward a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating. Leiden : Brill, 1964. 331 p.
11. Nida E. A., Taber Ch. The Theory and Practice of Translation. Leiden: E. J. Brill, 1969. 220 p.
12. Ramiere N. Reaching a Foreign Audience: Cultural Transfers in Audiovisual Translation // The Journal of Specialized Translation. 6. 2006. P. 152–166.
13. Slavova L., Borysenko N. Rendering Cultural Information in Translation: English – Ukrainian Direction // Odessa Linguistic Journal. 11. 2018. P. 167–173.

**Н. М. Талавіра**  
**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

## **ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ПОХВАЛИ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ TWITTER**

Похвала вважається невід’ємною частиною будь-якого спілкування як вічна-віч, так і онлайн. В епоху дигіталізації люди проводять більшу частину свого вільного часу в Інтернеті в різних соціальних мережах, де комунікація дозволяє обмінюватися думками та ідеями з великими групами людей по всьому світу, доносити інформацію на умовах анонімності або за бажанням з вказівкою особистих даних. Однією з найпопулярніших соціальних мереж є Twitter, де користувачі можуть писати повідомлення розміром до 140 символів, створюючи різний за стилем та форматом контент.

Висловлювання похвали в Інтернеті можна продемонструвати за допомогою номінативних одиниць, так і графічних засобів. Мета даної розвідки полягає у вивченні конструкцій на позначення похвали у повідомленнях Twitter. При цьому конструкції потрактовуємо як одиниці, які є поєднанням форми і значення та укорінюються у свідомості носіїв мови у готовому вигляді за рахунок частого використання у мовленні [3].

Похвала тлумачиться як добрий схвальний відгук про когось чи щось [1], вираження захоплення досягненнями та характеристиками людини або об’єкта [2], найбільш природня форма заохочення, адже вона спонукає реципієнта працювати більше, удосконалюватися, з одного боку, та повірити в себе, в повагу власної особистості оточуючими, з іншого.

Аналіз ста повідомлень з мережі Twitter показав, що за допомогою похвали користувачі відображають схвалення, мотивацію або власні емоції.

Вербалізація *схвалення* представлена конструкціями, які указують на позитивну оцінку виконавця або його дій. Оцінка людини здійснюється