

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра германської філології та перекладознавства

ДИПЛОМНА РОБОТА

магістр

Освітній рівень

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 035 Філологія

Шифр і назва спеціальності

Спеціалізація 035.04 Германські мови та літератури (переклад включно)

на тему: **Відтворення прагматичних особливостей**

афористичних висловлювань при перекладі

Шифр 19099

Виконала:

студентка 2 курсу, група ФПАмз-19-1

Підпис

Н.Й. Бучинська

Ініціали, прізвище

Керівник: д. філол. н., професор

Вчене звання, науковий ступінь

Підпис

Ю.П. Бойко

Ініціали, прізвище

Нормоконтроль: к. пед. н., доцент

Вчене звання, науковий ступінь

Підпис

О.О. Мацюк

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри проф. Бойко Ю.П.

“ ” _____ 2020 р.

Хмельницький, 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
--------------------	---

РОЗДІЛ 1. АФОРИЗМ У ЛІНГВОПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ.....8

1.1. Прагматична адаптація вихідного тексту.....	8
1.2. Прагматичний потенціал висловлювання.....	10
1.3. Історія вивчення афоризму.....	13
1.4. Афоризм у функціональному аспекті.....	15
1.5. Види афоризмів, їх стилістичні та прагматичні особливості.....	20
1.5.1. Стилєові риси афоризмів.....	25
1.5.2. Паремія як афоризм.....	29
1.6. Способи класифікації афоризмів.....	33
1.7. Стратегії перекладу афоризму.....	35
Висновки до Розділу 1.....	44

РОЗДІЛ 2. ПОНЯТІЙНІ СФЕРИ ВЖИВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ АФОРИЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД.....45

2.1. Тематичне угруповання або семантичне поле як складне семантико-структурне утворення.....	45
2.2. Семантичне поле афоризму «бізнес і гроші» та його переклад.....	49
2.3. Семантичне поле афоризму «щастя і горе» та його переклад.....	57
2.4. Семантичне поле афоризму «мудрість і невігластво» та його переклад....	61
2.5. Семантичне поле афоризму «життя і смерть» та його переклад.....	64
2.6. Семантичне поля «родинні стосунки» та його переклад.....	66
2.7. Паремії та їх переклад.....	67
Висновки до Розділу 2.....	69

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....71**ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**.....77

ВСТУП

Афоризми з давніх давен були предметом дослідження. Аналіз афоризмів проводився на матеріалі творчості окремих авторів Радзиєвської Т.В., Федоренка М.Т., Сокольської Л.І., Зражевської Т.А. Дослідження паремійно – логічної структури проводилося на матеріалі творчості Премякова Г.Л., Дубенко О.Ю., Чупашова О.М. Аналіз окремих тематичних груп афоризмів ґрунтується на матеріалі творчості Т.І Дамма, Успенського Л.В. Дослідження ґрунтувалися на матеріалі різних мов, розглядалися афоризми, починаючи з античної епохи й закінчуючи сучасністю.

Актуальність дослідження полягає в тому, що, незважаючи на багатомісячне існування афоризмів, увага й цікавість лінгвістів до них не слабшають. Дослідження мовної природи афоризму залишається актуальним до цього часу. Афоризми цікаві дослідникам культури, мистецтва, літератури. Вони привертають велику увагу мовознавців та лінгвістів змістовною ємністю, оригінальністю форми, особливостями структури. Якщо зараз більшість англійських прислів'їв та приказок мають сталі еквіваленти в українській мові, то багато афоризмів нам доводиться перекладати вперше.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Магістерська робота пов'язана з проблематикою наукової теми кафедри германської філології та перекладознавства «Проблеми лексико-граматичної семантики, прагматики та стилістики в когнітивно-дискурсивній парадигмі».

Об'єктом дослідження є афоризми, пов'язані з різними понятійними сферами їх вживання.

Предмет дослідження – особливості перекладу афоризмів та висловів відомих людей.

Мета дослідження – проаналізувати афоризм як особливий жанр, а також вивчити це явище з перекладацької точки зору.

Для досягнення мети необхідно розв'язати наступні **завдання**:

- визначити термін «афоризм» та його функціональні особливості;

- вивчити види афоризмів та відмінності між ними;
- дослідити прагматичну та експресивну функцію афоризмів;
- дослідити та описати стилістичні засоби при перекладі афоризмів;
- здійснити власний літературний переклад афоризмів;
- згрупувати афоризми, що підлягають перекладу, у тематичні підрозділи.

Методи, що використовувались при дослідженні є такі: метод спостереження, описовий, метод порівняння; аналіз та синтез, а також метод компонентного аналізу, що використовувався для встановлення структури та семантики значення досліджуваних одиниць; дефініційний аналіз, що використовувався для аналізу словникових дефініцій афоризмів; кількісний аналіз, застосування якого дало змогу визначити найвдаліші шляхи передачі паремійних одиниць українською мовою.

Матеріалом дослідження слугували 120 афоризмів, дібраних із збірок афоризмів, ЗМІ, паперових словників, а також із електронних словників афоризмів в інтернеті.

Положення, що виносяться на захист:

1. У процесі перекладу сентенція переадресується іншомовному реципієнту з урахуванням прагматичних відношень мови перекладу, тобто тієї реакції, яку викликає думка. При цьому відбувається прагматична адаптація вихідного висловлювання, враховуються соціальні, культурні, психологічні та ін. розбіжності між відправником повідомлення та «кінцевим споживачем». Прагматична адаптація – це перетворення вихідного висловлювання із врахуванням передачі його прагматичного значення, тобто специфічного сприйняття інформації, що міститься в мовленнєвому висловлюванні, з боку отримувачів. Прагматичний аспект перекладу є основним, оскільки від реакції адресата на перекладену сентенцію залежить досягнення або недосягнення комунікативного ефекту у перекладі.

2. Афоризм – це оригінальна закінчена думка, висловлена або записана в лаконічній текстовій формі, що запам'ятовується, і згодом неодноразово

відтворюється іншими людьми. В афоризмі досягається гранична концентрація безпосереднього повідомлення й того контексту, у якому думка сприймається навколишніми слухачами або читачем. Композиційна й смислова досконалість у кращих афоризмах досягається через створення художнього образу, у якому поставлене інтелектуальне завдання або дається натяк на його рішення.

3. Афоризм – жанр, широко розповсюджений у сучасних ЗМІ. Але вивчення специфіки його функціонування й видових особливостей у цій сфері ускладнює той факт, що до цього часу немає чіткого, загальноприйнятого визначення жанрових особливостей афоризму, не існує впорядкованої класифікації різних видів афоризмів. Внаслідок цього не втратило актуальності судження, висловлене більше тридцяти років тому одним з найбільш авторитетних сучасних дослідників паремійно-логічної літератури.

4. Сила афоризму полягає у досконалості підібраних виражаючих засобів і в умілому зведені актуальних явищ життя в загальні принципи, в домінуючі ідеї. Їм властива і виховна роль, оскільки вони розширюють світ духовних потреб людей і формують їх моральні цінності. Але повчання в афоризмах відбувається не механічно: через свою лаконічність вони спонукають до власних роздумів, є своєрідним каталізатором думки, прискорювачем процесу виникнення асоціацій та ідей. Гранична економія слів, глибина семантики, яскрава образність роблять афоризм і стилістичними шедеврами, які стають дієвим засобом у боротьбі з одноманітністю і сірістю людської думки.

5. Афоризм є дієвим засобом переконання й емоційного впливу багато в чому завдяки витонченій формі вираження думки. При перекладі афоризмів, за основу було взято постулат, що слід перекладати ідею а не синтаксис. Здійснивши переклад, констатуємо факт, що все ж таки велика кількість афоризмів, а саме (42%) нами було перекладено методом **калькування** (дослівно). Автори, створюючи афоризми, прагнуть лаконічно і влучно донести ідею до адресата, а перекладач, намагається не втратити цю ідею при перекладі, зловживаючи художніми засобами. При перекладі деяких афоризмів нами

подається два варіанти. Це пояснюється особливістю жанра подібних висловів. **Модуляція** (сюди входять: функціональна заміна, антонімічний переклад, смисловий розвиток) – **28%** – це лексико-семантична трансформація логічного розвитку значень, яка полягає у заміні одного складника причинно-наслідкових відношень іншим, логічно з ним пов'язаним при збереженні інваріанта; та **підбір еквівалента** – **30%** – це найстабільніший спосіб передачі тієї чи іншої одиниці оригіналу в усіх, або майже в усіх випадках не залежить, або майже не залежить від контексту. Саме останній варіант є відображенням того, що афоризми можуть перекладатися незалежно від контексту, головне зберегти їх образність, влучність, експресивність та дотепність, яка була б «одомашнена» та достеменно зрозуміла іншомовним реципієнтам.

Наукова новизна дослідження полягає у запропонованій системі аналізу семантичного поля афоризму, подано трактування семантичного поля афоризму, що належать до окремих понятійних сфер вживання. В роботі подається також власний переклад афоризмів, здійснений вперше і аналізуються стилістичні особливості цього жанру.

Теоретичне значення роботи визначається внеском у загальну теорію терміну «семантичного поля» та здійснено аналіз семної направленості поняття «аоризм», оскільки подається власне його тлумачення. Результати роботи збагачують теорію номінації низкою узагальнень щодо зв'язку між культурологічними та антропоцентричними чинниками творення паремійних одиниць. А також є внеском до інтеркультурної та міжкультурної адаптації висловлювань – афоризмів.

Практичне значення роботи визначається можливістю використання її результатів у викладанні курсів порівняльної лексикології англійської та української мов, у спецкурсах із інтерпртації тексту, у спецкурсах з перекладознавства, лексикографії та та при написанні кваліфікаційних робіт студентів.

Апробація роботи. Результати роботи обговорювалися на Міжнародній інтернет-конференції 17 грудня 2020 р. у м. Вінниця. За результатами

обговорення було опубліковано статтю «Паремії та їх переклад» у матеріалах Міжнародної інтернет-конференції «Наукові підсумки року», 2020.

Структура магістерської роботи. Дослідження складається зі вступу, двох розділів – теоретичного та практичного, висновків, переліку використаних джерел у кількості 104 одиниць, із них – 81 основних джерел; 9 – довідкових та 14 джерел ілюстративного матеріалу.

У **вступі** розкривається актуальність, предмет, об'єкт, мета, завдання, новизна дослідження, практичне та теоретичне значення роботи, виписуються положення на захист.

У **Розділі 1** досліджується визначення терміну «афоризм», його функції і види, визначається спосіб класифікації та тематичні групи або семантичні поля афоризму. Особлива увага приділяється прагматичній адаптації афоризмів при перекладі, стилістичним засобам, які входять до їх складу, та семантичним особливостям, окреслюються варіанти перекладу афоризмів.

У **Розділі 2** пропонується власний переклад окремих афоризмів, які згруповані у тематичні групи або семантичні поля.

У **висновках** містяться результати проведеного дослідження.

РОЗДІЛ 1. АФОРИЗМ У ЛІНГВОПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

1.1. Прагматична адаптація вихідного тексту

Переклад є процесом трансформації змісту мовного фрагменту (речення, абзацу, тексту) однієї мови в іншу. У процесі перекладу текст переадресовується іншомовному реципієнту з урахуванням прагматичних відношень мови перекладу, тобто тієї реакції, яку викликає текст. При цьому відбувається прагматична адаптація вихідного тексту, враховуються соціальні, культурні, психологічні та ін. розбіжності між одержувачами тексту оригіналу та тексту перекладу.

За А. Швейцером, прагматична адаптація – це перетворення вихідного висловлювання із врахуванням передачі його прагматичного значення, тобто специфічного сприйняття інформації, що міститься в мовленнєвому висловлюванні, зі сторони різних одержувачів [71, с.123].

Термін «прагматика» ввів американський дослідник Ч. Морріс. Він запропонував розділити семіотику як науку про знаки на три розділи: 1) синтактику, яка вивчає відносини між самими знаками, 2) семантику, яка вивчає відносини між знаками та об'єктами, та 3) прагматику, яка вивчає відносини між знаками та тими, хто ними користується. «Оскільки інтерпретаторами більшості (а можливо і всіх) знаків є живі організми, то достатньою характеристикою прагматики було б свідчення того, що вона має справу з усіма психологічними, біологічними та соціологічними явищами, які спостерігаються при функціонуванні знаків». Перед застосуванням тих чи інших трансформацій при перекладі, перекладач використовує прагматичний аналіз, який дозволяє визначити, яка інформація може бути вилучена або видозмінена при перекладі. Так як Рецептор оригінального тексту і Рецептор перекладу мають, як правило, відмінний мовний досвід, різну етнічну ментальність та різні фонові знання, досягнення комунікативної мети в

перекладі вимагає прагматичної адаптації з урахуванням особливостей мови, ментальності і фонових знань Рецептора перекладу [57, с. 45].

Існує три напрямки визначення прагматики: 1) прихильники першого напрямку визначають прагматику як вивчення взаємодії мовних форм та контекстів їхнього вживання, а також інтерпретації мовних засобів в комунікативних контекстах; 2) інший напрямок розглядає прагматику як реальну ситуацію спілкування, яка обумовлює вибір мовних засобів для вирішення комунікативних завдань; 3) третій напрямок прагматики трактується як вивчення потенційних можливостей впливу мови на людину.

Людський фактор є головним поняттям в прагматиці. Прагматика вивчає всі умови, при яких людина використовує мовні знаки. Під цим розуміють умови адекватного вибору та використання мовних одиниць з метою досягнення кінцевої цілі комунікації – впливу на партнера.

Існує також поняття «прагматичні фактори перекладу», яке охоплює факти як мовного, так і позамовного порядку. Найчастіше до прагматичних факторів перекладу відносять жанрово-стилістичні особливості текстів мови оригіналу та мови перекладу, їхню неоднакову прагматичну цінність, функціональну роль словесного знака в тому чи іншому повідомленні, прагматичне завдання самого перекладача. До цих факторів також зараховують національно-культурну специфіку отримувачів оригіналу та перекладу, фонові знання учасників комунікації, їхні соціально-психологічні характеристики.

А. Швейцер писав, що сутність прагматичних факторів «полягає в тому, що вихідний та кінцевий тексти зазвичай адресовані різним одержувачам» [72, с.71].

Отже, прагматичні фактори – це низка чинників, які потребують використання трансформацій у перекладі для досягнення рівноцінного комунікативного ефекту як для одержувача оригіналу, так і для рецептора перекладу. Якщо брати за основу визначення, що адекватний переклад – це переклад, який викликає в іншомовного одержувача реакцію, яка співпадає з

комунікативною установкою, тобто з метою висловлювання відправника, перекладач повинен виконати прагматичну адаптацію тексту оригіналу.

Прагматична адаптація – це внесення певних корективів на соціальнокультурні, психологічні та інші відмінності між одержувачами вихідного тексту і тексту перекладу. Як стверджують лінгвісти, вказуючи на необхідність врахування цього аспекту, у природній людській мові прагматичний аспект настільки важливий, що без врахування його особливостей наукове дослідження тексту не може вважатися вичерпним [71, с. 90].

Перед застосуванням тих чи інших трансформацій перекладач використовує прагматичний аналіз, який дозволяє визначити, яка інформація може бути вилучена або видозмінена при перекладі.

Оскільки сприймач оригінального тексту і Рецептор перекладу мають, як правило, відмінний мовний досвід, різну етнічну ментальність та різні фонові знання, досягнення комунікативної мети в перекладі вимагає прагматичної адаптації з врахуванням особливостей мови, ментальності і фонових знань Рецептора перекладу [72, с. 134].

1.2. Прагматичний потенціал висловлювання

Відомо, що мовний знак має не тільки семантику (відношення до того, що позначається) і синтактику (відношення до інших знаків), але і прагматику (ставлення до тих, хто користуються мовою). Знаки мови можуть справляти на людей певне враження (позитивне, негативне або нейтральне), здійснювати на них якийсь вплив, викликати ту чи іншу реакцію, Здатністю здійснювати на читача або слухача певний прагматичний вплив (або комунікативний ефект) володіє і будь-яке висловлювання, і будь-який текст, Характер такого впливу визначається трьома основними факторами [71, с. 118].

По-перше, це – зміст висловлювання. Зрозуміло, що ваша реакція на повідомлення про смерть близької вам людини буде іншою, ніж звістка про те,

що ви виграли сто тисяч гривень. По-друге, сприйняття повідомлення залежить від характеру складових висловлювання знаків. Одне і те ж повідомлення може бути по-різному оформлено.

Прагматичний вплив, який визначається змістом і формою висловлювання, може реалізуватися неповністю або взагалі не реалізуватися по відношенню до якогось типу рецептора. Таким чином, можна говорити, що висловлювання має прагматичний потенціалом, який по-різному реалізується в конкретних актах комунікації. Аналіз змісту і форми тексту дозволяє визначити цей потенціал, але це ще не визначає характер реального впливу тексту на різних рецепторів [72, с. 45].

Будь-яке висловлювання створюється з метою отримати якийсь комунікативний ефект, тому прагматичний потенціал становить найважливішу частину змісту висловлювання. Звідси випливає висновок, що і в тексті перекладу важливу роль відіграє його прагматика. А, отже, перекладачеві необхідно піклуватися про досягнення бажаного впливу на рецептора в залежності від мети перекладу, або відтворюючи прагматичний потенціал оригіналу, або видозмінюючи його. Тому вивчення прагматичних аспектів перекладу становить одне з центральних завдань теорії перекладу. Слід підкреслити, що співвідношення між прагматикою оригіналу і перекладу може бути різним, і прагматична адекватність перекладу необов'язково полягає в збереженні прагматики вихідного тексту. Німецький перекладознавець А. Нойберт запропонував розрізняти три типи прагматичних відношень при перекладі від найвищої перекладності в прагматичному сенсі до фактичної неможливості відтворити прагматику оригіналу в перекладі [74]. Така градація встановлюється в залежності від характеру тексту оригіналу:

1) найбільш повно передається прагматична спрямованість оригіналу, що має однаковий прагматичний інтерес і для читачів перекладу (наприклад, науково-технічна література);

2) досить успішно зберігається прагматичний потенціал оригіналів, створених спеціально для перекладу (інформаційні та інші матеріали,

призначені для іноземної аудиторії). В) З істотними обмеженнями можлива прагматична адекватність при перекладі творів художньої літератури, які орієнтовані на вихідного рецептора, але мають що сказати і всім людям;

3) і, нарешті, оригінали, специфічно-спрямовані на членів даного мовного колективу і не мають ніякого відношення до рецепторів перекладу (законодавчі документи, суспільно-політична та економічна періодика, різні оголошення та ін.), взагалі не можуть бути передані прагматично адекватно. Нагадаємо, що мова йде не про якість перекладу, а лише про однакову реакцію читачів на оригінал і на переклад. Досягнення такої рівності не є обов'язковою метою будь-якого перекладу, а в деяких випадках воно принципово недосяжне, внаслідок особливостей рецепторів перекладу, неможливості визначити реакцію рецепторів оригіналу і ряду інших причин [74].

Переклад – це завжди створення тексту, письмового або усного, і цей текст не повинен містити мовних помилок, чого перекладачеві не завжди вдається уникнути, особливо коли він переводить на нерідну мову. При необхідності дати оцінку конкретному перекладу за п'ятибальною шкалою кожним видом помилок приписується певна оціночна вага. Залежно від серйозності відхилення кожна помилка або знижує оцінку на один або пів 16 бала, або визнається несуттєвою і не враховується. При виведенні остаточної оцінки отримана сума «мінусів» зіставляється з такими важко обумовленими позитивними рисами перекладу, як «загальне сприятливе враження», «елегантність викладу», «багатство словника» і т.п. Очевидно, що при оцінці перекладу не вдається повністю уникнути суб'єктивності [74].

Отже, прагматичні аспекти перекладу представляють великий практичний і теоретичний інтерес. З ними пов'язаний цілий ряд складних перекладацьких проблем, для вирішення яких професійний перекладач повинен володіти необхідними знаннями і технічними прийомами. Спробуємо скористатися цими прийомами при передачі афоризмів з мови оригіналу на мову перекладу.

1.3. Історія вивчення афоризму

Афоризм – це оригінальна закінчена думка, висловлена або записана в лаконічній текстовій формі, що запам'ятовується, і згодом неодноразово відтворюється іншими людьми. В афоризмі досягається гранична концентрація безпосереднього повідомлення й того контексту, у якому думка сприймається навколишніми слухачами або читачем [28].

Афоризм як мовностилістичне явище вивчається вченим із давніх часів. У деяких англословних джерелах багато говориться про історію виникнення цього поняття. Термін «афоризм» вперше використовувався у трактаті Гіппократа «Афоризми», розгорнутому переліку положень про симптоми та діагностику хвороб, а також мистецтво лікування і медицину. Перший афоризм, що звучить як передмова до цієї книги є таким: «Життя коротке, а мистецтво вічне, випадковості несподівані і небезпечні, досвід оманливий. Справжній лікар – той, хто готовий діяти відразу ж як тільки знадобиться допомога. Пацієнт, відвідувачі, інструменти – все має бути підготовленим ним заздалегідь [27].

Переважають афористами стають гострослови й дотепники, наділені філософським поглядом на життя.

Композиційна й смислова досконалість у кращих афоризмах досягається через створення художнього образу, у якому поставлене інтелектуальне завдання або дається натяк на його рішення. Майстрами афористики були пророки Старого завіту, антики, учені й поети середньовічного Сходу, полководці й авантюристи Європи епохи Просвітництва, мислителі й романісти ХХ століття. На думку деяких дослідників сучасний афоризм перетерпів вплив з боку наукових відкриттів, зроблених у кібернетиці, математичній лінгвістиці й т.п.

Приклади сучасного афоризму про афоризм:

«Афоризм – це роман в один рядок» (Л. Сухоруков);

«Афоризм – це алгебра думок» (Г. Александров);

«Афоризми подібні до адвокатів, що неминуче бачить лише одну сторону справи» (А. Берджесс);

«Афоризм – це думка, що виконує пірует» (Ж. Брюйн);

«Хороші афоризми – гіркі ліки в приємній оболонці, які лікують, не перебиваючи смаку» (В. Швобель).

Виразність афоризму зростає при зменшенні числа слів; близько 3/4 всіх афоризмів складається з 3-5 слів. Афоризми народжуються як у контексті наукових, філософських, художніх творів, так і самотійно.

Слово «афоризм» походить від грецького «афорисмос» (коротке висловлювання). Історія афористичної думки йде в далеку стародавність. Уже тоді люди прагнули коротко виражати свої думки, формулюючи найважливі з них у формі висловів. Короткі вислови зустрічаються на давньоєгипетських папірусах і клинописних табличках Межиріччя, потім, із часом, у Древній Греції й Римі афоризми оформляються в особливий жанр, що зберігає свою актуальність до наших днів [37].

На прикладі афоризмів можна простежити, які теми й сторони життя хвилювали людей у різні епохи, чим відрізнялися національні типи думки. Якщо для одних коротка форма думки була частиною виховання або культури (наприклад, лаконічність у Древній Спарті), то для інших – лише квінтесенцією міркувань, підсумковою формулою, що найбільш вдало виражає відношення до того або іншого життєвого явища.

Визнаним автором афоризмів є Франсуа VI де Ларошфуко – результатом великого життєвого досвіду Ларошфуко були його «Максими» (Maximes) – збірник афоризмів, що становлять цільний кодекс життєвої філософії. Дуже високим є літературне значення «Максим». Також відомими письменниками афоризмів у ХХ столітті були О. Уайльд, Дж. Б. Шоу, К. Краус, Е. Чоран, Е. Жабес, С. Лец.

Зміст афоризмів у Західній Європі значно міняється в період Відродження. На зміну релігійним і богословським текстам приходять світська література, у якій афористичний жанр займає гідне місце. Високі теми

поступаються місцем гуманістичним ідеям. Авторів афоризмів усе більше цікавить людина з її пристрастями й повсякденними турботами. Разом із змістом афоризмів міняється і їхня стилістика: самоаналіз сполучається з гумором або іронією.

Що таке афоризм знають всі, або принаймні, багато хто. Але є багато висловів, які віднести до афоризмів не можна з ряду причин, проте, такі вислови можуть бути цікаві самі по собі, або стати поживою веселих коментарів.

У Новий час афористична літературна форма розвивається у двох напрямках – як самостійний жанр і у вигляді крилатих фраз, включених у контекст різних добутоків (наукових праць, поезії, прози, публіцистики, листів і т.д.). Етапним періодом для афористичної думки стають 18 і 19 століття (серед значимих добутоків епохи – «Максими» Ф. Ларошфуко, «Афоризми життєвої мудрості» А. Шопенгауера й ін.).

На початку 20 століття афористична думка набула особливої літературної витонченості і досягла великого культурного значення, але потім зміст і стиль афоризмів стає усе більш посереднім [37]. Авторами й «героями» афоризмів стають актори, кінорежисери, музиканти, політики, бізнесмени й інші популярні особи, а джерелами – усні виступи, інтерв'ю, анекдоти й т.д.

1.4. Афоризм у функціональному аспекті

Афоризм – жанр, широко розповсюджений у сучасних ЗМІ. Але вивчення специфіки його функціонування й видових особливостей у цій сфері ускладнює той факт, що до цього часу немає чіткого, загальноприйнятого визначення жанрових особливостей афоризму, не існує впорядкованої класифікації різних видів афоризмів. Внаслідок цього не втратило актуальності судження, висловлене більше тридцяти років тому одним з найбільш авторитетних сучасних дослідників паремійно-логічної літератури Г.Л. Пермяковим: «Точного термінологічного значення слова «афоризм» немає» [59, с. 12].

Афоризм як структурований жанр позначений рухомими межами. Різновекторність афоризмів, змінюваність їх форм дозволяє препарувати авторське, аксіологічне бачення, використовувати при цьому релевантні мовностилістичні моделі, а саме: паралелізм, хіазм, перерахування, антитезу, паралельні конструкції, силогізми, гру слів [9, с. 51].

Сила афоризму полягає у досконалості підібраних виражаючих засобів і в умілому зведенні актуальних явищ життя в загальні принципи, в домінуючі ідеї. Їм властива і виховна роль, оскільки вони розширюють світ духовних потреб людей і формують їх моральні цінності. Але повчання в афоризмах відбувається не механічно: через свою лаконічність вони спонукають до власних роздумів, є своєрідним каталізатором думки, прискорювачем процесу виникнення асоціацій та ідей. Гранична економія слів, глибина семантики, яскрава образність роблять афоризм і стилістичними шедеврами, які стають дієвим засобом у боротьбі з одноманітністю і сірістю людської думки [9, с. 34].

Афористичний текст, безумовно, є особливим видом тексту, що володіє лінгвостильовою та жанровою специфікою.

Із цієї причини в довідковій літературі зустрічаються суперечливі відомості. Найбільші розбіжності у визначенні афоризму стосуються таких його ознак:

- **Наявність авторства.** Одні дослідники афоризмами вважають усі види коротких узагальнених висловів, у тому числі прислів'я й приказки [39, с. 8]. Інші відносять до афоризмів тільки авторські вислови [40, с. 15]. Так, Н.Т. Федоренко, Л.І. Сокольська в статті «Жанрові й видові особливості афоризмів» відзначають, що «принциповою відмінністю афоризму від прислів'я є їхній генезис. Прислів'я – продукт народної творчості, тоді як афоризм відноситься завжди до певного літературного джерела, яке має конкретного автора» [41, с. 150]. Крім цього вищезгадані автори виділяють наступні розходження між прислів'ями й афоризмами: а) «лексика й синтаксис прислів'їв, в основі яких лежить народна розмовна мова, звичайно більш прості, у той час як для афоризмів характерні більш складні, витончені синтаксичні

конструкції» [65, с. 250]. б) тематично «прислів'я частіше за все мають тенденцію до повчання, носять повчальний характер. Афоризми ж різнохарактерні» [65, с.250].

- **Парадоксальність.** Деякі автори вважають найважливішою особливістю афоризму парадоксальність, несподіване судження, що втримується в ньому. В «Короткому словнику літературознавчих термінів» знаходимо таке визначення: «Афоризм – узагальнена, глибока думка автора, виражена в лаконічній, витонченій формі, що характеризується влучною виразністю і явною несподіванкою судження» [66, с. 13]. Інші дослідники відносять цю ознаку до факультативних [59, с. 15]. Так, наприклад, Т.І. Дамм у роботі «Малоформатні комічні мовні жанри сучасної російської газети» виділяє сім різновидів афоризмів, і лише один з них є комічні парадокси, які створені «на основі видуманих або дійсних алогізмів» [15, с. 14].

- **Бездоказовість.** У статті Л.В. Успенського «Коротко про афоризми» стверджується, що афоризм – це «тип висловлювання, що дозволяє без доказів, без складної аргументації, однією силою витонченого несподіваного формулювання переконувати чистим твердженням, не стільки доводячи, скільки вражаючи» [63, с. 8]. Афоризм, сказано там, «переконує не вагомістю доказів, не логікою їх, а блиском несподіваного зіставлення слів, упевненістю автора в правоті, закріпленої за допомогою оригінального, нечуваного досі, дотепного їхнього поєднання» [63, с. 10]. Така ж точка зору відбита і в «Літературному енциклопедичному словнику»: «...судження в афоризмі відрізняється від логічного силогізму або наукової тези, оскільки засновано не на аналітичній очевидності й не на систематичних доказах, а на цілісному духовному досвіді, істина якого може бути не тільки пережита, але не доведена» [40, с. 43].

На противагу цьому Н.Т. Федоренко, Л.І. Сокольська відзначають, що «гармонійне поєднання художньої форми з логічною доказовістю науки і є відмінною властивістю афоризмів» [65, с. 248].

- **Необхідність мислення.** Низка дослідників стверджують, що афоризм є своєрідним «каталізатором самостійного мислення» [41, с. 67]. «Афоризм завжди містить більше того, що сказано безпосередньо. Його щирий зміст розкривається в результаті міркування» [39, с. 13]. Німецький дослідник Х. Фрике називає цю особливість «торсовим характером» афористичного тексту, проводить паралель між афоризмом та архаїчним торсом Аполлона, як він описаний в однойменному тексті Р.М. Рільке. «Афоризм, таким чином, не статуя, але художньо виконаний торс. Йому не вистачає того, що при нормальній комунікації безумовно бракує висловлюванню для розуміння вислову: зовнішнього зв'язку з комунікативною ситуацією і внутрішнього зв'язку з безпосередньо до й після висловленим». «Торсовий характер» породжується його принциповою неінтегрованістю в якому-небудь контексті і проявляється в тій «відчутній напруженості, поетично порожньому «місці», що читач заповнює своєю власною розумовою діяльністю, при цьому, кожний читач заповнює його чимось своїм, своїм власним життєвим досвідом» [41, с. 61]. Інші ж дослідники не відзначають цю ознаку навіть як факультативну [9, с. 12].

Наслідком зазначених розбіжностей стає відсутність розробленої дефініції жанру афоризму. У цій ситуації необхідно, принаймні, позначити ті риси, які не викликають розбіжностей у дослідників. Безперечними і загально визнаними є такі якості афоризму, як: лаконічність, узагальненість, висока незалежність від контексту. В «Літературному енциклопедичному словнику» читаємо: «Змістовна основа афоризму – все людське життя в її кінцевому підсумку й висновку, а не окреме спостереження або переживання, тому судження в афоризмах не відносяться до конкретних образів, подій або настроїв, але здобувають самодостатній, надімперичний і надемоційний зміст, вільний від ситуативних і контекстуальних обмежень» [86, с. 43].

- **Виточеність і високохудожність форми.**

Термінологічну невизначеність підсилює досить довільне вживання тих або інших жанрових найменувань різновидів афоризму в сучасній науковій

літературі. На даний час не вироблені єдині критерії, відповідно до яких ці види можна було б диференціювати. В основу наявних класифікацій дослідники закладають різні принципи. Так, наприклад, класифікація, наведена в «Літературному енциклопедичному словнику», з одного боку, «створюється відповідно до критеріїв авторства: анонімні афоризми (гноми або сентенції) – авторські афоризми (апофегми або гноми), а з іншого боку, у цій же класифікації спостерігається тематичний принцип, на підставі якого виділяються, наприклад, гноми як ситуативно-анекдотичні афоризми й максими як афоризми моралістичні» [49, с. 115]. Крім цього враховується й формальний критерій: висловлювання в дійсній або наказовій формі – сентенція, звичайно віршоване висловлювання – гнома.

Не завжди збігаються визначення того або іншого виду афоризмів у різних дослідників. Так, характерною семантичною ознакою гном ряд авторів вважають філософський зміст [30, с. 7], інші ж – повчальний зміст, дидактизм [39, с. 8]. Н.Т. Федоренко, Л.І. Сокольська визначають апофтегму як «коротке повчальне висловлювання» [65, с. 254], а в інших дослідників апофтегма – «коротке повчальне висловлювання, близьке сентенції, але вписане звичайно в конкретну ситуацію, що стосується норм поведінки людей у особистому та суспільному житті, що вказує на суспільні обов'язки, радить як вибирати дружину, зміцнити родину й т.д.» [28, с. 78].

Ми ж у своїй роботі під терміном «афоризм» будемо розглядати усі авторські вислови, які містять оригінальну закінчину думку, що запам'ятовується і може бути відтворена іншими людьми.

Далі розглянемо питання щодо встановлення жанрових ознак афоризму, задля впорядкованої класифікації його видів.

1.5. Види афоризмів, їх стилістичні та прагматичні особливості

Деякі характеристики афоризму факультативні. Так, афоризму можуть також бути властиві філософські думки, художність (використання тропів і фігур мови), несподіванка й оригінальність судження, постулативність і категоричність. У збірниках афоризмів зазвичай містяться: 1) відособлені афоризми, 2) вставні афоризми, 3) перекладні афоризми [6, с. 83].

Приклади окремих самостійних «відособлених» афоризмів – відома праця Ф. Ларошфуко «Максими». Сам термін «афорист», що з'явився в 1713 році, відносився переважно до творців збірників своїх власних афоризмів. Тенденція включати афоризми в текст розвилася пізніше.

Вставні афоризми – афористичні тексти, узяті з тексту більшого обсягу. Це можуть бути есе, філософські трактати, статті, листи, щоденники. Якщо автором є письменник або поет, як правило, джерелом є художній твір. Такі вставні афоризми можуть належати персонажеві твору й характеризувати позицію цього персонажа. З одного боку, вставні афоризми можуть не відображати особистих поглядів автора на описуване в них явище дійсності або виражати точку зору протилежну авторській. З іншого боку, включення таких афоризмів у збірники свідчить не тільки про їхню художню цінність, але також і про значимість їхнього змісту, принаймні, на думку автора збірки. Велике значення у зв'язку із цим мають принципи компілювання корпуси афористичних текстів і вплив особистості автора збірки на вибір афоризмів, що входять до збірки, а також, імовірно, ідеологічні міркування, що позначаються на підборі афористів і окремої тематики. Приміром, збірка афоризмів, опублікована в радянську епоху (Чаша мудрості, 1978), буває висловами В.І. Леніна, К. Маркса, а також визнаних у той час діячів науки й мистецтва [65, с. 124].

Перекладні афоризми – афоризми, які були перекладені з інших мов. Будучи добутками закордонних авторів різних історичних епох, перекладні афоризми, зачіпають актуальні проблеми й становлять інтерес для сучасного

вітчизняного читача. В антології включаються афоризми відомих політиків, економістів, філософів і письменників усього світу.

Т.В. Радзівєска пропонує також розрізняти літературні і нелітературні афоризми з погляду поставленого автором комунікативного завдання. Головна відмінність літературних і нелітературних афоризмів, на думку Т. В. Радзівєської, – у характері адресата [60, с. 25].

Так, літературні афоризми розраховані на певну аудиторію: «автор враховує якийсь рівень знань адресатної сторони», опирається на емпіричні, ідеологічні знання адресата, його знання текстів, тим самим моделюючи передбачуваного співрозмовника [1, с. 29]. Наприклад, *The words of Mercury are harsh after the songs of Apollo* (William Shakespeare) [Слова Меркурія грубі після пісень Аполлона (Вільям Шекспір)]. Даний афоризм зрозумілий за умови знання міфології. Відповідно до вірувань стародавніх греків, успадкованим Древнім Римом, Меркурій (бог торгівлі) захищав брехунів, ошуканців і злодіїв, тоді як Аполлон (бог мистецтва) вважався проводирем муз. Функція нелітературного афоризму чисто пізнавальна, тому такий афоризм не прагматичний. Нелітературні афоризми «призначені, для фіксації авторської думки» [1, с. 39].

Пропонується також класифікувати афоризми на прозаїчні та поетичні:

1. У прозаїчній формі:

одним реченням:

1) *The err is human, but when the eraser wears out before the pencil, you're overdoing it.:*

декількома реченнями:

2) *If at first you don't succeed, try, try again. Then give up. No use being a damned fool about it.*

2. У поетичній формі:

3. *Behold the victim of Parthenia's pride!*

He saw, he sighed, he loved, was scorned and died.

У рамках афористичного жанру іноді вживаються терміни сентенція, апофегма, максима, які в цей час також часто замінюються терміном «афоризм».

За спрямованістю морально-повчального змісту афоризми поділяються на [37, с. 151]:

сентенції (proverbs) мають морально-повчальний характер, часто – це життєві повчання. Прикладом можуть бути:

“She sees things – things that might happen, things that are coming. But it’s very subjective. The future isn’t set in stone. Things change” (St. Meyer).

“Things change. And friends leave. Life doesn’t stop for everybody” (St. Chbosky).

Максими (sayings) (у них у короткій формі висловлене певне моральне правило або етичний принцип):

“Turn your wounds into wisdom” (Oprah Winfrey);

“When people go to work, they shouldn’t leave their hearts at home” (Betty Bender);

Парадокси (quotations) (думки, що не збігаються з усталеними поглядами). Напр.:

“To the well-organized mind death is but the next great adventure” (J.K. Rowling, Harry Potter).

“I am dead, but it’s not so bad. I’ve learned to live with it” (Issac Marion)

окремі стилістичні фігури: гіпербола; літота; порівняння; метафора тощо.

Реалізація прагматичної функції афоризмів залежить від їхньої текстової автономності. Характерною функцією контекстного афоризму є функція інтерпретації конкретної ситуації. Самостійні афоризми за іллокутивним потенціалом діляться на: 1) констатуючі афоризми, функція яких – осмислення й оцінка досвіду; 2) афоризми-попередження, що виконують стратегічну функцію. Вона допускає рекомендації, застереження, оцінку дійсності з погляду ефективності в досягненні успіху; 3) афоризми-наставляння, функція яких – переконати, спровокувати, підштовхнути до дій [1].

Серед стилістичних якостей афоризму, що лежать в основі його експресивності, виділяють образність, влучність вираження, естетичність оформлення, і художню тонкість, виразність і витонченість форми, поетичність, оригінальність, яскравість вираження.

До найбільш вивчених експресивних прийомів в афоризмах відносяться: образні засоби (тропи), деякі конструкції експресивного синтаксису (фігури), а також стилістичні засоби оригінальності, побудовані на алогізмі. Зовсім невивченою залишається звукова сторона афористичних текстів. З огляду на всю складність проблеми експресивності, ми визнали за необхідне провести комплексний, багаторівневий аналіз експресивних засобів в афористичних текстах, дослідивши їх у фоностилестичному, і тропологічному і синтаксичному.

При вивченні фоностилестичного оформлення афоризмів особливої уваги потребує звукопис (і тридцятимільйонне її звуконаслідування і звукосимволім). Звукопис в афоризмах не тільки створює гармонію, але й виконує значеннєву функцію: створює художні мотиви, образи, теми. Експресивні можливості звукописи реалізуються завдяки мовній ономотопії, благозвучності, запозиченням, засобам звукосимволізма, фонологічним повторам, алітерації, асонансу, параномазии [2].

До ритмоутворюючих форм експресії в афоризмах ставляться стислість висловлення (сім-вісім слів), ритм (бінарний, тернарний), зміна ритму, рима (суміжна рима в контекстних поетичних афоризмах і рима різних видів у прозаїчних афоризмах). Ритмоутворюючий засіб утворює текст, формує його архітектоніку. Фонологічні експресивні засоби сприяють реалізації афоризмом наступних функцій: експресивної та поетичної [18, с. 75].

Прагматичний аспект семантики виражаються афоризмами інтенції. Афоризми можуть виконувати функцію оцінки конкретної ситуації, полемічну, стратегічну, дидактичну, спонукальну функції [1, с. 54].

На фонологічному рівні афоризми використовують засоби звукописи й створення ритму, які перетворюють афоризм в особливий вид музичної прози,

мелодійний і образний. Фоностилістичні засоби викликають додаткові мовні уявлення, розставляють логіко-значеннєві акценти, а також приводять у гармонію форму й зміст.

Тропологічний аспект афоризмів, будучи лінгвістичним перетворенням образності тексту, характеризується переважним уживанням метафори, порівняння й метонімії. Загальним для метафори й метонімії є, по-перше, реалізоване ними завдання створення (відновлення) образу в афоризмах, покликана відбити авторський погляд на дійсність, а по-друге, здатність метафори й метонімії до конденсації думки за рахунок тропологічного збільшення змісту [17, с.87].

На синтаксичному рівні афоризм тяжіє до:

1) використання найпоширеніших фігур експресивного синтаксису (синтаксичного паралелізму, антитези, анафори, повтору, риторичного питання, еліпсиса, хіазму й парцеляції);

2) різноманіття функцій, реалізованих синтаксичними фігурами. Симетричні фігури (синтаксичний паралелізм анафора, антитеза, хіазм) слугують створенню ритму тексту й гармонії форми, що забезпечує легке сприйняття й запам'ятовування, а також реалізує функцію емоційного впливу, жанру. Асиметричні фігури (еліпсис, риторичне питання, парцеляція) спрямовані на привертання уваги адресата, виділення якогось елемента повідомлення, значеннєве й синтаксичне акцентування, підтримка й посилення інтересу до повідомлення. Фігури змішання (поліптот і кореневий повтор) виконують в афоризмах різноманітні функції: видільну, порівняльну, протиставну, полемічну, структуроутворюючу функцію посилення емоційного запалу;

3) високої концентрації й конвергенції синтаксичних фігур, що поєднуються із тропами й фонологічними засобами. Подібні сполучення розширюють експресивні можливості афоризму, збагачуючи його зміст і зміцнюючи структуру завдяки витонченій формі вираження думки [17, с. 98].

Отже, афоризми створені для влучного вираження думки, надають фразі глибини та мудрості, яку неможливо виразити іншим способом. Це формули мудрості і повчання, несуть інформацію про історію та побут людей. Поверхнева та глибинна структура афоризмів говорить про їх автономність як жанр художньої прози.

Як це видно із сказаного вище, існує чимала кількість афоризмів з різною тематикою, структурою, стилістикою та формою. І саме цей факт говорить про те, що неможливо створити якусь чітку, досконалу класифікацію афоризмів за тим чи іншим критерієм. До того ж це питання ускладнює постійна поява нових афоризмів.

1.5.1. Стильові риси афоризмів. Як відзначалося вище, афоризм повинен бути досить обширним за своїм змістом і мати форму речення. Однак деякі мудрі думки, незважаючи на лаконізм викладу, все-таки не вкладаються в рамки афоризму, тобто речення. Слідом за Н.Т. Федоренко й Л.І. Сокольською, ми називаємо такі вислови афористичними висловами [65, с. 134].

Збірники афоризмів часто містять значну кількість афористичних висловів. Очевидно, що дані види висловів відрізняються тільки за формальною ознакою: афористичний вислів може складатися із двох і більше речень. Наприклад: *Яка необхідна приправа до всього – доброта. Найкращі якості без доброти нічого не коштують, і найгірші вади з нею легко прощаються* (Л.Н. Толстой). Поняття афоризм і висловлення довгий час не були диференційовані й дотепер є фактичними синонімами. Однак у цей час у науковій літературі афоризм частіше визначається як сучасний вид вислову. Від висловів афоризм відрізняється, насамперед, часом існування, тому афоризми вільні від церковно-релігійного нальоту і їхня тематика в цілому більш різноманітна [1, с. 25].

Творці «Золотого словника афоризмів» вважають, що тематика сучасних афоризмів значно розширюється за рахунок уваги до історичних, політичних і соціальних аспектів.

Проте у збірки афоризмів зазвичай включаються афористичні одиниці, створені в різні історичні епохи. Деякі афоризми «перекочовують» із збірки в збірку, незважаючи на «архаїзм» форми, тому що їхній зміст не втрачає своєї актуальності для сучасного читача.

З точки зору **стильових рис афоризму**, цікавою є праця Т.Н. Манякіної [51], в якій як значущі стильові риси виділяються такі:

експресивність, образність, загальнозначущість, інформативна стислість, комунікативна чіткість [51, с.13].

Загальна значущість афоризмів розглядається як стильова риса, що звертається, у першу чергу, до змісту твору. Загальна значущість афоризмів – це певна цінність інформації для широкого загалу, що міститься в афоризмі. Актуальність предмета, глибина думки становлять імпліцитну, внутрішню основу загальної значущості. Загальна значущість афоризмів підтримується також експресивністю, оригінальністю їх мовної форми [51].

Завдяки такій взаємодії жанрово-стильових рис афористичне висловлення може володіти загальною значущістю при нульовій реалізації її основного конститuenta – узагальненості, що спостерігається у конкретно-історичних та епіграматичних афоризмах. Тому загальна значущість як жанрово-стильова риса афоризмів влючає у себе не лише комунікативно-логічний аспект, а й оціночно-естетичний. Звідси під загальною значимістю афоризмів у широкому сенсі слід розуміти цінність афоризму для широкого загалу на основі актуальності його предмета і змісту, а також яскравості його мовної форми [51].

Експресивність як стильова риса афоризмів виявляється у посиленій виразності, яскравості мовної форми твору. Експресивність реалізується через провідні конституенти (оригінальність, образність) та факультативний конститuent – емоційність [51].

Емоційність – факультативна риса афоризму. Екстралінгвістичним фактором емоційної експресії є гострокритичне, упереджене ставлення автора до навколишньої дісноті [афори, переклад]. Функція емоційної експресії – переконання шляхом емоційного впливу [51, с. 12]:

“When we were children we were grateful to those who filled our stockings at Christmas time. Why are we not grateful to God for filling our stockings with legs? (Gilbert K.Chesterton).

Експресивність є стильовою рисою афористичних текстів і виступає як категорія, на якій базуються всі мовні рівні афоризму. Експресивні засоби дозволяють, по-перше, виразити авторський початок у тексті, по-друге, вплинути на адресата.

Стилістика текстів народно – літературних афоризмів в багатьох лінгвістичних параметрах відповідає вимогам афористичності, одне з яких відбувається в розвитку непрямого вживання опорних у значущому відношенні слів і їх метафоризації.

Образність – одна з найбільших характерних рис жанру. Образність як конститuent експресивності виконує в афоризмах такі функції: повідомлення нових відомостей про предмет, передача оригінального авторського бачення явищ, ідентифікаційно-емоційне ставлення до них, емоційний вплив на читача, досягнення наочності характеристики чи оцінки, конкретності в передачі абстрактного, стислості у викладі думки та ін.:

Money is very like manure, of very little use except it be spread (Francis Bacon);

A room without books is like a body without a soul (Gilbert K.Chesterton)

Стислість інформативна і легке запам'ятовування тексту, які також входять до поняття афористичності, визначаються синтаксичною організацією тексту, що включає, як правило, дві синтаксичні одиниці, семантично зближені або протиставлені по відношенню один до одного. Зв'язки значеннєвого протиставлення або зближення, від вираження яких залежить також і ступінь образності висловлення, забезпечуються не тільки на синтаксичному, але й на лексичному рівні (синонімія, антонімія, багатозначність), що в цілому й створює гру слів:

Напр.: *«Здоров'я не купити, ним можна тільки розплатитися».*

Оригінальність – підкреслена незвичайність афоризму у семантичному і мовному планах, що суперечить позалінгвістичному досвіду читача або мовній традиції. Оригінальність реалізується за допомогою алогізму, – семантико-мовного прийому, в основі якого лежить структурно-логічний принцип несподіваного з’єднання далеких явищ. На відміну від творів великих форм, в афоризмах алогізм виступає не допоміжним стилістичним елементом, а визначає всю семантико-стилістичну суть твору, слугуючи іноді навіть спонуканням до створення твору. На зовнішньому, мовному рівні алогізм отримує чіткий вияв, якщо вихідним матеріалом для нього слугує екстралінгвістична ситуація. Відповідно до цього виділяються такі типи алогізму:

1) алогізм як семантико-стилістичний засіб оригінальності (парадокс, гротеск, несподіваний поворот думки):

“A man can be happy with any woman so long as he does not love her” (Oscar Wilde).

2) алогізм як мовно-стилістичний засіб оригінальності (зіткнення форми і змісту, зіткнення понять, каламбур (подвійний сенс і гра слів)):

“Work is a curse of the drinking classes” (Oscar Wilde).

Комунікативна чіткість – зміст афоризму складається із двох компонентів: предметно-логічної інформації та експресивно-стилістичної. Інформативна насиченість, щільність твору досягається завдяки розширенню обох компонентів інформації за рахунок різноманітних засобів експресивності. Мовним чинником інформативної насиченості афоризмів є також оптимальність лексичного наповнення: в афоризмі немає нічого зайвого, незначущих слів. Це демонструє, наприклад, такий вислів:

Knowledge is power.

Загальнозначущість. На відміну від літературних афоризмів, які в значеннєвому й структурному відношенні не відтворюють раніше створені зразки, але, навпаки, самі сприймаються як зразки мовотворення, народнолітературні афоризми дуже часто містять алюзії відомих літературних

або фольклорних цитат, політичних гасел або є результатом їхнього переформулювання й «обіграння» змісту й форми.

Отже, афоризм, з одного боку, вбирає в себе рефлекторні образи, а з іншого оригінальну авторську думку. Афоризм завжди має дидактичну спрямованість, але ніколи не буває ординарним висловлюванням. Створення афоризмів – справа талановитих людей, які поєднують максимальну скороченість висловлювання із чітко спрямованим впливом на людину.

1.5.2. Паремія як афоризм. Паремійний фонд мови – це скарбниця народної мудрості, до якої входять найбільш влучні, ємні, художньо виразні вислови-спостереження, що торкаються всіх найсуттєвіших сфер життя та діяльності людини. Цей фонд є відкритою системою, оскільки він постійно поповнюється за рахунок відомих афоризмів громадських діячів, митців, літераторів, науковців, які настільки часто використовуються у засобах масової інформації та побутовому мовленні, що з часом втрачають авторство і стають народним надбанням. Набуття афоризмом статусу прислів'я відбувається не тільки завдяки його безпосередньому змістові, скільки зважаючи на спосіб вираження думки, на ту форму, котра служить засобом втілення нових семантичних ракурсів. Остання споріднює мову фольклору з поетичним мовленням, яке, за класичним вираженням, являє собою «найкращі слова у найкращому порядку». Кожне прислів'я є, по суті, мініатюрним художнім твором, зміст та афористична сила якого породжуються його конденсованою образністю та особливостями ритмомелодійної структури. Саме тому важливим завданням перекладача є максимальне збереження яскравих паремійних образів, втілених у тропи, архітектоніки пареміологічних одиниць, їхніх композиційних рис та синтаксичної структури [9].

Дуже потужним чинником створення афористичної виразності висловлення є його образність, що знаходить вираження в персоніфікації, метафорах, метонімії, художніх порівняннях та гіперболах:

No ear is deaf to the song that gold sings. – *Немає такого вуха, що не чує пісню, яку співає золото.*

Life is an onion which one peels cryings. – *Життя* – це цибуля, яку чистять з плачем.

Адекватність відтворення образу засобами іншої мови вимагає в цих випадках, щоб перекладач зважав на збереження таких особливостей паремійних одиниць:

1) художньої цілісності образу.

Перекладаючи будь-який образ у складі розгорнутої метафори, треба чітко співвідносити його з рештою елементів цього образного висловлення. Так, слово *light* в метафоричному прислів'ї. *Anger is a wind that blows out the light of the mind* слід перекладати не *світло* (всупереч наявності стійкої метафори *світло розуму*), а *вогонь*, з огляду на головний вислів *вітер*. *Злість* – це *вітер*, що *гасить вогонь розуму*.

2) природності сталого образу.

Наприклад, беручи до уваги розбіжність образів в англійському та українському стійкому порівнянні *to work like a horse/ працювати як віл*, у перекладі прислів'я *Sailors get their money like horses, but spend it like asses* один з образів потребує відповідної заміни: *Моряки заробляють гроші, працюючи як воли, а витрачають їх як віслюки*.

3) **гендерних конотацій ключового образу** прислів'я. Так, дослівний переклад прислів'я *To go slowly and to live long time are two brothers*. *Повільна хода та довге життя є братами* погано кореспондується з образом братів, тобто двох істот чоловічої статі. Тому більш точним треба визнати варіант *Повільний рух та довгий вік є братами*

4) **вписаності образу в певну ритмомелодійну схему**. З двох варіантів перекладу прислів'я *A good surgeon must have an eagle's eye, a lion's heart and a lady's hand* 1) *Добрий хірург повинен мати око орла, серце лева і руку жінки*; 2) *Добрий хірург повинен мати орлине око, левине серце і жіночу руку* більш вдалим треба визнати другий варіант з причин кращої змістовно-структурної спаяності [19].

Нерідко сила афоризму пояснюється використанням гри слів, без збереження якої він втратить більшу частину своєї принадності: *He who only hopes is hopeless.* – *Той хто живе тільки надію є безнадійним.*

Оскільки прислів'я наділено багатьма ознаками поетичного мовлення, помітну роль у їх стилістичній організації відіграє фонічна структура висловлювання. До окремого випадку використання стилістичного ефекту алітерації належат римовані прислів'я та приказки: *Safe bind, safe find.* Однак найбільш художньо виразними є прислів'я в яких схожого фонічного вигляду набувають поняття, що семантично протистоять або уподібнюються одне одному: *Muck and money go together. A miss is as good as a mile Might goes before right One man's breath is another's death.*

Алітераційний фактор не завжди знаходить адекватне відображення в перекладі, що можна пояснити, з одного боку, об'єктивною розбіжністю між фонічною структурою слів, які означають синонімічні поняття в різних мовах, а з іншого тим, що фонетичним прийомам стилістики іноді неправомірно відводять другорядну роль. Проте, подібно до поетичного мовлення, паремійний фонд різних мов має своєрідні семантико-фонічні зрощення понять, продиктовані фонічним складом певної мови. Тому англійські *muck/money, might/righty* вищезгаданих прислів'ях знаходять українські відповідники-аналогі: *Срібло – золото_тягне чоловіка у болото. Тіло в золоті, а душа в мерзоті. Золото і в болоті світиться. Людям як болото, а матері як золото.* Варіант перекладу, що зберігає алітераційність оригіналу, завжди буде більш виразним, ніж варіант з втраченою фонічною маркованістю [19].

Генератором неповторної поезики прислів'їв є їх архітектоніка, гармонійна збалансованість частин, що базується на прийомі синтаксичного паралелізму та різноманітних видах повтору. Безумовно, ідею як важливий чинник створення повноцінного цілісного тексту в межах одного речення обов'язково потрібно враховувати у перекладі:

The wise man hides his wisdom; the fool displays his foolishness. – *Мудрий приховує свою мудрість; дурень демонструє свою дурість.*

A dollar saved is a dollar earned. – Збережений долар – це зароблений долар. Не втратив долар – значить заробив.

Life is a comedy to those who think and a tragedy to those who feel. – Життя – це комедія для тих, хто думає, і трагедія для тих, хто відчуває.

Інколи частини прислів'я римуються, що з одного боку, значно підвищує афористичність виразу, а з іншого, робить його зручним для запам'ятовування:

He who eats with heart is a worker smart. – Хто їсть з охотою, той не мерзне за роботою.

Досить цікавими є випадки, коли, перекладаючи римоване прислів'я, ми можемо запропонувати певні узвичаєні в мові перекладу образні фольклорні формули, як у нашому варіанті римованого перекладу афоризму

Money is honey, my little sonny, and a rich man's joke is always funny. – Гроші, мій синку, як медом мазано, і що скаже багатий – те влучно сказано (порівняйте з образністю оригінального українського прислів'я *Чужа жінка медом мазана, а своя — смолою*).

Звичайно, з огляду на конденсовану образність прислів'я, зосереджену лише в декількох словах, збереження рими часто є неможливим у перекладі. Проте у тих випадках, коли мова перекладу неначе сама пропонує варіант з римою для неримованого оригінального прислів'я, переклад стає більш художньо переконливим і виразним:

They must hunger in winter, that will not work in summer. – Хто влітку не працює, той взимку голодує.

Wherever there is a woman, there is gossip. – Де жінки – там і плітки.

Потрібно зазначити, що всі вище зазначені стилістичні риси є характерними, перш за все, для традиційних прислів'їв та приказок, ті ж висловлення, котрі нещодавно перейшли до розряду пареремій, здебільшого позбавлені поетики фольклору з її взаємодією семасіологічних, ритміко-синтаксичних та фонетичних засобів. Їм, як правило, притаманна конкретність змісту, літературна манера вираження, що потребує відповідного відтворення в перекладі [19, с. 265].

Таким чином, з погляду стилістики адекватність перекладу прислів'їв та приказок може бути досягнута лише за умови врахування лінгвопоетичних особливостей паремії, тобто її змістотворчих формальних характеристик, взаємодії структури семантики, що надає висловленню афористичну силу і робить його явищем художнього мовлення. З іншого боку, важливо зважити на ступінь фольклорності паремійного вислову, оскільки належність прислів'я до фонду традиційних паремій означає можливість відповідної стилізації у перекладі або використання українських аналогів, тоді як переклад афоризмів, котрі нещодавно набули статусу паремій, потребує дотримання норм сучасної літературної мови. Нарешті, нерідко вирішальним фактором у перекладі прислів'я стає стилістична тональність його контексту, що служить своєрідним камертоном для добору адекватного варіанту перекладу.

1.6. Способи класифікації афоризмів

Існує багато класифікацій афоризмів. Афоризми можна класифікувати, обираючи різні **критерії: семантичний, структурний та функціональний.**

На наш погляд саме семантичний аспект можна вважати найбільш придатним для класифікації афоризмів. Тематика афоризмів поступово змінювалася з плином часу.

Так, обираючи **семантичний аспект**, можна запропонувати таку класифікацію афоризмів:

1) загальне буття:

People ask for criticism, but what they only want is praise (S. Maughham);

2) бути мамою; татом; людиною тощо:

Жінки – слабкі;

Якщо у вас одна дитина – Ви батько;

Якщо у вас двоє дітей – Ви рефері (книга афоризмів 2 с. 83);

3) життя:

Життя як коробка цукерок: ніколи не знаєш, що всередині;

4) любов:

Якщо ви хочете полішити ваші відносини - сприймайте любов як дієслово, а не як почуття (Стівен Кові).

5) вічна істина:

People ask for criticism, but what they want is praise (S. Maugham);

6) присутність кванторів узагальненості: прислівників, прийменників, негацій:

No wise man ever wished to be younger (J. Swift);

7) присутність спеціального початку:

Where there's marriage without love, there will be love without marriage (Franklin)

8) використання риторичних запитань:

What is it: the man only a blunder of God, or God only a blunder of man? (Nietzsche)

Як це видно із наведених вище прикладів, тут панує ознака універсальності та узагальнення, яка досить скомпресована і імпліцитний зміст виявляється у повчанні. Основна риса універсальних висловлювань – генералізація їх значення і, як результат, поява модального значення. Генералізація значення цих висловлювань призводить до того, що типовою ситуацією їх застосування є **повчання**. Мовним суб'єктом тут виступає людина, яка демонструє свій досвід, причетність до моральних норм соціуму. Афоризми, як і прислів'я, сентенції, «інструється» у тексті й характеризуються інтертекстуальністю [15, с. 276].

Іноді афоризми містять гумористичний характер, їх функція полягає у тому, щоб створити гумористичний ефект [23]. Або ж містять філософську направленість чи релігійний характер.

1.7. Стратегії перекладу афоризму

«Переклад – це те, що перетворює все так, що нічого не змінюється», сказав Г.Грасс, німецький письменник та публіцист. Ця сентенція якнайкраще підходить до перекладу афоризмів. Адже афоризм – особливий жанр художньої літератури, своєрідність якого полягає в тому, що він може функціонувати як самостійний мікротекст і як частина макротексту. «Переклад – це справа не тільки слів: це справа зробити зрозумілою культуру загалом» (Ентоні Берджес). Це власне і є про переклад афоризмів. Бо ж перш ніж перейти до дослідження проблем перекладу афоризму, необхідно сказати про основні особливості цього різновиду художніх текстів – особливості, які багато в чому визначають вибір засобів перекладу.

Жанр афоризму привабливий для читача новизною й несподіванкою змісту, витонченістю форми. Важлива властивість афоризму – велика компресія інформації в малому за обсягом вислові. Засоби передачі великого обсягу інформації в афоризмі різні.

Переклад афоризмів як частин художнього тексту чи як своєрідних цілісних творів належить до художнього перекладу, який є досить важкою сферою у перекладознавстві, адже при такому перекладі транслятор не тільки перекладає, а певним чином пише новий текст цільовою мовою.

Деякі критики стверджують, що художній переклад – це витвір, який під силу лише художникам слова, що спираються при перекладі в основному на естетичні критерії. Адже не існує певних правил перекладу афоризмів, на відміну від, наприклад, правил перекладу фразеологічних виразів. Перекладознавці С. Влахов та С. Флорин у книзі «Непереводимое в переводе» [12] виділяють, водночас, два основних правила, якими повинен керуватися перекладач при роботі з афоризмами та художніми текстами, які їх містять: 1) зберегти **форму** афоризму; 2) зберегти **конотативне значення афоризму**: натяки, алюзії, пов'язані із їх джерелом.

Саме тому у випадку, коли перекладач працює з афоризмами поза контекстом, варто дізнатися авторство та по можливості історію виникнення. Однак досить важко дотримуватися першого правила. Це зумовлено тим, що афоризми найчастіше є складовою частиною художнього тексту і перекладач може різними способами модифікувати оригінальну структуру речень, як от комбінувати з кількох коротких одне складне речення, чи навпаки, складну граматичну конструкцію розкласти на кілька простих. Часто перекладач змушений вводити у речення додаткові слова, щоб пояснити незрозумілу для читача, який є представником іншої культури та національності, комунікативну ситуацію. При застосуванні такого прийому оригінальний афоризм може втратити свою влучність, перетворившись на звичайне речення, яке поза контекстом художнього твору ніякого значення не має. На заваді виконанню другого правила часто стають лексичні особливості мови перекладу. Відомо, що абсолютних еквівалентів слів у різних мовах практично не буває, адже кожне слово наділене певними семантичними відтінками, які можуть бути зумовлені культурними особливостями або ж надані слову у період його історичного формування та розвитку. Відповідно, підтекст мови оригіналу не завжди можна передати тими ж словами у мові перекладу, а при заміні слів і введенні у речення роз'яснюючих елементів афоризм може втратити свої форму і значення. Отже, можемо виділити ряд причин застосування трансформацій при перекладі. Перш за все трансформації зумовлені розбіжностями в структурах мови оригіналу та мови перекладу, як от порядок слів у реченні, узгодження членів речення між собою тощо. Проблемою може також стати розбіжність значенневого обсягу слова. Абсолютний еквівалент при перекладі знайти практично неможливо, оскільки кожне слово наділене не лише денотативним значенням, а ще й безліччю конотативних відтінків, які в різних мовах та, відповідно, в різних культурах не однакові. Ще одна проблема може бути викликана надмірною прив'язаністю перекладача до художнього тексту [10]. Адже бувають випадки, коли перекладач забуває, що афоризм є своєрідним текстом у тексті, який повинен функціонувати як у контексті, так і

поза ним. Прагнення перекладача досягти зв'язності та цілісності художнього тексту може призвести до переходу афоризму оригіналу у розряд простого речення в перекладеному текст.

За висловом В. Муравйова «переклад повинен бути не правильним, а адекватним», адже завдання перекладача не повідомити про те, що написано в ньому мовою оригіналу, а відтворити його мовою перекладу. Саме з цією метою і використовуються перекладацькі трансформації – зміни в структурі мовних одиниць, що застосовуються з метою отримання адекватності та еквівалентності при перекладі. Деякі науковці поділяють перекладацькі трансформації на два класи – лексичні, що стосуються перекладу окремих слів у реченні, та граматичні, коли зміни відбуваються на рівні граматичної структури речення. При перекладі афоризму не можна звертати увагу лише на один аспект – лексичний чи граматичний. У випадку з афоризмом вони є одним цілим, оскільки лексичний склад речення відповідає за зміст афористичного висловлювання, а граматична конструкція – за його форму та автосемантичність. Відповідно перекладач повинен працювати одночасно на двох рівнях, інакше афоризм як такий у перекладі не буде відтворено [53].

Беручи до уваги наведені вище аргументи, зазначимо, що доречним при перекладі афоризмів з англійської на українську мову використовувати такі граматичні та лексичні трансформації:

- калькування;
- лексична модуляція (заміна типу речення або члена речення; антонімічний переклад)
- експлікація або описовий переклад;
- підбір еквівалента.

Переклад афоризмів належить до художнього перекладу, тому робота з текстами цього жанру доволі складна. Оскільки дослівний переклад неможливий, адже він спотворює значення вислову або й взагалі втрачає його, перекладач повинен вдаватися до певних трансформацій, за допомогою яких

текст мови перекладу буде семантично максимально наближеним до тексту мови оригіналу.

Недоліком є те, що лексико-граматичні трансформації не завжди дають можливість зберегти структурні особливості вихідного тексту, які в афористичних висловлюваннях, відповідаючи за влучність, відіграють важливу роль.

Перекладач також може додавати певну додаткову пояснювальну інформацію у перекладі з огляду на культурні та національні особливості читачів для кращого розуміння ними прямого та переносного значення афористичного висловлювання.

Так, І.Л. Гальперин відзначає двочленність афористичного висловлення. Двочленність може реалізовуватися не тільки у надфразовій єдності або складнопідрядному реченні, але й у простому реченні розгорнутою групою підмета або присудка. Необхідно також відзначити засоби збільшення обсягу інформації, які не збільшують обсяг усього висловлення. Це, насамперед використання оціночного компонента значень у слові. Кожний афоризм містить у собі оцінку описуваного предмета або явища, і елементи афористичного висловлення часто здобувають оціночний компонент значення, не властивий їм поза контекстом афоризму [14]. Таке відхилення від норми завжди інформативне. Обсяг інформації афоризму збільшується також за рахунок того, що такі засоби оформлення афористичного висловлення як алітерація, паронімія, паралелізм, симетрія слугують створенню ситуативної семантики й позначенню нових асоціативних рядів, характерних тільки для даних контекстів. В афористиці широко використовується каламбурна гра слів, логічні зрушення, що проявляється в протиставленні подібних понять і ототожненні протилежних; несподіванка досягається руйнуванням зв'язків, що закріпилися за словами, і асоціаціями.

Навіть таке коротке перерахування особливостей жанру вказує на труднощі, з якими зіштовхується перекладач афоризмів. Основними критеріями, по яких повинен оцінюватися переклад афоризму – це дотримання

норми правильного відтворення змісту й норми збереження художньої цінності. Всі орнаментальні прийоми, які використовуються в афоризмі інформативні й взаємодіють із змістом висловлення, будучи засобом оказіональної зміни семантики. Тут і укладена основна складність перекладу, тому що зберігаючи зміст афористичного висловлення, не завжди вдається зберегти образ.

Афористичність створюється взаємодією одиниць різних рівнів надалі розглядаються приклади, які ілюструють, у яких випадках можлива перекладацька еквівалентність, а в яких лише творча транспозиція. При всьому різноманітті афористичного жанру можна виділити улюблені в англійській афористиці структури – це судження тотожності з дієсловом зв'язкою *to be*, паралельні конструкції, у яких реалізуються антитетична й пропорційна опозиції, і зворотний паралелізм – хіазм. Для цих структурних зразків характерні двохчленність, ритмічна еквівалентність, симетрія. Зібраний матеріал показує, що в мові перекладу так само, як і в мові оригіналу, у більшості випадків вдається зберегти структурну побудову афоризму, тобто використовується дослівний переклад або калькування. Відтворення цих особливостей граматичної побудови афоризму має особливе значення для якості перекладу, тому що вони є стилістично значущими й сприяють компресії інформації:

A man's style is his mind's voice (R. Emerson) – *Стиль людини – голос його розуму.*

У наступних афоризмах виявляються перекладацькі труднощі: *A day is a miniature eternity* (R. Emerson) – *День – це вічність у мініатюрі.* У перекладі точно відтворюється структура судження тотожності, дотримана лексична еквівалентність. Єдине, уловиме розходження, виявляється в сполученні *miniature eternity*. Установлення точної формальної відповідності могло знизити естетичну цінність висловлення, транспозиція *вічність у мініатюрі* більше відповідає нормам української мови, але в цьому сполученні губиться оксюморон – порушення сполучуваності, що є сигналом стилістичного змісту афоризму. У перекладі знижений ефект контрастного зіткнення понять,

порушений образ, вилучений ефект несподіванки. Все це порушує семантичну відповідність перекладу.

Афористичність наступного судження тотожності заснована на паронімічній атракції: *Genius is one percent inspiration ninety nine percent perspiration* установлюються контекстуальні зв'язки на протилежності. Семантичний зв'язок цих слів виникає завдяки подібності звучання. Збереження звукової форми слова викликає естетичне переживання полегшує запам'ятовування афоризму. Переклад являє собою точну лексичну й граматичну еквівалентність оригіналу: *Геній – один процент натхнення й дев'яносто дев'ять процентів поту*. Неможливість передати фонетичну еквівалентність позбавляє переклад легкості й добірності оригіналу. А головне – втрачаються контекстуальні семантичні зв'язки, що виникли в оригіналі.

Подібні явища спостерігаються й у перекладі афоризмів інших структурних типів: *The gambling known as business looks with austere disfavor upon the business known as gambling* (A. Bierce). Граматична основа побудови цього афоризму – хіазм. Особливість його в тому, що в правій і лівій частині обігруються різні лексико-семантичні варіанти слова *business*. У першому випадку воно вжито в значенні *commerce, trade*, у другому – у значенні *task, duty, occupation*. Це приклад використання в мові асиметрії мовного знака. Хіазм – розповсюджена фігура стилістичного синтаксису, і читач очікує появи в правій частині тих же елементів, що й у лівій, лише у зворотному порядку. Зовні це правило дотримане: збережена дзеркальна симетрія, але змінився зміст. Найпрофесійніший переклад не зможе передати настільки тонку гру слова, тому що структура багатозначних слів у різних мовах не збігається.

Прагнення домогтися в перекладі семантичної еквівалентності неминуче спричинить порушення формальної. *Where law ends, tyranny begins* (W. Pitt.) – *де кінчаються закони, там починається тиранія*. У цьому афоризмі паралельні конструкції служать формою вираження подвійної антитези. Предикати *ends – begins* протиставляються узуально. У межах паралельних конструкцій антитеза поширюється й на суб'єкти *law – tyranny*. Структурна побудова афоризму

служить базою для утворення okazіональних асоціативних зв'язків між словами. У перекладі допущене порушення граматичної еквівалентності: змінене число іменника *law* – *закони*. Ця трансформація здається не виправданою, тому що весь афоризм будується на контрасті й аналогії, а контрастні елементи більшою мірою виділяються на новому тлі однорідних одиниць. Розходження граматичної форми іменників «закон – тиранія» лише відволікає увагу від семантичного протиставлення цих слів. Що стосується синтаксичної структури перекладу, то, як не парадоксально, вона вдаліша, ніж структура оригіналу, підтримує антитетичне протиставлення. Додавання слова там знімає асиметрію часткових паралельних конструкцій оригіналу й поліпшує сприйняття афоризму. Найскладніше для перекладача явище, як відзначає Н. Демурова, – відсутність у мові потрібного асоціативного поля. Це чітко проявляється при перекладі образних засобів де велика роль пресупозиції національної культури.

В англійській афористиці часто використовується прийом використання прислів'їв і приказок. Функціонуючи в мові як знаки певних ситуацій, вони сприймаються як одне ціле. Г.Л. Пермяков називає їх синтетичними кліше, тому що при всіх можливих тлумаченнях компонентів вони зберігають єдиний зміст [59]. Авторські перетворення прислів'їв змінюються, а часом і поглиблюється їхній зміст, створюється ефект несподіванки, посилюється стерта від багаторазового вживання образність. Причому, чим більша вживаність прислів'я, тим більшу інформативність і стилістичний ефект має її відновлення. Деякі види прислів'їв є міжнаціональними. Відомі випадки, коли в різних мовах збігається не тільки імпліцитний зміст прислів'їв, але й реалії: *All is not gold that glitters* – *Не все те золото, що блищить*. Переклад авторських перетворень у таких випадках може бути зроблений без втрат: *All isn't gold that glitters. All isn't garbage that smells. (Baker and Bolton). All that glitters is sold as gold (O. Nash)*. Афористичність цих висловів ґрунтується на образі, що відроджується в новому словесному оточенні. У першому прикладі прислів'я відтворюється без змін, а потім додається ще один рядок, що повністю повторює структуру прислів'я. Перетворений варіант прислів'я являє собою

пропорційну опозицію, в якій утворюються два асоціативні ряди, об'єднані зв'язками контекстуальної антонімії: *gold – garbage; glitters – smells*. Тому що іменник *gold* у контексті прислів'я має сему негативної оцінки, а в протиставлюваному іменнику *garbage* відбувається приглушення семи. У другому висловленні прислів'я присутнє у тексті, відділене від перетвореного варіанта заперечним союзом. Так само, як і в попередньому прикладі, афоризм зберігає імпліцитний зміст прислів'я, що слугувало моделлю перетворення. Текстова еквівалентність перекладу можлива завдяки тому, що в мові перекладу існує аналогічне кліше.

Наступні афоризми проілюструють, що стилістичний ефект перекладу ослаблений у тих випадках, коли у фольклорі мови перекладу відсутні кліше, що слугувало моделлю для перетворення в мові оригіналу. *Everything comes to him who waits – Все приходить до того, хто чекає. Everything comes to him who hustles while he waits – Все приходить до того, хто не сидить склавши руки, поки чекає*. Додавання дієслова *hustles* змінює зміст прислів'я на протилежний. Як відзначають Левицька Т.Р., Фиттерман А.М. [44] саме антонімічні підстановки досягають найбільшої виразності в перетвореннях кліше. В українській мові існує прислів'я, імпліцитний зміст якого аналогічний змісту аналізованого авторського перетворення: «Під лежачий камінь вода не тече». Асоціація із цим прислів'ям виникає паралельно із сприйняттям перекладу афоризму. Імпліцитний зміст висловлення – перевага дії перед пасивним очікуванням – підкріплюється асоціативними зв'язками з російським прислів'ям, але в перекладі втрачається ефект несподіванки й гумор оригіналу: *Experience keeps no school; she teaches her pupils singly. Experience keeps a dear school, but fools will learn in no other* (Б. Франклін) *Досвідченість – це школа, уроки в якій коштують дорого, але це єдина школа, у якій можна навчитися*. Б. Фрэнклин проводить полеміку з народною мудрістю, стверджуючи, що школа досвіду є, тільки вчитися в ній – дурням. Перетворення прислів'я так само, як і в попередньому прикладі, побудовано на антонімічних замінах: це негативна стверджувальна форма *keeps no school – keeps a dear school*, лексичні антоніми

teach – learn. Внесення в текст афоризму слів *dear, fools*, що мають оціночні семи, підсилює експресивність висловлення. Переклад на українську мову не може досягти текстової еквівалентності, тому що в тезаурусі читача немає асоціацій з відповідним прислів'ям. Наведений тут переклад являє собою явну авторську транспозицію тексту, тому що внесені зміни в граматичну структуру висловлення і його лексичний склад, а це приводить і до зміни стилістичної функції. У порівнянні з оригіналом переклад здається приглушений, позбавлений індивідуальної своєрідності. Наведемо ще один приклад, який ілюструє роль конвергенції в створенні афористичності вислову: *Too good to be true*. Це прислів'я твердо закріпилося в англійській мові. Майстер парадоксів Б. Шоу використовував його як заголовок однієї зі своїх п'єс хіастичний перифраз цього прислів'я: *Too true to be good*. Жарт бумерангом повернувся до драматурга в епіграмі Д. Томаса: *George to Show to be good*.

При перекладі афоризмів чи висловлюванні видатних особистостей слід перекладати «ідею», а не синтаксис. Якщо більшість англійських приказок та прислів'їв мають сталі еквіваленти в українській мові, то багато афоризмів з минулого та сьогодення перекладачеві доводиться перекладати вперше, що і є причиною виникнення труднощів. Наприклад, висловлювання лорда Байд-Орра «*If people have to choose between freedom and sandwiches they will take sandwiches*». «Якщо людям доведеться вибирати між свободою та хлібом, вони візьмуть хліб». У даному випадку слово *sandwiches* перекладається як хліб, оскільки для носіїв української мови такий переклад є найбільш культурно обґрунтований [37, с. 25].

Переклад афоризмів є справою досить складною, багато в чому подібною до перекладу поетичних текстів, де, як писав Р. Якобсон будь-які елементи вербального коду протиставляються, зіставляються, містяться поруч за принципом подібності або контрасту й мають своє власне автономне значення. Завдання перекладу афоризму ускладнюється тим, що тісні рамки контексту – одна з основних прикмет жанру [69].

Висновки до Розділу 1

Активну роль у підвищенні експресії й оптимізації контакту з адресатом виконують афоризми. В останні десятиліття широке використання афористики характерно не тільки для художньої, але й для публіцистичної літератури, періодичної преси, усного мовлення. Афоризм приваблює адресата стислістю форми і ємністю змісту, що дозволяє лаконічно характеризувати складні явища й підсилювати емоційний вплив. Але вивчення специфіки його функціонування й видових особливостей у цій сфері ускладнює той факт, що до цього часу немає чіткого, загальноприйнятого визначення жанрових особливостей афоризму, не існує впорядкованої класифікації різних видів афоризмів. Ми ж у своїй роботі під терміном «афоризм» будемо розглядати всі авторські вислови, які містять оригінальну закінчену думку, що запам'ятовується і може буде відтворена іншими людьми.

Що таке афоризм знають всі, або принаймні, багато хто. Але є багато висловів, які віднести до афоризмів не можна з ряду причин, проте такі вислови можуть бути цікаві самі по собі, або стати поживою веселих коментарів. Опираючись на результати дослідження таких вчених як Федоренка М.Т., Сокольської Л.І, Зражевської Т.А. ми розглянули різні види афоризмів, в результаті чого виділили такі афоризми як: вставні, відособлені, перекладні, літературні не літературні, а також поетичні та прозаїчні.

Порівняли їх особливості та способи перекладу з прислів'ями та приказками, афористичними висловами, в результаті чого стало зрозуміло, що нерідко вирішальним фактором у перекладі прислів'я та афоризму стає стилістична тональність його контексту, що служить своєрідним камертоном для добору адекватного варіанту перекладу.

РОЗДІЛ 2. ПОНЯТІЙНІ СФЕРИ ВЖИВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ АФОРИЗМІВ ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД

2.1. Тематичне угруповання або семантичне поле як складне семантико-структурне утворення

Починаючи з другої половини ХІХ ст., багато мовознавців робили спроби класифікувати слова за концептами, з якими слова пов'язані. Було встановлено, що слова можуть входити до якогось об'єднання, яке, однак, не утворює синонімії, але має одну спільну ознаку, скажімо, руху, швидкості, кольору, родинних стосунків, мовних актів тощо. Цю спільну ознаку назвали знаменником (інколи вона називається множитком) значення. Спільні ознаки у значній мірі допомогли при вивченні мов, які не мали індоєвропейської структури [56, с. 123-124].

Закономірності лексико-семантичних стосунків між мовними одиницями розглядали такі дослідники, як О.О. Потебня, М.М. Покровський, Г. Іпсен, Р. Мейер, М.Бреаль та ін. Так, Р.Мейер виділяє три типи семантичних полів: 1) природні (назви тварин, рослин, почуттів); 2) штучні (механізми, частини утворених людиною речей, військові та цивільні чини тощо); 3) напівштучні (етичні поняття, окремі термінології). Він визначає семантичний клас як «...упорядкованість певної кількості висловів з тієї чи іншої точки зору однієї семантичної ознаки», яку називає диференційним фактором [73, с. 358]. Вдалою була думка Р.Мейера про те, що диференційні фактори мають не логічний, а мовний характер. Так, дієслово *sink* «опускатися, тонути» охоплює компоненти «в напрямку зверху вниз», «повільно», «з однаковою швидкістю»; дієслово *fall* «падати» має компоненти «зверху вниз», «швидко», «боляче про живих істот») істот тощо. Оскільки одне слово має декілька диференційних факторів (компонентів значення), то такі слова одночасно належать до різних систем (семантичних класів), то ці системи перехрещуються. Виявлення і

класифікація компонентів значення – завдання аналізу, що називається компонентним.

Інший німецький вчений Й. Трир розподіляв глобальну систему мови ієрархічно на поняттєві та словесні поля. Кожне поле складається з елементарних одиниць – слів. При цьому складові компоненти словесного поля повністю перекривають площину відповідного поняттєвого поля [79, с. 417]. Оскільки семантичної теорії в ті часи ще не існувало, то Й. Трир та інші мовознавці отожднювали слово з поняттям.

У процесі подальших пошуків, незважаючи на різноманітні точки зору, утворилися два напрямки розробки теорії поля, які стосуються парадигматичних і синтагматичних стосунків. Вивчались також класи слів, поєднаних і тими, й іншими відношеннями. Відповідне поле називалося комбінованим або комплексним [56, с. 125].

До парадигматичного поля відносяться різні класи лексичних одиниць, які тотожні за смисловими ознаками – семами або семантичними множниками. Сюди відносяться також лексико-семантичні групи слів, синоніми, антоніми, багатозначні слова, словотворчі парадигми та їх лексеми і граматичні категорії [56, с. 125].

Теорію лексико-семантичних груп слів розробляли Л. Вайсгербер, Ч. Осгуд, С. Еман, Ф.П. Філін, Г.А. Уфімцева, С.Д. Кацнельсон, В.І.Кодухов, Д.М. Шмельов і багато ін. дослідників. Л. Вайсгербер, наприклад, вважав значення слова не автономною складовою частиною поля, а його структурним компонентом. Деякі значення поля, на його думку, не мають відповідностей у реальній дійсності. Семантичне членування мовної системи визначається не реальними стосунками в об'єктивній дійсності, а тими принципами, які закладені у самій мові, і яку Л. Вайсгербер отожднював із системою понять. Мовні поля він відмежовував від тематичних предметних груп, вказуючи на їх нелегке розчленування. Лексико-семантичні групи, на його думку, співвідносяться із семантичною системою мови, а тематичні групи – із

зовнішнім світом. Членування поля зумовлене одним спільним аспектом – значенням, яке властиве цілій групі слів [81, с. 170-195].

Ф.П. Філін під лексико-семантичними групами розуміє «...лексичні об'єднання з однорідними, співставленим значеннями, що відбивають специфічне мовне явище, зумовлене поступом історичного розвитку [68, с. 524-525]. Від груп він відмежовує словопохідні (гніздові) об'єднання слів, граматичні класи, комплекси значень багатозначних слів і тематичні групи. Останні, на його думку, інколи перехрещуються і, навіть, співпадають із лексико-семантичними групами.

Таким чином, під лексико-семантичною групою можна розуміти семантичний клас слів, що об'єднаний загальною лексико-парадигматичною семою або спільним семантичним множителем. Сукупності поєднаних значень полісемічного слова називають семантичними гніздами [56, с. 126].

Семантичне поле – це сукупність семантичних одиниць, які мають фіксовану схожість у певному семантичному ярусі і пов'язані специфічними семантичними відношеннями [11].

Семантичне поле (далі – СП) як особлива системотворча одиниця володіє складною і досить своєрідною структурою, складові елементи якої пов'язані між собою парадигматичними відношеннями.

Семантичне поле має такі властивості:

1. Семантичне поле інтуїтивно зрозуміле носієві мови;
2. Семантичне поле автономне і може бути виокремлене як самостійна підсистема мови.
3. Одиниці семантичного поля пов'язані тими чи іншими системними семантичними відносинами.
4. Кожне семантичне поле пов'язане з іншими семантичними полями мови і в сукупності з ними створює мовну систему [55, с.50].

Семантичне поле має своє ядро та периферію. У ядрі містяться найважливіші слова, вони пов'язані між собою сильними семантичними відношеннями і утворюють синонімічні, антонімічні і родо-видові групи. На

периферії знаходяться функціонально менш важливі слова, які, як правило, належать і до іншого лексикосемантичного поля. Елементи окремого семантичного поля пов'язані регулярними і системними відносинами, і, відповідно, всі слова поля взаємно протиставлені один одному. Семантичні поля можуть перетинатись або повністю входити одне в одне. Значення кожного слова найбільш повно визначається лише в тому разі, якщо відомі значення інших слів того ж поля [11].

Окрема мовна одиниця може мати декілька значень і може бути віднесена до різних лексикосемантичних полів. Семантична ознака, яка лежить в основі семантичного поля, може також розглядатись як певна понятійна категорія, яка співвідноситься з оточуючою людиною реальністю і з її досвідом. Про відсутність різкого протиставлення семантичних і понятійних понять йдеться у праці Л.М. Васильєва [11].

У цій роботі ми пропонуємо проаналізувати СП афоризмів, яке досить об'ємне. Ми обираємо дефініцію саме «семантичне поле», а не лексико-семантичне, тому що в основі аналізованих одиниць виокремлюється **спільна сема**, яке має значення: загальності, стислості, імпліцитності, наділена образністю та **комунікативною чіткістю**. Проте не можна сказати, що тут **виділяються певні лексеми, характерні для афоризмів**. Саме тому ми аналізуємо семантичне поле афоризму, а не лексико-семантичне.

Семантичне поле інтуїтивно зрозуміло носієві мови, чого не можна сказати про реципієнта іноземної мови. Як відомо, у всіх країнах світу кожна **поважна родина вважає за необхідне мати у своїй бібліотеці збірку афоризмів**. Така книга дозволяє краще зрозуміти духовний світ людини, торкнутися скарбниці життєвої мудрості. У ній відображена історія нашої цивілізації не в датах і цифрах, а в думках, почуттях та міркуваннях.

У тематичному відношенні народно-літературні афоризми надзвичайно різноманітні. Їхній зміст торкається політики, економіки, культури, утворюються загальнолюдські моральні принципи: відношення до праці, грошей, ближнього, долі, сенсу життя.

У даній роботі ми зробили класифікацію англомовних афоризмів та здійснили їх літературний переклад на українську мову. Така класифікація на нашу думку, пов'язана з найактуальнішими абстрактними сферами їх вживання, а саме «Бізнес і гроші», «Щастя і горе», «Мудрість і невігластво». Матеріалом проведеної класифікації слугували такі джерела як: Oxford Dictionary of Quotation, (Оксфордський словник цитат), а також електронні збірки афоризмів в інтернеті. Тут зібрані афоризми різних епох, але їхні понятійні особливості залишаються актуальними і незмінними до цього часу.

Переклад афоризмів є справою досить складною, багато в чому подібною з перекладом поетичних текстів, де, як писав Р. Якобсон «будь-які елементи вербального коду протиставляються, зіставляються, містяться поруч за принципом подібності або контрасту й мають своє власне автономне значення». Завдання перекладу афоризму ускладнюється тим, що тісні рамки контексту – одна з основних прикмет жанру.

Цікаво відзначити, що загальна тональність таких висловлень у переважній більшості – іронія над самим собою та над навколишнім світом. Кожен афоризм має своє власне автономне значення, свої стилістичні та лексичні особливості, визначені рамки контексту.

2.2. Семантичне поле афоризму «бізнес і гроші» та його переклад

Інтегральною семою, що об'єднує афоризми тематичної групи «бізнес і гроші» є висловлювання, у яких містяться думки щодо правил ведення бізнесу та заробляння грошей, а також роль останніх у житті людини.

Наведемо приклади:

(1) *When two men in business always agree, one of them is unnecessary.* – *Якщо два бізнесмена завжди у всьому погоджуються, в одному з них немає потреби* (Anonymous)

Даний афоризм перекладено дослівно, на лексичному та синтаксичному рівні змін не відбулося.

(2) *Business is a combination of war and sport.* – Бізнес – це поєднання війни і спорту (Maurois).

Даний афоризм базується на метафорі, за допомогою якої автор висловлює неординарний погляд на бізнес.

(3) *Business is like riding a bicycle – either you keep moving or you fall down.* – Займатися бізнесом – це наче їхати на велосипеді: або ви тримаєтесь, або падаєте (Anonymous).

Даний афоризм побудований на порівнянні. При перекладі троп збережений. На лексичному та синтаксичному рівні змін не відбулося. В цьому випадку порівняння сприяє створенню наочності абстрактного поняття.

(4) *A friendship founded on business is better than a business founded on friendship.* – Дружба, побудована на бізнесі, краща, ніж бізнес, побудований на дружбі (Rockefeller).

В основі даного афоризму лежить хіазм. В перекладі зворотній порядок слів збережено. Використання такого тропу дає можливість протиставити дані поняття та їх властивості.

(5) *Either I will find a way, or I will make one.* – Або я найду шлях, або прокладу його (Sidney).

Афоризм базується на паралелізмі, що надає йому ритмічності. При перекладі паралелізм збережено.

(6) *Industry is the soul of business and the keystone of prosperity.* – Працелюбність – душа бізнесу і запорука розквіту (Dickens).

Даний афоризм базується на метафорі. При перекладі троп збережено.

(7) *Rivalry is the life of trade, and the death of the trader.* – Конкуренція – життя торгівлі і смерть торговців (Hubbard, Elbert).

В основі даного афоризму спостерігаються такі тропи, як метафора, паронімія слів «trader, trader» та антитеза. Така стилістична конвергенція створює ефект парадокса. При перекладі всі стилістичні засоби збережено.

(8) *The man who gets the most satisfactory results is not always the man with the most brilliant single mind, but rather the man who can best coordinate the brains*

and talents of his associates. – Крайших результатів досягає не обов'язково той, у кого світла голова, а скоріше той, хто краще всіх вміє управляти розумом та талантом своїх колег (Jones).

В афоризмі спостерігається епітет «brilliant mind» та перебільшення. При перекладі тропи збережено.

(9) *Few enterprises of great labour or hazard would be undertaken if we had not the power of magnifying the advantages we expect from them. – Ми б не створювати багато підприємств, сильно ризикуючи і прикладаючи багато зусиль, якщо нам було б не властиво перебільшувати їхню вигоду (Johnson, Samuel)*

(10) *A speculator is a man who observes the future, and acts before it occurs. Спекулянт – людина, яка вивчає майбутнє і діє до того як воно почнеться. (Baruch)*

(11) *Mercedes – для тих хто любить комфорт; Jaguar – для тих, хто любить швидкість; Lanos – для тих, хто вірить у Бога. – Mercedes for those who love comfort; Jaguar for those who love speed; Lanos for those who believe in God (Unkown).*

Перекладено дослівно, структура афоризму при перекладі залишається незмінною.

(12) *A bank is a place where they lend you an umbrella in fair weather and ask for it back when it begins to rain. – Банк – те місце, де вам позичають парасольку в сонячну погоду, а коли почнеться дощ просять віддати. (Frost)*

Використання в даному випадку оригінальної метафори не тільки дає можливість автору виразити власну думку, а також неординарність мислення. При перекладі троп збережено.

(13) *The best mental effort in the game of business is concentrated on the major problem of securing the consumer's dollar before the other fellow gets it. – Найрозумніші беруть участь в грі під назвою «бізнес», концентрують зусилля, щоб вирішити головне завдання: заволодіти грошима клієнта перед тим як це зробить хтось інший. (Chase)*

В даному випадку зміни при перекладі відбуваються на лексичному рівні, слово «dolar» перекладено як «гроші». Цей варіант на нашу думку bliщий українському читачеві.

(14) *A really busy person never knows how much he weighs.* – *Посправжньому зайнята людина не знає про зайві кілограми.* (Howe)

(15) *Some folks can look so busy doing nothing that they seem indispensable.* – *Деякі люди вміють виглядати такими зайнятими, нічого не роблячи, що здаються незамінними.* (Hubbard, Kin)

В основі даного афоризму лежить оксюморон «busy doing nothing». Оксюморон привертає увагу читача абсурдністю, змушує замислитись, підкреслює авторську оцінку. При перекладі троп збережено.

(16) *Not he who has much is rich, but he who gives much.* – *Багатий не той, хто багато має, а той, хто багато дає.* (Fromm)

Афоризм базується на паралельних конструкціях які при перекладі збережено.

(17) *He does not possess wealth that allows it to possess him.* – *Багатством не володіє той, хто дозволяє багатству володіти над собою.* (Franklin)

Структура афоризму базується на хіазмі, що дає можливість виразити контраст. При перекладі даний троп збережено.

(18) *The gratification of wealth is not found in mere possession or in lavish expenditure, but in its wise application.* – *Задоволення від багатства – це не просто володіння ним чи марнотратство, а вміння мудро розпоряджатися ним.* (Cervantes)

У даному випадку спостерігається звукова епіфора звуку «п», що надає йому поетичності. При перекладі упущено словосполучення «found in mere».

(19) *It is sheer madness to live in want in order to be wealthy when you die.* – *Нерозумно все життя бути скнарою, щоб померти багатим. Нерозумно прожити в нужді, щоб померти багатим.* (Juvenal)

Пропонується два варіанти перекладу словосполучення «to live in want», кожен з яких передає думку оригіналу.

(20) *Superfluous wealth can buy superfluities only.* – *Надмірне багатство може принести вам тільки надмірність.* (Thoreau)

Афоризм базується на лексичному повторі за рахунок чого досягається більша точність у вираженні змісту.

(21) *Wealth is not his that has it, but his who enjoys it.* – *Багатство належить не тому, хто ним володіє, а тому, хто отримує від нього задоволення.* (Franklin)

(22) *Work is the grand cure of all the maladies and miseries that ever beset mankind.* – *Працелюбність – чудові ліки від усіх хвороб і розпачів людства.* (Carlyle)

В основі даного афоризму – метафора, за рахунок якої досягається наочність запропонованого поняття. При перекладі троп збережено.

(23) *When you hire people that are smarter than you are, you prove that you are smarter than they are.* – *Якщо ви берете на роботу людей розумніших за себе, ви доводите, що ви розумніші за них.* (Anonymous)

Даний афоризм базується на хіазмі. При перекладі троп збережено.

(24) *The more we do, the more we can do.* – *Чим більше ми творимо, тим більше ми здатні створити./Чим більше спроб, тим більше перемог.* (Hazlitt)

Даний афоризм на паралелізмі, за допомогою якого підкреслюється важливість інформації. Пропонується два варіанти перекладу в кожному з яких паралельні конструкції речення збережено.

(25) *There is no real wealth but the labour of man.* – *Немає істинного багатства, крім людської праці.* (Shelly)

В данному випадку на нашу думку адекватним буде дослівний переклад, при якому зберігається структура та лексичне значення афоризму.

(26) *Work is the meat of life. Pleasure the dessert.* – *Робота – їжа нашого життя. Задоволення – його десерт.* (Forbes)

В основі афоризму лежить метафора та парцеляція – синтаксична конструкція речення розчленована. На лексичному рівні слово «meat» перекладено словом «Їжа».

(27) *Money is the fruit of evil as often as the root of it.* – Гроші бувають плодом зла так само часто, як і його корнем. (Fielding)

В афоризмі спостерігається метафора, яка при перекладі збережена

(28) *Money often costs too much.* – Гроші часто коштують надто дорого. (Emerson)

При перекладі змін на лексичному та синтаксичному рівні не відбулося.

(29) *He that is of opinion money will do everything may well be suspected of doing everything for money.* – Людину, яка стверджує, що гроші можуть все, можна підозрювати в тому, що вона може піти на все заради грошей. (Franklin)

Основа данного афоризму – хіазм, при перекладі троп збережено.

(30) *The secret of success is constancy to purpose.* – Секрет успішності – настирливість у досягненні мети. (Disraeli)

В афоризмі присутня звукова епіфора, що надає йому поетичності.

(31) *Great minds have purpose, others have wishes.* – В дуже розумних є мета, в решти – бажання. (Irving)

Афоризм базується на паралелізмі.

(32) *Aim at the sun, and you may not reach it; but your arrow will fly higher than if aimed at an object on a level with yourself.* – Цілься в сонце і, можливо ти промахнешся, проте стріла твоя полетить вище, ніж якщо б ти цілився в предмет на одному рівні з тобою.

В данному випадку адекватним буде дослівний переклад. При такому перекладі зберігається як лексичне значення так і синтаксична структура.

(33) *Don't leave a stone unturned. It's always something, to know you have done the most you could.* – Випробуй всі можливості. Завжди важливо знати, що ти зробив все, що зміг. (Dickens)

Структура афоризму базується на парцеляції, яка зберігається при перекладі. Речення «don't leave a stone unturned» вживається в переносному значенні.

(34) *Experience shows that success is due less to ability than to zeal. The winner is he who gives himself to his work, body and soul.* – Як свідчить досвід, успіху досягають не стільки можливостями, скільки завзяттям. Перемагає той, хто душою і тілом віддається роботі. (Vuxton)

В даному афоризмі спостерігається парцеляція при перекладі вона збережена, на лексичному та синтаксичному рівні змін не відбулося.

(35) *The worst bankrupt in the world is the man who has lost his enthusiasm.* – Найбільший банкрут в світі – людина, яка втратила свій життєвий ентузіазм. (Arnold)

Даний афоризм базується на метонімії. Перекладено дослівно троп збережено.

(36) *Many receive advice, only the wise profit by it.* – Поради отримують всі, та тільки мудрі черпають з них користь. (Syurus)

(37) *And gain is gain, however small.* – Прибуток є прибуток, яким би малим він не був. (Browning)

Даний афоризм базується на лексичному повторі, який при перекладі збережено.

(38) *Sometimes the best gain is to lose.* – Інколи втратити краще, ніж здобути. (Anonymus)

Структура даного афоризму базується на антитезі. Вона акцентує увагу читача на важливе питання. При перекладі ефект протиставлення збережено.

(39) *Gain cannot be made without some person's loss.* – Не можливо щось здобути, щоб хтось інший це не втратив. Наші здобутки – це втрати інших. (Syurus)

Пропонується два варіанти перекладу. Кожен з них відтворює головну думку сказаного.

(40) *There is only one success – to spend your life in your own way.* – Тільки той досягнув успіхів в житті, хто прожив його так, як хотів. (Morley)

В данному випадку при перекладі спостерігаються певні зміни на синтаксичному рівні, але головна думка висловлювання залишається незмінною.

(41) *To be really successful company must have branches as well as roots – Бізнес наче квітка, для процвітання йому потрібне як коріння так і паростки.* (Emerson)

В данному випадку слова *branches* і *roots* вживаються у переносному значенні. В перекладі ми зробили додавання слова «квітка», що створило ефект порівняння. Порівняння сприяє створенню наочності уявлень.

(42) *A proper way to think of business is in term of service. – Мета бізнесу – служити людям.*

При перекладі зміни відбулися на синтаксичному та лексичному рівні. Спостерігається вилучення та додавання слів.

(43) *Playing fair is worth more to a customer than a price cut. – Чесність в бізнесі, для покупця важливіша, ніж низькі ціни.* (Irving)

В даному випадку ми зробили додавання слова «business».

(44) *He who has four and spend five, needs neither purse nor pocket. – Тому, хто витрачає більше чим має, не потрібні ні гаманець ні кишеня.* (Shelly)

При перекладі відбулися зміни на лексичному рівні, але синтаксична структура та ідея висловлювання залишається незмінною.

(45) *A man is judged by what he spends, not by what he earns. – Про людину судять не по заробітку, а по витратах.* (Fromm)

(46) *When it is a question of money everybody is the same religion. – Коли мова іде про гроші, всі люди сповідують одну і ту ж релігію.* (Anonymous)

2.3. Семантичне поле афоризму «щастя і горе» та його переклад

(47) *Never put off till tomorrow the smile you can give today.* – Якщо можеш усміхнутися сьогодні, не відкладай це на завтра. (Samuel Hazo)

В данному афоризмі спостерігається посилення на відоме прислів'я, яке має свій еквівалент на українській мові «Не відкладай на завтра те, що можна зробити сьогодні». При перекладі ми оперуємо на дане прислів'я.

(48) *Happiness isn't inherited it is got to be earned.* – Щастя не отримують в спадок – його досягають самі. (Jess Lair)

Даний афоризм доцільно буде перекласти дослівно та зберегти лексичні особливості.

(49) *The cheerful loser is a winner.* – Виграє той, хто програє з усмішкою. (Jess Lair)

Основою данного афоризму служить антитеза. Акцентується увага на протиріччях. При перекладі троп збережено.

(50) *Joy which we cannot share with others is only half enjoyed.* – Радість, не розділена з ближнім, – це радість наполовину. (Lord Byron)

(51) *A lifetime of happiness! No man alive could bear it; it would be hell on earth.* – Безкінечне щастя стане схоже на пекло, жодна жива людина цього не витримає. (George Bernard Shaw)

Основою служить антитеза – ілюструє невідповідність між бажаним положенням речей.

(52) *Don't do whatever you like – like whatever you do.* – Не роби тільки те що ти любиш, люби те що ти робиш. (Unknown)

Даний афоризм базується на хіазмі, який при перекладі збережено.

(53) *Expect everything, and anything seems nothing. Expect nothing, and anything seems everything.* – Прагни всього і ніщо буде здаватися нічим. Не прагни нічого і ніщо буде здаватися всім. (Samuel Hazo)

Даний афоризм базується на хіазмі, досягається ефект протиріччя, який зберігається при перекладі.

(54) *Happiness is good health and a bad memory.* – *Щастя – це добре здоров'я і погана пам'ять.* (Ingrid Bergman)

В основі афоризму – метафора. При перекладі метафора зберігається.

(55) *He has achieved success who has lived well, laughed often, and loved much.* – *Справжнього успіху досягнув той, хто добре жив, часто сміявся та багато любив.* (Bessie Stanley)

В даному випадку адекватним буде дослівний переклад. При такому не відбувається змін ні на лексичному, ні на синтаксичному рівні.

(56) *Heaven is under our feet as well as over our heads.* – *Рай можна знайти не тільки на небі, а й на землі.* (Henry David Thoreau)

При перекладі здійснені заміни на лексичному рівні «under feet» і «over head» замінено словами «небо і земля».

(57) *If you suffer, thank God! It is a sure sign that you are alive.* – *Якщо ти страждаєш, подякуй Богу, це означає, що ти живеш.* (Elbert Hubbard)

В даному афоризмі спостерігається посилення на загальновідомий афоризм «Якщо я мислю значить я існую».

(58) *Joy is not in things, it is in us.* – *Радість не в речах, а в серцях.* (Jess Lair)

В даному випадку ми зробили заміну слова *us* на слово *серце*, такий варіант в українській мові сприймається краще.

(59) *Laughter is a tranquilizer with no side effects.* – *Сміх це заспокійливе без побічних ефектів.* (Unknown)

Афоризм базується на метафорі, яка створює ефект наочності. При перекладі троп збережено.

(60) *Learn from the past. Look to the future. Live in the present.* – *Вчися на помилках. Думай про майбутнє. Живи сьогодні.* (Steve Henthorn)

Афоризм базується на парцеляції, кожна фраза набуває інтонаційно значущої єдності. При перекладі парцеляція збережена.

(61) *Life is ours to be spent, not saved.* – *Життя для того, щоб його прожити, а не занастити.* (D. H. Lawrence)

В даному випадку ми зробили певні зміни на лексичному рівні. Такий варіант блищий українському читачеві.

(62) *No one can make you feel inferior without your consent.* – *Ти ніколи не відчуєш себе підкореним без власної згоди.* (Eleanor Roosevelt)

(63) *Poverty doesn't bring unhappiness; it brings degradation.* – *Убогість не є причиною нещастя, вона є причиною деградації.* (George Bernard Shaw)

Змін в структурі афоризму та лексичному значенні при перекладі не відбулося

(64) *To live a perfect life, you must ask nothing, give nothing, and expect nothing.* – *Щоб прожити бездоганне життя ти не повинен нічого просити, нічого давати і нічого не чекати.* (Unknown)

Даний афоризм перекладено дослівно, на синтаксичному та лексичному рівні змін не відбулося.

(65) *Trouble is part of your life – if you don't share it, you don't give the person who loves you a chance to love you enough.* – *Негаразди – це частина життя. Близька людина втрачає шанс полюбити тебе, якщо ти ними не ділишся.* (Dinah Shore)

(66) *Not to admire, is all the art I know, to make man happy, and to keep them so.* – *Є істина одна, не гордись, щоб щасливим буть сповна.* (Alexander Pope)

Афоризм виражений в поетичній формі, яка при перекладі збережена, але змін відбулися на лексичному та синтаксичному рівні.

(67) *Sorrow is like babies grows bigger by nursing.* – *Смуток наче немовля, росте коли його леліють.*

В основі даного афоризму лежить порівняння. Порівняння сприяє наочності абстрактного поняття. При перекладі троп збережено.

(68) *No man is happy who does not think himself so.* – *Жодна людина не може бути щасливою, якщо сама не вважає себе такою.* (Syurus)

(69) *The grand essentials of happiness are: something to do, something to love, and something to hope for.* – *Важливі складові щастя: мати улюблену справу, любов і надію.* (Chalmers)

(70) *Happiness is not a destination. It is a method of life.* – *Щастя – це не мета, а спосіб життя.* (Anonymous)

Даний афоризм базується на метафорі, яка при перекладі збережена.

(71) *It is necessary to the happiness of a man that he be mentally faithful to himself.* – *Для щастя людині необхідно в душі залишатися вірним самому собі.* (Paine)

При перекладі відбулася заміна слів, на синтаксичному рівні змін не відбулося. Головна думка при перекладі збережена.

(72) *To lose one's self in reverie, one must be either very happy, or very unhappy.* – *Якщо людина живе мріями, вона або дуже щаслива, або дуже нещасна.* (Rivarol)

В основі афоризму антитеза, спостерігається протиставлення. При перекладі троп збережений.

(73) *A good laugh is a sunshine in a house.* – *Здоровий сміх – це сонячний промінь в домі.* (Thackeray)

Афоризм базується на метафорі, яка при перекладі створює ефект наочності абстрактного поняття. Троп при перекладі зберігається.

(74) *Keep yourself to the sunshine and you cannot see the shadow.* – *Завжди дивись на сонце, і ти не побачиш тіні.* (Keller)

(75) *The cheerful live longest in years, and afterwards in our regards. Cheerfulness is the off-shoot of goodness.* – *Веселість дарує вам довголіття в житті, а пізніше і в пам'яті оточуючих. Вона народжена добром.* (Bovee)

Афоризм базується на парцеляції. Речення набувають синтаксичної фразової фразової єдності. При перекладі такий ефект збережено.

(76) *Joys divided are increased.* – *Розділена радість – подвійна радість.* (Holland)

(77) *One can endure sorrow alone, but it takes two to be glad.* – *Горе можна перенести на самоті, але для радості потрібні двоє.* (Hubbard, Elbert)

При перекладі спостерігаються зміни на синтаксичному рівні. Головна ідея висловлювання збережена.

(78) *The best healer is good cheer.* – *Кращий знахар – добрий сміх.* (Pindar)

Основа даного афоризму – метафора. При перекладі троп збережено.

(79) *The best way to cheer yourself up is to try to cheer somebody else up.* – *Кращий спосіб розвеселитися – спробувати розвеселити іншого.*

2.4. Семантичне поле афоризму «мудрість і невігластво» та його переклад

(80) *Ignorance is the night of the mind, but a night without moon or star.* – *Невігластво – це ніч нашого розуму, до того ж ніч без місяця і зірок.* (Confucius)

В основі даного афоризму – метафора, вона сприяє наочності даного абстрактного поняття. Перекладено дослівно, троп при цьому зберігається.

(81) *Everybody is ignorant, only on different subjects.* – *Всі люди неосвічені, тільки кожен в окремих сферах. (по – своєму).* (Rogers)

Пропонується два варіанта перекладу, в кожному з яких збережена головна думка та синтаксична структура.

(82) *Most ignorance is vincible ignorance. We don't know because we don't want to know.* – *Нашу неосвіченість можна виправити. Ми не знаємо, тому що не хочемо знати.* (Huxley)

В основі даного афоризму – парцеляція. Кожне речення набуває автономного значення, які при цьому створюють фразову єдність.

(83) *I am not young enough to know everything.* – *Я вже не такий молодий, щоб все знати.* (Barrie)

Даний афоризм перекладено дослівно.

(84) *Ignorance is not innocent but sin.* – *Невігластво – це не безневинність, а гріх.* (Robert Browling)

В основі даного афоризму – метафора. При перекладі троп збережено.

(85) *Our progress as a nation can be no swifter than our progress in education.* – *Наш прогрес як нації, повністю залежить від прогреса в сфері науки.* Kennedy

В основі даного афоризму – перебільшення, таким чином автор підкреслює важливість сказаного. При перекладі троп збережено.

(86) *It is only the ignorant who despise education.* – *Тільки неосвічені люди зневажають науку.* (Sygus)

Даний афоризм перекладено дослівно. Змін на лексичному та синтаксичному рівні не відбулося.

(87) *Only the educated are free.* – *Тільки розумні є незалежними.* (Epictetus)

В даному афоризмі спостерігається перебільшення. При перекладі троп збережено.

(88) *The best education in the world is that by struggling to get a living.* – *Краще в світі навчання – боротьба за виживання.* (Phillips)

Даний афоризм базується на метафорі. При перекладі троп збережено, також досягнуто ефект поетичності, що сприяє кращому його запам'ятовуванню.

(89) *The secret of education lies in respecting the pupil.* – *Секрет навчання – повага до учня.* (Emerson)

В даному випадку зміни відбулися на лексичному рівні, при перекладі опущено слово «lies».

(90) *All wish to possess knowledge, but few, comparatively speaking, are willing to pay the price.* – *Багато хто володіє знаннями, але мало хто готовий заплатити за них потрібну ціну.* (Juvenal)

(91) *Knowledge is like money: the more he gets, the more he craves.* – *Знання наче гроші : чим більше у вас є , тим більше вам хочеться їх мати. / Знання наче гроші чим більше їх маєш, тим більше жадаєш.* (Billings)

Афоризм базується на порівнянні, за рахунок чого досягається наочність абстрактного поняття. При перекладі такий ефект збережено.

(92) *The less we know, the more we suspect.* – Чим менше ми знаєм, тим більше не довіряєм. (Billings)

(93) *Sometimes we may learn more from a man's errors, than from his virtues.* – Інколи людину можна краще взнати по недоліках, ніж по чеснотах. (Longfellow)

(94) *We should live and learn, but by the time we've learned, it's too late to live.* – Живи й учись, але до того часу коли всьому навчишся, жити вже буде надто пізно. (Anonymous)

В основі даного афоризму – антитеза, вона створює ефект парадокса, також спостерігається алітерація літери «l», що надає афоризму поетичності.

(95) *Wise men learn more from fools than fools from wise men.* – Розумні більшому вчать в дурнів, ніж дурні в розумних. (Cato)

В основі афоризму – хіазм, створений ефект протиріччя. При перекладі троп збережено.

(96) *A little learning is dangerous thing.* – Погані знання – небезпечні. (Pope)

В даному випадку застосовано дослівний переклад.

(97) *Science and art belong to the whole world, and before them vanish the barriers of nationality.* – Наука і мистецтво належать всьому світу, і міжнародні бар'єри зникають перед ними. (Goethe)

(98) *The science of today is the technology of tomorrow.* – Те, що сьогодні наука, – завтра техніка. (Teller)

В афоризмі спостерігається алітерація літери «t», він базується на метафорі. При перекладі троп збережено. Змін на синтаксичному та лексичному рівні змін не відбулося.

(99) *It is human nature to think wisely and to act foolishly.* – Людині властиво розмірковувати мудро, а діяти нерозумно. (France)

(100) *The older I grow the more I distrust the familiar doctrine that age brings wisdom.* – Чим старшим я стаю, тим більше не довіряю відомій доктрині про те, що мудрість приходить з роками. (Mencken)

(101) *Wise never sit and wail their loss, but cheerfully seek how to redress their harms.* – *Мудрі люди ніколи не сидять і не плачуть над своїми втратами, а енергійно шукають шляхи відшкодування.* (Shakespeare)

(102) *Wisdom denotes the pursuing of the best and by the least means.* – *Мудрість означає вміння отримувати все найкраще з мінімальними затратами.* (Anonymous)

(103) *What is done wisely is done well.* – *Що зроблено мудро – зроблено добре.* (Shelly)

В даному афоризмі присутня алітерація «w», що створює поетичний ефект. Базується афоризм на паралелізмі, який при перекладі збережено.

(104) *He is wiser who says nothing when he has nothing to say.* – *Розумний мовчить коли йому нема що сказати* (Cato)

В даному випадку афоризм перекладено дослівно.

(105) *Know everything about something and something about everything.* – *Старайся знати багато в не багатьох сферах і небагато у всіх. / Старайся знати багато про щось одне і небагато про все*

Афоризм базується на хіазмі, пропонується два варіанти перекладу, при яких троп зберігається.

(106) *Humor is a fruit of wisdom; wit – the flower of intellect.* – *Гумор – плід мудрості, дотепність – інтелекту.* (Robert Browling).

(107) Даний афоризм базується на метафорі. При перекладі троп збережено.

2.5. Семантичне поле афоризму « життя і смерть» та його переклад

(108) *Success consists of going from failure to failure without loss of enthusiasm.* – *Успіх – це вміння рухатись від невдачі до невдачі, не втрачаючи ентузіазму.* (Winston Churchill)

(109) *You miss 100% of the shots you do not take.* – *Ви промахнетесь 100 раз із 100 кидків, які так і не зробите.* (Wayne Gretzky)

(110) *It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent, but the one most responsive to change.* – Виживає не найсильніший і не найрозумніший, а той, хто краще за всіх пристосовується до змін. (Charles Darwin)

(111) *Fall seven times and stand up eight.* – Впади сім разів, піднімися вісім. (Japanese Proverb)

(112) *There are no shortcuts to any place worth going.* – До гідної мети немає коротких шляхів. (Helen Keller)

(113) *It's not the years in your life that count. It's the life in your years.* – Має значення не кількість прожитих років, а якість вашого життя в ці роки. (Abraham Lincoln)

(114) *Either write something worth reading or do something worth writing.* – Або напишіть те, що варто прочитати, або зробіть те, про що варто написати. (Benjamin Franklin).

(115) *There are people who have money and people who are rich.* – Є люди, у яких є гроші, і є багаті люди. (Coco Chanel)

(116) *You only live once, but if you do it right, once is enough.* – Ми живемо один раз, але якщо правильно розпорядитися життям, то і одного разу достатньо. (Мей Уест)

(117) *Happiness lies in good health and a bad memory.* – Щастя – це гарне здоров'я і погана пам'ять. (Ingrid Bergman)

(118) *Your time is limited, so do not waste it living someone else's life.* – Ваш час обмежений, так що не втрачайте його, проживаючи чийсь чуже життя (Steve Jobs)

(119) *Life is 10% what happens to me and 90% of how I react to it.* – Життя на 10% складається з того, що відбувається зі мною, і на 90% з того, як я на це реагую. (Charles Swindoll)

(120) *True love is rare, and it's the only thing that gives life real meaning.* – Справжня любов зустрічається рідко і тільки вона надає життю справжній сенс. (Nicholas Sparks, Message in a Bottle)

(121) *The limits of my language are the limits of my world.* – *Межі моєї мови – це межі мого світу.* (Ludwig Wittgenstein)

(122) *Learning is a treasure that will follow its owner everywhere.* – *Знання – це скарб, який всюди слідує за тим, хто ним володіє.* (Chinese Proverb)

(123) *You can never understand one language until you understand at least tw.* – *Ви ніколи не зрозумієте одну мову, поки не будете розуміти хоча б дві* (Geoffrey Willans)

(124) *If a book about failures does not sell, is it a success?* – *Якщо книга про провал не продається, чи можна вважати це успіхом?* (Jerry Seinfeld)

(125) *Life is pleasant. Death is peaceful. It's the transition that's troublesome.* – *Життя приємне. Смерть безтурботна. Вся проблема в переході від одного до іншого.* (Isaac Asimov)

(126) *Accept who you are. Unless you're a serial killer.* – *Прийміть себе таким, яким ви є. Тільки якщо ви не серійний вбивця* (Ellen DeGeneres, *Seriously ... I'm Kidding*)

(127) *Knowledge is power.* – *Знання – сила* (Sir Francis Bacon)

2.6. Семантичне поля «родинні стосунки» та його переклад

(128) *I коли матері цілують своїх дітей, і коли сварять, вони люблять їх однаково.* – *And when mothers kiss their children, and when they quarrel them, they love them equally.*

Спосіб перекладу – калькування

(129) *Мама – це ім'я Бога на вустах і в серцях маленьких дітей* – *Mom is the name of God on the lips and in the hearts of young children.*

Спосіб перекладу – калькування

(130) *Рука, що гойдає колиску, править світом* – *The hand that shades the cradle rules the world*

Спосіб перекладу – калькування

(131) *Материнський капітал – це її діти* – *Mother's wealth is her children.*

(132) *Символ відданості – мати. – Mother is the symbol of devotion.*

Спосіб перекладу – перестановка членів речення, задля збереження вихідних акцентів.

(133) *Я ніколи не могла зрозуміти, як можуть набриднути галас і пустощі дітей – I've never understood how the noise and mischief of children can irritate anybody.*

Спосіб перекладу – калькування

(134) *Мати – це людина до якої ви біжите зі своєї горем. – Mother is the person you can pour out your grief.*

Спосіб перекладу – лексична модуляція.

Отже, у цій тематичній групі домінує спосіб перекладу – калькування.

2.7. Паремії та їх переклад

З точки зору перекладу афоризмів – паремій - приказки та прислів'я - зручно поділити на 3 групи.

До **першої групи** відносяться такі прислів'я та приказки, які повністю співпадають з українськими - як по смислу, так і по формі, тобто по описуваному образу або складових компонентах:

(135) *All that glitters is not gold. – Не все те золото, що блищить.*

(136) *As a man sows, so shall he reap. – Як посієш, так і пожнеш.*

(137) *New brooms sweep clean. – Нова мітла по-новому мете.*

Неспівпадіння числа в українській та англійській приказці в останньому прикладі не має суттєвого значення, тому ми включаємо його до першої групи.

Такі приказки та прислів'я, які повністю співпадають в різних мовах, мають своїм джерелом загальний прототип і часто є калькою з грецької або латинської, рідше інших мов. Тому й перекладаються за допомогою методу **калькування**. Повною відповідністю (калькуванням) передається прислів'я, коли в мові перекладу є відповідник, рівнозначний по сенсу, функції і

стилістичним характеристикам прислів'ю оригіналу та співпадає з ним повністю або в основі своєї по образному змісту.

До **другої групи** належать прислів'я і приказки, які співпадають за змістом, але не співпадають за образом, який лежить в їх основі:

(138) *Too many cooks will spoil the broth.* – *У семи няньок дитя без носа.*

(139) *As well be hanged for a sheep, as for a lamb.* – *Сім бід - один одвіт. Сім смертям не бути, а одної не минути. Раз козі смерть.*

(140) *To buy a pig in a poke.* – *Купити kota в мішку.*

При перекладі таких паремійних одиниць рекомендується користуватися саме такими відповідниками, які закріпилися в мові, оскільки при їх перекладі перекладач повинен притримуватися принципу перекладу чогось звичного таким же звичним. У протилежному випадку приказка або прислів'я викличе у читача враження чогось несподіваного та оригінального. Тому англійську приказку *At a snail's pace* - *Як на волах.* не можна перекладати *швидкістю равлика.*

Часткова відповідність застосовується у випадку, коли прислів'я мови перекладу еквівалентне прислів'ю мови оригіналу по сенсу, функції і стилістичному забарвленню, але різниться своїм образним змістом. Цей прийом ми називаємо **лексичною модуляцією**.

До **третьої групи** відносяться приказки та прислів'я, які не мають відповідників в українській мові - ні за змістом, ні за образом. Вони перекладаються або описово, або при допомозі приказки, створеної перекладачем.

(141) *Little pitchers have long/wide ears.* – *Діти люблять слухати розмови дорослих. В малих дітей великі вуха.*

Як приклад вдалого відтворення приказки у перекладі можна навести англійський переклад такого місця роману Л.Толстого «Война и мир»:

(142) *Ерема, Ерема, сидел бы ты дома, точил свои веретена.* – *Jerome, Jerome, do not roat, but mind spindles at home.* (Переклад А. Л.Мод).

Спосіб перекладу тут – **підбір еквівалента**.

Незважаючи на те, що перекладачі вжили іноземне ім'я, вони дуже вдало зберегли римовану форму приказки, її ритмічну рівновагу, не кажучи вже про те, що вони дуже вірно передали її зміст.

Прислів'я і приказки часто мають чітко виражений національний характер, тому вони не можуть бути використані при перекладі, не дивлячись на те, що вони повністю співпадають по змісту. Так, англійську приказку : *to carry coal to Newcastle* не можна перекладати рос. Приказкою *ездить в Тулу со своим самоваром*, оскільки це внесло би в переклад чуже національне забарвлення. У таких випадках доводиться або давати близький до оригіналу переклад, робити описовий переклад або перекласти цю приказку із зміною образу: *Ніхто не возить вугілля в Ньюкасл. Робити щось безглузде/ недоцільне/ непотрібне. В ліс дрова возити. В криницю воду лити або ж Возити вугілля на Донбас.*

Отож, при передачі паремій, що містять прислів'я та приказки використовуємо три способу передачі зворотів на мову перекладу: калькування, лексична модуляція та підбір еквівалента.

Висновки до розділу 2

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що у кожному конкретному випадку стилістичні прийоми виконують у структурі афоризму свою певну функцію, однак завжди їхнє використання робить текст більш виразним і привабливим для сприйняття.

Афоризм є діючим засобом переконання й емоційного впливу багато в чому завдяки витонченій формі вираження думки.

При перекладі афоризмів, за основу було взято постулат, що слід перекладати ідею а не синтаксис. Здійснивши переклад, констатуємо факт, що все ж таки велика кількість афоризмів, а саме (42%) нами було перекладено методом **калькування** (дослівно). На нашу думку, це свідчить про те, що автори, створюючи афоризми, прагнуть лаконічно і влучно донести ідею до адресата, а перекладач, намагається не втратити цю ідею при перекладі,

зловживаючи художніми засобами. При перекладі деяких афоризмів нами подається два варіанти. Це пояснюється особливістю жанра подібних висловів. **Модуляція** (сюди входять: функціональна заміна, антонімічний переклад, смисловий розвиток) – **28%** – це лексико-семантична трансформація логічного розвитку значень, яка полягає у заміні одного складника причинно-наслідкових відношень іншим, логічно з ним пов'язаним при збереженні інваріанта; та **підбір еквівалента** – **30%** – це найстабільніший спосіб передачі тієї чи іншої одиниці оригіналу в усіх, або майже в усіх випадках не залежить, або майже не залежить від контексту. Саме останній варіант є відображенням того, що афоризми можуть перекладатися незалежно від контексту, головне зберегти їх образність, влучність, експресивність та дотепність, яка була б «одомашнена» та достеменно зрозуміла іншомовним реципієнтам.

Опираючись на результати проведеного нами дослідження, можна констатувати, щоб досягти найбільш адекватного варіанту перекладу потрібно не тільки зберегти лексичне та синтаксичне значення афоризму, а звернути особливу увагу на збереження тропів та інших стилістичних засобів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження було встановлено таке:

1. У процесі перекладу сентенція переадресується іншомовному реципієнту з урахуванням прагматичних відношень мови перекладу, тобто тієї реакції, яку викликає думка. При цьому відбувається прагматична адаптація вихідного висловлювання, враховуються соціальні, культурні, психологічні та ін. розбіжності між відправником повідомлення та «кінцевим споживачем». Прагматична адаптація – це перетворення вихідного висловлювання із врахуванням передачі його прагматичного значення, тобто специфічного сприйняття інформації, що міститься в мовленнєвому висловлюванні, з боку отримувачів. Прагматичний аспект перекладу є основним, оскільки від реакції адресата на перекладену сентенцію залежить досягнення або недосягнення комунікативного ефекту у перекладі.

2. Афоризм – це оригінальна закінчена думка, висловлена або записана в лаконічній текстовій формі, що запам'ятовується, і згодом неодноразово відтворюється іншими людьми. В афоризмі досягається гранична концентрація безпосереднього повідомлення й того контексту, у якому думка сприймається навколишніми слухачами або читачем. Композиційна й смислова досконалість у кращих афоризмах досягається через створення художнього образу, у якому поставлене інтелектуальне завдання або дається натяк на його рішення.

3. Афоризм – жанр, широко розповсюджений у сучасних ЗМІ. Але вивчення специфіки його функціонування й видових особливостей у цій сфері ускладнює той факт, що до цього часу немає чіткого, загальноприйнятого визначення жанрових особливостей афоризму, не існує впорядкованої класифікації різних видів афоризмів. Внаслідок цього не втратило актуальності судження, висловлене більше тридцяти років тому одним з найбільш авторитетних сучасних дослідників паремійно-логічної літератури.

4. Семантичне поле (далі – СП) як особлива системотворча одиниця володіє складною і досить своєрідною структурою, складові елементи якої

пов'язані між собою парадигматичними відношеннями. Аналізоване СП афоризмів досить об'ємне. В основі організації СП афоризму лежать впорядковані класи, лексичні парадигми різного плану, які структурують семантичне поле по веритикалі і по горизонталі. Ядро поля як його семантичну домінанту утворює сема загальнозначущості та імпліцитності, наділена образністю та комунікативною чіткістю, яка виражає загальне інваріантне значення. Однією із головних властивостей структури СП є її цілісність, яка забезпечується відношеннями, що передбачають входження простіших одиниць до складніших, афоризми – це усі авторські висловлення, які містять оригінальну закінчину думку, що запам'ятовується і може бути відтворена іншими людьми.

5. Афоризми можна класифікувати на прозаїчні та поетичні. У прозаїчній формі вони подаються одним реченням або кількома реченнями у поетичній формі. У рамках афористичного жанру іноді вживаються терміни *сентенція*, *апофегма*, *максима*, *паремія*, які можна замінити терміном «афоризм». За спрямованістю морально-повчального змісту афоризми поділяються на **сентенції (proverbs)** мають морально-повчальний характер, часто – це життєві повчання; **максими (sayings)** (у них у короткій формі висловлене певне моральне правило або етичний принцип); **парадокси (quotations)** (думки, що не збігаються з усталеними поглядами). **окремі стилістичні фігури**: гіпербола; літота; порівняння; метафора тощо.

6. Афоризм повинен бути досить глибоким за своїм змістом, лаконічним і мати форму речення. Найбільш характерними стилістичними засобами афоризмів є паралелізм, хіазм, метафора, порівняння та алітерація. З точки зору стильових рис афоризму як значущі стильові риси виділяються такі: експресивність, влучність вираження, художню витонченість, образність, оригінальність, яскравість вираження, загальнозначущість, інформативна стислість (лаконічність), комунікативна чіткість. Адекватність відтворення образу засобами іншої мови вимагає в цих випадках, щоб перекладач зважав на збереження таких особливостей паремійних одиниць художньої цілісності

образу; природності сталого образу; гендерних конотацій ключової вмотованості образу в певну ритмомелодійну схему.

7. Реалізація прагматичної функції афоризмів залежить від їхньої текстової автономності. Характерною функцією контекстного афоризму є функція інтерпретації конкретної ситуації. Самостійні афоризми за іллокутивним потенціалом поділяються на: 1) констатуючі афоризми, функція яких – осмислення й оцінка досвіду; 2) афоризми-попередження, що виконують стратегічну функцію. Вона допускає рекомендації, застереження, оцінку дійсності з погляду ефективності в досягненні успіху; 3) афоризми-настанови, функція яких – переконати, спровокувати, підштовхнути до дій.

8. Опираючись на результати перекладу 142 афоризмів, вилучених з Оксфордського словника цитат та електронних словників афоризмів, в другому розділі ми дійшли висновку, що найбільш характерними стилістичними засобами афоризмів є: хіазм (17%) – дана стилістична фігура дає можливість виразити контраст протиставити об'єкти і їх властивості; метафора, (24%) – дає можливість не тільки виразити власну думку, але також підкреслює індивідуальний погляд на світ, неординарність мислення мовця; порівняння (13%) – сприяє створенню наочності уявлень, особливо абстрактних; оксюморон (6%) – використовується з метою навмисного значеннєвого зближенні, співставленні; антитеза (11%) – більша частина афоризмів побудована за принципом контрасту, протиставлення положень, образів, понять, може акцентувати увагу читачів на суспільно значущих питаннях, на існуючих протиріччях; різні види повторів (13%) – допомагають висловити основну думку, підкреслюють емоційне напруження вислову; Часто афоризми мають складну структуру і являють собою сполучення двох, трьох стилістичних фігур та інших художніх засобів, (15%).

9. Існує багато класифікацій афориризмів. Афоризми можна класифікувати, обираючи різні **критерії: семантичний, структурний та функціональний**. На наш погляд саме семантичний аспект можна вважати найбільш придатним для класифікації афоризмів. Так, обираючи **семантичний**

аспект, можна запропонувати таку класифікацію афоризмів за спільною семою загальнозначущості та імпліцитності, обрамлену образністю та комунікативною чіткістю із поділом на семантичні поля: «бізнес та гроші»; «мудрість та невігластво»; «щастя та горе»; «життя та смерть»; «родинні стосунки».

10. При передачі афоризмів на мову перекладу варто враховувати перелічені вище ознаки та використовувати перекладацькі стратегії, які дадуть можливість повною мірою відобразити оригінальність, прагматику та експресивність початкового змісту у перекладі заради **інтеркультурної адаптації**. Остання обумовлюється, як правило, потребами перекладу і здійснюється на основі міжкультурної асиметрії з метою пристосування сентенції до сприйняття представниками іншої культури. Ми запропонували власний варіант перекладу 120 афоризмів дібраних із різних джерел: збірок афоризмів, словників, а також періодичних видань, які пов'язані з найактуальнішими сферами їх вживання, а саме «Гроші і бізнес», «Щастя і горе», «Мудрість і невігластво», «Життя і смерть», «Родинні стосунки» та переклад паремій.була спроба проаналізувати афоризми, як особливий жанр літератури та вивчити це явище з перекладацької точки зору. Для цього необхідно було визначити, що собою являє термін афоризм та які його функціональні особливості. Опираючись на дані дослідження ми можемо стверджувати, що афоризм – це оригінальна закінчена думка, висловлена або записана в лаконічній текстовій формі, що запам'ятовується, і згодом неодноразово відтворюється іншими людьми. В афоризмі досягається гранична концентрація безпосереднього повідомлення й того контексту, у якому думка сприймається навколишніми слухачами або читачем. Але вивчення специфіки його функціонування залишається проблематичним тому, що до цього часу немає чіткого, загальноприйнятого визначення жанрових особливостей афоризму. Те ж саме ми можемо сказати про його видові особливості, зокрема прислів'я та приказки. У структурно-семантичному значенні, прислів'я є закінченими реченнями. Переважно це розповідні двоскладові речення із замкнутою структурою, які мають смислову та інтонаційну завершеність,

категорії предикативності та модальності. В їх основі лежать не цілісні смислові речення, а судження. Майже кожна проаналізована паремія має такі мовні засоби реалізації: метафора, алітерація, асонанс, рима, перифраз та зіставлення.

11. Ми порівняли особливості та способи перекладу афоризмів з англійськими прислів'ями та приказками, так як в структурі та стилістичному забарвленні вони схожі. В результаті ми дійшли висновку що багато прислів'їв та приказок мають сталі еквіваленти в українській мові, що полегшує роботу перекладача. А при перекладі афоризмів та афористичних висловів, щоб досягнути максимальної точності, ми повинні добирати такий варіант перекладу, який збереже структуру, стилістичну забарвленість, прагматику та експресивність вислову. Щодо стратегій перекладу афоризмів, то на основі проведеного дослідження можна зробити висновки, що найбільш вдалими варіантами є такі: **калькування** (дослівний переклад), оскільки це не змінює лексичний та синтаксичний склад та зберігає головну ідею вислову – (42%); **модуляція** (сюди входять: функціональна заміна, антонімічний переклад, смисловий розвиток) – **28%** – це лексико-семантична трансформація логічного розвитку значень, яка полягає у заміні одного складника причинно-наслідкових відношень іншим, логічно з ним пов'язаним при збереженні інваріанта; та **підбір еквівалента** – **30%** – це найстабільніший спосіб передачі тієї чи іншої одиниці оригіналу в усіх, або майже в усіх випадках не залежить, або майже не залежить від контексту. Саме останній варіант є відображенням того, що афоризми можуть перекладатися незалежно від контексту, головне зберегти їх образність, влучність, експресивність та дотепність, яка була б «одомашнена» та достеменно зрозуміла іншомовним реципієнтам. Серед способів перекладу пареміологічних одиниць на мову перекладу доцільно використувати такі: **еквівалент**, тобто наявний в українській мові адекватний фразеологічний зворот, що співпадає з англійським за змістом, і за образною основою; **аналог**, тобто такий український стійкий зворот, який за значенням адекватний англійському, але образно повністю або частково відрізняється від нього;

описовий переклад – передача сенсу англійського звороту вільним словосполученням, застосовується тоді, коли в українській мові відсутні еквіваленти та аналоги; **антонімічний переклад** - передача негативного значення за допомогою стверджувальної конструкції або навпаки; **калькування** – застосовується в тих випадках, коли коли можливий дослівний переклад; **комбінований переклад** – у тих випадках, коли український аналог не повністю передає значення англійського прислів'я або ж має інший специфічний колорит місця і часу, дається калькований переклад, а потім йде описовий переклад та український аналог для порівняння.

12. Узагальнюючи вищесказане про визначення афоризму в сучасній філології, можна стверджувати, що актуальним завданням подальших досліджень є встановлення єдиних жанрових ознак афоризму, розробка впорядкованої класифікації його видів та встановлення інших потенційно коректних тактик та стратегій перекладу афоризмів для того щоб якнайточніше передати оригінальну думку автора.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азнаурова Э. С. Прагматика художественного слова. Ташкент: Фан, 1988. 121 с.
2. Алексеева И.С. Профессиональное обучение переводчика : учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей. Санкт-Петербург : Издательство «Союз», 2001. 288 с.
3. Ануфриева С. С. Проблема восприятия текста реципиентом с позиции коммуникативно-деятельностного подхода. *От слова к тексту: материалы докладов на междунар.конференции: в 3-х ч. / отв. ред. Н. П. Баранова.* Минск : МГЛУ, 2000. Ч. 3. С. 141–143.
4. Аристов Н.Б. Основы перевода. Москва, 1959. 305 с.
5. Арнольд І.В. Стилiстика. Сучасна англійська мова : підручник для ВНЗ 4-е изд., Москва : Флинта: Наука, 2002. 240 с.
6. Афоризм на фоне других минимальных текстов: проблема объема высказывания : сборник научных работ студентов и аспирантов-филологов. Смоленск : СГПУ, 2002. С .21–29.
7. Афоризм, сентенция, максима как разновидности афористических высказываний. *Вестник ИГЭУ : сборник статей.* Иваново : ИГЭУ, 2004, вып. 1. С. 94–97.
8. Баранцев К.Т. Англійські прислів'я та приказки. Київ : Радянська школа, 1973. 173 с.
9. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов Москва : «Международные.отношения», 1975. 237 с.
10. Буйницька Т.О. Мовностилістична структура афоризмів Е.Канетті. Іноземна філологія. Республіканський міжвідомчий збірник. Львів: Світ, 1996. С. 50 – 55.
11. Васильев Л. М. Теория семантических полей. *Вопросы языкознания.* 1971. № 5. С. 105–113
12. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. Москва :

Международные отношения, 1980. 341 с.

13. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. Москва : Наука, 2001. 544 с.

14. Гальперин И.Л. Текст как объект лингвистического исследования. Москва : Наука, 1981. 321 с.

15. Дамм Т.И. Комические афоризмы. *Русская речь*. 2002. № 5. С. 48–52.

16. Даниленко В. П. Языковая картина мира в концепции Л. Вайсгербера [Электронный ресурс] Режим доступа : old.islu.ru/danilenko/articles/vaiskart.htm

17. Дорджиева Е. В. Языковые средства создания прагматического потенциала английского художественного текста: дисс. на соиск. уч. степ. канд. фил. наук: 10.02.04 / Е. В. Дорджиева. Пятигорск, 2005. 179 с.

18. Дубенко О.Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов : посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів. Вінниця : Нова Книга, 2002. 224 с.

19. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки: посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів. Вінниця: Нова книга, 2004. 416 с.

20. Дюришин Д.Д. Межлитературные формы художественного перевода. *Проблемы особых межлитературных общностей*. Москва, 1993. 375 с.

21. Дюришин Д.Д. Посредническая функция художественного перевода. *Перевод – средство взаимного сближения народов*. Москва, 1987. 354 с.

22. Дюришин Д.Д. Теория сравнительного изучения литературы. Москва, 1989. 327 с.

23. Журенко А. Англійські фразеологізми у світі проблем перекладознавства. Режим доступа : old.islu.ru/zhurenko/articles/vaiskart.htm

24. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча проблема / Р. П. Зорівчак. Львів : Вища школа, 1983. 175 с.

25. Зражевская Т.А., Беляева Л.М. Трудности перевода с английского языка на русский. Москва, 1972. 304 с.

26. К вопросу о семантике афоризма. *Вестник ИГЭУ* : сборник статей.

Иваново : ИГЭУ, 2002. Вып.2. С. 75–78.

27. К вопросу о синтаксической организации афоризмов. *Молодая наука – XXI века* : тезисы докладов международной научной конференции. Иваново : ИвГУ, 2001. С. 8–9.

28. К вопросу об определении афоризма. *Риторика – Лингвистика 3* : сборник статей. Смоленск : СГПУ, 2001. С.135–138.

29. Казакова Т.А. Практические основы перевода. Санкт-Петербург : Союз, 2000. 198 с.

30. Калашникова Н.М. Афористичность как черта идиостиля В.Токаревой. Автореф. дис..канд. наук.: 10.02.04. Санкт – Петербург, 2004. 19 с.

31. Комиссаров В. Н. Лингвистика перевода. Москва : Международные отношения, 1980

32. Комиссаров В. Н., Рецкер Я. И., Тархов В. Н. Пособие по переводу с английского языка на русский. Москва : Изд. Литературы на иностранных языках, 1960. 176 с.

33. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Москва : ЕТС, 2002. 424 с.

34. Копнина Г.А. Хиазм. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник. Москва : Флинта: Наука, 2003. 412 с.

35. Коптілов В.В. Теорія і практика перекладу. Київ : Вища школа, 2001. 166 с.

36. Корень О. В. Системно-функціональні особливості англійських прислів'їв : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / О. В. Корень. Харків, 2000. 20 с.

37. Королькова А.В. Средства художественной выразительности в афоризмах. *Риторика в свете современной лингвистики* : тезисы докладов II межвузовской конференции. Смоленск : СГПУ, 2001. С. 35–37.

38. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : [підруч. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл.]. Київ : Академія, 2001. 368 с.

39. Краткая литературная энциклопедия: в 9 т. Москва : Советская

энциклопедия, 1978. Т. 9. 396 с.

40. Краткий словарь литературоведческих терминов : книга для учащихся / под ред.-сост. Л.И. Тимофеев, С.В. Тураев. Москва : Просвещение, 1985. 387 с.

41. Кулишкина О.Н. Лев Шестов: афоризм как форма «творчества из ничего». Русская литература, Историко-литературный журнал. 2003, № 1. 165с.

42. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. Москва : Просвящение, 1988. 192 с.

43. Латышев Л.К. Курс перевода. Эквивалентность перевода и способы её достижения. Москва : Межд. отн., 1981. 198 с.

44. Левицкая Т.Р, Фитерман А.М. Пособие по переводу с английского языка на русский. Москва : Высшая школа, 1973. 134 с.

45. Левицкая Т.Р., Фитерман А.М. Почему нужны грамматические трансформации при переводе? Москва : Междунар. отношения, 1971. Вып. 8. С. 12–14.

46. Левковская Н. А. Прагматическая установка текста и прагматическая установка адресанта. Сб. науч. тр. МГЛУ. Вып. 358. Москва, 1990. 60 с.

47. Леонтьев А. А. Психологический подход к анализу искусства. *Эмоциональное воздействие массовой коммуникации: Педагогические проблемы*. Москва : Педагогическое общество РСФСР. Центральный совет, 1978. С. 26-57.

48. Лепухова Н.И. Прагматический аспект перевода. *Філологічні науки. Молодий вчений*. №5 (20). Ч.2. 2015. С. 160 –164

49. Лосев А.Ф. Терминологическая многозначность в существующих теориях знака и символа. *Языковая практика и теория языка*. Москва : Издательство МГУ, 1978. С. 3–26.

50. Ляпушкина Е.И. Афоризм в художественной структуре романа И.С.Тургенева «Рудин». *Русская литература*, 2003. № 3.

51. Манякина Т.И. Языково-стилевая характеристика жанра афоризмов (на материале немецкого языка): автореф. канд. филол. н.: 10.02.04. Киев, 1981.

18 с.

52. Маравина М. В. Методологические аспекты исследования речевой выраженности актуализационного и манипулятивного начал в паремиологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/>

53. Мінакова І. В. Проблема перекладу як процесу декодування етнічної ідентичності : огляд сучасних українських досліджень. *Наукові записки* [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Філологічна . 2012. Вип. 25. С. 92–93.

54. Мирам Г.Є. Профессия: переводчик. Київ : Ника-Центр, 1999. 160 с.

55. Мокрій Я.О. Підлужна І.А. Особливості перекладу слів лексико-семантичного поля «злочин» у художньому творі. *Закарпатські філологічні студії*, 2018. С. 49 – 53

56. Мостовий М.І. Лексикологія англійської мови. Харків : Основа.1993. 256 с.

57. Моррис Ч.У. Основания теории знаков. Семиотика, Москва, 1983.

58. Наер В. Л. Прагматика текста и ее составляющие. *Прагматика и стилистика*. Москва : МГПИИЯ им. М. Тореца. 1986. Вып. 245. С. 4-13.

59. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки (Заметки по общей теории клише). Москва : Наука, 1970. 215 с.

60. Радзієвська Г.В. Комунікативно-прагматичні аспекти текстотворення: [Текст] : дис. д-ра філол. наук : 10.02.15. Київ : НАН України. ін-т укр. мови, 1999. 390 с.

61. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Москва : 1974.

62. Структурно-семантические модели афоризмов. сборник научных работ студентов и аспирантов-филологов. Смоленск: СГПУ, 2003. С.118-122.

63. Тэрнер В. Символ и ритуал. Исследования по фольклору и мифологии Востока. Москва : Наука, 1983. 277 с.

64. Успенский Л.В. Коротко об афоризмах. Афоризмы. Ленинград : Лениздат., 1964. 243 с.

65. Федоренко Н.Т. Сокольская Л.И. Жанровые и видовые особенности афоризмов. *Известия АН СССР : ср. лит. и языка*. 1985. Т. 44. № 3.
66. Федоренко Н.Т. Афористика. Москва : Наука, 1990. 419 с.
67. Федоров А.В. Основы общей теории перевода. Москва : Высшая школа, 1983. 303 с.
68. Филин Ф.П. О лексико-грамматических группах слов. София, 1957. 648 с.
69. Флорин С. Муки переводческие : Практика перевода. Москва : Высш. шк., 1983. 184 с.
70. Чупашева О.М. О грамматической форме афоризмов Козьмы Пруткова. *Русская речь*. 2002. №2. С. 17–21.
71. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика. Москва : Воениздат, 1973. 278 с.
72. Швейцер А. Д. Теория перевода (статус, проблемы, аспекты). Москва : Наука, 1988. 216 с.
73. Mayer R.N. Bedeutungssysteme // KZ. 1910. 358 p.
74. Neubert A. Pragmatische Aspekte der Übersetzung. Grundlagen der Übersetzungswissenschaft. Leipzig, 1968. Beiheft II. S. 21 – 33
75. Nord C. Texts in Situations. A Functional model for text analysis in translation teaching. *Translation & Text Linguistics*. Moskva, 1994. P. 105–127
76. Reiß K., Vermeer H. J. Grundlegung einer allgemeinen Übersetzungstheorie/ K. Reiß; H. J. Vermeer. Tübingen: Niemeyer, 1984. 245 s.
77. Susan Ratcliffe Little Oxford Dictionary of Quotations, third edition. Oxford University Press, 2005. 493 с.
78. Trier J. Sprachliche Felder // Zeitschrift für Deutsche Bildung, 1932. 546 p.
79. Trier Jost. Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes: Die Geschichte eines sprachlichen Feldes I. Von den Anfängen bis zum Beginn des 13. Jhdts. Heidelberg: Winter, 1931.
80. Vermeer H. J. Übersetzen als Kultureller Transfer / (Hrsg.) M. Snell-Hornby, *Übersetzungswissenschaft eine Neuorientierung. Zur Integrierung von*

Theorie und Praxis. Tübingen, 1986. S. 30-53.

81. Weisgerber L. Grundzüge der inhaltbezogenen Grammatik / L. Weisgerber // Von den Kräften der deutschen Sprache, 1–2 Aufl. Düsseldorf, 1962. S. 376–390.

ПЕРЕЛІК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

82. Білоноженко В. М. Фразеологічний словник української мови : В 2 кн. / [уклад. В. М. Білоноженко та ін.]. Київ : Наукова думка, 2003. 1104 с.

83. Семенкин В. Я., Серая Л. Г. Краткий русско-английский словарь-разговорник для делового человека. Москва : Колизей, 1991. 228 с.

84. Словник іншомовних слів /за ред. О. С. Мельничука. Вид. 2-е, випр. і доп. Київ : УРЕ, 1985. 967 с.

85. Словник іншомовних слів /уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. Київ : Наук. Думка, 2000. 680 с.

86. Ярцева В. М. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва, 1990. 683 с.

87. Толковый переводоведческий словарь Электронный ресурс режим доступа: <http://pervodovedcheskiy.academic.ru/>

88. Longman Dictionary of Contemporary English, London, 1995.

89. Webster's Universal Dictionary and Thesaurus. Montreal, Geddes&Grosset, 1993.

90. <http://ru.wikipedia.org>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

91. Афоризми. Київ : Брайт Букс. 2020. 188 с.

92. 365 афоризмів про те, що означає бути мамою. Київ : Брайт Букс. 2020. 136 с.

93. 365 афоризмів про те, що означає бути татом. Київ : Брайт Букс.

2020. 144 с.

94. Aphorisms and favourite sayings: Aphorisms by theme [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.brainyquote.com/quotes/a/aphorisms/com>

95. Aphorism and favourite sayings: Aphorisms by them [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aphorism4all.com/by_them.php?th_id=%20193

96. Aristotle, Quotes [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.brainyquote.com/quotes/quotes/a/aristotle133079.html>

97. Betty Bender, quotes [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://thinkexist.com/quotation/when_people_go_to_work-they_shouldnt_have_to/200268.html

98. Chris Seay A Place at the Table:40 Days of Solidarity with the Poor. Baker Books, 2012. 240 p.

99. Edgar Allan Poe, Quotes [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.brainyquote.com/quotes/authors/e/edgar_allan_poe.html

100. Euripides, Quotes [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.brainyquote.com/quotes/quotes/e/euripides126219.html>

101. Francis Bacon, Quotes [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.brainyquote.com/quotes/keywords/knowledge_is_power.html

102. Herodotus, Quotes [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.brainyquote.com/quotes/quotes/h/herodotus131104.html>

103. <http://otpad.h10.ru/aforizmi.html>

104. <http://www.aphor.su/>

Summary

Aphorisms have long been the subject of linguistic research. The analysis of aphorisms was carried out on the material of works by Radzievskaya TV, Fedorenko MT, Sokolskaya LI, Zrazhevskaya TA. The study of variable and logical structure is carried out on the material of creativity by Premyakova GL, Dubenko OY, Chupashova OM. The analysis of separate thematic groups of aphorisms is based on the material of TI Damm, Uspensky LV. The research is based on materials of different languages, aphorisms have been analyzed, starting from the ancient era and ending with the present.

The **topicality** of research depends on the fact that, despite abundance of aphorisms types, interest of linguists increases. The study of the linguistic nature of the aphorism remains relevant to this day. Aphorisms draw a lot of attention of linguists and linguists with their meaningful capacity, originality of forms, features of structure. If now, most English adverbs and sayings should have an equivalent in the Ukrainian language, then we will have to translate many aphorisms for the first time.

The **object** of study are aphorisms presented with different concepts of their scope.

The **subject** of research are the peculiarities of the translation of aphorisms and sayings by famous people.

The aim of the study is to analyze the aphorism as a special genre, as well as to study this phenomenon from the translation point of view.

To achieve this aim you need to solve the following **tasks**:

- to define the term "aphorism" and its functional features;
- to study the types of aphorisms and differences between them;
- to analyze the pragmatic and expressive function of aphorisms;
- to analyze and describe stylistic means in the translation of aphorisms;
- to do our own literary translation of aphorisms;
- to group the translated aphorisms into thematic subdivisions.

The methods used in the study are as follows: observation, descriptive method, comparison; analysis and synthesis, as well as the method of component analysis,

which was used to establish the structure and semantics of the meaning of the studied units; definitive analysis used to analyze dictionary definitions of aphorisms; quantitative analysis, the application of which made it possible to determine the most successful ways of translating paremia units in the Ukrainian language.

The material of the research encompasses 120 aphorisms selected from collections of aphorisms, mass media, paper dictionaries, as well as from electronic dictionaries of aphorisms on the Internet.

The scientific **novelty** of the study lies in the proposed system of analysis of the semantic field of aphorisms, the interpretation of the semantic field of aphorisms, which belong to certain conceptual areas of use. The paper also presents our own translation of aphorisms, made for the first time and analyzes the stylistic features of this genre.

The theoretical **significance** of the work is determined by the contribution to the general theory of the term "semantic field" and the analysis of the semantic orientation of the concept of "aphorism" is carried out, as its own interpretation is given. The results of the work enrich the theory of nomination with a number of generalizations about the connection between people by culturological and anthropocentric factors in the formation of paremic units. It is also a contribution to the intercultural and intercultural adaptation of statements - aphorisms.

The practical **significance** of the work is determined by the possibility to use its results in teaching comparative lexicology of English and Ukrainian languages, in special courses on text translation, in special courses in translation studies, lexicography and in writing students' dissertations.

The **structure** of the master's thesis. The study consists of an introduction, two chapters - theoretical and practical, conclusions, a list of references used in the amount of 104 units, of which - 81 main sources; 9 – reference books and 14 sources of illustrative material.

An aphorism is an original finished thought, expressed or written in a laconic textual form that is memorized and subsequently repeatedly reproduced by other people. The aphorism achieves the ultimate concentration of the direct message and

the context in which the opinion is perceived by the surrounding listeners or the reader. Compositional and semantic perfection in the best aphorisms is achieved through the creation of an artistic image in which an intellectual task is set or a hint of its solution is given.

Aphorisms can be classified into prosaic and poetic. In prosaic form, they are presented in one sentence or several sentences in poetic form. Within the aphoristic genre, the terms sentence, apophegma, maxim, paremia are sometimes used, which can be replaced by the term "aphorism". According to the orientation of the moral and instructive content, aphorisms are divided into sentences (proverbs) have a moral and instructive character, often they are life lessons; maxims (they say in a short form a certain moral rule or ethical principle); paradoxes (quotations) (thoughts that do not coincide with established views). separate stylistic figures: hyperbole; summer; comparison; metaphor, etc.

Based on the results of the translation of 142 aphorisms taken from the Oxford Dictionary of Quotations and Electronic Dictionaries of Aphorisms, in the second chapter we came to the conclusion that the most characteristic stylistic means of aphorisms are: chiasm (17%) - this stylistic figure allows to contrast objects and their properties; metaphor (24%) - gives the opportunity not only to express your own opinion, but also emphasizes the individual view of the world, the extraordinary thinking of the speaker; comparison (13%) - helps to create clarity of ideas, especially abstract; oxymoron (6%) - used for the purpose of intentional semantic convergence, comparison; antithesis (11%) - most of the aphorisms are built on the principle of contrast, opposition of positions, images, concepts, can focus readers' attention on socially significant issues, on existing contradictions; different types of repetitions (13%) - help to express the main idea, emphasize the emotional tension of the expression; Often aphorisms have a complex structure and are a combination of two or three stylistic figures and other artistic means (15%).

There are many classifications of aphorisms. Aphorisms can be classified by choosing different criteria: semantic, structural and functional. In our opinion, the semantic aspect can be considered the most suitable for the classification of

aphorisms. Thus, choosing the semantic aspect, we can offer the following classification of aphorisms according to a common seed of general significance and implicitness, framed by imagery and communicative clarity with a division into semantic fields: "business and money"; "Wisdom and ignorance"; "Happiness and sorrow"; "Life and death"; "Family relations".

We compared the features and methods of translating aphorisms with English proverbs and sayings, as they are similar in structure and stylistic color. As a result, we came to the conclusion that many proverbs and sayings have fixed equivalents in the Ukrainian language, which facilitates the work of the translator. Also, when translating aphorisms and aphoristic expressions, in order to achieve maximum accuracy, we must choose a version of the translation that will preserve the structure, stylistic color, pragmatics and expressiveness of the expression. Regarding the strategies of translation of aphorisms, based on the study we can conclude that the most successful options are: tracing (literal translation), because it does not change the lexical and syntactic composition and retains the main idea of the expression - (42%); modulation (these include: functional substitution, antonymous translation, semantic development) - 28% is a lexical-semantic transformation of logical development of meanings, which consists in replacing one component of causal relations with another, logically connected with it while preserving the invariant; and the selection of the equivalent - 30% - is the most stable way of translating a particular unit of the original in all, or in almost all cases does not depend, or almost does not depend on the context. The latter option is a reflection of the fact that aphorisms can be translated regardless of the context, the main thing is to preserve their imagery, accuracy, expressiveness and wit, which would be "domesticated" and clearly understood by foreign recipients. Among the ways of translating paremiological units into the language of translation, it is expedient to use the following: equivalent, i.e. the adequate phraseological inversion available in the Ukrainian language, which coincides with English in content and figurative basis; analogue, i.e. such a Ukrainian stable inversion, which is adequate in meaning to English, but figuratively completely or partially different from it; descriptive

translation - the transfer of the meaning of the English phrase to a free phrase, used when there are no equivalents and analogues in the Ukrainian language; antonymous translation - the transfer of a negative meaning by means of an affirmative construction or vice versa; tracing - used in cases where literal translation is possible; combined translation - in cases when the Ukrainian analogue does not fully convey the meaning of the English proverb or has a different specific color of place and time, a tracing translation is given, followed by a descriptive translation and a Ukrainian analogue for comparison.

Анотація

Афоризми з давніх давен були предметом дослідження. Аналіз афоризмів проводився на матеріалі творчості окремих авторів Радзиєвської Т.В., Федоренка М.Т., Сокольської Л.І., Зражевської Т.А. Дослідження паремійно – логічної структури проводилося на матеріалі творчості Премякова Г.Л., Дубенко О.Ю., Чупашова О.М. Аналіз окремих тематичних груп афоризмів ґрунтується на матеріалі творчості Т.І Дамма, Успенського Л.В. Дослідження ґрунтувалися на матеріалі різних мов, розглядалися афоризми, починаючи з античної епохи й закінчуючи сучасністю.

Актуальність дослідження полягає в тому, що, незважаючи на багатомовне існування афоризмів, увага й цікавість лінгвістів до них не слабшають. Дослідження мовної природи афоризму залишається актуальним до цього часу. Афоризми цікаві дослідникам культури, мистецтва, літератури. Вони привертають велику увагу мовознавців та лінгвістів змістовною ємністю, оригінальністю форми, особливостями структури. Якщо зараз більшість англійських прислів'їв та приказок мають сталі еквіваленти в українській мові, то багато афоризмів нам доводиться перекладати вперше.

Об'єктом дослідження є афоризми, пов'язані з різними понятійними сферами їх вживання.

Предмет дослідження – особливості перекладу афоризмів та висловів відомих людей.

Мета дослідження – проаналізувати афоризм як особливий жанр, а також вивчити це явище з перекладацької точки зору.

Для досягнення мети необхідно розв'язати наступні **завдання**:

- визначити термін «афоризм» та його функціональні особливості;
- вивчити види афоризмів та відмінності між ними;
- дослідити прагматичну та експресивну функцію афоризмів;
- дослідити та описати стилістичні засоби при перекладі афоризмів;
- здійснити власний літературний переклад афоризмів;

- згрупувати афоризми, що підлягають перекладу, у тематичні підрозділи.

Методи, що використовувались при дослідженні є такі: метод спостереження, описовий, метод порівняння; аналіз та синтез, а також метод компонентного аналізу, що використовувався для встановлення структури та семантики значення досліджуваних одиниць; дефініційний аналіз, що використовувався для аналізу словникових дефініцій афоризмів; кількісний аналіз, застосування якого дало змогу визначити найвдаліші шляхи передачі паремійних одиниць українською мовою.

Матеріалом дослідження слугували 120 афоризмів, дібраних із збірок афоризмів, ЗМІ, паперових словників, а також із електронних словників афоризмів в інтернеті.

Наукова новизна дослідження полягає у запропонованій системі аналізу семантичного поля афоризму, подано трактування семантичного поля афоризму, що належать до окремих понятійних сфер вживання. В роботі подається також власний переклад афоризмів, здійснений вперше і аналізуються стилістичні особливості цього жанру.

Теоретичне значення роботи визначається внеском у загальну теорію терміну «семантичного поля» та здійснено аналіз семної направленості поняття «аоризм», оскільки подається власне його тлумачення. Результати роботи збагачують теорію номінації низкою узагальнень щодо зв'язку між культурологічними та антропоцентричними чинниками творення паремійних одиниць. А також є внеском до інтеркультурної та міжкультурної адаптації висловлювань – афоризмів.

Практичне значення роботи визначається можливістю використання її результатів у викладанні курсів порівняльної лексикології англійської та української мов, у спецкурсах із інтерпртації тексту, у спецкурсах з перекладознавства, лексикографії та та при написанні кваліфікаційних робіт студентів.

Структура магістерської роботи. Дослідження складається зі вступу, двох розділів – теоретичного та практичного, висновків, переліку використаних джерел у кількості 104 одиниць, із них – 81 основних джерел; 9 – довідкових та 14 джерел ілюстративного матеріалу.

Афоризм – це оригінальна закінчена думка, висловлена або записана в лаконічній текстовій формі, що запам'ятовується, і згодом неодноразово відтворюється іншими людьми. В афоризмі досягається гранична концентрація безпосереднього повідомлення й того контексту, у якому думка сприймається навколишніми слухачами або читачем. Композиційна й смислова досконалість у кращих афоризмах досягається через створення художнього образу, у якому поставлене інтелектуальне завдання або дається натяк на його рішення.

Афоризми можна класифікувати на прозаїчні та поетичні. У прозаїчній формі вони подаються одним реченням або кількома реченнями у поетичній формі. У рамках афористичного жанру іноді вживаються терміни сентенція, апофегма, максима, паремія, які можна замінити терміном «афоризм». За спрямованістю морально-повчального змісту афоризми поділяються на **сентенції (proverbs)** мають морально-повчальний характер, часто – це життєві повчання; **максими (sayings)** (у них у короткій формі висловлене певне моральне правило або етичний принцип); **парадокси (quotations)** (думки, що не збігаються з усталеними поглядами). **окремі стилістичні фігури:** гіпербола; літота; порівняння; метафора тощо.

Опираючись на результати перекладу 142 афоризмів, вилучених з Оксфордського словника цитат та електронних словників афоризмів, в другому розділі ми дійшли висновку, що найбільш характерними стилістичними засобами афоризмів є: хіазм (17%) – дана стилістична фігура дає можливість виразити контраст протиставити об'єкти і їх властивості; метафора, (24%) – дає можливість не тільки виразити власну думку, але також підкреслює індивідуальний погляд на світ, неординарність мислення мовця; порівняння (13%) – сприяє створенню наочності уявлень, особливо абстрактних; оксюморон (6%) – використовується з метою навмисного значеннєвого

зближенні, співставленні; антитеза (11%) – більша частина афоризмів побудована за принципом контрасту, протиставлення положень, образів, понять, може акцентувати увагу читачів на суспільно значущих питаннях, на існуючих протиріччях; різні види повторів (13%) – допомагають висловити основну думку, підкреслюють емоційне напруження вислову; Часто афоризми мають складну структуру і являють собою сполучення двох, трьох стилістичних фігур та інших художніх засобів, (15%).

Існує багато класифікацій афоризмів. Афоризми можна класифікувати, обираючи різні **критерії: семантичний, структурний та функціональний**. На наш погляд саме семантичний аспект можна вважати найбільш придатним для класифікації афоризмів. Так, обираючи **семантичний аспект**, можна запропонувати таку класифікацію афоризмів за спільною семою загальнозначущості та імпліцитності, обрамлену образністю та комунікативною чіткістю із поділом на семантичні поля: «бізнес та гроші»; «мудрість та невігластво»; «щастя та горе»; «життя та смерть»; «родинні стосунки».

Ми порівняли особливості та способи перекладу афоризмів з англійськими прислів'ями та приказками, так як в структурі та стилістичному забарвленні вони схожі. В результаті ми дійшли висновку що багато прислів'їв та приказок мають сталі еквіваленти в українській мові, що полегшує роботу перекладача. А при перекладі афоризмів та афористичних висловів, щоб досягнути максимальної точності, ми повинні добирати такий варіант перекладу, який збереже структуру, стилістичну забарвленість, прагматику та експресивність вислову. Щодо стратегій перекладу афоризмів, то на основі проведеного дослідження можна зробити висновки, що найбільш вдалим варіантами є такі: **калькування** (дослівний переклад), оскільки це не змінює лексичний та синтаксичний склад та зберігає головну ідею вислову – (42%); **модуляція** (сюди входять: функціональна заміна, антонімічний переклад, смисловий розвиток) – **28%** – це лексико-семантична трансформація логічного розвитку значень, яка полягає у заміні одного складника причинно-наслідкових відношень іншим, логічно з ним пов'язаним при збереженні інваріанта; та

підбір еквівалента – 30% – це найстабільніший спосіб передачі тієї чи іншої одиниці оригіналу в усіх, або майже в усіх випадках не залежить, або майже не залежить від контексту. Саме останній варіант є відображенням того, що афоризми можуть перекладатися незалежно від контексту, головне зберегти їх образність, влучність, експресивність та дотепність, яка була б «одомашнена» та достеменно зрозуміла іншомовним реципієнтам. Серед способів перекладу пареміологічних одиниць на мову перекладу доцільно використовувати такі: **еквівалент**, тобто наявний в українській мові адекватний фразеологічний зворот, що співпадає з англійським за змістом, і за образною основою; **аналог**, тобто такий український стійкий зворот, який за значенням адекватний англійському, але образно повністю або частково відрізняється від нього; **описовий переклад** - передача сенсу англійського звороту вільним словосполученням, застосовується тоді, коли в українській мові відсутні еквіваленти та аналоги; **антонімічний переклад** - передача негативного значення за допомогою стверджувальної конструкції або навпаки; **калькування** - застосовується в тих випадках, коли коли можливий дослівний переклад; **комбінований переклад** – у тих випадках, коли український аналог не повністю передає значення англійського прислів'я або ж має інший специфічний колорит місця і часу, дається калькований переклад, а потім йде описовий переклад та український аналог для порівняння.