

Ngen. Їхня відсутність зумовлена тим, що субстантиви сполучаються з вторинними часовими прийменниками, які зберігають тісний генетичний зв'язок із повнозначними частинами мови й завдяки цьому темпоративи аналізованої семантики мають самодостатній зміст. Виняток становлять часові конструкції **ргер по закінченні + Ngen**. У них функціонують атрибутивні поширювачі, які в парі з іменниками – назвами навчальних закладів (*школа, інститут, семінарія*), дій, процесів (*спів, цвітіння, читання*), наукових понять (*термін*) тощо утворюють лексичні словосполучення, напр.: *Юрко ще збирався по закінченні середньої школи їхати до нього* [Дмитра] (В. Козаченко); *По закінченні випробувального терміну Тетяна стала працювати керівником структурного підрозділу* (В. Вільний).

Отже, роль семантичного маркера в корельованих прийменниково-іменникових структурах зі значенням часової наступності регулярно виконують атрибутивні поширювачі, представлені семантично поліфункційними якісними, відносними та присвійними ад'єктивами, вказівними, означальними, неозначеними й присвійними займенниковими прикметниками, порядковими числівниками. Такі означальні конститuentи функціонують на засадах обов'язковості. Облігаторні атрибутиви вживаються в прийменниково-іменникових конструкціях, утворених за участю субстантивів темпорального значення, які номінують загальні часові поняття (час, пора, мить, момент), конкретні виміри часу (секунда, хвилина, година, рік), частин доби (ранок, день, вечір, ніч), пори року (зима, весна, літо, осінь) та непохідних часових прийменників.

Література:

1. Вихованець І. Р. Теоретична морфологія української мови : академічна граматики / І. Р. Вихованець, К. Г. Горденська ; [за ред. І. Р. Вихованця]. – К. : Пульсари, 2004. – 400 с.
2. Ожоган В. М. Займенникові слова у граматичній структурі сучасної української мови : [монографія] / В. М. Ожоган ; Ін-т укр. мови НАН України. – К., 1997. – 231 с.
3. Romaniuk Switlana. Структура категорії темпоральності в сучасній українській мові : [монографія] / Switlana Romaniuk. – Warszawa, 2012. – 235 с.

УДК 81'255

Н. І. Добжанська-Найт, А. Ю. Шевчук,
Східноєвропейський університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ ПЕРЕКЛАДІВ УКРАЇНОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ (НА ПРИКЛАДІ ОПОВІДАНЬ УКРАЇНСЬКИХ АВТОРІВ)

У статті розглянуто лінгвокультурні особливості англійських перекладів українськомовних художніх творів, а саме способи та методи передачі культурних реалій. Було показано варіанти поєднання різних прийомів та засобів перекладу для вдалого відтворення національного колориту. Було проаналізовано основні засоби передачі реалій у перекладах художніх творів.

Ключові слова: переклад, реалія, колорит, транслітерація, національно-специфічна лексика.

LANGUAGE AND CULTURE RELATED PECULIARITIES OF ENGLISH TRANSLATIONS OF UKRAINIAN FICTION (BASED ON TRANSLATIONS OF SHORT STORIES BY UKRAINIAN AUTHORS)

The article deals with the ways and methods of cultural realia representation in English translations of short stories by Ukrainian authors. The results of the research show the use of different ways of rendering non-equivalent vocabulary by translators, namely transcription, transliteration, a combination of transcription and descriptive translation, explanation in footnotes, as well as analogues and hyperonyms as means of approximate translation. It demonstrates that different methods of translation should be combined for successful rendering of national colouring. Nowadays translators still have difficulty both in rendering the content of realia and in their understanding. The use of only one means of rendering realia, such as transliteration or translation, may cause inappropriate perception of the text by the reader, the text being overloaded with foreign words or void of national colouring in the content respectively. The article illustrates successful ways to represent ethnographic realia in English translations. The main means of transmission of realia is transliteration, accompanied with explanations and descriptions. The authors emphasize that accurate translation of nation-specific vocabulary representing realia is vital for understanding the text, particularly fiction, because it is an important way of cross-cultural communication.

Key words: translation, realia, colouring, nation-specific vocabulary, transliteration.

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ ПЕРЕВОДОВ УКРАИНОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗОВ УКРАИНСКИХ АВТОРОВ)

В статье рассмотрены лингвокультурные особенности английских переводов украиноязычных произведений, а именно способы и методы передачи культурных реалий. Было показано, что для удачного отображения национального колорита необходимо сочетать различные приемы и средства перевода. Были проанализированы основные средства передачи реалий в переводах произведений украинских авторов.

Ключевые слова: перевод, реалия, колорит, транслитерация, национально-специфическая лексика.

Мовна картина світу будь-якого народу є унікальною і неповторною. При порівнянні мов різних країн ми можемо відзначити наявність в них як повністю аналогічних понять, так і таких, що не збігаються і є характерними тільки для певного народу. Поняття, властиві мовній картині світу певної етнічної спільноти, прийнято називати безеквівалентною лексикою. Реалії є однією із груп слів, що відносяться до безеквівалентної лексики [1, с. 106].

На сучасному етапі розвитку суспільства, в умовах глобалізації, інтеграції та інтенсифікації контактів і взаємозв'язків між країнами, що належать до різного лінгвокультурного простору, особливого значення набуває перекладацька діяльність. Переклад національно-специфічної лексики, яка позначає культурні реалії, має важливе значення для розуміння тексту, особливо художнього твору, адже саме така лексика передає особливості культури й мислення нації, природного середовища та матеріальної культури [8, с. 29–30].

Загальновідомо, що вдале відображення реалій є однією з основних складових успіху в перекладацькій справі. Якнайближча передача предметного змісту реалії означає якнайточніше відтворення характеру явища, поняття чи предмету, які є тісно пов'язані з народом, країною чи краєм, з одного боку, і з історично-часовим проміжком, з іншого. Під час перекладу реалій виникає потреба підкреслити їхній особливий колорит, іноді унікальність, та певним чином передати їхнє значення і типові для носіїв мови джерела асоціації, уникаючи, наскільки це можливо, багатослів'я. Однак, на сьогодні все

ще існують труднощі як передачі змісту реалій, так і їхнього розуміння. Тому проблема реалій не є вичерпною та потребує подальшого дослідження, що і зумовлює *актуальність* нашого дослідження.

Проблему реалій як показників національного колориту та національної специфіки почали обговорювати лише на початку 50-х років минулого століття. Зокрема, Л. М. Соболев [7] у 1952 р. одним із перших вжив термін 'реалія' у його сучасному розумінні, стверджуючи, що цим терміном позначають побутові, специфічно національні слова й звороти, які не мають еквівалентів у побуті, а отже, і в мовах інших народів. Чималий внесок в опрацювання проблеми реалій зробив відомий український лінгвіст В. В. Коптілов, який реаліями називає «слова, що позначають предмети та явища, невідомі мові перекладу» [5, с. 65]. С. І. Влахов і С. П. Флорин під реаліями розуміють «слова (і словосполучення), які називають об'єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального й історичного розвитку) одного народу і чужі іншому» [3, с. 47]. Реалії є носіями національного і / або історичного колориту; вони не мають точних відповідників (еквівалентів) в інших мовах, і, як наслідок, не піддаються перекладу «на загальних засадах», вимагаючи особливого підходу.

Варто зазначити, що існує велика кількість класифікацій реалій за різними ознаками. Так, Р. П. Зорівчак класифікує реалії в історико-семантичному та структурному аспектах [4]. В історико-семантичному аспекті розрізняють: власне реалії та історичні реалії. У структурному плані: реалії-одночлени; реалії-полічлени номінативного характеру; реалії-фразеологізми.

В. С. Виноградова виділяє: побутові реалії; етнографічні та міфологічні; реалії природного світу (тварини, рослини, ландшафт); реалії державного ладу і суспільного життя (актуальні та історичні); ономастичні – антропоніми, топоніми, імена літературних героїв інших творів, назви музеїв; асоціативні реалії [2, с. 79].

На наш погляд, найбільш повною є класифікація, запропонована С. Влаховим та С. Флорином. Вказана класифікація реалій має поділ за предметною ознакою, за місцевою ознакою (залежно від національної та мовної приналежності) і тимчасовий поділ [3]. За предметною ознакою розрізняють: географічні реалії; етнографічні реалії; суспільно-політичні реалії; військові реалії. В основі поділу за місцевою ознакою лежить не екстралінгвальний, а мовний принцип, який дозволяє розглядати реалії в площині однієї мови та у площині пари мов. За критерієм тимчасового поділу реалії можна умовно розділити на сучасні та історичні.

Реалії є компонентом фонових знань, необхідних для успішного розуміння іноземних текстів. Недостатні знання географії та історії країни, її найвідоміших історичних діячів, незнання культури і мистецтва народу можуть призвести до спотворення фактів та буквальності в процесі перекладу.

Поняття «переклад реалій» є досить умовним, оскільки реалії, як правило, не перекладають, але, при цьому, в контексті їх все ж передають, оскільки будь-яка лексична одиниця може бути перекладена на іншу мову, хоча б описово. При перекладі реалій найчастіше виникають такі труднощі:

– відсутність у мові, на яку здійснюється переклад, відповідності (еквівалента, аналога) внаслідок відсутності у носіїв цієї мови об'єкта, який ця реалія позначає;

– необхідність передати не тільки предметне значення (семантику) реалії, а й її колорит (конотацію) [3, с. 47].

Передавати зміст реалії слід таким чином, щоб у реципієнта не виникло проблем з розумінням тексту і він одночасно відчув місцевий чи національний колорит, для передачі якого автор оригіналу використав саме цю реалію. Найбільш вдалим є таке введення реалії в текст перекладу, при якому перекладач не використовує будь-яких особливих засобів для її осмислення, щоб не переобтяжувати читача.

Варто зазначити, що лише незначна кількість українських творів жанру малої прози XIX – XX століть була перекладена англійською мовою. *Мета* нашої розвідки – виявити культурні реалії в творах української літератури та проаналізувати способи і засоби їхньої передачі в англомовному тексті-перекладі.

У практиці перекладу трапляються різноманітні засоби вираження реалій, тому відсутність точних або постійних лексичних відповідників у того чи іншого поняття не означає неможливість його передачі. Дослідивши матеріали перекладу двадцяти чотирьох творів, ми помітили такі закономірності використання способів передачі реалій:

I. Транслітерація реалії з додатковим поясненням у виносі.

II. Транслітеція.

III. Дослівний переклад.

IV. Гіперонімія.

Розглянемо докладніше кожен із способів. Перекладачі досить часто подають пояснення у виносі внизу сторінки, скориставшись транслітерацією для передачі реалії. Приклади:

1. *Газда*:

У тексті перекладу: *For as long as people in the village remembered, **gazda** Ivan Didukh had always had only one horse and a small wagon with an oak shaft* [10, с. 19]. У виносі міститься тлумачення: «*Gazda: A West Ukrainian dialect word, not translatable into English directly; implies being master of one's home and property*».

2. *Горілка*:

У тексті перекладу: *He stood in front of his guests, held a measure of **horilka*** [10, с. 23]. У виносі додається: *Horilka: Ukrainian vodka*.

3. *Пуд*:

У тексті перекладу: *Things which others exchange for a whole **pud** of flour I dartered for only ten pounds* [10, с. 101]. У виносі додається: *Pud: 36 pounds*.

4. *Махорка*:

У тексті перекладу: *I eat only bread, smoke **makhorka*** [10, с. 107]. У виносі додається: *Makhorka: cheap tobacco*.

5. *Квас*:

У тексті перекладу: *<...> cleaned the pot out and filled in with **kvas*** [10, с. 143]. У виносі: *Kvas: A sour drink*.

6. *Гайдамачка*:

У тексті перекладу: *And I – a **haydamak*** [10, с. 159]. У виносі додається: *Haydamak: a peasant anarchist rebel*.

7. *Мазур*:

У тексті перекладу: *But when the **Mazur** came, he even found the coat off his back under the cherry tree. I'm telling you, the **Mazur** is disaster <...>* [12, с. 5]. У виносі: *Mazur: native of one of the north-eastern Polish provinces*.

8. *Просвіта*.

У перекладі твору «Шаланда в морі» також використано транслітерацію із поясненням у виносі для передачі власної назви:

У тексті перекладу: <...>*he acted with the Greeks at Prosvita* <...> [10, с. 169]. У виносці додається: *Prosvita (Enlightenment): A Ukrainian cultural organization*.

В окремих випадках ми спостерігаємо, що зміст реалій можна передати різними шляхами. Зокрема, це стосується таких реалій:

1. *Дід*. У різних текстах перекладів реалію *дід* передають різними способами: за допомогою транслітерації з поясненням у виносці (а), за допомогою дослівного перекладу (б) та за допомогою гіперонімії (в):

а) у тексті перекладу М. Скрипник транслітерує реалію: *May God give you good health, did Mikhailo* <...>. У виносці додається: *Did: grandfather, old man* [11, с. 131].

б) іншим варіантом, запропонованим А. Біленко, є перекласти слово *дід* на *grandpa*: *May God give you health, grandpa Mykhaylo* <...> [12, с. 3].

в) А. Біленко також використовує гіперонімію: <...>*та не сховає дідів гроїцир*. – <...>*won't steal an old man's money* [12, с. 6].

На нашу думку, передача реалії з використанням пояснення у виносці є найбільш вдалою, оскільки в тлумачному словнику української мови слово *дід* – ‘чоловік похилого віку’, а його відповідники *grandpa* та *old man* – ‘предок по чоловічій лінії’ та ‘старий чоловік’ відповідно, не зовсім повною мірою передають значення української реалії.

2. *Переломаний* (власне ім'я).

а) У тексті перекладу М. Скрипник транслітерує реалію: *Another name for Ivan in the village was Perelomaniy* [11, с. 128]. У виносці перекладач додає: *Perelomaniy: the broken one*.

б) Іншим способом передачі змісту реалії є використанням напівкальки: *The villagers called him Doubledup Ivan* [12, с. 3].

3. *Тимофіха*, *кумо*, <...>:

а) перекладач транслітерує реалію та власне ім'я: *Kuma Timofiykha* <...> [11, с. 132]. У виносці М. Скрипник додає: *Kuma – godmother; Timofiykha – wife of Timofiy*.

б) Д. Струк транслітерує власне ім'я та використовує функціональний аналог: *Tymofikha, friend*, <...> [10, с. 29].

в) як відомо, власні імена не перекладаються, а транслітеруються, однак А. Біленко вирішив використати переклад-пояснення: *Timofy's missis*, <...> [12, с. 3].

Як ми уже згадували, метод транслітерації досить часто використовують для передачі власних імен у перекладах творів:

1. <...>*Гриць Летючий утопив у ріці свою дівчинку*. – <...>*Hryts Letyuchy had drowned his little girl* [10, с. 34].

2. *Жив у нас у селі козак Хмара* <...>. – *There lived in our village a Cossack Khmara* <...> [11, с. 16].

3. *Аж ось шле свати Іван Золотаренко*. – *But here Ivan Zlotarenko sent matchmakers* [11, с. 18].

4. *Стара до Петра Шостоуба*. – *The aunt went to Petro Shostozub* [11, с. 25].

5. *Опанас Бобрик*. – *Opanas Bobryk* [11, с. 29].

У текстах перекладів ми зустріли й інші способи передачі власних імен, окрім транслітерації, так як у зазначених вище реаліях *Переломаний* та *Тимофіха*. Наведемо ще один приклад, де застосовано переклад для передачі власного імені: *Хоч би Іваниха хрестом стелилася*, <...>. – *Even if Ivan's wife laid herself out in a cross* <...>.

На нашу думку, такий переклад-пояснення є більш зрозумілим для читача, на відміну від випадків, де застосовується лише транслітерація. Однак, при застосуванні перекладу-пояснення втрачається національний колорит реалії, притаманний українському народу. З іншого боку, ми вважаємо, що при наявності великої кількості реалій у тексті перекладач повинен комбінувати транслітерацію та переклад реалій, аби полегшити сприйняття твору читачем, без переобтяження іншомовними словами, оскільки транслітеровані українські реалії є для англomовного читача іншомовними словами, обмежена кількість яких створює специфічний український колорит, а надмірна – навпаки, ускладнює сприйняття.

На нашу думку, при використанні перекладачем лише транслітерації для передачі реалій є загроза надмірної українізації англійського тексту, як у наступних прикладах:

1. *Декую вам файно, газди і газдині, що-сте ні мали за газду а мою за газдиню*. – *I thank you sincerely, gazdas and gazdynias, that you had me for a gazda and my woman for a gazdynia* [10, с. 23].

2. *А вас, газди, я це маю на два гатунки просити*. – *And you, gazdas, I still have two favors to ask of you* [10, с. 25].

3. <...> *ви це порцію горівки зо мнов не випили*. – <...> *you haven't drunk a portion of horilka with me* [10, с. 25].

Ще один приклад ілюструє неоднорідність вибору перекладачів для передачі української грошової реалії *лев* англійською мовою (у творі В. Стефаніка «Камінний хрест»): *А податки накупають: що-с платив лева, то тепер н'еть, що -с ів солонину, то тепер барабулю* [10, с. 33].

Перекладач Д. Струк для передачі реалії використовує транслітерацію: <...> *for where you once paid a lev now you pay five; where you once ate salt pork* [10, с. 34].

А. Біленко також використовує транслітерацію для передачі реалії, але доповнює її виноскою: *The taxes, though, keep mounting: what used to cost a lev, is five now; once we used to eat salted meat, and now it's potatoes*. (У виносці: *Lev – Romanian coin*) [11, с. 4]. – Ми вважаємо, що виноска є помічною для кращого розуміння реалії, але потребує деталізації: приміром, чи це дрібна монета, а чи золота, а також пояснення, що цю монету використовували у певний час у певній частині України, яка не мала своєї державності. Таке пояснення можна подати стисло одним реченням у тексті виноски.

Варто зауважити, що вибір транслітерації та обсяг пояснення при перекладі також залежить і від читача, на якого орієнтований текст. Необхідно враховувати наскільки читач ознайомлений з певною реалією, адже вона не повинна залякати за межами його сприйняття.

Одним зі способів передачі змісту реалій є гіперонімія. Але вважаємо, що цей спосіб є таким, який надто узагальнює вузьке значення слова, призводячи цим самим до втрати національного колориту реалії, притаманного українському народу. Зокрема, у перекладі твору Марка Вовчка «Козачка» за допомогою гіперонімії перекладач спотворив зміст української реалії *рушник*, яка має глибокий символізм, закріплений у наших традиціях, на відміну від просто предмету гігієни:

1. *Олеся пошанувала любих гостей і рушники подавала*. – *Olesya honoured the pleasant guests and presented them with towels* [11, с. 17].

2. *Сього не чутно й зроду в добрих людей, – кажуть, – подавали рушники, змовились* <...>. – *The towels have been given, they have come to agreement* <...> [11, с. 22].

Перекладач передає реалію «рушник», використавши англійський відповідник «towel». У тлумачному словнику української мови знаходимо, що *рушник* – шматок декоративної тканини з вишиваним або тканим орнаментом; традиційно використовується для оздоблення житла, в українських народних обрядах і т. ін. *Подавати (подати)* рушники (за кого,

кому) *етн.* – давати згоду на одруження з ким-небудь [6 (XI), с.731], а його гіперонімічний переклад *towel* – ‘будь-який рушник’. Таким чином, англословний читач може бути приречений на невдачу при намаганні зрозуміти зміст твору та культуру народу.

Іноді трапляються взагалі прикрі помилки при перекладі реалії, як-от у реченні: *Ом і повинчались; ходять по селу та на весілля запрошують.* – *So they were engaged.* У словнику української мови: *вінчатися* – ‘вступати в шлюб за церковним обрядом’ [6 (III), с. 298], а *be engaged* – ‘ставати нареченою або нареченим’ [11, с. 33].

Очевидно, читачу, який не знайомий з українською мовою та українським духом, важко зрозуміти що означає «...*то не говоріть анідзелень!*». Тому перекладач вдається до описового перекладу: «... *then don't say a word*» [10, с. 24]. Згідно з іншим перекладом: *Timofy's missis, if you don't know what's what, put your tongue to rest* [12, с. 7]. На нашу думку, такий переклад, хоча й не здатен точно передати колорит української мови, все ж наближає твір до англословного читача, оскільки засилає не притаманних англословному читачеві виразів здатне відволікти його від сприйняття самого твору.

Отже, дослідження засобів перекладу реалій дозволяє стверджувати, що існує проблема щодо їх вдалого застосування. Аналіз перекладів українських оповідань англійською свідчать про те, що перекладачі в цілому вдало відтворили мовні реалії як носіїв національного колориту у першотворах. Вони використовували різні засоби перекладу одиниць безеквівалентної лексики. Так семантико-компонентний та методичний аналіз перекладів оповідань показав, що культурні реалії можна вдало передати на денотативному та конотативному рівнях. Для цього перекладачі застосовують низку методів. Зокрема, транслітерацію, доповнюючи виносками та описом. Переклади характеризуються ще й використанням гіперонімічних варіантів. Переважними засобами перекладу реалій є транскрипція та транслітерація, які використовують для перекладу ономастичних реалій. Перекладач повинен враховувати можливість сприйняття твору англословним читачем, для якого реалії української мови та культури є поняттям досить абстрактним, і тому надавати зрозумілі пояснення та не переобтяжувати переклад транслітераціями.

У наш час, коли питання України та українського набирають актуальності, постає необхідність розширення наукових розвідок у плані лінгвокультурознавчого аспекту англословних перекладів творів українських авторів, а також потреба у нових перекладах сучасних творів, з новими лінгвокультурними реаліями останніх десятиліть.

Література:

1. Бугулов И. Н. Особенности передачи слов-реалий в переводах англоязычной литературы развивающихся стран / И. Н. Бугулов, О. Ф. Шевченко. – К., 1985. – С. 106
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
3. Влахов С. И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М. : Международные отношения, 1980. – 343 с.
4. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад / Р. П. Зорівчак. – Львів : Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 216 с.
5. Коптілов В. В. Актуальні питання українського художнього перекладу / В. В. Коптілов. – К. : Вища школа, вид-во при КДУ, 1971. – 131 с.
6. Словник української мови : В 11-ти томах. – К. : Наукова думка, 1970- 1980
7. Соболев Л. Н. О переводе образа образом / Л. Н. Соболев // Вопросы художественного перевода. – М. : Советский писатель, 1955. – С. 270–290.
8. Шевчук А. Ю. Переклад національно-специфічної лексики на позначення культурних реалій (на матеріалі перекладу Ф. Лайвсей повісті Г. Квітки-Основ'яненка «Маруся») / А. Ю. Шевчук, Т. Г. Бондар // Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологічна». – Острів: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – № 55. – С. 29–31
9. ABBYY Lingvo-Online [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lingvo.ua/uk>
10. Lucky J. George S. N. Modern Ukrainian short stories. – Englewood, Colorado : Ukrainian Academic Press, 1995. – 228 p
11. Skrypnik M., Kopylov Y. Written in the book of life. – USSR : Progress Publishers. – 1982. – 328 p.
12. Vasyl Stefanyk. The Stone Cross / Vasyl Stefanyk / Trans. Anatole Bilenko. – Electronic Library of Ukrainian Literature [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sites.utoronto.ca/elul/English/Bilenko/Stefanyk-StoneCross.pdf>

УДК 811.11'37

Д. М. Добровольська,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса

РЕКЛАМНИЙ СЛОГАН ЯК МІКРОТЕКСТ: ВІДТВОРЕННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ПРИЙОМІВ І ФІГУР У ПЕРЕКЛАДІ

Статтю присвячено дослідження слоганів комерційної реклами як особливого типу мікротексту в аспекті перекладу. Окреслено наукові підходи до аналізу рекламних слоганів, визначено слоган як мікротекст, виявлено вимоги до слоганів та його характерні ознаки. Простежено специфіку синтаксичної організації слоганів, зокрема в аспекті використання стилістичних прийомів і фігур. Серед проаналізованих прийомів і фігур представлено синтаксичний паралелізм, повтори, антитезу, гру слів, сегментацію та риторичні питання.

Ключові слова: рекламний слоган, мікротекст, переклад, стилістичні фігури, синтаксичні структури, англійська мова, українська мова.

THE ADVERTISING SLOGAN AS THE MICROTTEXT: REPRODUCTION OF THE STYLISTIC DEVICES AND EXPRESSIVE MEANS IN THE TRANSLATION

The article studies commercial advertising slogans as a special type of the microtext of translation. It focuses on English advertising texts and their translations into Ukrainian. It also overviews main linguistic concepts that cover semantics, structure and functions of utterances as advertising slogans, texts and discourses. Scientific approaches to analysis of slogans are outlined, the slogan is defined as the microtext, requirements for slogans and their characteristic features are found. Among the linguistic features of advertising slogans the focus is on the syntactic organization – syntactic methods and figures. Based on the English slogans the article traces the specific syntactical slogans, particularly in terms of the use of stylistic devices and figures. The material for analysis was taken from the commercial and social English-language slogans and their translation into Ukrainian. Among the techniques analyzed and presented there were such figures as syntactic parallelism, repetition, antithesis, pun, segmentation and rhetorical questions. The research discovered the frequency of use of these techniques and