

в цих типах хронотопів, проте просторові особливості теж беруться до уваги): авантюрний роман-випробування, в якому простір носить чисто технічний характер і органічно невписаний у розвиток дії. Для розвитку авантюри потрібно багато простору, проте він функціонує як співвідношення далечини та близькості, тобто простір тут виступає лише в ролі абстрактної екстенсивності; авантюрно-побутовий роман, в якому художній простір стає конкретним і насичується більш відчутними часовими рамками, при цьому простір наповнюється реальним життєвим змістом і виявляється в сталому відношенні до героя та його долі; біографічний роман, в якому образ героя зміщується в приватний простір, дещо інтимний, де розкривається його внутрішній світ, відмінний від зовнішнього прояву [2].

Раніше згаданий роман В. Генацино є модифікацією третього типу, де відбувається чітке розмежування публічного та приватного простору. Для даного твору, що належить до жанру міського роману, співіснування двох художніх просторів є особливо важливим. Тут бачимо особистий простір героя – його квартири, і чужий простір міста. Це у свою чергу виражається в певних характерних особливостях та вчинках героя під впливом різних просторів квартири та міста.

У залежності від типу героя змінюється і функціонування художнього простору. Також варто зазначити, що в романі найповніше проявляється художній простір, який зазвичай є поліфонічним – тобто поєднує в собі декілька просторових локацій, які протиставляються одна одній (наприклад, місто-квартира, вулиця – кафе тощо). Підсумовуючи, можна сказати, що у функціонуванні художнього простору чітко прослідковується зв'язок з людиною, його антропоцентричність. Хоча художній простір є створеною автором художньою моделлю дійсності, він формується під впливом типа героя, а також у сприйнятті читача. Тому завжди необхідно враховувати імпліцитне змістове навантаження художнього простору, що зазвичай виявляється у соціальних, культурних та історичних цінностях та попередньому досвіді реципієнта.

Література:

1. Бабенко Л. Г. Филологический анализ текста. Учебное пособие для высшей школы / Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. – М. : Академический проект, Екатеринбург : Деловая книга, 2004. – 400 с.
2. Бахтин М. М. Формы времени и хронотопа в романе / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – М., 1975. – С. 234–407.
3. Діалогічні обертони : науковий збірник на пошану пам'яті професора Нонни Копистянської / Національна академія наук України, Інститут Івана Франка ; наук. ред. С. Маценка, відповід. ред. О. Левицька. – Л., 2014. – 416 с. – (Серія «Літературознавчі обрії»; Вип. 19).
4. Лихачев Д. С. Поэтика художественного времени. Поэтика художественного пространства / Д. С. Лихачев. – Поэтика древнерусской литературы. – М., 1979. – С. 209–351.
5. Лотман Ю. М. Художественное пространство в прозе Гоголя / Ю. М. Лотман // В школе поэтического слова: Пушкин, Лермонтов, Гоголь. – М., 1988. – С. 251–293.
6. Топоров В. Н. Пространство и текст / В. Н. Топоров // Текст: семантика и структура. – М. : Наука, 1983. – С. 227–285.
7. Bachmann-Medick D. Cultural Turns: Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften / Doris Bachmann-Medick // rororo – 2014. – 432 S.
8. Brynhildsvoll K. Der literarische Raum. Konzeptionen und Entwürfe / Knut Brynhildsvoll // Beiträge zur Skandinavistik, hrg. v. Bernhard Glienke. Bd 11. – Frankfurt am Main : Lang, 1993. – 359 S.
9. Genazino W. Der Fleck, die Jacke, die Zimmer, der Schmerz / Wilhelm Genazino // rororo (6. Auflage) – 2004. – 224 S.
10. Hoffman G. Raum, Situation, erzählte Wirklichkeit. Poetologische und historische Studien zum englischen und amerikanischen Roman / Gerhard Hoffmann // Stuttgart, 1978. – 867 S.

УДК 811+81'33

В. О. Михайлець,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

СТАТИСТИЧНИЙ МЕТОД ВИЯВЛЕННЯ ЗАСОБІВ ІНТИМІЗАЦІЇ У ТЕКСТІ ЗМІ

Основною тезою дослідження є думка про можливість впливу автора статті в друкованому медіа на свого читача шляхом використання прийому інтимізації. Стаття присвячена визначенню частоти використання засобів мовного коду інтимізації в українськомовному публіцистичному тексті за допомогою статистичного пакету R, який забезпечує інфраструктуру, з допомогою якої здійснюється систематизація, трансформація та аналіз текстової інформації. На матеріалі україномовного тижневика «Український тиждень» за 2011 рік було створено корпус, який містить 959 текстів. За результатом аналізу текстів виявлено, що у якості прийому інтимізації найчастіше вживаються: дейктичні слова, теперішній нарративний час, займенник «ми», риторичні запитання, розповідь від першої особи, звертання до читача.

Ключові слова: мовний код інтимізації, статистичний пакет R.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ СРЕДСТВ ИНТИМИЗАЦИИ В ТЕКСТЕ СМИ

Основным тезисом исследования является мысль о возможности влияния автора статьи в печатном медиа на своего читателя благодаря использованию приёма интимизации. Статья посвящена определению частоты использования средств языкового кода интимизации в украинскоязычном публицистическом тексте с помощью статистического пакета R, обеспечивающего инфраструктуру, с помощью которой осуществляется систематизация, трансформация и анализ текстовой информации. На материале украинскоязычного еженедельника «Український тиждень» создан корпус, содержащий 959 текстов. В результате анализа текстов показано, что в качестве приёма интимизации чаще всего используются: дейктические слова, настоящее нарративное время, местоимение «мы», риторические вопросы, рассказ от первого лица, обращение к читателю.

Ключевые слова: языковой код интимизации, статистический пакет R.

STATISTICAL APPROACHES FOR ASSESSING THE LANGUAGE CODE OF INTIMIZATION IN PRINTED MEDIA

The paper outlines some of the statistical methods, and illustrates their application to the analysis of the language code of intimation based on the corpora of journalistic texts. The main purposes of the research are to delineate the means used by authors to impose or impact on the reader by using the techniques of intimation in printed media. The technique of intimation means is not only limited by the creation of the perception of unceremonious text through the usage of spoken language or certain grammatical structures, but also suggests the usage of specific language means which may create

an impression of a sincere and direct communication between the author and the reader. The research was made in the R statistical package and based on 959 texts (after excluding the interviews) collected online from the ukrainian weekly magazine «The Ukrainian Week» for the 2011 year.

The special regular expressions along with stop words handling, data crawling, data preparation and data cleaning etc were defined to recognize the language means of intimidation. As a result of analysis it can be affirmed that the most used means of language code of intimidation in the ukrainian journalistic texts are: (1) deictic words, (2) praesens historicum, (3) pronoun «we», (4) rhetorical questions, (5) narration in the first person, (6) address of the author to the reader. The usage of text mining packages for R significantly increases the efficiency while analysing large volume of texts within the corpora. This is also important for discovering the presence of undesirable information in media from the law enforcement prospective.

Key words: language code of intimidation, R statistical package.

В античному світі побутувало прислів'я «Verba volant, scripta manent» – «Слова зникають, написане залишається», тобто розумно вимагати письмової обіцянки, і не записувати речі, які можуть тебе скомпроментувати. Сьогодні вислів про важливість написаного можна розуміти в аспекті впливу друкованих медіа на когнітивну сферу реципієнта.

Значне місце у формуванні світогляду сучасного повнолітнього українця відіграють періодичні видання соціально-політичного спрямування. Саме з них читач отримує нову інформацію або дізнається альтернативну точку зору на проблемне явище. Аналітична стаття соціально-політичного спрямування є моно- чи політематичним публіцистичним твором, своєрідною рефлексією журналіста або авторитетного громадського діяча над проблематикою, що має особливе для суспільства значення. Автор тут прагне, по-перше, привернути увагу аудиторії до своїх ідей та, власне, особистості, і, по-друге, (а це, як видається, мета важливіша) – спонукати читача до спостережень, роздумів та власних висновків. Та не слід забувати про те, що медіа формують спосіб мислення людей стосовно проблем завдяки тому, яким чином вони структурують їх (у форматі повноти/неповноти подачі інформації) [Bandura 1997, 504]. Іншими словами, ЗМІ не просто нав'язують спосіб мислення стосовно певної проблеми, а й нав'язують теми, над якими повинен замислюватися громадянин.

Актуальним для мовознавців, а також соціологів та психологів є вивчення способу викладу фактів у ЗМІ та можливості впливу інформації на громадську думку, а також можливі варіанти протидії такому впливу.

Із психології відомо, що доросла людина спочатку сприймає вхідну інформацію про об'єкт загалом. Потім вона починає розглядати його ближче. Далі людина рухається ще глибше: розшукує інформацію у різних джерелах – літературі або Інтернет, розпитує знайомих тощо. І вже після отримання глибоких знань про теоретичні аспекти об'єкта відбувається його використання для вирішення практичних завдань. Проте людина – істота інертна, для якої досить часто невластиво розбиратися у ситуації. Саме у небажанні щоразу аналізувати вхідні факти криється небезпека для свідомості людини, яка стає плацдармом для реалізації сугестії та маніпуляції [9].

Хоча спектр засобів (фото, відео, аудіо, прями включення, скайп тощо) сучасних ЗМІ вражають, в основі усіх них лежить мова як семіотична система, одиниці якої реально існують у мовленні. Мова є другою сигнальною системою, яка вирізняє людей від тварин. Нагадаймо, коли реально існуючий зовнішній подразник передує життєво важливому для організму явищу і це повторюється неодноразово, то поступово подразник набуває особливого значення, оскільки він сигналізує про наступне явище; тобто перша сигнальна система слугує для утворення умовних рефлексів (почувши грім, дитина лякається, відчувши запах смаженого шашлика, гості сходяться до вогнища) [2]. Друга ж сигнальна система надбудовується над першою, коли вже слово є сигналом (якщо я скажу – такий був страшений грім минулого тижня! або який же смачний шашлик ми приготували! – одразу людина уявить, як міг би гриміти грім і відчує слиновиділення). Саме тому при маніпуляції словом у медіа свідомість людини здатна активно реагувати на сказане або написане, створюючи в уяві надзвичайно яскраві образи.

В Україні лише 48% території мають покриття Інтернету, а решту території монополістично можуть покривати телебачення, радіо та друковані ЗМІ. Численні громадські, а також політичні організації направляють свої зусилля на роботу із молодими людьми, оскільки вважають їх провідною силою змін у суспільстві, іноді забуваючи про категорію громадян, до якої належать їхні батьки. Ця остання складає значну частину електорату, який великою мірою і визначає напрям розвитку країни. Не потрібно звертатися до аналітичних даних, щоб стверджувати, що люди у віковій категорії до 35 років частіше користуються Інтернет-джерелами, тоді як вікова категорія від 35 років надає перевагу телебаченню та радіо. Нас цікавитиме спосіб взаємодії автора з аудиторією у друкованій періодиці, а також засоби встановлення контакту, що сприятиме впливу на реципієнта.

Можна припустити, що homo sapiens піддається впливу стереотипів та пропаганди через медіа тому, що: 1) людина хоче бачити світ поясненим; тому якщо медіа допомагає прояснити невідоме – йому довіряють (принаймні до того часу, поки не знайдеться нове пояснення у іншого медіа); 2) людина з дитинства вірить в існування таємниці і з того ж часу прагне її відкрити; 3) людина прагне належати до більшості (бо у натовпі безпечніше), тому схильна вірити тому, про що говорять інші люди навколо; 4) людина хоче бути на боці справедливості, тому вона дослухається до тих медіа, які, як вона вважає, говорять / пишуть / показують правільне; 5) людина завжди намагається висловитися, а медіа допомагають сформулювати точку зору; внаслідок цього може відбуватися підміна: людина починає думати, що думки, взяті із журналів або телебачення, є її власними судженнями.

Ми вважаємо, що завдяки прийому інтимізації в аналітичних статтях авторами здійснюється вплив та сугестія на свого адресата. З точки зору обробки тексту не усі слова рівноцінні. На слова, що мають високу синтаксичну, семантичну або логічну важливість, виділяється багато часу за рахунок нехтуванням слів, що такої важливості не мають [3, с.408]. Визначення наявності використання прийому інтимізації та можливість його ідентифікувати засобами автоматизованої статистичної обробки складає практичне завдання, що є на часі.

Термін «інтимізація», що розглядався у контексті вибору мовних засобів (зокрема, займенників і звертань) для створення специфічних емоційно-експресивних відтінків розповіді, а також як особлива цільова настанова автора тексту, у мовознавчій студії впроваджений Л.А. Булаховським у 40-х роках ХХ ст. У сучасних працях вітчизняних та зарубіжних дослідників інтимізація розглядається у межах наратології і міжкультурної комунікації (А. В. Корольова, D. King, М. М. Донська, Т. А. Декшна, Н. П. Фурист), психології (А. Л. Палійчук) та текстології (Н. Д. Арутюнова, О. П. Воробйова, С. П. Денисова).

Проблеми прикладних методів опису та автоматичної обробки текстів цікавили дослідників із другої половини ХХ століття: Н. П. Дарчук, І. М. Кобозева, К. Маннінг, В. Г. Овчинніков, Р. Г. Піотровський, І. Фейнерер, Р. Шенк та ін.

Інтимізація є цільовою авторською настановою на щире спілкування з реципієнтом, спрямованою на емоційний вплив [1], що сприяє скороченню дистанції між адресантом-автором і адресатом-читачем, завдяки використанню особливих засо-

бів. У художньому тексті автор зазвичай присутній у творі імпліцитно, а існування тексту у медійному просторі передбачає знання імені автора, усвідомлення його позиції як думок конкретної особистості і, одночасно, як представника певного інституту, а також можливості полемізувати з ним. У попередньому дослідженні ми виявили, що журнальні статті містять значну кількість інтимізованих зворотів, отже, основними мовними засобами інтимізації у публіцистичних текстах стали: 1) розповідь від першої особи; 2) використання займенника «ми»; 3) звертання; 4) розмовна лексика; 5) риторичні запитання; 6) дійктичні слова; 7) тропи, зокрема, метафора і персоніфікація; 8) *praesens historicum*, теперішній наративний час.

Новим у дослідженні є те, що вперше на кириличному тексті (українська мова) було здійснено статистичний аналіз засобів інтимізації у друкованому ЗМІ (українськомовний тижневик «Український тиждень»). У даному дослідженні на великому масиві текстів у корпусі (959 текстів) за допомогою статистичного пакету R було виявлено частоту використання авторами цих мовних засобів інтимізації. Була розроблена **методика** створення шаблонів інтимізації для української мови. Кожен шаблон містив набір слів або частин слів (основ іменників, займенників, закінчень дієслів тощо), за якими здійснювався пошук у корпусі. При роботі з українськомовним текстом існують складнощі, зумовлені самою природою мови: наявність відмінкових форм, необхідність узгодження іменника із прикметником у роді, числі та відмінку, розгалужена система дієслівного відмінювання, омонімія у закінченнях дієслів та іменників (*я беру / на гору*) і т.п. Тому процес удосконалення шаблонів був тривалим і складався з декількох етапів.

При виконанні якісного і кількісного аналізу текстів слід враховувати наступні обмеження: 1) у текстах наявна первинна категоризація лише за часом – 2011 рік (за тематикою, авторами тощо вона не здійснювалася); 2) до суцільної вибірки потрапило 1052 тексти, з них було відсіяно 93, що містять інтерв'ю і не є релевантними для нашого дослідження; таким чином до аналізу потрапило 959 текстів. Статистичний пакет R не обмежує дослідника у кількості текстів, таке обмеження було встановлене для цього окремого дослідження.

Із запропонованими обмеженнями процес аналізу можна представити у наступному вигляді: 1) Підготовка даних, що включає екстракцію текстів та мета-інформації (категорія, автор, опис тощо) із сайту журналу [6] та вилучення нерелевантних текстів. 2) Завантаження текстів в корпус для подальшого аналізу; 3) Очистка текстів корпусу (від стоп-слів, форматування скорочень тощо); 4) Визначення та опис шаблонів, що містять мовні засоби інтимізації; 5) Введення шаблонів та їх пошук у корпусі (з урахуванням можливих цитат в текстах); 6) Частотний аналіз вживання та порівняння.

У роботі представлений глибинний аналіз тексту шляхом використання статистичного пакету R [6]. Цей пакет забезпечує базову інфраструктуру, необхідну для систематизації, трансформації та системного аналізу текстової інформації [5, р.4].

Для кожного мовного засобу інтимізації було визначено можливі шаблони. Для того, щоб мати можливість здійснювати пошук у корпусі за регулярним висловленнями, корпус спочатку слід розбити на окремі тексти, а потім кожен текст на окремі речення. Розгляньмо у якості прикладу вигляд шаблону, що містить регулярні висловлення такого засобу інтимізації як «розповідь від першої особи». Емпіричним шляхом було визначено, що коли розповідь ведеться від першої особи, автор вживає: 1) займенник «Я», після якого йде дієслово, вжите у відповідній особі; 2) групи лексем «автор цих рядків», «журналіст»; 3) займенник «Я» у непрямих відмінках (мене, мені, мною); а також 4) присвійний займенник «мій» у всіх відмінках (мій, моя, моє, мого, мої тощо).

Наприклад, шаблон, за яким здійснювався пошук для кейсу 1 виглядає наступним чином:

`gegexr(«(.*?)»)(\s)(я|Я)s(.*?)(ав|ив|ув|ула|ала|ила|бу|ву|ду|жу|ку|лу|му|ну|ру|су|ту|чу|шу|шу|аю|юю|ію|юю|лю)», согр)`, де

`gegexr()` – функція пошуку регулярного виразу в тексті [8];

`согр` – назва об'єкту – корпус із завантаженими текстами;

`(.*?)` – будь-яка кількість символів;

`(\s)` – пробіл («»);

`(я|Я)` – «я» або «Я» (на початку чи в середині речення);

`\s` – пробіл після заменника «я» («Я»);

`(.*?)` – будь-які символи, при цьому останнє слово має закінчуватися на -ав, -ала, -бу, -ву тощо.

`(ав|ив|ув|ула|ала|ила|бу|ву|ду|жу|ку|лу|му|ну|ру|су|ту|чу|шу|шу|аю|юю|ію|юю|лю)` – варіанти закінчень дієслів у 1 ос. однини.

За результатами глибинного аналізу корпусу шляхом пошуку регулярних виразів, а також на підставі частотного аналізу, отримано наступний розподіл прийомів інтимізації за частотою їх використання авторами:

1) дійктичні слова, які зустрічаються у кожному тексті та у великій кількості (21277 випадки у 959 текстах). Шаблон дійктичних слів за наповненням виявився найбільшим. Наприклад: *«Логічно, що своєю економічною цінністю ці активні люди з часом конвертували в політичну владу»*.

2) *praesens historicum* (теперішній наративний час) наближує читача до автора, створюючи ефект присутності (15522 випадки). Наприклад: *«Через те, що населення бачить у священниках авторитетних лідерів, це становить суттєву небезпеку»*.

3) займенник «ми» (1864 випадки), що створює ефект приналежності автора до тієї ж групи, що й читач. Наприклад: *«Зрозуміло, ми всі завжди залежимо від рівня розвитку країни, соціально-економічної ситуації в ній»*.

4) риторичні запитання складають значну частину арсеналу засобів інтимізації (1692 випадки) і є засобом діалогізації монологу та активізації уваги читача. Наприклад: *«Чи має така ідея право на життя в Україні, чи можуть соціальні організації здобути тут підтримку?»*

5) розповідь від першої особи (1212 випадків). Завдяки такому засобу дистанція між автором і читачем начебто зникає і створюється враження, що відбувається безпосередній діалог між автором і конкретним читачем у конкретний момент часу. Наприклад: *«Я натомість підтримував би діалог з усіма політичними партіями й залишав відкритими усі канали зв'язку»*, *«Автор цих рядків був обраний до Київської міськради зразка 1994-1998 років, тоді депутатський корпус столиці налічував 75 осіб»*, *«Як на мене, цікавішим є поділ не на східну і західну Німеччину, а на південну і північну, католицьку і лютеранську»*.

6) безпосереднє звертання автора до читача практично не зустрічається, натомість використовуються відмінкові форми займенника «ви» та дієслово в *imperativus* 1 або 2 ос.множини (794 випадки). Наприклад: *«Поміж скелястих виступів царівного Криму ви знайдете й турецьку архітектуру, і стародавню печери»*, *«Якщо припустити, щоби українська молодь виховувалася поза своєї ідентичності, просто уявіть, що вона кричати завтра під вашим вікном»*.

Створення шаблонів для розмовної лексики, яка включає також й іншомовні слова, передбачає порівняння лексики літературної української мови з лексикою, наявною у текстах. Для цього необхідно здійснювати пошук за морфемами. Лексеми, що не збігаються з поданими у шаблонах морфемами – і потрапляють у групу «розмовна лексика». Щодо метафор, то планується створення словника метафор, який містить найчастіше вживані лексеми зооморфного та колористичного мовного коду. Порівняння необхідно здійснювати із врахуванням контексту вживання назв тварин і кольорів.

Таким чином, за допомогою статистичного пакету R у дослідженні здійснено аналіз використання засобів інтимізації у корпусі, який складається із текстів (959) українського тижневика «Український тиждень» за 2011 рік. Із великим ступенем імовірності такий аналіз допомагає виявити закономірності та способи функціонування прийому інтимізації у сучасній українській публіцистиці. Найчастіше серед засобів інтимізації вживаються дійктичні слова, теперішній нарративний, час, займенник «ми» та риторичні запитання. Використання сучасної методології та систем роботи з великими масивами друкованих текстів дозволяє швидко та в автоматичному до певної міри режимі ідентифікувати присутність небажаної з точки зору, наприклад, правоохоронних органів для реципієнта інформації, що носить характер пропаганди, та вчасно зреагувати на неї і, за потреби, нейтралізувати.

Література:

1. Корольова А. В. Лінгвопоетичний і нарративний коди інтимізації в художньому тексті (на матеріалі української та російської прози другої половини XIX – першої половини XX століть) : автореф. дис. ... докт. філ. наук : спец. 10.02.01, 10.02.02 «російська мова» / Корольова Алла Валер'янівна. – Київ, 2003. – 35 с.
2. Павлов И. П. Лекции о работе больших полушарий головного мозга. – Издательство Академии наук СССР, 1949. – 483 с.
3. Шенк Р., Лебовиц М., Бирнбаум Л. Интегральная понимающая система // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 12. Прикладная лингвистика. – С. 401–448.
4. Bandura A. Self-efficacy. The exercise of control. – W.H. Freeman and company, 1997. – 610 p.
5. Feinerer I., Hornik K., Meyer D. Textmining infrastructure in R. // Journal of Statistical Software. – March 2008, Volume 25, Issue 5. – p. 4. Режим доступу : <http://www.jstatsoft.org/> [15.04.2015]
6. www.r-project.org
7. tyzhden.ua
8. <https://stat.ethz.ch/R-manual/R-devel/library/base/html/regex.html>
9. Koerth-Baker M. Crowds are not people, my friend. – The New York Times Magazine. – 18.12.2012.

УДК 811.105'334 (082:78-91)

Н. О. Михальчук, Е. Е. Івашкевич,

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ РОЗМОВНОЇ ТА ПОБУТОВОЇ ЛЕКСИКИ В ПЕРЕКЛАДАХ РОМАНУ ДЖЕРОМА ДЕВІДА СЕЛІНДЖЕРА «НАД ПРІРВОЮ У ЖИТІ»

У статті проаналізовано особливості відтворення перекладачами Олексією Логвиненком та Рити Райт-Ковальовою розмовної та побутової лексики в перекладі роману Джерома Девіда Селінджера «Над прірвою у житті». Зазначено, що у перекладах роману зустрічаються різні стратегії перекладу. Зокрема, це – непрямий переклад із привнесенням авторського смислу, прямий переклад, прямий спрощений переклад, а також суто авторська стратегія перекладу.

Зроблено компаративний аналіз перекладів роману О.Логвиненка та Р.Райт-Ковальової. Зазначено, що у даних перекладачів перекладацька тактика не суперечить стилістичним уподобанням О.Логвиненка та й Р.Райт-Ковальової та авторському задуму, що концентрує просторічний стиль роману, увиразнює інтенсивність еквівалентної розмовної лексики тощо.

Як свідчать порівняння перекладів, переклад роману Джерома Девіда Селінджера «Над прірвою у житті» О.Логвиненка є більшою мірою, ніж переклад Р.Райт-Ковальової, авторським, непрямим, із використанням дотичної до змісту оригіналу побутової та розмовної лексики тощо.

Ключові слова: переклад, розмовна лексика, побутова лексика, стратегії перекладу, непрямий переклад, авторський смисл, авторська стратегія перекладу.

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ РАЗГОВОРНОЙ И БЫТОВОЙ ЛЕКСИКИ В ПЕРЕВОДАХ РОМАНА ДЖЕРОМА ДЭВИДА СЭЛИНДЖЕРА «НАД ПРОПАСТЬЮ ВО РЖИ»

В статье проанализированы особенности воспроизведения переводчиками Алексеем Логвиненко и Ритой Райт-Ковалёвой разговорной и бытовой лексики в переводе романа Джерома Дэвида Сэлинджера «Над пропастью во ржи». Отмечено, что в переводах романа встречаются различные стратегии перевода. В частности, это – косвенный перевод с привнесением авторского смысла, прямой перевод, прямой упрощенный перевод, а также сугубо авторская стратегия перевода.

Авторами статьи сделано компаративный анализ переводов романа А.Логвиненко и Р.Райт-Ковалёвой. Отмечено, что у данных переводчиков переводческая тактика не противоречит стиллистическим предпочтениям А.Логвиненко и Р.Райт-Ковалёвой и авторскому замыслу, который концентрирует просторечный стиль романа, подчеркивает интенсивность эквивалентной разговорной лексики.

Как свидетельствуют сравнения переводов, перевод романа Джерома Дэвида Сэлинджера «Над пропастью во ржи» А.Логвиненко в большей степени, чем перевод Р. Райт-Ковалёвой, является авторским, косвенным, с использованием имплицитной по отношению к содержанию оригинала бытовой и разговорной лексики.

Ключевые слова: перевод, разговорная лексика, бытовая лексика, стратегии перевода, косвенный перевод, авторский смысл, авторская стратегия перевода.

THE PECULIARITIES OF PLAYBACK OF COLLOQUIAL AND CONVERSATIONAL LANGUAGE IN TRANSLATIONS OF JEROME DAVID SALINGER'S NOVEL «THE CATCHER IN THE RYE»

The article deals with the peculiarities of playback of colloquial and conversational language in translations of Jerome David Salinger's novel «The Catcher in the Rye» having been done by the translators Alexey Logvynenko and Rita Wright-Kovaleva. It was shown that in translations there are different strategies of translating. For example, it is indirect translation with the author's meaning, direct translation, direct shortened translation and the translation which is purely the author's one.

Translation is a kind of verbal mediation, which is fully focused on foreign-language original. In the scientific literature, foreign language translation is considered as a form of existence of the message is kept in the original and changes in the translated text by the mechanism of discourse.

In the process of translation certain relations between two texts are established. These texts were written in different languages (the original text and the translation of this text). Comparing these texts it becomes clear the internal mechanism of the translation that can detect equivalent text units and can emphasize the changes in the form and content which take place under conditions of changing units of the original text to the equivalent units of the translation.