

увагу потрібно звернути на історичний аспект діалекту, звернути увагу на ареал поширення та географічне положення країни. Тільки тоді як всі теоретичні питання будуть вирішені і буде сформовано чітке уявлення про те, що таке "діалект" і як він діє, можна переходити до практичних вправ.

Практичні заняття повинні вмщати в себе вправи різного рівня складності. Від більше легших до більш складніших. Тоді учні краще налаштуються на роботу, звикнуть до метода роботи і складні завдання вже не будуть для них складними.

Рекомендовано почати з завдання на відповідності, в якому потрібно знайти аналог для діалектного слова з сучасної мови. Для цього завдання потрібно обрати декілька звичних для нас слів, можливо таких якими ми часто користуємося, але не занадто часто і відповідні їм діалекти.

Наступним завданням учні повинні будуть прокоментувати етимологічні слова з таблиці. Тут вже застосується і їх уява і творче мислення почне працювати швидше, оптимізується креативність, налаштовуючи їх на правильний напрям. Далі повинні йти вже більш складні завдання наприклад такі як прочитання тексту, які містять діалекти. Потрібно дати учням шанс пояснити виділенні слова, тобто діалекти, та пояснити з якою метою вони вжиті в тексті та чи доречні вони там.

А на останок дати творче завдання. Наприклад написання есе, або міні-вір з вживанням лексики та граматики.

Провести контрольну роботу для закріплення матеріалу. Але не слід застосовувати стандартні роботи. До цього завдання також краще підходити творчо (наприклад, запропонувати проекти, презентації, віртуальні плакати).

Не слід обмежувати учнів. Вчитель не повинен забувати про те, що це не аудиторні уроки, а факультативні заняття з цілю збагачення та закріплення вже набутих знань. Учні, які вивчають англійську мову не повинні обмежуватися лише стандартним слідуванням навчальної програми, тому вони повинні пізнати мову з її народної сторони, зацікавитися в ній і тоді запропоновані завдання будуть мати результат.

*Науковий керівник: Кокнова Т.А.,
канд. пед. наук, доцент*

УДК 81'255.4 (043.2)

Світлак А.Є.

Національний авіаційний університет, Київ

ПОНЯТТЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПЕРЕКЛАДУ У СУЧАСНОМУ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ

Поняття концептуального перекладу достатньо нове та віднедавна вживається у науковій літературі. Одним з перших серед українських

перекладознавців його почав вивчати А. Науменко, який присвятив ряд досліджень обґрунтуванню сутності даного поняття. Концептуальний переклад пропонує новий підхід до питань адекватності й повноти перекладу та є перспективним напрямом як теоретичних, так і практичних досліджень.

Першим, хто звернув увагу на недоліки лінгвістичного підходу був Ю. Найда, який запропонував перекладати не зміст, а лише намір автора. Пізніше така думка стане засадою концептуального перекладу. Наразі дослідники розмежовують два підходи до процесу перекладу: концептуальний та лінгвістичний. А. Науменко стверджує, що основою лінгвістичного підходу є уявлення про те, що за наявності двомовних словників точний переклад об'єктивно, а, отже й постійно, можливий. Саме тому такий переклад називають мікроперекладом, який дійсно може бути точним, якщо мати на увазі той випадок, коли лексема вказує на один денотат, що може мати зовсім різний обсяг значення у мові оригіналу та мові перекладу. Але, крім того, семантична структура слова значно багатша й складніша: крім денотативної сфери, вона має ще й конотативну, і контекстуальну, й авторську, які частіше за все залишаються поза межами лінгвістичного перекладу. З огляду на це й виникає необхідність концептуального, філософського, плюралістичного, національно забарвленого, тобто макроперекладу, який передає не форму та зміст, а прагматику оригіналу, тобто задум творця, його концепцію [2, с.148].

Метою перекладацької діяльності є створення емоційно-психологічного впливу на цільову аудиторію тексту перекладу, породження тексту, який би відповідав інтересам реципієнта і зберігав основний смисловий задум тексту оригіналу. Установа спрямовує мотиви у конкретну ситуацію взаємодії перекладача та реципієнта, яка зумовлена національно-культурними особливостями останнього. У процесі перекладу дві концептуальні системи – автора оригінального тексту і перекладача – вступають у взаємодію. Очевидно, що будь-який художній твір передбачає «індивідуальний» підхід в розумінні та інтерпретації. З появою кожного нового перекладу відомого твору постає питання про те, наскільки його автор наблизився до розуміння вихідного тексту. Близька авторській інтерпретація твору неможлива без дослідження його концептуального простору.

Окрім того, те, яким саме чином перекладач намагатиметься передати задум автора першотвору, що є основою концептуального підходу, якими засобами послуговуватиметься при цьому визначає його перекладацький ідіостиль. Адже будь-який переклад є передусім інтерпретацією, а будь-яка інтерпретація «має на меті подолати відстань, дистанцію між минулою культурною епохою, до якої належить текст, і самим інтерпретатором. Долаючи цю відстань, стаючи сучасником тексту, інтерпретатор може присвоїти собі смисл, з чужого він хоче зробити його своїм, власним,

відповідно, він намагається досягнути розширення саморозуміння через розуміння іншого» [1, с.28].

Таким чином, можна зробити висновок, що у межах концептуального підходу основна увага приділяється задуму автора, а не формальному лінгвістичному оформленню тексту оригіналу. Аналіз та ідентифікація авторських інтенцій є важливими аспектами процесу перекладу, що дозволяють перекладачеві зберегти прагматичну складову оригінального твору. Відтворення прагматики першотвору є якісною характеристикою результату перекладацької діяльності, а засоби, які перекладач добирає з цією метою, вибудовують його власний професійний стиль.

Список літератури

1. Ребрій О.В. Сучасні концепції творчості у перекладі: [монографія] / О. В. Ребрій. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 376 с.
2. Науменко А.М. Складові індивідуального стилю перекладача: [стаття] / А. Науменко. // Новітня філологія. – М., 2009. – №13 (33). – С. 141-153

*Науковий керівник: Журавльова О.М.,
канд. філол. наук, доцент*

УДК 81'253:659.1 (043.2)

Слюсар А.С.

Національний авіаційний університет, Київ

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

Реклама – це особлива форма комунікації. В структурі комунікації виокремлюють відправника повідомлення (комунікатора), власне повідомлення, одержувача повідомлення (реципієнта), а також відносини між відправником і одержувачем.

Мові реклами притаманні наступні лінгвістичні риси:

- специфічний підбір лексики, яка характеризується багатим конотативним шлейфом;
- стилістично забарвлені слова, які звертають увагу того, хто сприймає текст;
- використання лексики не в прямому значенні для підсилення образності [4].

Ідіоми створюють образ, який є центральним засобом впливу на реципієнта. Основа реклами – образність та імпресивність. Одним із засобів імпресії є використання низькочастотних слів. За рахунок семантики слів створюється образність. Найсильнішим почуттям є страх, сильна