

5. Пастернак Б. Люди и положения: автобиографический очерк / Б. Пастернак // Об искусстве. «Охранная грамота» и заметки о художественном творчестве / Б. Пастернак. – М., 1990. – С. 192–238.
6. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против» : сб. ст. / под ред. Е. Я. Басина, М. Я. Полякова. – М., 1975. – С. 193–230.
7. McKendrick J. «Peekaboo quaffs and eel-spears: «The Annals of Chile». – Paul Muldoon [Electronic resource] / J. McKendrick. – Access mode : www.independent.uk/arts-entertainment/books-review-peekaboo-quaffs-and-eelspears.
8. Muldoon P. Poems 1968–1998/ P. Muldoon. Faber and Faber. – London, 2001. – 479 p.

Надійшла до редколегії 25.02.15

УДК 811.161.2;373.612.2;81'38

О. В. Терханова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ВТОРИННА НОМІНАЦІЯ ЯК ХУДОЖНІЙ ПРИЙОМ У ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ

Досліджено тропи як явище вторинної номінації в газетно-журнальній публіцистиці 80–90-х років ХХ ст., а саме: подано загальну характеристику переносного вживання слова; класифіковано віднайдені тропи та розкрито такі поняття, як перифраза, метафора, метонімія, порівняння; проаналізовано роль художніх структур, що ґрунтуються на переносному вживанні слова у газетно-журнальній публіцистиці.

Ключові слова: газетно-журнальна публіцистика, вторинна номінація, троп, експресивність.

Терханова Е. В. Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара. **ВТОРИЧНАЯ НОМИНАЦИЯ КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРИЕМ В ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ**

Исследованы тропы как явление вторичной номинации в газетно-журнальной публицистике 80–90-х годов ХХ ст., а именно: дана общая характеристика переносного употребления слова; классифицированы обнаруженные тропы и раскрыты такие понятия, как перифраза, метафора, метонимия, сравнение; проанализирована роль художественных структур, основывающихся на переносном употреблении слова в газетно-журнальной публицистике.

Ключевые слова: газетно-журнальная публицистика, вторичная номинация, троп, экспрессивность.

Terkhanova O. V. Oles Honchar Dnipropetrovsk National University. **SECONDARY NOMINATION AS ART RECEPTION IN MASS-MEDIA LANGUAGE**

The purpose of this article accounts for the activity of functioning of figurative phrases in newspapers and magazines journalism. Such secondary nominations as paraphrase, metaphor, metonymy need to gain exploration. To achieve this purposes the following tasks were solved: the general characteristics of the portable use of the word was given; the classification of tropes found in mass-media texts was specified: such linguistic phenomena as a paraphrase, metaphor, metonymy, comparison were ostended; the role of artistic structures, based on the figurative use of the word in newspapers' and magazines' journalism was clarified.

We came to the conclusion, that picturesque secondary nomination in mass-media language usually are composed of nominative units in their figurative meaning, prove their emotional and expressive features. Each of the found forms of imaginative secondary nomination has structural, semantic, functional and communicative parameters. It was found out, that while keeping the nominative quality, these forms of communication do not lose connection with the primary meaning or concept that outplays under the influence of the main extralinguistic factor, i. e. providing emotional and expressive content. In this case secondary extended nomination does not duplicate the main seme, but

modifies it as structural and semantic component of the inner form of the language units, «uses» in its associative and imaginative rethinking reality.

Key words: press publications, secondary nominathion, trails, expression.

У сучасних умовах становлення та розвитку української незалежної державності значну роль відіграють засоби масової інформації. Тому дослідження мови засобів масової інформації, зокрема мови газети, набуло сьогодні особливо актуального значення. Пріоритетним у дослідженні мови газети є функціонально-стилістичний підхід, який розкриває загальні перспективи розвитку мови газети на сучасному етапі.

Досі залишається недостатньо висвітленим таке питання, як вторинна номінація в газетно-журнальній публіцистиці (далі ГЖП), що й визначає *актуальність* нашої розвідки. Вторинна номінація – найменування денотату, який вже має в даному контексті ім'я, – виступає як одна з головних особливостей газетно-публіцистичного стилю, виокремлює його серед інших функціональних стилів і має прояв на всіх «рівнях» його мови, особливо в лексиці.

Дослідники мови газети (Ю. О. Арешенков, Д. Х. Баранник, І. К. Білодід, Г. О. Винокур, Д. П. Вовчок, С. Я. Єрмоленко, М. А. Жовтобрюх, А. П. Коваль, В. Г. Костомаров, А. І. Мамалига, О. А. Сербенська, Г. Я. Солганик, Ю. С. Степанов, О. А. Стишов та ін.) розглядають загальні питання розвитку газетної лексики, не торкаючись проблеми вторинної номінації.

Проблему «вторинна номінація і стиль мови» можна розглядати на широкому фактичному матеріалі, з урахуванням жанрово-стильової специфіки комунікації. Зауважимо, що сьогодні в українському мовознавстві найбільше уваги приділено вивченню окремих форм вторинної номінації в художньому стилі: метафори (Л. О. Пустовіт, О. Б. Вовк, А. П. Загнітко, О. М. Тищенко, Т. Є. Кіс, Т. А. Єщенко та багато ін.), перифрази (Н. М. Сологуб, О. А. Копусь та ін.), порівняння (Л. В. Голоух). Явища вторинної номінації (далі ВН) у засобах масової інформації знаходять комплексне, загальноописове висвітлення як стилетвірні утворюючі компоненти тексту на матеріалі мови публіцистики 60–80-х рр. ХХ ст. з урахуванням конструктивного принципу чергування в ній стандарту та експресії (І. К. Білодід, Г. М. Колесник, О. Д. Пономарів, Н. М. Сологуб та ін.). На матеріалі мови газет 80-х – першої половини 90-х рр. розглянуто типи перифраз (О. Г. Тодор), метонімічних перенесень (В. В. Зайцева) у структурі інформаційного тексту.

Мета нашої статті продиктована активністю функціонування образних зворотів у газетно-журнальній публіцистиці та потребою дослідження перифраз, метафори, метонімії, порівняння в аспекті вторинної номінації. Для досягнення зазначеної мети поставлено й розв'язано такі **завдання**: подано загальну характеристику переносного вживання слова; подано класифікацію віднайдених тропів та розкрито такі поняття, як перифраза, метафора, метонімія, порівняння; проаналізовано роль художніх структур, що ґрунтуються на переносному вживанні слова у газетно-журнальній публіцистиці.

Газетно-публіцистичному стилю властивий особливий характер експресивності. Якщо в художній мові образність становить головний її принцип, основу, то в інших стилях вона можлива, але не обов'язкова. Письменник у художньому творі нерідко звертається до публіцистичних відступів. Для публіцистики також характерне багатоманітне використання різних елементів художнього мовлення, але вони сприймаються як вкраплення іншого стилю, що виконують публіцистичну функцію. Експресивність, виразність публіцистики не зводиться до образності й не обмежується нею. Це лише один із можливих компонентів, один зі складників виразності газетно-публіцистичного мовлення [5, с. 21].

Тропи є образними засобами вторинної номінації. За літературознавчим словником-довідником троп (грецьк. *tropos* – зворот) – це слово, вживане у переносному значенні для характеристики будь-якого явища за допомогою вторинних смислових значень, актуалізації його «внутрішньої форми».

У зв'язку з тим, що перенесення ознак одного предмета, явища, дії на інші відбуваються в тропах за різними принципами, визначаються різні види тропів – перифраза, метафора, метонімія, порівняння.

Під перифразою ми розуміємо мовну одиницю, що покликана описово вторинно позначувати предмети та явища дійсності. Перифраза – мовний зворот, який вживається замість звичайної назви певного об'єкта й полягає в різних формах опису його істотних і характерних ознак [4, с. 546]. Перифрази належать до постійно діючих засобів оновлення лексики газети, журналу, збагачення її зображальних ресурсів. Описові вирази є засобом експресивно-емоційного публіцистичного відображення дійсності. Образні вторинні найменування підкреслюють характерні ознаки описуваних об'єктів. Основне призначення перифраз – бути знаком вторинної номінації – припускає, що створювачі перифраз орієнтуються на її ідентифікуючу функцію [2, с. 5]. Перифрази є не тільки найважливішим засобом досягнення функціонально-стилістичних ефектів, але й засобом передачі комунікативно-прагматичної інформації, а це в остаточному підсумку допомагає реалізувати головну мету газетної публіцистики – вплив на широку аудиторію [3, с. 44, 49].

Однією з мовних прикмет розглянутих газетно-журнальних текстів є перифрастичні найменування, покликані підсилити виразність газетної мови, «обновити» й «освіжити» її: *біле золото* (бавовна), *м'яке золото* (хутро), *блакитне золото* (газ), *крилатий метал* (алюміній), *індустрія здоров'я* (медична промисловість), *хліб будівництва* (цемент), *солі родючості* (мінеральні добрива), *люди в білих халатах* (працівники охорони здоров'я).

У публіцистичних текстах перифрази часто використовуються, щоб уникнути повторень і водночас висловити авторське ставлення до об'єкта розповіді: *«Аменхотеп IV отримав Царицю Краси у спадок з гарему свого батька і одружився з нею, щиро закоханий»* [Нефертіті] (Урядовий кур'єр (далі УК), 1995, 16 трав.); *«Та в місті падишахів щось неспокійно»* [Багдад] (Політика і Культура (далі ПіК), 1999, с. 31); *«Хто-хто, а цей «чотириногий друг» завжди поруч»* [диван] (Дім, сад, город, 1997, № 43, с. 42); *«Тому вони здебільшого не здатні бути справжніми “сторожовими псами демократії”»* [журналісти] (ПіК, 2000, № 5 (40), с. 8); *«На ваших очах закладають фрукти – і ось побіг живлющий струмок в стакан»* [сік] (Наше місто, 2001, 9 черв., с. 14); *«При виготовлені «українського “снікерсу”»*, тобто, щоб свиня і травичку їла» [сало] (Вісті Придніпров'я, 2001, 7 черв., № 41, с. 4); *«Воно проходило у Дніпропетровську – місті сталеварів»* (Укр. футбол, 1999, 9 груд., с. 3); *«А ще один між двома меблевими комплектами хотів провезти сім тонн «білої смерті»* [цукор] (Україна, 2002, квіт.); *«Сьомий номер “Мілана” пробіг ще метрів десять»* [Андрій Шевченко] (Патріот Батьківщини, 1991, № 34, груд.); *«Недаремно українського боксера (Віталія Кличка) у Німеччині, де він тренується разом зі своїм братом, прозвали “доктор Нокаут”»* (УК, 1998, № 119); *«Але увага: всесвітнє павутиння [Інтернет] обтягує нас з кожним днем»* (ПіК, 1999, № 16).

Отже, перифрази активно функціонують у газетно-публіцистичному стилі, виступають незамінним засобом урізноманітнення, емоційно-стилістичного збагачення тексту, запобігання тавтології. Однак не всі перифрази, що активно вживаються журналістами, увиразнюють мову, збагачують її образно-зображальні можливості.

Метафора – один із засобів вторинної номінації як у художній, так і в публіцистичній мові. Тому нами визначається її місце як стилістичного прийому у системі інших образних засобів вторинної номінації. Суть метафори полягає в уживанні слова, що позначає певний предмет (явище, дію, ознаку) для номінації іншого предмета на основі подібності, яка випливає з їх порівняння, зіставлення за асоціацією.

Метафора різкіше позначає контури далеких від дійсності уявлень, формально обновляє звичне і повсякденне. І хоча журналіст постійно знаходиться в пошуках потрібного слова, ми не можемо чекати від нього словесного нововведення в кожній фразі. У той же час не можна не бачити деякої одноманітності, стилістичної блідості узвичаєних форм і зворотів мови, що сприймаються автоматично й позбавлені гостроти і свіжості. Об'єктивний розвиток мови веде до безупинного поповнення фонду мовних (стертих) метафор. Експресивність того чи іншого звороту, породжувана незвичайністю зіставлення фактів і явищ, згодом утрачається частково чи повністю. При активному вживанні образні засоби мови піддаються поступовому стилістичному збіднінню. Оригінальні сьогодні, завтра вони стають звичними й навіть набридливими. Як указує Ж. Вандрієс, «часте вживання слова стирає не тільки форму слова, але і його значення, особливо швидко зношується експресивність... Слово стає тьмяним, стертим» [1]. Від частоти вживання метафора втрачає поетичність іносказання, стає шаблонною і вже не може організувати асоціативне мислення. Тому у своїй творчій практиці публіцист прагне не тільки до створення нових, але й до відновлення старих, потьмянілих від часу метафор: «Критика полягає у тому, що **банкіри відмахуються** від підготовки законопроектів у сфері фінансового ринку» (Україна молода (далі – УМ), 1999, 31 бер., с. 3); «Цим щедро українська земля **віддячує** за наш труд» (Дніпровська правда, 15 січня, 1998, с. 5); «Ця програма **втратила живий пульс**, знову «одягла краватку» і втиснулася у звичні береги» (Журналіст України, 1999, № 2); «Серце **рвалося від горя**» (Вечірній Київ, 1990, 8 серп., с. 3); «Гласність **вимагає справедливості, і – навпаки**» (Літ. Україна (далі ЛУ), 1988, № 49); «Навесні активно **йдуть** угорські **овочі**, що за ціною та зовнішнім виглядом привабливіші за місцевий товар» (Галицькі контакти, 1998); «Гризе **тривожна ситуація** із задоволенням попиту населення» (Вечірній Київ, 1990, 8 серп., с.2); «Десять днів **смерть літає** над головами неповинних людей» (Україна, 1994, № 10); «Так тут гарно після недавнього дощукі, в кожній краплині **сонечко купається!**» (Україна, 1994, № 19–20); «**Верховна Рада розглянула внесену пропозицію**» (Вісн. Кременчука, 1998, 10 груд., с. 2); «Здається, **гривня заспокоїлась**. Нехай собі дитя спочиває!» (День, 1999, № 11, с. 6).

Публіцистичний текст значною мірою обмежує вживання метафор. Тут перевага віддається точності, дохідливості слова. Тому засоби вираження метафоричного образу в публіцистичному стилі значно простіші, ніж у стилях художніх. Надлишкове застосування метафори обтяжує газетно-журнальний стиль, утрудняє сприйняття основного змісту. Обережне відношення до неї повинно виявлятися не взагалі, а конкретно, насамперед у вдалому її створенні й доречному вживанні. Характерною для публіцистики є метафоризація термінів суспільно-політичної лексики і лексики з різних галузей діяльності людини [6, с. 41].

Перехід метафори до здійснення вторинної для неї функції номінації виключає семантичну двоплановість, тобто веде в остаточному підсумку до загибелі метафори. Тому природне для себе місце метафора знаходить саме в поетичній мові, в якій вона служить естетичній (а не власне комунікативній, інформативній) меті. Її функція – викликати образи, уявлення, індивідуалізувати, а не повідомляти інформацію. Водночас мова не може обійтися без метафори. Метафора стимулює розвиток і семантичну систему мови і системи її номінативних засобів [1, с. 148].

Помітним явищем у мові ГЖП є використання такого типу ВН, як метонімія, у ролі засобу експресивного виокремлення об'єкта комунікації та «економної» тропеїчної моделі, що практично звучує багаточленне висловлювання до двочленного.

Для вільних, номінативно-похідних лексичних значень характерне переосмислення на основі метонімії, а для невірних – фразеологічно пов'язаних чи синтаксично обумовлених – на основі метафори. Причину якісного розходження між цими типами вільних і невірних лексичних значень варто вбачати в розходженні самих способів переосмислення мовних форм.

Метонімія порівняно з метафорою чіткіше виявляє свою двоплановість, про це говорить О. О. Тараненко: «Кінечна основа метонімічних переносів – це те, що предмети в просторі, явища в часі, ознака та її носій, причина та її наслідок і т. ін. не є чітко, однозначно й остаточно відокремленими один від одного, принаймні в мовній свідомості» [8, с. 9].

Метонімія (грец. *metonymia*) – різновид тропа, близького до метафори, в якому переноситься значення слів з певних явищ та предметів на інші за суміжністю, тобто на основі тісного внутрішнього та зовнішнього зв'язку між зіставляваними поняттями. У публіцистичному стилі найчастіше вживаються метонімії, що виникають на основі зв'язку між місцевістю й людьми, які в ній перебувають: «*Дніпродзержинськ готується до свого 250-річчя*» (Зоря, № 56, 2000, с. 4); «*Америка “затягує” – перш ніж зробити крок, ти мусиш влаштуватись на якусь роботу*» (Укр. театр, 1999, № 1–2); «*Ні Сінгапур, ні Гонконг, що “піднялися” на міжнародному транзиті, про таке і мріяти не могли*» (Галицькі контакти, 1998); «*Париж шукає насолоди: танці, жінки, котрі тут найпрекрасніші у світі, стають великою справою*» (Укр. театр, 1999, № 1–2); «*Міністерство розробило і втілює в життя цілий комплекс заходів...*» (ЛУ, 1998, № 40, 22 жовт., с. 1); «*Літак обіцяють днями поставити на ноги*» (Голос України, 1999, 5 груд.); «*Айнтрахт виграв два матчі поспіль і піднявся з зони вильоту на 12-те місце*» (Спортивна газета, 2001, № 21); «*Зал зустрів боксера недоброзичливо*» (Спортивна газета, 2001, № 12).

Оскільки тропи метонімічного типу досить щільно пов'язані з прямою семантикою слова, їх виражальні стилістичні властивості скромніші за ті, які дає метафора, проте і за допомогою метонімії можна створити яскравий, виразний образ [7, с. 140].

Потреба в пізнанні приводить до того, що порівняння й вільне відображення перетворюються на проміжний і спробний підготовчий ступінь. Тут виявляється деяка недостатність простого порівняння, і людська думка знаходить своє вираження в метафорі. Метафори часто виявлялися через порівняння, аналогії. Подібність лежить в основі і метафори, і порівняння.

Порівняння так само, якщо не більше, як і слова-образи та слова в переносному значенні, свідчать про індивідуальну природу світосприйняття, на чому свого часу наголошував О. О. Потебня. Природа порівняння, його семантична наповненість залежить від світогляду мовця, характеру його світовідчуття. Звичайно матеріалістичною основою творення порівнянь є реалістичний, предметний опис побуту, природи, стосунків між людьми [7, с. 143].

Стилістична роль порівняння здебільшого полягає у виділенні якоїсь особливості завдяки зіставленню з предметом, явищем, особою, основна ознака або одна з ознак яких є водночас і ознакою порівнюваного.

Функціонально-стильова сфера застосування лексичних порівнянь нагадує застосування переносних значень слова: безвідносно до стилістичної настанови

слово-порівняння може використовуватися в різних функціональних стилях, у той час як стилістично спрямоване порівняння є ознакою художньої образної мови.

Порівняння – це художній прийом, який використовує досвідчений журналіст, намагаючись вплинути на читача, наочно показати йому своє сприйняття тієї чи іншої особистості, події, факту. Звичайно, не в кожному газетному матеріалі зустрічаються компаративні конструкції, але вони – невід’ємний компонент мови ГЖП, будь-якого номера газети. Простежимо, як використовуються порівняння у публіцистиці: «*Здавалося, що можна витиснути з бідних, як церковні миші, напівлежачих вітчизняних виробників?*» (УМ, 1999, 31 берез., с. 6); «*А вода там чиста, мов слюза!*» (Україна, 1999, № 4); «*Смак пива наче травневий мед*» (Галицькі контакти, 1998); «*У скарбницю пісенного фольклору, як дорогоцінне надбання, входять коліскові пісні*» (Українська культура, 1994, № 7); «*Дитячі сторінки-спогади зринають, як проблиски щастя*» (Сільські вісті, 1996, 26 січ., с. 1); «*Так, я не працюю, бо хочу бути вільним, наче птах*» (Вечірній Харків, 1992, 25 січ., с. 2); «*Ти прийшов і приніс великий букет червоних троянд. Червоних, як полум’я нашої пристрасті*» (Сільські вісті, 1997, 3 черв., с. 4); «*Два дні тому кинув курити і ходить злий, як шершень*» (Сільські вісті, 1996, 26 січ., с. 4); «*І наш страшний вік, коли людські долі лягали, як очерет під косою, його доля все одно вражає*» (ЛУ, 1996, 14 лист.); «*...з “петличкою” почувашся, ніби собака на прив’язі...*» (Голос України, 1992, № 220, с. 5); «*Очі чисті, як незамулене джерело одвічної любові*» (Голос України, 1992, № 220, с. 6); «*Далі запитання посипалися на голову бідного філософа, як із рога достатку*» (Дзвін, 1997, № 4, с. 84); «*Україна постала перед світом відразу, мов Афродіта з морської піни*» (Дзвін, 1997, № 1, с. 2); «*Життя, як ріка – ні зупинити її плину, ні повернути*» (Перемога, 1986, 13 жовт., с. 3); «*Мов гриби після дощу вирости в Черкасах затишні кафе*» (Голос України, 1999, 9 груд.); «*Шоколадка смачна, як колючий дріт*» (УМ, 1994, № 80, с. 5); «*З найдавніших часів учитель шанувався, як Бог, як духовний батько*» (Освіта, 1995, 6 груд., с. 3).

Отже, порівняння як внутрішньомовна вторинна образна номінація в мові ГЖП є невід’ємним конструктивним елементом експресії. Мова ГЖП залучає порівняння різного походження й широкої гами експресивно-стилістичного забарвлення.

Таким чином, основними формами вторинної номінації у газетно-журнальній публіцистиці образного типу є перифраз, метафора, метонімія, порівняння. Образні ВН у ГЖП – складені номінативні одиниці в їх тропеїчній та емоційно-експресивній функції. Кожна із виокремлених форм образної ВН має свої структурно-семантичні та функціональні комунікативні параметри. Зберігаючи номінативні якості, ці комунікативні форми ВН не втрачають зв’язок із мотивувальним словом, поняттям, що обігрується під впливом основного екстралінгвального чинника – забезпечення емоційно-експресивного змісту висловлювання. При цьому похідна розширена номінація не дублює основну сему, а модифікує її як структурно-семантичний компонент внутрішньої форми мовної одиниці, «використовує» її в асоціативно-образному переосмисленні реалії.

Бібліографічні посилання

1. Арутюнова Н. Д. Языковая метафора (синтаксис и лексика) / Н. Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика. – М., 1979. – С. 147–173.
2. Базарская Н. И. Вторичная номинация в системе языковых знаков (на материале перифраз английского и русского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.15 «Общее языкознание» / Н. И. Базарская. – Саратов, 1988. – 18 с.

3. **Комарова С.** Роль перифрази в створенні функціональної перспективи газетно-публіцистического висказування // Синтаксис речевих одиниць в сучасному руському мові : сб. науч. тр. – Д., 1992. – С. 43–49.
4. Літературознавчий словник-довідник / [Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін.]. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.
5. Особливості мови стилю засобів масової інформації : навч. посіб. для студ. фак. журналістики ун-в / [А. П. Коваль, А. Ф. Пинчук]. – К., 1983. – 150 с.
6. **Пустовіт Л. О.** Засоби вираження метафори / Л. О. Пустовіт // Культура слова. – 1976. – Вип. 11. – С. 34–42.
7. Сучасна українська літературна мова. Стилїстика / за ред. І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1973. – 588 с.
8. **Тараненко О. О.** Языковая семантика в ее динамических аспектах (основные семантические процессы) / О. О. Тараненко. – К. : Наук. думка, 1989. – 256 с.

Надійшла до редколегії 25.02.15

УДК 811.161.2: 811.112.2

М. Р. Ткачівська

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
(м. Івано-Франківськ)*

СОЛДАТСЬКИЙ ЖАРГОН ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАД НА НІМЕЦЬКУ МОВУ

Розглянуто солдатський жаргон, подано його семантичну класифікацію. Проаналізовано способи відтворення позначень рядового та офіцерського складу, назв військових підрозділів, транспортних засобів, наказів та команд, а також побутової лексики військовослужбовців. Дослідження здійснено на основі німецькомовних перекладів творів української постмодерної літератури.

Ключові слова: солдатський жаргон, семантична класифікація, способи перекладу, постмодерна література, відтворення.

Ткачівська М. Р. Прикарпатський державний університет ім. В. Стефаника (г. Івано-Франківськ). **СОЛДАТСЬКИЙ ЖАРГОН І ЕГО ПЕРЕВОД НА НІМЕЦЬКИЙ ЯЗЫК**

Рассмотрен солдатский жаргон, дана его семантическая классификация. Проанализированы способы воспроизведения на немецкий язык обозначений рядового и офицерского состава, названий воинских подразделений, военных транспортных средств, приказов и команд, а также армейской бытовой лексики. Исследование осуществлено на основании немецкоязычных переводов произведений украинской постмодернистской литературы.

Ключевые слова: солдатский жаргон, семантическая классификация, способы перевода, постмодернистская литература, воспроизведение.

Tkachivska M. R. Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. **MILITARY SLANG AND ITS TRANSLATION INTO GERMAN**

Military slang is a stylistically coarse semi-closed informal language of military personnel which has limited functions and differs from a common language norm. It exists alongside with normative literary denotations related to service with troops and is complicated for understanding not only by a foreign recipient, but also by a Ukrainian one. Military lexicology may be divided into the following semantic groups: 1) denotations of privates, noncommissioned officers and officers; 2) names of military units and forces; 3) denotation of weapons and military vehicles; 4) orders, commands, watchwords; 5) everyday denotations (clothes, food, housing conditions, place and conditions of residence etc.); 6) acts, behaviour, deeds. Representation of the military dictionary in the German language is a complicated process for a translator, which demands additional awareness, as there appears a problem of different organization of labor and off-duty life of soldiers as well as a