

**Катерина Вашист**

аспірант кафедри германської філології

Сумський державний університет

orcid.org/0000-0002-2381-1143

м. Суми, Україна, +38(050) 77 55 940, katelyna\_medvid@gmail.com

### **Комунікативно-прагматичний підхід до перекладу англомовних блендингових одиниць українською мовою**

*Анотація. Стаття вивчає засади та принципи перекладу оказіональних англомовних блендингових одиниць українською мовою, аналізує способи та прийоми їх перекладу в межах дискурсу ЗМІ. Блендинг є одним із найбільш продуктивних та незвичних способів утворення нових слів на сьогодні. Однією із причин виникнення блендів слугують екстралінгвальні фактори, що зумовлюють дискурсивну приналежність таких мовних одиниць. Сферою, яка активно послуговується використанням блендів як стилістично маркованого, виразного та водночас лаконічного лексичного засобу є дискурс ЗМІ. Бленди, маючи переважно оказіональний характер становлять перекладацьку трудність, адже такі слова належать до категорії безеквівалентної лексики та вимагають від перекладача творчого підходу та професіоналізму.*

*Ключові слова: блендинг, бленд, телескопічні одиниці, екстралінгвальні фактори, транскодування, еквівалентний переклад*

*Abstract. The article examines the translation principles of occasional English-language blending units into Ukrainian, analyzes the methods and techniques of their translation within the framework of mass media discourse. Blending is one of the most productive and unusual ways of creating new words for today. One of the causes which gives the birth to blends is the extralingual factors that determine the discursive affiliation of such linguistic units. The sphere that actively uses blends as a stylistically marked, expressive, yet concise lexical means is the media discourse. However, today, despite the fact that the English-language media and English language generally have a great influence on the world languages, in particular Ukrainian, the majority of recipients of information transmitted by various forms of the Ukrainian media do not understand transliterated blend units, but only in cases of giving names to companies, brands, goods, etc., so similar telescopic hybrid lexical units tend to the structures typical for synthetic forms of Ukrainian language. Consideration of the blending phenomenon in the framework of the communicative-pragmatic approach allows us to take into account all the components of the communicative act, namely: the intentions of the participants, channels of communication, national cultural values,*

*stylistic colouring and the functional and semantic features of lexical material, that provide an opportunity for an adequate translation taking into account all pragmatic goals, which are put by the authors of blends within a given context. The research proves that in some time the use of blend units will become common and very effective in Ukrainian-language discourses of mass media, advertising, marketing, etc.*

*Keywords: blending, blend, telescopic units, extralingual factors, transcoding, equivalent translation*

**Вступ.** Мова – явище мінливе, динамічне, вона знаходиться у стані безперервного прогресу, набуваючи все нових характеристик, необхідних для відображення найсучасніших реалій та відтворення нових форм людського мислення. Насамперед прогрес мови виражається у поповненні її лексичного складу, саме тут трансформації відбуваються найшвидше, нові слова з'являються кожного дня, так само як безперервно розвиваються й способи їх утворення. Словотвір є головним джерелом лексичних інновацій, способом творення неологізмів та okazіоналізмів в англійській мові. Одним із найбільш продуктивних та незвичних способів утворення нових слів на сьогодні є блендинг, який, хоча ще не увійшов до групи традиційних засобів словотвору, уже набув широкої популярності. Однією із причин виникнення блендів слугують екстралінгвальні фактори, що зумовлюють дискурсивну приналежність таких мовних одиниць. Сферою, яка активно послуговується використанням блендів як стилістично маркованого, виразного та водночас лаконічного лексичного засобу є дискурс ЗМІ.

Зважаючи на багатофункціональність okazіоналізмів-блендів, все більше науковців присвячують свої дослідження вивченню їх лінгвістичної сутності. У мовознавстві феномен okazіоналізмів вже досліджували такі вчені, як М. Г. Бойчук, В. І. Куликова, Ю. Н. Пацула, Л. О. Пустовіт та ін. Вивченням блендингу як продуктивного способу словотвору займалися V. Adams, J. Algeo, H. Gleason, S. Kemmer, H. Marchand, L. Sondek, H. Wentworth, А. М. Акоюнц, І. Р. Гальперін, Л. В. Ерстлінг, Ю. А. Зацний, О. С. Кубрякова, М. О. Кулініч, О. А. Лаптева, А. Е. Левицький, В. М. Лейчик, Л. Ф. Омельченко, О. М. Сухорукова, Л. Р. Хафізова, Н. Ю. Шведова, А. В. Янков та ін.

Явище блендингу цілковито відбиває тенденцію англійської мови, як мови аналітичного характеру, до лаконічності, економності, але враховуючи те, що англійська мова є наразі мовою міжнародної комунікації, вплив англійських телескопічних одиниць на інші мови світу, зокрема і на українську, є беззаперечним фактом в епоху глобальної комунікації. Бленди, маючи переважно okazіональний характер, ускладнюють перекладацьку практику, адже такі слова належать до категорії безеквівалентної лексики та вимагають від перекладача вправності та професіоналізму у їх перекладі. Це зумовлює необхідність дослідження особливостей перекладу okazіональних блендів зокрема українською мовою, що становить **предмет** дослідження і

зумовлює **актуальність** статті. **Метою** є вивчення засад та принципів перекладу оказіональних блендів українською мовою та аналіз зокрема способів та прийомів перекладу англомовних блендів на **матеріалі** дискурсу ЗМІ.

В роботі застосовані такі **методи дослідження**: *порівняльно-зіставний метод, лінгво-прагматичний аналіз, контекстуально-інтерпретативний аналіз*. У ході вивчення структурних та семантичних особливостей оказіональних блендів застосовано *метод відбору та обробки лексичного матеріалу та метод компонентного аналізу*. Дослідження специфіки перекладу блендів у дискурсі ЗМІ потребує *функціонального та перекладацького аналізу*.

#### **Виклад основного матеріалу і обговорення результатів дослідження.**

Переклад як засіб міжкультурної комунікації – це завжди певна мовна дія. Професор І. С. Шевченко, розглядаючи процес перекладу на засадах діяльнісного інтерпретативного підходу, стверджує про необхідність реконструкції перекладачем діяльності автора протягом породження тексту оригіналу [3]. У сучасних процесах міжкультурної комунікації переклад посідає вагоме місце як механізм репрезентації інших культур. Перекладач при цьому виконує роль інтерпретатора смислового коду, який закладений у вихідному тексті, а не звичайного вербального перекодувальника. Задача перекладача, таким чином, полягає у тому, щоб не лише передати засіб однієї мови за допомогою засобів іншої мови – перекладач передає саму функцію вихідного засобу, добираючи в іншій мові засіб, що виконує аналогічну функцію, а саме, має здатність викликати в адресата певне інтелектуальне чи емоційне переживання.

Оптимальність перекладу зумовлюється не лише знанням алгоритмів іншої культури, але й перетином ментальних просторів автора вихідного тексту та перекладача. При цьому варто пам'ятати, що ментальні простори індивідів ніколи не будуть повністю збігатися, адже вони визначаються суто індивідуальними знаннями та уявленнями, репрезентуючись індивідуальним вербальним кодом. Проте, індивідуальні ментальні простори володіють деякими «спільними зонами» [1], що напряду впливають на якість та повноту перекладу. Переклад буде тим успішнішим, чим ширшими є зони перетину ментальних просторів автора вихідного тексту і перекладача. Саме тому процес визначення та вибору засобів для вдалого перекладу значною мірою несе в собі творче начало.

Дотримання таких принципів у процесі перекладу блендингових одиниць англомовного дискурсу ЗМІ українською мовою має слугувати орієнтиром для перекладача. Однак, не завжди переклад таких неординарних лексем є легким, часто це викликає певні труднощі, зумовлені як оказіональною природою блендингу, так і його периферійним статусом як засобу словотвору англійської мови. Переклад є творчою діяльністю, результат якої завжди має бути унікальним, а переклад блендингу доводить

це. Тож, у статті наводимо приклади власного перекладу англomовних блендингових одиниць – блендів українською у дискурсі ЗМІ, зокрема в текстах журналів, газет, реклами тощо, де часто наявні гібридні лексичні одиниці, утворені поєднанням зі структурними елементами, які багатьма лінгвістами вважаються афіксами, але глибинний етимологічний, структурно-семантичний аналіз доводить, що ці елементи є фрагментами, які походять від різних лексем європейських мов, а особливо давньогрецької і латинської. Ці структурні сегменти наразі беруть активну участь у словотворі англійської мови і впливають на переклад зазначених одиниць українською: -aholic, -bot, -athon, -side, -ware, docu-, cyber-, dino-, info-тощо.

-aholic: a) «If you are a *bookaholic* like me, make a trip to the local library. Just be sure not to lose the books or let them get overdue» [4]. Переклад: «Якщо ви такий же *букоголік* як і я, відвідайте місцеву бібліотеку. Лише будьте впевнені у тому, що не загубите книжки або не перевищите ліміт прокату»; b) «Desserts are dominated by *chocaholic* maestro David Chow, at the Drake Hotel» [7]. Переклад: «У готелі Drake Hotel десерти переважно готує *шоколадоман* маестро Девід Чоу». Таким чином, бленди *bookaholic* (book + -aholic) та *chocaholic* (chocolate + -aholic) демонструють пристрасність суб'єктів до книжок та шоколаду відповідно, надають емоційного забарвлення інформації, тим самим привертаючи увагу читачів. Крім того, у прикладах застосовується комунікативна стратегія утилітарності, тобто прагнення висловити максимум експресії при мінімальному використанні мовних засобів, що зберігається і в перекладі за допомогою транскодування і є зрозумілим, враховуючи загальновідоме інтернаціональне значення лексичної частки -aholic.

-ware: «Use the *freeware* program *Synctoy* from *Microsoft* to back up folders to two external hard drives» [8]. Переклад: «Використовуйте *безкоштовне програмне забезпечення* програми *Synctoy* від компанії *Microsoft* для резервного копіювання папок на два зовнішні жорсткі диски». Цей приклад демонструє декілька блендів. Неологізм *freeware* підкреслює один із різновидів програмного забезпечення, утворений від злиття повної лексики *free* з усіченою формою слова *software* за аналогією та може бути перекладений описово як «*безкоштовне програмне забезпечення*» за відсутності відповідника в українській мові. Номінації компанії *Microsoft* (*micro* «мікро» + *software* «програмне забезпечення») та програми *Synctoy* (*sync* «синхронізований» + *toy* «іграшка») також є блендинговими одиницями, оскільки вони утворені поєднанням повних або усічених основ лексем. Враховуючи комп'ютерну обізнаність реципієнта інформації 21-го століття не є необхідним, на нашу думку, вносити пояснення в текст перекладу щодо цих відомих назв, тому транслітерація наразі є адекватним засобом.

-athon: «Mr Gore and his running-mate, Joe Lieberman, embarked yesterday on a non-stop 24-hour «*American workathon*»» [10] Переклад: «Містер Гор та його соратник-кандидат на пост віце-президента, Джо Ліберман, вчора занурились у безперервний 24-годинний «*американський виснажливий*

*робочий марафон*». Бленд *workathon*, утворений від поєднання повної лексеми *work* та усіченої лексеми *marathon*, підкреслює складність та довготривалість роботи. За допомогою прикметника «виснажливий» при перекладі українською ми вирішили звернути увагу на важкість та довготривалість робочого процесу, структурно і відповідно семантично розширивши значення бленду *workathon*, автор якого реалізує атрактивну функцію, навпаки за правилами аналітичності англomовного словотвору, за допомогою максимальної економії мовних елементів, тобто застосовуючи стратегію комунікативної утилітарності.

-bot: a) «Usefully, she describes *knowbot* as «shortening of knowledge robot», this term for an intelligent software agent was coined by Vint Cerf and Bob Kahn in 1988» [8]. Переклад: «Практично вона пояснює поняття *knowbot* (робот знань) як «скорочення словосполучення *knowledge robot*», цей термін для інтелектуального програмного агента був введений в обіг Вінтом Сьорфом та Бобом Каном у 1988 році». У цьому прикладі взагалі не варто перекладати бленд, оскільки автор демонструє саме семантику та походження цього терміну. Таким чином, гібридна одиниця *knowbot* = *knowledge* + *robot* утворена поєднанням першого та останнього складів двох різних лексем. За допомогою злиття цих слів автор акцентує увагу на інтелектуальній «підкованості» робота, імпліцитно звертаючись до читача: «якщо ти розумний – читай далі».

-cide: «Taking his cue from the Convention on Genocide, a Yale biologist has proposed a new international agreement to ban «*Ecocide*» – the willful destruction of the environment» [9]. Переклад: «Беручи приклад з Конвенції про геноцид, біолог з Єльського університету запропонував нову міжнародну угоду про заборону «*Екоциду*» – навмисне знищення навколишнього середовища». Бленд *ecocide*, створений за аналогією з *genocide*, транслітерується в українському тексті і є зрозумілим за умови, що в цьому самому реченні йому передувало вже відоме всьому світу слово *геноцид* і, оскільки у реченні надавалось пояснення даного поняття, доцільно уникати тавтології при перекладі. Цей приклад наглядно демонструє принцип утилітарності, оскільки без використання у контексті телескопічного слова, автору, і перекладачу також, варто було б використати значно більшу кількість мовних засобів, що скоріш за все відштовхнуло б погляд читача.

cyber- : «*Cyberbullying* is bad. So are other *cybercrimes*, including child pornography, stalking and harassment» [8]. Переклад: «*Кібер-залякування* – це погано. Так як й інші *кібер-злочини*, включаючи дитячу порнографію, переслідування та домагання». Цей приклад містить два телескопізми, знову ж таки утворених за аналогією *cyberbullying* = *cyber-* + *bullying* (*кібер-залякування*), *cybercrimes* = *cyber-* + *crimes* (*кібер-злочини*). У даному випадку частка *cyber-*, що утворює бленди вказує на межі їхнього застосування, звертаючи увагу на злочини чи залякування саме у сфері інформаційних технологій. Переклад українською потребує тут змішаного варіанту: транслітерація + еквівалент.

info-: a) «In fact, half the people on the list are either actors, TV hosts or folks otherwise connected to big media *infotainment*» [6]. Переклад: « Насправді, половина людей у списку – це актори, телеведучі або люди, які так чи інакше пов'язані з широкою сферою *інформаційно-розважальних програм*». У перекладі з метою пояснення українському реципієнту медіа-жанру *infotainment* = *infor-mation* + *enter-tainment* структуру звичної для американців термінологією розширено; b) «Barack Obama's unique campaign *infomercial* was watched by more than one out of every five of American households watching TV last night» [6]. Переклад: «Унікальну *інформаційно-рекламну* кампанію Барака Обама подивилось більше, ніж одне з п'яти американських домогосподарств, які переглядали телевізор минулої ночі». Розширення форми бленда *infomercial* = *information* + *comercial* в перекладі як «*інформаційно – рекламний*» використано, щоб підкреслити не лише інформаційний характер, але й комерційне спрямування кампанії Барака Обама, на що автор імпліцитно звертає увагу адресата. У цьому випадку, завдяки компресії мовних засобів, блендингова лексема виконує не тільки атрактивну, але й інформаційну та агітаційну функції.

docu-: «He is an extraordinary presence in this bizarre and very funny *docu-fantasy*, a sort of Euro- realist Curb His Enthusiasm» [6]. Переклад: «Він є надзвичайною складовою у цьому химерному і дуже смішному *документально-фантастичному фільмі*, своєрідний європейський реаліст, який стримує свій ентузіазм». Жанровий термін *docu-fantasy* можна було б і транслітувати, але що є відомим в межах світу кінематографії, не завжди адекватно сприймається пересічним читачем популярних журналів, тому у нашому випадку вдалим є повний еквівалентний переклад як «*документально-фантастичний фільм*».

dino- : «Poor old Steven Spielberg is in an island laboratory working frantically to revive his *dino-thriller* franchise» [5]. Переклад: «Бідненький старець Стівен Спілберг у лабораторії на острові шалено працює щоб відновити свою франшизу на *трилер про динозаврів*». Бленд *dino-thriller* утворений від злиття усіченої форми лексеми *dino-saur* (динозавр) з повною основою лексеми *thriller* та перекладений як «*трилер про динозаврів*», враховуючи флективні особливості української мови. Окрім використання блендингу у цьому прикладі для стилістичного підсилення атрактивної функції автор використовує ще й прикметники *poor* та *old*, щоб виявити співчуття у читачів та зацікавленість діяльністю Стівена Спілберга.

Таким чином, усі наведені приклади свідчать про те, що кожен новий елемент, власне телескопізм, може утворитись за допомогою поєднання зі словом, яке є відомим та у певний час набуло тієї чи іншої популярності, що часто починає вживатись у різних життєвих ситуаціях. Крім того, у цьому словотворі проявляється дериваційна функція цих телескопізмів, адже зазначені вище елементи, які етимологічно мають кореневе походження, з часом, враховуючи їх частоту вживання, виокремлюються у відповідні

префікси та суфікси, що наразі активно використовуються для створення нових номінацій у різних сферах і найчастіше фіксуються словником тієї чи іншої мови, проходячи апробацію через мовлення ЗМІ. Так і наведені вище словотвірні елементи, що раніше складали частину якоїсь лексеми, поєднуючись з повними або усіченими формами різних слів, несуть певне функціонально-семантичне забезпечення, яке у свою чергу надає блендинговій лексичній одиниці забарвленості, емоційності, свіжості та робить англійську мову більш «живою» та насиченою новими цікавими лексемами [2]. Що стосується частотності вживання таких лексичних елементів, які мають латинське, грецьке та інше походження і використовуються англійською мовою в різних динамічних дискурсах, зокрема в дискурсі ЗМІ, враховуючи її тенденцію до аналітичних форм і економії засобів мовлення, то вона є доволі високою. Натомість українською не завжди можна перекласти ці елементи шляхом транскодування, враховуючи як історично сформовану синтетичність мовних форм, так і тенденції української мови до самоочищення від чужомовних одиниць.

Достатньо часто в англomовній пресі зустрічаються оказіональні бленди, які є скороченнями власних назв зірок та зіркових пар, що пізніше, сприймаючись адресатом, підхоплюються іншими формами ЗМІ і тим самим додають ще більше популярності тій чи іншій PR-кампанії. Наприклад: 1) «We can not wait to see whether Rob and Kristen will be hitting the streets hand in hand more often now or if we'll be seeing more photos of the two love – birds. Either way, congrats to *Robsten!*» [12]. У цьому прикладі бленд *Robsten* поєднує імена всесвітньо відомих молодіжних кумирів фільму «Сутінки» Роберта Паттінсона + Крістен Стюарт, імпліцитно натякаючи читачу на єднання їх сердець, що не можливо передати українськими мовними, тим більше лексичними засобами, роблячи контекст перекладу стилістично бідним: «Ми не можемо дочекатися, щоб побачити чи то часті прогулянки по вулиці Роба і Крістен, які триматимуться за руки, чи то більше фотографій цих закоханих голубків. У будь-якому випадку, вітаємо *Роберта та Крістен!*». 2) «*KStew's* interview also includes a sweet moment involving her private Instagram account and her scrolling through photos of her and girlfriend Alicia Cargile» [12]. У запропонованому зразку використаний бленд *KStew*, який є скороченим ім'ям актриси та співачки *K-risten* + *Stew-art*. Переклад українською потребує декодування як структурного, так і семантичного: «Інтерв'ю *Крістен Стюарт* також містить приємний момент, охоплюючи її приватний обліковий запис Інстаграм та продивляючись фотографії з її дівчиною Алішею Керджил».

Такі скорочення імен зірок та зіркових пар є дуже характерними для англomовних ЗМІ, вони утворені як структурні і семантичні рефрейми з метою реалізації комунікативної стратегії утилітарності та виконання атракційної і прагматичної функцій.

Яскравими прикладами використання блендингу в англomовній пресі є також складноскорочені слова, які складаються з двох лексем, де скорочена

вся перша лексема, крім першої літери, і іноді редукована ініціальна частина другої лексеми: «She's an *e-quaintance*, we chat a lot online, but I have no idea what she looks like – we've never actually met» [11]. Переклад: «Вона – *віртуальна знайома*, ми багато спілкуємося в онлайні, але я не маю жодного уявлення, як вона виглядає: ми ніколи не зустрічалися». У цьому прикладі бленд *e – quaintance* утворений від злиття лексем *e-lectronic* та *ac-quaintance* (за аналогією з *e-mail*) та перекладається як «*віртуальний знайомий*», враховуючи відсутність еквівалента в українській.

Однією з найбільш розповсюджених тактик впливу на адресата інформації, на нашу думку, є тактика спілкування «на рівних». Наприклад, у наступному прикладі лексичний бленд утворений шляхом з'єднання через дефіс усічених основ прикметника та іменника: *fro-zen* (заморожений) + *yogurt* (йогурт) = *fro-yo*: «The two NYC – based Freshman 15 girls met up for some *fro – yo* (*frozen yogurt*)!» [7]. Переклад: «Дві першокурсниці з групи «Freshman 15» з Нью-Йорку зустрілись, щоб посидіти, замовивши *заморожений йогурт*». У наведеному прикладі використання бленду *fro-yo* пов'язано більшою мірою з прагматичною інтенцією автора дотримуватися неформального способу спілкування, актуалізуючи тим самим комунікативну тактику спілкування з аудиторією «на рівних», та реалізації принципу економії мовних засобів, переклад же українською потребує пояснення, тому що нашій мові невідомі подібні лексичні конструкції.

У розрізі реалізації автором тактики спілкування «на рівних» можна відмітити, що у заголовках, лідах газет чи журналів, автор часто звертає увагу читача на своє дружнє ставлення до нього, даючи певні поради. Наприклад, поява блендингового неологізму *staycation* (*stay* «залишатись» + *vacation* «відпустка») в англomовній пресі пов'язана з фінансовими труднощами у значної кількості населення, які мусять залишатись вдома через нехватку грошових коштів на відпустку: «Would you like to save money on your summer holiday this year? How about a «*staycation*»?» [11]. Переклад: «Ви хотіли б заощадити на своєму літньому відпочинку цього року? Як щодо «*відпочинку у власному будинку*»? У прикладі за допомогою неологізму «*staycation*» реалізується комунікативна тактика дружньої поради, що прагматично обумовлено актуальністю подібних статей, так як безліч молодих людей відчують фінансові складнощі у часи економічної нестабільності, тому переклад потребує додаткової інформації та виконується описово за відсутності прямого еквіваленту.

У наступному прикладі бленд *freemale* утворений шляхом злиття прикметника *free* (*вільний*) та усіченого іменника *fe-male* (*жінка*): «According to a new report, Kylie and Cameron Diaz are both "*freemales*", a new breed of singletons who would rather not be sharing their time and money with a guy» [7]. Використання у цьому прикладі бленду *freemales*, фонетичного і семантичного рефрейму, створеного за аналогією, обумовлено з прагматичної точки зору комунікативною метою автора залучити увагу читача незвичайною формою



лексичної одиниці, завдяки якій він наділяє вагомістю явище, коли жінки віддають перевагу самотності та незалежності у шлюбі. Це явище не є типовим для української ментальності і має бути поясненим шляхом дослівного перекладу, застосовуючи методи контекстуального аналізу та аналізу словникових дефініцій: «Згідно з новими повідомленнями Кайлі та Кемерон Діас є «вільними жінками», новим поколінням жінок-одиначок, які не бажають ділити свій час і гроші з хлопцем».

Окремого розгляду потребує такий випадок новоутворення, як *Weblish* (*Web* + *Eng-lish*): «The internet and e-mail have already spawned their own words and grammar which has been dubbed «weblish» [4]. Переклад: «Інтернет та електронна пошта вже породили свої власні слова і граматику, які отримали назву «веблійський». Цей гібрид утворений за допомогою словозлиття двох елементів, один з яких відомий читачам – *web* (*мережа*), а другий є урізанням від слова *Eng-lish* й у такому вигляді постає перед новими англомовними читачами. Конотація новизни з'являється у результаті складання двох елементів і позначення нового явища в англійській мові, що використовується при спілкуванні за допомогою SMS та інтернет і характеризується широким використанням блендів, аббревіатур, відсутністю заголовних букв, розділових знаків тощо, що може бути **перспективною** вивчення зазначеної проблеми, особливо її соціолінгвальний і прагматичний аспекти, перекладацька специфіка в межах текстів реклами і маркетингу.

**Висновки.** Лексичні гібридні одиниці-бленди є інструментом для досягнення комунікативної стратегії утилітарності. Зокрема, задля солідарності з цільовою аудиторією, спілкування зі споживачами інформації на рівних, максимального захоплення уваги адресата, інформаційної інтенції, комічності, емоційності тощо блендмейкери вдаються до реалізації певних структурно-семантичних модифікацій, до яких можна віднести: максимальне скорочення імен або назв; створення єдиного імені для зіркових пар; створення неординарних лексичних інновацій на позначення нових понять, явищ, об'єктів тощо. На нашу думку, такі тактики є достатньо дієвими, оскільки явище блендингу набирає все більших обертів та стрімголов розвивається в англомовному дискурсі в багатьох сферах мовленнєвої діяльності. Однак на сьогоднішній день, незважаючи на те, що англомовні ЗМІ і англійська мова взагалі мають великий вплив на мови світу, зокрема українську, більшість реципієнтів інформації, що передається різними формами українських ЗМІ, не розуміють транслітерованих блендингових одиниць, лише у випадках, коли це є власні назви компаній, брендів, товарів і т. ін., тому саме такі телескопічні гібридні лексичні одиниці тяжіють до зрозумілих структур, типових для флективної української мови. Перекладачі мають багато побоювань, як саме використовувати бленди задля ефективного досягнення прагматичних цілей.

Розгляд явища блендингу в рамках комунікативно-прагматичного підходу дозволяє врахувати всі складові комунікативного акту, а саме: інтенції

учасників, канали комунікації, національно-культурні цінності, стилістичну забарвленість та функціонально-семантичне навантаження лексичного матеріалу, що дає можливість адекватного перекладу з урахуванням всіх прагматичних цілей, які ставлять перед собою автори блендів в межах того чи іншого контексту, і через деякий час використання подібних одиниць стане буденним явищем та дуже ефективним інструментом і в україномовних дискурсах ЗМІ, реклами, маркетингу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кияк Т. Р. Міжнародна комунікація, дискурс та переклад. *Актуальні питання іноземної філології*. 2015. №2. С. 83 - 91.
2. Медвідь К. М., Швачко С. О. Лексична контамінація в сучасній англійській мові. *Філологічні трактати*. 2015. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream.pdf/> – (дата звернення 29.05.2018).
3. Шевченко И. С. Герменевтический аспект перевода как вторичной метакоммуникации. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. 2003. Вип. 609. С.7-11.

## Ілюстративний матеріал

4. Словник іншомовних слів. URL: <http://www.jnsm.com.ua/ures/book/index.shtml/> – (дата звернення 29.05.2018).
5. Is it more fun being single? [online] 2008. Available on the Internet: <http://www.cosmopolitan.co.uk/love-sex/is-it-more-fun-being-single/> (12.06.2017).
6. Jiang V. Try living with no tv!" [online]. 2007. Available on the Internet: [https://www.thestar.com/discard/2007/01/18/try\\_living\\_with\\_no\\_tv.html/](https://www.thestar.com/discard/2007/01/18/try_living_with_no_tv.html/) (9.12.2017).
7. Mallet G. Restaurant review: dining with the Donald at stock. [online]. 2012. Available on the Internet: <http://nationalpost.com/posted-toronto/restaurant-review-dining-with-the-donald-at-stock/> – (18.07.2018).
8. Roseman E. Back up your computer data to stay safe. [online]. [Electronic resource]\_\_2015. Available on the Internet: [https://www.Thestar.com/business/personal\\_finance/2013/11/26/back\\_up\\_your\\_computer\\_data\\_to\\_stay\\_safe\\_roseman.html/](https://www.Thestar.com/business/personal_finance/2013/11/26/back_up_your_computer_data_to_stay_safe_roseman.html/) (11.07.2018).
9. Safire W. And a plea to ban ecocides. [online]. Available on the Internet: <http://www.nytimes.com/1970/02/26/archives/and-a-plea-to-ban-ecocide.html/> (11.07.2018).
10. Schor E. Us election: one in five households tuned into Obama's infomercial. [online]. 2016. – Available on the Internet: <https://www.theguardian.com/world/2008/oct/30/uselections2008-barackobama-4m-30-minute-infomercial/> – (9.05.2018).

11. Staycations. [online]. 2017. Available on the Internet: [co.uk/world-service/learningenglish/general/sixminute/2009/04/090416\\_6min\\_staycation\\_page.shtml](http://co.uk/world-service/learningenglish/general/sixminute/2009/04/090416_6min_staycation_page.shtml) (29.07.2018).
12. Truong P. Kristen Stewart says her relationship with Robert Pattinson was "made into a product". [online]. 2016 Available on the Internet: <http://www.seventeen.com/celebrity/celebrity-couples/news/a42345/kristen-stewart-on-dating-robert-pattinson-interview/> – (29.07.2018).

УДК: 811.112.2'367.625

*Natalia Holowtschak*

*доцент кафедри німецької філології*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*orcid.org/0000-0002-1971-519X*

*м. Ужгород, Україна, +38 (050) 2704125, talka\_19@bigmir.net*

## **SUBSTANTIVIERUNG DER VERBEN IN DER GEGENWÄRTIGEN DEUTSCHEN SPRACHE**

*Анотація. У статті йдеться про одну з тенденцій розвитку сучасної німецької мови – тенденцію до субстантивізації дієслівних основ. Цей мовний процес збагачення сучасного словникового складу мови є активним та особливо простежується в публіцистичному стилі. Дослідження проведено на основі актуальної німецькомовної преси. Об'єктом дослідження виступають шляхи та моделі творення іменників від дієслів у сучасній німецькій мові. Проведений аналіз засвідчує, що словотворення іменників від дієслівних основ відбувається субстантивізацією – інфінітива, дієслівної основи, однієї з основних форм дієслова безафікським та афікським способом та шляхом словоскладання.*

*Ключові слова: словотворення, іменник, дієслово, інверсія, деривація, словоскладання.*

*Abstract. The article considers one of the tendencies of development of modern German language – the tendency to substantiation of the verbal basis. This lingual process of modern vocabulary enrichment is active and particularly traces in the publicistic style. The research is conducted on the basis of current German press. The object of research is the ways and models of noun formation from verbs in the modern German language. The conducted analysis testifies that the word formation of nouns from verbal basis occurs by substantiation – infinitive, verbal basis, one of the main forms of the verb by non-affixed and affixed methods. The*