

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

Кафедра теорії, практики та перекладу французької мови

Сучасні тенденції фонетичних досліджень

Збірник матеріалів

VII Круглого столу з міжнародною участю

26 квітня 2024 р.

Київ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
2024

УДК 81'342(062)
С91

Редакційна колегія:

З. М. Корнева (голова редакційної ради)

А. А. Калига (відповідальний редактор)

Л. І. Тараненко

Сучасні тенденції фонетичних досліджень: зб. матеріалів
С91 VII Круглого столу з міжнар. участю, 26 квіт. 2024 р. – Київ: КПІ
ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2024. – 140 с.
ISBN 978-966-990-117-0

Описано сучасні напрями фонетичних досліджень, висвітлено різноаспектні звукові будови мови й мовлення; когнітивний, культурологічний, прагматичний та енергетичний аспекти фонетичних досліджень дискурсу; фоносемантичні й фоностилістичні особливості текстів різних жанрів; закономірності впливу емоційного стану особистості на просодичні характеристики мовлення; специфіку ідентифікації мовця за фонетичним оформленням його мовлення; константність і варіативність соціофонетичних параметрів мовлення; паралінгвальні характеристики емоційного мовлення; результати лінгвоконтрастивних досліджень фонетичних систем іноземної та української мови, а також актуальність методики викладання фонетики іноземної мови.

Для науковців, викладачів і аспірантів.

УДК 81'342(062)

Наукове видання затверджено рішенням
Вченої ради факультету лінгвістики
КПІ ім. Ігоря Сікорського
(*Протокол №10 від 25.04.2024 р.*)

ISBN 978-966-990-117-0

© Автори публікацій, 2024

© КПІ ім. Ігоря Сікорського (ФЛ), 2024

<i>Гуменюк І.Л., Коцаревська Д.Ю.</i> Інтонаційні засоби емотивності міських пейзажних описів англomовної прози	48
<i>Бойченко М.К.</i> Вербальні й невербальні засоби трансляції харизматичності британських політичних лідерів (на матеріалі вступних частин промов).....	53
<i>Савчук В.І.</i> Закономірності частоти функціонування типів шкали у промовах президентів із електоральною ситуативно-тематичною домінантою.....	59

ФОНОСЕМАНТИЧНІ Й ФНОСТИЛІСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕКСТІВ РІЗНИХ ЖАНРІВ

63

<i>Barna, Claudio.</i> The Azov Sea and the Poet Propertius (50 B.C.–16 B.C.)	63
<i>Buts, Zhanna & Kryvenets, Iryna.</i> L'incarnation Linguistique de la Prosodie des Deviations Communicatives Dans les Œuvres de Bernard Werber	65
<i>Levishchenko, Maria & Shum, Olha.</i> Phonosemantic and Phonostylistic Features of English Novels of 19 th Century	69
<i>Борбенчук І.М.</i> Засоби емоційно-сміслового зображення брехні у романі “Берта Ісла” Хав’єра Маріаса	72
<i>Северина Г.Г.</i> Комунікативна поведінка нарцисичного типу особистості у ході суперечки	74
<i>Турчак О.М.</i> Ономатопи в «Степовій казці» Григора Тютюнника	79
<i>Чебоненко Д.С.</i> Аудіовізуальний переклад реклами англomовних сайтів продажу українською мовою	84
<i>Шахова Я.Є.</i> Звуковий символізм у мові брендів кави	87

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ МОВЦЯ ЗА ФОНЕТИЧНИМ ОФОРМЛЕННЯМ ЙОГО МОВЛЕННЯ

90

<i>Бурка Н.А.</i> Ненормативна лексика: реальність та перспективи дослідження	90
<i>Kolisnyk, Maryna.</i> The Influence of Social Factors on the North-East Dialect.....	95
<i>Миронова О.П.</i> Вираження особливостей поведінки та звичок особистості у компаративних конструкціях англійської мови.....	98

АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ПЕРЕКЛАД РЕКЛАМИ АНГЛОМОВНИХ САЙТІВ ПРОДАЖУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Чебоненко Д.С.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
tretiakes@gmail.com

The study dwells upon the terms and lexical units used in English-language sales sites' audiovisual advertisements. The author singles out sales sites' different topics of advertising, translates them into Ukrainian and analyses the use of phonostylistic means.

Key words: advertising, sales sites, audiovisual translation.

У наш час усі міжнародні онлайн-крамниці адаптовані багатьма мовами, що є причиною їх популярності. Проте такі торгівельні онлайн-майданчики не локалізують свої сайти українською мовою, що зменшує кількість потенційних покупців і позначається на ефективності використовуваних у рекламі фоностилістичних засобів і впізнаваності торгівельної компанії серед українців, а отже є потреба в україномовному аудіовізуальному перекладі комерційної реклами англomовних сайтів продажу.

Аудіовізуальний переклад Н. Матківська визначає як «переклад вербальної складової відео, головною особливістю якого є синхронізація вербальних і невербальних компонентів» (Matkovska, 2014, с. 38). При цьому, маючи справу з аудіовізуальним продуктом, перекладачі працюють не лише з текстом, але й іншими аспектами медіа-мистецтва, які мають поліфонічний характер.

До аудіовізуальної реклами О. А. Добрянська відносить «...відеоролики, рекламно-технічні фільми, рекламну відео експрес-інформацію та слайд-фільми, створені професійною творчою групою або рекламним агентством на замовлення рекламодавця для популяризації марки, фірми, товару чи послуги» (Добрянська, 2003, с. 242).

Н. В. Деркач і К. В. Очерedyко (2015, с. 149-157) дослідили комунікативно-сугестивний вплив на споживача англomовної комерційної аудіовізуальної реклами (далі – АКАВР), а також здійснили класифікацію семантичних, структурних і функціональних ознак АКАВР, виокремлюючи такі основні групи, а саме: 1. Тематична АКАВР (автомобілів; спортивного одягу; декоративної косметики; кондитерських виробів; банківських послуг). 2. Комунікативна функція АКАВР (інформаційна, переконувальна, нагадувальна). 3. Специфіка предмета рекламування (товарна, нетоварна).

4. Структурно-функціональні блоки АКАВР (інтродуктивний, деталізуючий, узагальнюючий). Поділяючи експериментальні зразки АКАВР на підкласи за їхньою тематикою і комунікативною функцією, автори класифікації зазначили, що це слугуватиме основою для встановлення інваріантних моделей певних тематичних різновидів, що покращить комунікативно-сугестивний вплив на адресатів під час демонстрації блоків рекламних роликів. Водночас завдяки різноманітності тематик АКАВР, можна виокремити низку її різновидів, що, зазвичай, використовуються на сайтах продажу, а саме: АКАВР автомобілів, іграшок, ювелірних виробів, аксесуарів, одягу, взуття, електронної техніки, посуду, окулярів, побутової техніки, товарів для тварин, товарів для спорту.

Важливо зазначити, що об'єкти аудіовізуального перекладу можуть суттєво відрізнитися за своєю формою, тому для здійснення дієвого комунікативно-сугестивного впливу на споживачів товарів потрібен якісний добір фоностилестичних засобів аудіовізуальної реклами. На думку А.В. Удот (Удот, 2018, с. 87-89) до таких засобів належать: алітерація, асонанс, консонанс, римування, звуконаслідування і графон.

Проаналізуємо декілька популярних сайтів продажу щодо застосування фоностилестичних засобів у їх рекламних слоганах.

<i>Назва сайту</i>	<i>Слогани у рекламі</i>	<i>Переклад українською</i>	<i>Фоностилестичні засоби</i>
Ebay	Buy it, sell it, love it; That's the Ebay way	Купуй, продавай, любуй; Це – шлях Ібей	консонанс, асонанс
Walmart	Save Money. Live better. Unbeeeatable prices!	Заощаджуй. Живи краще. Неперевеєршені ціни!	консонанс, звуконаслідування
Etsy	From handmade pieces to vintage treasures; Gift easy with Etsy	Від ручної роботи до вінтажних скарбів; Даруй легше разом з Етсі	версифікація, асонанс
Macy's	Style is what you buy, fashion is what you own; Give Love. Give Style	Стиль – те, що купуєш, мода – те, що маєш; Даруй любов. Даруй стиль	алітерація, консонанс

Decluttr	Sell My Stuff; The smart way to sell your cell; ...why wldn't you...?	Продай мої речі; Дотепний спосіб продати мобільний; ...чому б тобі не...?	римування, асонанс, консонанс, графон
Shopee	Shopee-Shopee-Shopping!	Шопі-Шопі-Шопінг!	римування звуконаслідування, консонанс

Проведений аналіз показав, що рекламні продукти англомовних сайтів продажу потребують перекладу українською мовою з наслідуванням оригінальних фоностилістичних засобів, які застосовуються в аудіовізуальній рекламі для здійснення комунікативно-сугестивного впливу на споживачів товарів. Подальше дослідження стосуватиметься виокремлення ключових власних назв, термінів і словосполучень з усіх існуючих тематик англомовної та україномовної аудіовізуальної комерційної реклами.

Література

- Деркач, Н. В. & Очердько, К. В. (2015). Класифікація функціональних, структурних і семантичних ознак англомовної комерційної аудіовізуальної реклами. *Міжнародний збірник наукових праць, присвячений 70-річчю ювілею професора Алли Андріївни Калити*. Київ. 149-157. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22341/1/149-157%20Деркач%2C%20Очердько.pdf>
- Добрянська, О. А. (2003). Механізми, функціонування рекламної діяльності. *Регіональна економіка*. №2. 220-227.
- Удот, А. В. (2018). Фоностилістичні засоби текстів комерційної та науково-технічної реклами. *Сучасні тенденції фонетичних досліджень: збірник матеріалів Круглого столу*. Київ. С.86–90. URL: <https://ela.kpi.ua/items/482c8a8c-37e3-47d8-ab50-0236bf0a64b0>
- Matkivska, N. (2014). Audiovisual Translation: Conception, Types, Characters' Speech and Translation Strategies Applied. *Studies about languages*. 25. 38-44. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.25.8516>