

**Всеукраїнський конкурс на кращу студентську наукову роботу
2020/2021 навчального року**

Шифр: «Автомобільна метафора»

Тема роботи: «Метафора у рекламних описах автомобілів (на матеріалі статей з автомобільних журналів)»

Галузь: **«Переклад»**

АНОТАЦІЯ

наукової роботи під шифром «Автомобільна метафора».

Наукова робота: 29 сторінок, 1 додаток, 41 джерело.

Проводиться всебічний аналіз метафор у сучасних рекламних текстах автомобільної галузі, з'ясовуються способи їх відтворення українською мовою з метою покращення якості текстів цільовою мовою, що є актуальним у зв'язку з посиленням значення реклами як засобу поширення інформації у сучасному суспільстві.

Метою роботи є теоретичне обґрунтування поняття метафори та її функцій у публіцистичному мовленні, виявлення основних структурних та семантичних типів метафор в англомовних автомобільних текстах, визначення методів і способів передачі англійських метафор українською мовою та шляхів подолання труднощів під час перекладу.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що проведено різноаспектний аналіз сучасних англомовних автомобільних метафор, запропоновано способи їх трансляції українською мовою, а також виявлено шляхи усунення проблем, що постають перед перекладачами рекламних текстів зазначеної сфери людської діяльності.

Практична цінність результатів роботи полягає у можливості застосування її результатів для аналізу метафор і метафоричних зворотів у подальших дослідженнях рекламних текстів автомобільної та інших галузей.

Робота виконана в межах ініціативної наукової теми кафедри теорії та практики перекладу Національного університету «Запорізька політехніка» № 61118 «Система й структура германських мов у когнітивно-комунікативній парадигмі знання».

МЕТАФОРА, РЕКЛАМА, СТИЛІСТИЧНА ОСОБЛИВІСТЬ,
АВТОМОБІЛЬ, ПЕРЕКЛАД

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. МЕТАФОРА В АВТОМОБІЛЬНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ	
1.1. Поняття метафори та метафоричних процесів. Функції метафори ...	6
1.2. Особливості метафори в публіцистичних текстах автомобільної тематики	12
1.3. Структурні особливості метафор в рекламі автомобілів	14
1.4. Семантичні групи метафор в автомобільних рекламних текстах.....	16
РОЗДІЛ 2. МЕТАФОРА У РЕКЛАМІ ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ФЕНОМЕН	
2.1. Методи та способи відтворення англійських метафор та метафоричних термінів українською мовою.....	21
2.2. Труднощі перекладу метафор у рекламі автомобілів і шляхи їх подолання.....	24
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30
Додаток А (Глосарій метафор)	35

ВСТУП

Інтенсивний розвиток автомобілебудування спричинив появу численних видань відповідної тематики: кількість спеціалізованих газет та журналів, що пропонують читачам свіжі новини та найкращі пропозиції автосвіту, дедалі тільки зростає. Насичені різноманітними експресивними засобами, тексти автомобільних видань становлять значний інтерес з точки перекладу, у тому числі, перекладу метафори.

Проблемам метафори приділяється значна увага в лінгвістичній літературі по всьому світу. Особливості метафори як мовного явища у своїх працях розглядали Н. Д. Арутюнова [2, 3], В. Н. Телія [23], А. П. Чудінов [27], Дж. Лакофф та М. Джонсон [28] та ін. Стратегії перекладу метафор та метафоричних термінів детально описані Т. А. Казаковою [9], В. І. Карабаном [10], М. О. Куніловською та Н. В. Короводіною [13], П. Ньюмарком [29].

Актуальність теми роботи визначається посиленням значення реклами як засобу поширення інформації у сучасному суспільстві, необхідністю аналізу механізму реалізації стилістичних особливостей метафори як основного інструмента журналіста при створенні образності в рекламних текстах автомобільної тематики, потребою у підвищенні якості їх перекладу.

Об'єктом дослідження в роботі є метафори англomовних рекламних текстів автомобільної тематики та їх відтворення засобами української мови.

Предметом дослідження виступають структурні та семантичні особливості метафор в автомобільній рекламі та способи їх адекватного відтворення при перекладі.

Мета роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні поняття метафори та її функцій у публіцистичному мовленні, виявленні основних структурних та семантичних типів метафор в англomовних автомобільних текстах, визначенні методів і способів перекладу англійських метафор українською мовою та подолання труднощів, що при цьому неминуче виникають.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- визначити поняття метафори та охарактеризувати функції, які вона відіграє у рекламних текстах;

- виділити наявні у текстах автомобільної реклами метафори, класифікувати їх з точки зору семантики та проаналізувати їх структурні особливості;

- визначити способи перекладу метафор англomовних рекламних текстів автомобільної тематики українською мовою, описати основні труднощі, з якими стикається перекладач, та шляхи їх усунення при перекладі метафор.

Матеріалом роботи слугують британські та американські автомобільні журнали Auto Express [31, 32], AutoCar [33], Car and Driver [34], Car Craft [35], Diesel World [36, 37], Evo [38, 39], MotorTrend [40], Total 911 [41].

У ході роботи було застосовано такі **методи дослідження**: *методи спостереження та лінгвістичного опису* – для виявлення метафор в аналізованих текстах; *системно-функціональний метод* – для визначення функцій метафор та їх систематизації; *метод компонентного аналізу* – для аналізу структури слів, словосполучень та речень, з яких утворюються метафори, а також семантичних компонентів метафоричного образу; *метод перекладацького аналізу* – для виявлення перекладацьких трансформацій, які дозволяють якісно впоратися з перекладом метафор.

Теоретичне значення роботи полягає у дослідженні метафори як явища стилістики, визначенні її основних характеристик та окресленні механізму засобів її перекладу. **Практичне значення** роботи полягає у можливості застосування її результатів для аналізу метафор у подальших дослідженнях рекламних текстів автомобільної та інших галузей.

Структуру роботи зумовлено поставленими метою та завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування), додатка (Глосарій метафор). Загальний обсяг роботи – 42 сторінки.

РОЗДІЛ 1

МЕТАФОРА В АВТОМОБІЛЬНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ

1.1. Поняття метафори та метафоричних процесів. Функції метафори

Поняття метафори викликало різноманітні дискусії впродовж всієї історії лінгвістичної науки та поза її межами. Свого часу дослідженням метафори займалися найвидатніші мислителі – Аристотель, Руссо, Гегель, Ніцше та багато інших. Говорячи про значення метафори у мовленні, Хосе Ортега-і-Гассет зазначає: «Від наших уявлень про свідомість залежить наша концепція світу, а вона, в свою чергу, визначає нашу мораль, нашу політику, наше мистецтво. Виходить, що вся величезна споруда Всесвіту, сповнена життя, лежить на крихтньому та легкому тільці метафори» [15, с. 77]. На думку Н.Д. Арутюнової, вивчення метафори «стає все більш інтенсивним та швидко розширюється, захоплюючи різні галузі знань – філософію, логіку, психологію, психоаналіз, герменевтику, літературознавство, літературну критику, теорію витончених мистецтв, семіотику, риторику, лінгвістичну філософію, різні школи лінгвістики» [2, с. 371]. Метафора привертає увагу представників різних наук, які по-різному визначають її сутність.

Вперше визначення цього терміна подається в «Поетиці» Аристотеля: «метафора – це перенесення слова зі зміненим значенням з роду на вид, або з виду на вид, або за аналогією» [цит. за 8, с. 284]. Отже, метафора виникає на основі перенесення властивостей, виступаючи у ролі скороченого порівняння: відбувається заміщення того, що мовець має на увазі, категорією іншого поняття.

Пізніше вивчення метафори з риторики перейшло до стилістики, де метафора стала різновидом стилістичного прийому. Широкого поширення набув поділ стилістичних засобів на образотворчі (тропи) та виразні (стилістичні фігури або фігури мовлення), описаний І. В. Арнольд [1, с. 87-

88]. Метафору як прийом створення образів на основі проведення асоціативних паралелей можна вважати образотворчим засобом або тропом.

На думку Ш. Баллі, «метафора — це не що інше, як порівняння, в якому розум під впливом тенденції зближувати абстрактне поняття і конкретний предмет поєднує їх в одному слові» [4, с. 221]. Завдяки такому визначенню метафори можна стверджувати, що метафора – результат процесу образного мислення мовця, яке поєднує різні поняття за аналогією та асоціацією в одному мовленнєвому акті.

Існує дві основні групи теорій метафори: погляд на метафору як на порівняння і теорії протиставлення, докладно описані Джоном Р. Серлем в роботі «Метафора», де зазначається, що «метафора пов'язана з вербальною опозицією двох семантичних змістів» [19, с. 315]. Втім, більшого розвитку отримала класична концепція трактування метафори як скороченого порівняння.

У когнітивній лінгвістиці метафору розуміють як ментально-мовне явище, акцентують її пізнавальний потенціал. Сучасні когнітологи (Н. Арутюнова [2;], А. Чудінов [27], Дж. Лакофф та М. Джонсон [28]) вбачають у метафорі знаряддя мислення. На думку Дж. Лакоффа, метафора є прозаїчним або поетичним виразом, в якому слово або декілька слів, що представляють концепт, використовуються у непрямому значенні, щоб виразити концепт, подібний даному [28, с. 6]. У своїй роботі «Метафори, якими ми живемо», написаній у співавторстві з М. Джонсоном, він запроваджує поняття «концептуальної метафори» – однієї з основних ментальних операцій, що є способом пізнання, структурування та пояснення світу [28, с. 39].

Як підкреслює А. В. Суперанська, завдяки своїй наочності метафора допомагає зрозуміти та пояснити багато фактів, що спочатку не очевидні, створюючи асоціації за формою, кольором, фактурою, розміром тощо, що зазвичай передують більш глибокому вивченню явищ навколишнього світу [21, с. 103]. Потреба у метафоричному сприйнятті дійсності закладена у

сутності людської природи. Вона сприяє прирощенню, розширенню та упорядкуванню системи знань людини.

За визначенням О. О. Тараненка, метафоризація – семантичний процес, в якому форма мовної одиниці переноситься з одного об'єкта позначення на інший на основі певної подібності між цими об'єктами при відображенні в свідомості мовця [22, с. 307]. Метафора, зіставляючи два об'єкти та ґрунтуючись на асоціативних зв'язках між ними, характеризується наочністю оцінного компонента. Аналізуючи процеси метафоризації, Н. Д. Арутюнова зазначає, що метафора з'являється в результаті взаємодії об'єктів дійсності та деяких уявлень, що асоціюються з допоміжним суб'єктом [2, с. 369]. Е. Кассіерер зображує метафору як свідоме перенесення назви одного уявлення на іншу сферу – інше уявлення, подібне першому за певною рисою [11, с. 35]. Таким чином, в основу метафоризації закладено вторинну номінацію за уподібненням.

В. Н. Телія зазначає, що метафора існує в мові як реальна семантико-синтаксична одиниця, що має свої специфічні ознаки: семантичної двоплановості, абстрагованості та експресивності [23, с. 36].

У дослідженнях таких авторів, як Н. Д. Арутюнова [2, 3], Г. Н. Склярєвська [20], В. Н. Телія [23], В. К. Харченко [25], А. П. Чудінов [27], описано такі функції метафори:

1. Номінативна, яка полягає у пошуку та віднаходженні імені для нового об'єкта; метафора при цьому виконує роль прямої аналогії, визначаючи найменування невідомих раніше явищ на основі їх подібності до тих, що вже існують.

2. Когнітивна або пізнавальна. А. П. Чудінов у межах когнітивної функції виділяє декілька її різновидів: моделюючу, інструментальну, гіпотетичну [27, с. 59-61].

3. Комунікативна. Метафора дозволяє передавати інформацію у більш зручній для адресата формі. В межах комунікативної функції можна виділити такі її різновиди: евфемістичну, популяризаторську [27, с. 61-63].

4. Образна. Розглядаючи метафору як троп, можна відзначити її образність, що сприяє опису явищ і предметів у художній творчості.

5. Прагматична. Метафора є потужним засобом перетворення існуючої в адресата картини світу, спонукання його до певних дій та формування необхідного емоційного стану. До різновидів прагматичної належать такі функції: спонукальна, аргументативна [27, с. 65-66].

6. Емотивно-оцінна, яка покликана позначити об'єкт висловлювання таким чином, щоб суб'єкт інформаційного впливу чітко визначив пов'язані з ним асоціації. При цьому метафора впливає на емоційно-вольову сферу адресата та викликає у нього відповідне ставлення до описуваних реалій.

7. Естетична. Образна форма привертає увагу адресата і здатна зробити висловлювання більш дієвим. Блиск метафоричної форми часто сприймається як ознака глибини та змістової точності висловлювання.

8. Творча. Метафора бере активну участь у формуванні різних шарів мовлення. Зокрема, до різновидів творчої можна віднести такі функції: стилетворча, текстотворча, жанротворча [25, с. 21-28].

9. Евристична. Метафора дає початок термінології, адже найменування нових понять часто відбувається за допомогою аналогії.

10. Ігрова. Іноді метафору використовують як засіб комічного, одну з форм мовленнєвої гри.

Більшість з дослідників виділяють два типи метафори: мовну, що активно використовується мовцями у повсякденному житті, та художню (індивідуально-авторську). Багато авторів визнають відокремленість мовної та художньої метафор як різних об'єктів семасіологічного і стилістичного досліджень. Зокрема Г. Н. Скляревська говорить про те, що «наразі ніхто не заперечує існування двох типів метафор – художньої та мовної. Як тільки метафора була вичленована з ряду інших мовних явищ і описана, відразу виникло питання про її двояку сутність – бути засобом мови та поетичної фігурою» [20, с. 30]. Н. Д. Арутюнова виділяє чотири функціональні типи мовної метафори [3, с. 333-341]:

- номінативна – її сутність полягає у перенесенні назви з одного об'єкта на інший, зміні одного дескриптивного значення іншим (*супутник Землі*);

- образна – пов'язана із переходом ідентифікуючого значення у предикативне (*заєць – сором'язлива, боязка людина*);

- когнітивна – є результатом зсуву в поєднанні предикатних слів, тобто перенесення значення виразів (*день згасає*);

- генералізуюча – стирає в лексичному значенні слова межі між логічними порядками (*парфуми «Насолода» – назва продукту позначає відчуття, які він викликає у покупця*).

Дж. Лакофф і М. Джонсон виділяють два типи метафор, розглянутих відповідно до часу і простору: онтологічні, тобто метафори, що дозволяють бачити події, емоції, ідеї тощо як субстанцію, і орієнтовані, або орієнтаційні – такі, що не визначають один концепт у термінах іншого, але організовують всю систему концептів у відношенні один до одного [28, с. 67].

П. Ньюмарк в свою чергу виділяє шість типів метафор [29, с. 106-113]:

- стерті (*dead*) – під такими розуміються метафори, фігуральний характер яких вже не відчувається: *field* – поле, *rise* - підйом, *top* – вершина;

- метафори-кліше (*cliché*) – метафори, які дещо втратили свою естетичну складову та все частіше використовуються лише у конотативній функції, щоб ясніше та емоційніше виразити думку: *backwater* – застій, *breakthrough* – прорив, *set trends* – задати напрям;

- загальні (*stock*) – метафори, які є ефективним способом опису конкретного або абстрактного поняття, що здійснюють емоційний вплив на читача та мають активну естетичну функцію: *to throw light on* – пролити світло, *he has all the cards* – він має всі козирі на руках;

- адаптовані (*adapted*) – авторські метафоричні okazionalizmi: *wind of change* – вітер змін (Гарольд Макміллан);

- нещодавні (*recent*) – метафоричні неологізми: *walkman* – портативний плеєр, *head-hunter* – спеціаліст з підбору персоналу;

- оригінальні (original) – індивідуально-авторські метафори, не поширені у щоденному спілкуванні: *He smelled something else starting to burn, probably his career* – він відчув, як палає щось інше; певне, його кар'єра (Стівен Кінг).

Англійський лінгвіст С. Ульман вважає, що будь-яка метафора містить три елементи: поняття, яке необхідно назвати; поняття, яке дає йому своє ім'я; спільна для обох понять властивість, що дозволяє їх порівняти [30, с. 112]. Він виділяє два типи порівняння: за предметною та за емоційною подібністю. Метафори, побудовані на предметній подібності, за типом метафоризації поділяються на такі групи: перенесення найменування органів людини на предмети; перенесення найменування предметів на органи людини; перенесення найменування тварин на предмети. Серед метафор, утворених внаслідок емоційної подібності, Ульман виділяє перехід конкретного поняття в абстрактне, перехід з однієї чуттєвої області в іншу (синестезія).

О. Г. Петрова пропонує класифікувати метафори з точки зору їх частиномовної приналежності: «спосіб вираження основи для порівняння дозволяє виділити дієслівну, субстантивну та ад'єктивну метафори» [16, с. 20]. Більшість дослідників схильні вважати субстантивну метафору найбільш частотною.

Таким чином, метафора є одним з номінативних стилістичних прийомів та передбачає використання слова, що позначає певний клас об'єктів, явищ або ознак, для характеристики або номінації іншого класу об'єктів. Метафора активно впливає на процеси полісемії, що зрештою відображається у лексикографічному стані мови, і служить тим засобом, за допомогою якого в процесі розумової діяльності у свідомості людини не тільки відображаються, але й осмислюються, проводяться паралелі, аналогії. Отже, метафора стає інструментом, за допомогою якого вивчається дійсність, коли на рівні мислення, відповідного понятійного змісту здійснюється оперування мисленнєвими аналогами об'єктів.

1.2. Особливості метафори в публіцистичних текстах автомобільної тематики

Основний стилістичний принцип публіцистичного тексту полягає у єдності експресії та стандарту. В першу чергу це проявляється у лексиці та є наслідком особливості інформаційної функції в публіцистичному тексті. К. В. Ковалевська виділяє головні характеристики публіцистики [12, с. 82]:

1. Всеохопність (універсальність) – газетні та журнальні публікації, теле- і радіо-передачі, інтернет-ресурси інформують читача про широкий спектр сфер суспільного життя: політику, культуру, спорт, науку тощо.

2. Спрямованість на широку аудиторію – журналісти адресують інформацію про важливі для суспільства події великому колу читачів. Отже, лексика, яку використовує автор, має бути зрозумілою кожному.

3. Актуальність та швидкість передачі інформації – головна причина стандартизації мови преси. Вдало винайдені журналістом слова і вирази (переважно метафоричні) стають надбанням преси і постійно переходять у розряд газетних штампів та кліше.

4. Оцінність та суб'єктивність. Засоби масової інформації перебувають у безпосередньому контакті з категоріями експресивності, емоційності та оцінності, пов'язаними, в свою чергу, з культурою мовного спілкування.

Одним із засобів створення експресії, що є необхідною умовою функціонування мови ЗМІ, виступає метафора. Вона більш оперативно відображає когнітивні процеси, що відбуваються у суспільстві, роблячи газетну мову більш доступною, ефективною, дієвою, що дозволяє їй активно впливати на свідомість читача. Як зазначає Н. Д. Бесарабова, публіцистика передбачає прагматичний підхід до явища метафори [6, с. 55]:

- а) метафора в газетних текстах є джерелом образної номінації;
- б) метафора активно впливає на формування ціннісних поглядів суспільства;

в) використання метафори в публіцистичних текстах підвищує їх інформаційну складову;

г) метафора сприяє спрощенню явищ і понять, тому завдяки їй авторові простіше донести до читачів сутність нових реалій;

д) метафора дозволяє формувати те чи інше оцінювальне ставлення до повідомлення;

е) метафора в газеті – це втілення принципу поєднання стандарту та експресії.

У текстах автомобільної галузі найбільшої концентрації стилістичні засоби досягають в газетних та журнальних статтях профільних видань, що містять рубрики за різною тематикою: новинки в автомобільній промисловості, автоподії, тест-драйви, ремонт, виробники автомобілів, колекційні моделі тощо. Такі статті насичені виразними засобами, що дозволяють створити «живий» образ автівки [17, с. 13].

О. С. Рогалева зауважує, що автомобільний дискурс, репрезентований в глянцевиx виданнях, характеризується базовою ознакою наукового дискурсу – наявністю спеціальної лексики, зокрема термінології [18, с. 152], у складі якої часто можна розпізнати метафори.

У своєму дослідженні О. С. Леонова зазначає, що публіцистичні друковані видання в автомобільній галузі за цільовою аудиторією можна умовно поділити на такі види [14, с. 306-307]:

- «напівпрофесійні» видання, розраховані на читачів, які розуміються на технічних характеристиках, будові автомобіля, можуть самостійно виконати нескладний ремонт. Метафори в таких текстах виконують не тільки номінативну функцію, але й комунікативну (інструкції та поради щодо ремонту), та частково естетичну (для спрощення складних технічних описів);

- видання «для загальної аудиторії» – статті про інтерактивні заходи з описом модифікованих і класичних автомобілів; часто орієнтовані на потенційного покупця, звідки використання різноманітних метафор, у тому

числі індивідуально-авторських, з комунікативною, естетичною та оцінною функціями.

Отже, у мові засобів масової інформації метафору та метафоричні звороти використовують для досягнення різних цілей: зробити друковане слово більш емоційним, здійснити певний вплив на читацьку аудиторію, сформувавши попит на запропоновану продукцію. В текстах автомобільної галузі переважають номінативна, комунікативна, естетична та оцінна функції метафори.

1.3. Структурні особливості метафор в рекламі автомобілів

Дослідники по-різному класифікують метафоричні звороти за структурою. Так, І. В. Арнольд поділяє метафори на прості (містять один образ) та розширені (складаються з декількох метафоричних слів, що утворюють єдиний образ) [1, с. 124]. О. Г. Петрова виділяє прості (виражені одним образом), складні (утворені поєднанням простих) та розгорнуті метафори (можуть простягатися на весь текст) [16, с. 43]. С. О. Хахалова розмежовує метафори-слова, метафори-словосполучення та метафори-речення [26, с. 71-72]. На основі останньої класифікації спробуємо визначити структурні особливості метафор, дібраних нами в автомобільній рекламі.

Метафори-слова з такими різновидами:

1) прості, утворені вторинною номінацією: *body* [40, с. 72] – кузов легкового автомобіля; *hood* [35, с. 64] – капот; *face* [31, с. 13] – бампер; *blanket* [36, с. 79] – захисне покриття;

2) метафори, утворені афіксацією: *revver* [34, с. 44] (дієслово *to rev* (ревіти) + суфікс *-er*, що позначає виконавця дії) – ревун; *blinker* [35, с. 46] (дієслово *to blink* (кліпати) + суфікс *-er*) – поворотник; *to tigerize* [39, с. 106] (іменник *tiger* (тигр) + дієслівний суфікс *-ize*) – роздраконювати;

3) складні слова: *newcomer* [31, с. 13] – новачок (нова модель); *forklift* [36, с. 125] – вилковий навантажувач; *flywheel* [39, с. 104] – маховик.

Метафори-словосполучення:

1) двокомпонентні, утворені за моделями: Adj + N: *symphonic engine* [39, с. 22] – симфонічний двигун; *wet sleeve* [30, с. 120] – «мокра» гільза циліндра; N + N: *suicide doors* [33, с. 74] – задньопетельні двері; *cheek brake* [37, с. 102] – колодкове гальмо; N + Prep. + N: *supercar at heart* [39, с. 116] – в душі суперкар; *spoon of blade* [35, с. 23] – увігнута сторона лопатки; V + V: *begs to be driven* [41, с. 19] – благає про поїздку; V + N: *to retain its soul* [41, с. 63] – зберегти його душу;

2) трикомпонентні: *naturally aspirated powerhouse* [38, с. 52] – безнаддувний енерджайзер; *magic mix of ingredients* [41, с. 22] – магічна суміш інгредієнтів; *slim-hipped simplicity* [41, с. 41] – худорлява простота; *tiger-nose grille* [32, с. 16] – тигроноса решітка; *future collectors' gem* [41, с. 93] – перлина майбутніх колекціонерів; *twin-nostril hood* [34, с. 43] – капот з подвійним повітрязабірником; *showboating-style drifting* [39, с. 22] – вигадливий стиль дріфтингу; *engineers' latest toy* [39, с. 31] – останнє дітище інженерів; *healthy dose of nitrous* [36, с. 18] – здорова доза закису азоту; *piano black surfaces* [39, с. 132] – поверхні чорні, ніби кришка фортепіано; *physics-warping 911* [41, с. 21] – 911, що порушує закони фізики; *clichéd poster car* – шаблонний автомобіль з постеру [41, с. 20]; *a thinking man's Porsche* – Porsche мислячої людини [41, с. 23]; *brilliant driver's car* [41, с. 24] – автівка блискучого водія;

3) багатоконпонентні: *standalone pillar within the hierarchy* [39, с. 119] – окремий стовп ієрархії; *smash-and-grab braking style* [39, с. 96] – розбишацький стиль гальмування; *deep-chested growl of the V10* [38, с. 56] – утробний рик двигуна V10; *billiard-table smooth surface* [41, с. 76] – поверхня гладка, ніби більярдний стіл; *tattooed on the minds of the public conscience* [41, с. 20] – викарбувана у пам'яті громадської свідомості.

Метафори-речення: *the Benz continues to perform impeccably the beast-of-burden role to which it was born* [33, с. 69] – Benz продовжує бездоганно виконувати свою тяглову роль, для якої він був народжений; *the 1999 GT3's flat six was a very different animal* [41, с. 46] – 6-циліндровий двигун GT3 – птах зовсім іншого польоту.

Отже, метафори та метафоричні звороти в текстах автомобільної реклами з огляду на їх формальну структуру можна поділити на прості метафори-слова (утворені шляхом вторинної номінації, афіксації або словоскладання); метафори-словосполучення та метафори-речення.

1.4. Семантичні групи метафор в автомобільних рекламних текстах

Результати аналізу складу семантичних груп метафор у дослідженнях текстів інших галузей (зокрема комп'ютерної [24] та політичної [27]) доводять, що за семантичною ознакою метафори та метафоричні звороти доцільно умовно поділити на п'ять загальних груп: **антропоморфна** метафора; **природоморфна**; **артефактна**; метафори, що **спираються на зіставлення** конкретних предметів з абстрактними явищами або навпаки; метафори із **запозиченням** семантичних одиниць з **інших галузей**.

Ю. М. Ревіна і А. П. Чудінов припускають, що значна кількість антропоморфних метафор в автомобільному дискурсі обумовлена намаганням створити в медійному автомобільному дискурсі образ автомобіля-друга, помічника, незамінного супутника [17, с. 16; 27, с. 94]. Антропоморфні метафори в автомобільних рекламних текстах можна поділити на декілька семантичних підгруп:

1) метафори характеру: *super-aggressive tyres* [33, с. 65] – страшенно агресивні шини; *sybaritic Swede* [33, с. 67] – звиклий до розкоші швед; *Fiat 124 has mellow charm* [33, с. 73] – Fiat 124 випромінює м'який шарм; *no-rule monsters* [39, с. 12] – монстри, що не відають правил);

2) метафори, що позначають частини людського тіла: *left-brain vehicles* [34, с. 67] – практичні транспортні засоби (буквально – лівопівкульні; вважається, що ліва півкуля головного мозку людини відповідає за логіку та аналіз); *the spine of the car* [39, с. 120] – шасі автівки (шасі слугує каркасом для автомобіля, так само, як хребет – для тіла людини);

3) метафори, пов'язані із фізичним та духовним станом людини: *the car truly comes to life in your hands* [39, с. 95] – автівка оживає у Ваших руках; *to retain its soul* [41, с. 63] – зберегти його душу; *change of heart* [39, с. 24] – заміна двигуна («пересадка серця»);

4) метафори, утворені за аналогією до здібностей та фізичних можливостей людини: *the more you drive the Curpa, the more its talents become apparent* [39, с. 112] – чим більше керуєш Curpa, тим яскравіше бачиш її таланти; *ground-hugging bodykit* [39, с. 142] – обвіс, що притискається до землі;

5) метафори на позначення соціального статусу, положення у суспільстві: *it will forever be the outsider, the black sheep* [39, с. 81] – він завжди буде вигнанцем, паршивою вівцею; *garage queens* [34, с. 16] – гаражні королеви; *the crown of the UK roads* [39, с. 22] – королева британських доріг;

6) метафори, що побудовані на аналогії з одягом та його носінням: *steam pocket* [36, с. 103] – порожнина («кишеня») для пари; *both the Ford and Chevy wear racetrack tyres* [34, с. 43] – і Ford, і Chevrolet взуті у гоночні шини;

7) метафори, що описують відносини та взаємодію автомобіля з водієм або конкурентами: *begs to be driven* [41, с. 19] – благає про поїздку; *Ford came, conquered, and 50 years later came and conquered again* [38, с. 30] – Ford прийшов, переміг, і через 50 років повторив це знову;

8) метафори, пов'язані із родинними стосунками: *this family of four engines can respond to any market change* [33, с. 11] – ця лінійка з чотирьох двигунів готова до будь-яких змін на ринку; *its less powerful sibling* [39, с. 44] – його менш потужний аналог.

Зооморфні метафори в автомобільних текстах можна поділити на дві загальні підгрупи:

1) метафори з назвами тварин: *the 420-hp workhorse* [34, с. 14] – роботяга з 420 кінськими силами (буквально – робоча конячка); *track rat* [34, с. 44] – сіра миша (автомобіль з невиразною зовнішністю);

2) метафори, побудовані на аналогії з частинами тіла тварин: *wishbone* [39, с. 53] – важіль незалежної підвіски (на вигляд нагадує дужку – грудну кістку птаха), *tail light* [36, с. 66] – задній ліхтар.

Дещо у меншому обсязі вживаються фітоморфні та ландшафтні метафори: *sunroof* [40, с. 48] – люк на даху (скляний або металевий); *tulip valve* [37, с. 10] – тюльпаноподібний клапан.

Приклади автомобільних артефактних метафор: *blanket* [36, с. 79] – захисне покриття; *asphalt carpet* [36, с. 92] – асфальтобетонне покриття; *garage find* [33, с. 70] – знахідка для гаража; *it could be your passport to a happy summer* [33, с. 70] – він міг би стати Вашою перепусткою у щасливе літо; *scissor doors* [34, с. 76] – двері за типом ножиців (відчиняються нагору).

Великого значення серед метафор автомобільного дискурсу набувають гастрономічні метафори, які пробуджують у читача «апетит» до придбання автомобіля: *beautifully toasted, de-iced car* [33, с. 69] – підрум'янена, розморожена автівка; *size, mass, power, and the danger inherent in that cocktail* [34, с. 70] – розмір, маса, потужність та небезпека, змішані у цьому коктейлі; *delicious thump* [39, с. 22] – приємний шум (буквально – смачний).

З метою справити на читача яскраве враження, в описах характеристик автомобілів часто трапляються метафори з елементом фантастики: *the noise is so sharp and brutal it could fell a whole forest* [39, с. 19] – шум настільки різкий та сильний, що здатен повалити цілий ліс.

Важливим параметром для автолюбителів є звук, який видає автомобіль, що обумовлює високу концентрацію звукових та музичних метафор: *the exhaust is yowling* [39, с. 123] – вихлоп виє; *baritone bark of the exhaust* [38, с. 52] – баритонний лай вихлопної труби.

Щоб описати маневреність автомобіля, автори статей при створенні метафор часто звертаються до образу танцю: *little 911 dancing from one corner to the next* [39, с. 105] – маленька 911, що кружляє від одного кута до іншого.

Для зображення високої технологічної якості автомобілів журналісти користуються метафорами мистецтва, майстерності та професіоналізму: *it was a technological tour de force* [41, с. 21] - це був вищий пілотаж технологізму; *shifting gear is a lesson in measured aggression* [39, с. 96] – перемикування передач – зразок стриманої агресивності.

Приклади метафор, пов'язаних із ігровою діяльністю: *engineers' latest toy* [39, с. 31] – останнє дітище (іграшка) інженерів; *there was lots of room to play with the throttle* [40, с. 71] – дросельній заслінці було де розгулятися.

Естетична функція в автомобільних текстах великою мірою забезпечується метафорами, пов'язаними з поведінкою автомобіля на дорозі: *997 carves out the path for the genre's future* [41, с. 44] – 997 прокладає шлях у майбутнє цього жанру; *it just floats magically over everything* [39, с. 87] – він, мов зачарований, плине крізь усе.

У зв'язку з тісною взаємодією терміносистем, для метафор в автомобільному дискурсі також характерне запозичення термінів та терміноелементів з інших сфер та галузей: **архітектури**: *valve bridge* [36, с. 18] – траверса клапана; **морського транспорту**: *flagship model* [41, с. 20] – найкраща модель (флагман – найбільший або найкращий військовий корабель, на якому перебуває командувач ескадрою); **залізничного транспорту**: *powertrain* [32, с. 12] – силовий агрегат (являє собою ланцюг поєднаних компонентів, тоді як потяг складається із поєднаних між собою вагонів); **космонавтики**: *rocketship pace* [39, с. 115] – ракетна швидкість (швидкий автомобіль порівнюється з космічним кораблем); **діловодства**: *the latest car is a facsimile of its rivals* [39, с. 115] – останній автомобіль є копією своїх суперників (факсиміле – точна копія, «ксерокопія»); **металургії**: *mould-breaker* [33, с. 74] – першопроходець (*mould* – ливарна форма); **медицини**:

donor car [37, с. 70] – машина-донор (автомобіль, з якого виймають деталі, щоб «пересадити» в інше авто).

Вживаються і запозичення з інших мов: *canard* [38, с. 20] (з французької – качка) – завіхрювач (невелике крильце, що кріпиться до переднього спойлера гоночного автомобіля з метою покращити аеродинамічні характеристики), *gung-ho style of driving* [39, с. 111] – енергійний стиль водіння (від китайського «промисловий кооператив»; в англійській мові вживається для позначення войовничого настрою).

Отже, уподібнення автомобіля людині простежується за цілою низкою ознак. Так, наприклад, описується «здоров'я» та «хвороби» автівки, які слід «вилікувати»; у машини є численні «родичі» та «соціальний статус». Як і при описі людині, особлива увага надається опису «зовнішності» та «стилю», «характеру» та «поведінки». Можна навіть знайти зауваження про «таланти» автомобіля та тон його «голосу», про «характер» і «манери» (ходові якості), «зовнішність» та «стиль» (зовнішній вигляд) автомобіля. Метафори вживаються в даних описах, щоб зробити їх більш доступними, простими, з одного боку, та з іншого – через особливу прихильність до автомобіля.

РОЗДІЛ 2

МЕТАФОРА У РЕКЛАМІ ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ ФЕНОМЕН

2.1. Методи та способи відтворення англійських метафор та метафоричних термінів українською мовою

Сучасні тексти галузі автомобільної промисловості характеризуються наявністю чималої кількості метафоричної термінології. Загальний механізм перекладу метафоричних термінів детально описав В. І. Карабан [10, с. 462-464]. Дослідник зауважує, що відповідники мовних метафор зазвичай закріплені у перекладних словниках та передаються шляхом добору словникового відповідника. Варто підкреслити, що при перекладі не завжди вдається зберегти метафоричність – іноді від неї доводиться відмовитися, якщо вживання метафори у конкретному випадку призводить до порушення стилістичних норм та виникнення полісемії в межах терміносистеми. Отже, В. І. Карабан виділяє два методи перекладу метафоричних термінів:

1) переклад метафоричним словом: *leaf spring* [35, с. 36] – листова ресора; *cooling jacket* [37, с. 76] – сорочка охолодження; *forklift* [36, с. 125] – вилковий навантажувач; *caterpillar block* [35, с. 54] – гусеничний черевик;

2) переклад неметафоричним словом (деметафоризація): *valve bridge* [36, с. 18] – траверса клапана; *dog leg* – спорт-кпп [39, с. 53]; *blanket* [36, с. 79] – захисне покриття; *oil pan* [37, с. 118] – піддон картера.

Характерно, що у випадках, коли термін-метафора передається метафоричним словом, останнє зовсім не обов'язково містить той самий образ, що і метафора-оригінал: *butterfly bolt* [35, с. 52] – барашковий болт; *air bag* [36, с. 70] – подушка безпеки; *to tigerize* [39, с. 106] – роздраконювати. Явище трансформування вихідного образу називають реметафоризацією.

У той же час, для перекладу метафоричних термінів можна застосовувати і термінологічний підхід, тобто відтворення терміна-метафори засобами мови перекладу за допомогою прийомів, що застосовуються при

перекладі термінів взагалі. До цих прийомів, описаних Л. С. Бархударовим [5, с. 97-102], належать:

1) добір словникового еквівалента терміна: *grille* [32, с. 12] – решітка радіатора; *dive plane* [38, с. 31] – дефлектор; *body* [40, с. 72] – кузов;

2) транскодування – перекладацька транслітерація (передача графічної форми вихідного терміна засобами мови перекладу) або транскрипція (передача звукової форми): *pony car* [34, с. 40] – поні кар;

3) калькування – передача терміна шляхом заміни його складових (морфем або слів) прямими лексичними відповідниками у мові перекладу: *rear-wing* [31, с. 28] – заднє крило;

4) описовий переклад – розкриття значення вихідного терміна за допомогою розгорнутих словосполучень, що виражають суттєві ознаки позначуваного явища: *wishbone* [39, с. 53] – важіль незалежної підвіски; *bleeding of brakes* [35, с. 43] – випуск повітря з гальмівної системи;

5) наблизений переклад – добір найближчого за значенням відповідника (аналога) для вихідного терміна у мові перекладу: *tail light* [36, с. 66] – задній ліхтар.

Зазначені прийоми нерідко модифікуються та комбінуються між собою, утворюючи нові моделі:

1) описовий переклад метафоричного слова + словниковий відповідник другого компонента: *spoon of blade* [35, с. 23] – увігнута сторона лопатки; *suicide door* [33, с. 74] – задньопетельні двері;

2) адаптивне калькування: *scissor door* [34, с. 76] – двері за типом ножиців (замість «двері-ножиці»); *tulip valve* [37, с. 10] – тюльпаноподібний клапан (замість «тюльпанний клапан»);

3) калькування + відповідник метафоричного терміна-слова: *brake shoe* [35, с. 36] – гальмівна колодка; *powertrain* [32, с. 12] – силовий агрегат;

4) транскодування + генералізація (розширення значення): *corrosion attack* [35, с. 39] – вплив корозії.

На сьогодні найбільш вичерпною практичними порадами щодо перекладу метафор вважають класифікацію прийомів, запропоновану Т. А. Казаковою [9, с. 245-246]. На думку дослідниці, переклад різного роду стилістичних засобів потребує застосування особливих засобів, що дозволяють зберегти або модифікувати вихідну інформацію. Отже, доцільно виділити декілька загальних правил перекладу метафори.

1. Повний переклад метафоричних одиниць здійснюється, якщо у вихідній мові та в мові перекладу збігаються як правила сполучуваності, так і традиції вираження емоційно-оціночної інформації, що характерні для цієї метафори: *magic mix of ingredients* [41, с. 22] – магічна суміш інгредієнтів; *victim of succes* [41, с. 24] – жертва успіху; *it smells of the 1990s* [39, с. 76] – він пахне дев'яностими; *vehicle has dropped some weight* [40, с. 22] – транспортний засіб скинув трохи ваги; *the SEAT creaks and fidgets* [39, с. 112] – SEAT скрипить та метушиться.

2. Додавання / вилучення вживається у тих випадках, коли для кращого розуміння потребується або експлікація у вихідному тексті змісту оригіналу (прийом додавання), або навпаки – імплікація словесно вираженого у вихідному тексті (прийом вилучення): *it's almost a Renaissance masterpiece* [39, с. 105] – це майже витвір епохи Відродження (додавання компоненту «епоха»); *shark-nose profile* [40, с. 47] – акулячий профіль (вилучення компоненту «nose»).

3. Заміна метафоричного звороту відповідним еквівалентом застосовується у випадках лексичної або асоціативної невідповідності між елементами метафори у вихідній мові та в мові перекладу і дозволяє зберегти образність мовлення: *the Mercedes treads the middle ground between its rivals* [39, с. 114] – Mercedes балансує на золотій середині між своїми суперниками (в англійській мові вираз «middle ground» позначає середню позицію, компромісний варіант, що відповідає українському «золота середина»); *it felt cut from the same cloth as a 911 FT3* [38, с. 26] – вони з 911 FT3 ніби дві краплі води (ідіома «cut from the same cloth» вказує на подібність, схожість).

4. Структурне перетворення застосовується при різниці традицій граматичного оформлення метафори у вихідній мові та в мові перекладу, коли буквальне відтворення структури виглядає штучною комбінацією для мови перекладу: *turn-in is still crisp* [39, с. 27] – (автівка) досі жваво розвертається (дієслівний вираз виглядає більш природно для української мови, ніж буквальна форма «розворот досі жвавий»).

5. Традиційна відповідність вживається у відношенні метафор фольклорного, біблійного, античного походження: *Ford came, conquered, and 50 years later came and conquered again* [38, с. 30] – Ford прийшов, переміг, і через 50 років повторив це знову.

Отже, під час перекладу метафор перекладач у більшості випадків прагне до збереження вихідного образу. При перекладі метафоричних термінів перевага надається добору словникового відповідника; за його відсутності перекладач може застосувати загальні прийоми перекладу термінології – транскодування, калькування, описовий переклад тощо. При перекладі художніх метафор перекладач воліє зберегти оригінальний образ з метою якомога точніше передати індивідуальність авторського стилю, в якому метафора заснована на контекстуальному «живому» образі і носить експресивний характер.

2.2. Труднощі перекладу метафор у рекламі автомобілів і шляхи їх подолання

Переклад метафори завжди вимагає від перекладача особливої уваги, оскільки оригінальний твір несе в собі авторські образи, культурні реалії та асоціації, які слід відтворити мовою перекладу найточніше. П. Ньюмарк у роботі «Textbook of Translation» [29, с. 104] зауважує, що у своїй діяльності перекладач стикається з двома головними проблемами: вибір оптимального перекладацького принципу для тексту в цілому та переклад метафор.

Багато в чому переклад метафори залежить від того, наскільки близькими одна до одної є культурно-мовні традиції вихідної мови та мови перекладу [13, с. 74]. Розуміння метафори перекладачем засвідчується очевидною осмисленістю асоціативного змісту метафоричної одиниці, коли перекладач ідентифікує в мові оригіналу і адекватно відтворює засобами мови перекладу метафоричне висловлювання, уникаючи помилкових асоціацій та хибних зв'язків значення.

У процесі перекладу перекладач відштовхується від семантики оригінальної метафори та зіставляє лексичне значення слів вихідної мови та мови перекладу. Основою передачі метафори в різних мовах можуть бути універсальні поняття, що ґрунтуються на загальнолюдських уявленнях про реальність, або специфічні для окремо взятої культури реалії [13, с. 76]. Через національні особливості стилістичних систем різних мов втрата або послаблення метафоричної образності іноді неминуча, тож основною метою перекладача є відтворення не самого прийому, а його функції, ефекту, відтворюваного даним прийомом в мові оригіналу.

Найчастіше образи метафоричних словосполучень вдається передати метафоричними образами, що мають еквівалентну семантичну основу та є рівними за номінативною функцією. Для подолання труднощів передачі метафори перекладач може іноді вдаватися до різного роду трансформацій:

1) заміна на рівні лексичного оформлення – метафора реалізується за допомогою слів іншої семантики:

- контекстуальна заміна: *it could be your passport to a happy summer* [33, с. 70] – він міг би стати Вашою перепусткою у щасливе літо (слово «паспорт» в українській мові вживається переважно у прямому значенні, тоді як «перепустка» набула стійкого метафоричного сенсу); *lack of teeth* [38, с. 16] – безхребетність (слово «безхребетність» порівняно із «беззубістю» частіше застосовується для опису характеру, тому дозволяє створити більш «людяний» образ автівки);

- генералізація (розширення значення): *it catapults you to a strange parallel universe* [39, с. 20] – вона переносить Вас у дивний паралельний Всесвіт («to catapult» позначає конкретний спосіб переміщення, тоді як нейтральне «перенесення» може відбуватися по-різному);

- конкретизація (звуження значення): *both the Ford and Chevy wear racetrack tyres* [33, с. 73] – і Ford, і Chevrolet взуті у гоночні шини (дієслово «wear» в англійській мові вживається для позначення носіння як одягу, так і взуття, тоді як в українській мові існує більш конкретне «взуватися»);

2) заміна на рівні морфологічного оформлення – використання слів, які мають подібне лексичне значення, але належать до іншого лексико-граматичного класу: *begs to be driven* [41, с. 19] – благає про поїздку (дієслово пасивного стану замінюється іменником); *the BMW dances over the broken surface without a shudder* [39, с. 111] – BMW сміливо танцює на нерівній поверхні (прийменниково-іменниковий зворот «without a shudder» (без здригання) замінено прислівником «сміливо»); *blue-blooded feel of larger-capacity engine* [39, с. 16] – аристократичність двигуна з вищою потужністю (трикомпонентне словосполучення «blue-blooded feel» передається одиничним іменником «аристократичність»);

3) заміна на рівні синтаксичного оформлення – зміна синтаксичного типу речення: *it makes the P300 genuinely fun to slot through a sequence of corners* [39, с. 16] – завдяки цьому з P300 дійсно весело прорізатись крізь повороти; *lots of room to play with the throttle* [40, с. 71] – дросельній заслінці було де розгулятися;

4) використання іншої, близької за значенням метафори: *it has raised a few eyebrows* [41, с. 64] – декілька пар округлених очей дивилися йому услід (в українській мові більшість метафоричних зворотів на позначення подиву засновані на образі очей); *supercar at heart* [39, с. 116] – суперкар в душі (образ серця замінюється образом душі); *track rat* [34, с. 44] – сіра миша (вираз «track rat» слугує на позначення автівки з невиразною зовнішністю,

тоді як українське «сіра миша» характеризує невиразну людину і дозволяє змалювати відповідний образ автомобіля);

5) перетворення метафори на порівняння зі збереженням оригінального образу: *billiard-table smooth surface* [41, с. 76] – поверхня гладка, ніби більярдний стіл; *the Bart Simpson of supercars* [40, с. 33] – серед суперкарів він ніби Барт Сімпсон; *buttery-smooth upshifts* [33, с. 67] – підвищення передачі плавне, як по маслу; для більшої експресивності у порівняння може бути внесена негативація: *this Mustang is a monster* [39, с. 18] – це не Mustang, а монстр;

6) згортання метафори до описового пояснення її значення: *BMW cabin is a tad pedestrian in its styling* [39, с. 108] – салон BMW має дещо прозаїчний вигляд; *flagship model* [41, с. 20] – найкраща модель; *sister car* [33, с. 72] – аналог; *to keep the air they breathe cool* [38, с. 28] – підтримувати повітря довкола них у прохолоді; *its rear-drive predecessor* [39, с. 111] – його прототип із приводом на задні колеса.

Отже, основні труднощі при перекладі англійських метафор пов'язані з доборою або утворенням такого українського відповідника, який дозволив би зберегти або максимально точно передати оригінальну образність, не порушуючи при цьому норм української мови. Зокрема в автомобільному тексті дуже важливо створити привабливий образ автівки, адже її подальша доля на ринку значною мірою залежить від якості реклами. Для точнішої передачі образу перекладач може вдаватися до різноманітних трансформацій, серед яких – заміни елементів метафори на різних рівнях (лексичному, морфологічному та синтаксичному), заміна образу метафори на близький за значенням, заміна метафори іншим стилістичним засобом. У випадку, якщо жоден із зазначених способів не видається доречним, перекладач може передати метафоричний зворот описово.

ВИСНОВКИ

Отже, в ході роботи вдалося встановити, що метафора як поняття являє собою один з номінативних стилістичних прийомів, що передбачає вживання слова на позначення певного класу об'єктів, явищ або ознак для характеристики або номінації іншого класу об'єктів. Процес метафоризації заснований на явищі вторинної номінації, коли на один предмет переноситься назва іншого на підставі наявності в них спільної ознаки. За допомогою метафори людина пізнає дійсність, засвоює нові знання, проводить аналогії між явищами навколишнього світу та спілкується з іншими. Таким чином, можна виділити номінативну, когнітивну, комунікативну, образну, прагматичну, емотивно-оцінну, естетичну, творчу, евристичну та ігрову функції метафори у мовленні.

У друкованих та електронних засобах масової інформації метафора посідає провідне місце з-поміж усіх стилістичних засобів. Автори журнальних видань використовують її для досягнення різних цілей: надати матеріалу більшої емоційності, здійснити вплив на читачів, сформувати попит на продукцію, що рекламується. Публіцистичні тексти автомобільної галузі орієнтовані здебільшого на широку аудиторію автолюбителів, і серед функцій метафори тут переважають номінативна (в межах технічної термінології), комунікативна (спілкування з читачем, надання рекомендацій), естетична (створення привабливих образів) та емотивно-оцінна.

З огляду на структуру, метафори та метафоричні звороти в текстах автомобільної реклами поділяються на прості метафори-слова, представлені переважно метафоричними термінами, метафори-словосполучення з різною кількістю складових компонентів та метафори-речення. За семантикою простежується активне уподібнення автомобіля людині за цілою низкою ознак, таких як характер, частини людського тіла, фізичний та духовний стан людини, її здібності та фізичні можливості, соціальний статус, носіння одягу, взаємодія з водієм та конкурентами, наявність родини та родинних стосунків.

Зоомфорні метафори також можуть виражати певні риси характеру, зокрема працьовитість, витривалість та агресивність; фітоморфні метафори загалом використовуються для номінації компонентів автівки за зовнішньою подобою; артефактні часто спираються на подібність функцій або властивостей. З рекламною метою широко вживаються гастрономічні, звукові, фантастичні, танцювальні, ігрові метафори, покликані сформувати в читача попит на продукцію, а метафори мистецтва та руху автомобіля на дорозі забезпечують естетичну функцію в тексті. Метафори вживаються в даних описах з подвійною метою: щоб зробити їх більш доступними, та через прихильність до автомобіля, ставлення до нього, як до друга, члена родини.

Під час перекладу як термінологічних, так і художніх метафор перекладач у більшості випадків прагне зберегти оригінальний образ. При перекладі метафоричних термінів перевага надається добору словникового відповідника, якщо такий існує, а в разі його відсутності перекладач звертається до загальних прийомів перекладу термінологічної лексики – транскодування, калькування, описовий переклад, пошук аналога. При перекладі художніх метафор у переважній більшості випадків англійські метафоричні звороти вдається передати шляхом повного перекладу або добору української метафори-еквівалента. Втім, трапляються і труднощі, пов'язані з добором або утворенням такого відповідника, який дозволив би зберегти або максимально точно передати оригінальну образність, не порушуючи при цьому норм мови перекладу в цілому та норм жанру автомобільної реклами зокрема. Для якісної передачі вихідного образу перекладач застосовує трансформації, найпоширенішими серед яких є заміни елементів метафори на різних рівнях, заміна образу метафори на близький за значенням та заміна метафори іншим стилістичним засобом. Зрештою, якщо здійснення трансформації не видається можливим, метафору можна згорнути до описового значення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка: (Стилистика декодирования) : учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз». 3-е изд. М. : Просвещение, 1990. 300 с.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М. : Школа «Языки русской культуры», 1998. 896 с.
3. Арутюнова Н. Д. Функциональные типы языковой метафоры // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. М. : Наука, 1978. Т. 37, № 4. С. 333–343.
4. Балли Ш. Французская стилистика. 2-е изд., стереотипное. М. : Эдиториал УРСС, 2001. 392 с.
5. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : «Международные отношения», 1975. 240 с.
6. Бессарабова Н. Д. Метафора в газете // Вестник Московского университета. Сер. Журналистика. 1975. №1. С.53–58.
7. Бикертон Д. Введение в лингвистическую теорию метафоры // Теория метафоры: [сборник научных трудов] / [ред. Арутюнова Н. Д., Журинская М. А.]. М. : Прогресс, 1990. С. 284–306.
8. Дэвидсон Д. Что означают метафоры // Теория метафоры: [сборник научных трудов] / [ред. Арутюнова Н. Д., Журинская М. А.]. М. : Прогресс, 1990. С. 173–194.
9. Казакова Т. А. Практические основы перевода. СПб. : «Издательство Союз», 2001. 320 с.
10. Карабан В. І. Переклад англомовної наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова книга, 2004. 576 с.
11. Кассирер Э. Сила метафоры // Теория метафоры: [сборник научных трудов] / [ред. Арутюнова Н. Д., Журинская М. А.]. М. : Прогресс, 1990. С. 33–44.

12. Ковалевская Е.В. Метафора и сравнение в публицистическом тексте // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2009. № 3. С. 80–85.
13. Куниловская М.А., Короводина Н.В. Авторская метафора как объект перевода: Active metaphors in literary translation lingua mobilis // Научный журнал №4 (23) под ред. Селютина А.А. Челябинск, 2010. С. 73–82.
14. Леонова О.С. Роль и функции метафоры в технических описаниях автомобилей // Преподаватель XXI век. 2012. № 4, ч. 2. С. 304–308.
15. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры // Теория метафоры: [сборник научных трудов] / [ред. Арутюнова Н.Д., Журинская М.А.]. М. : Прогресс, 1990. С. 68–82.
16. Петрова Е.Г. Языковая природа стилистического приема «развернутая метафора» и его роль в создании целостности художественного текста (на материале англо-американской художественной прозы): дис. ... канд. филол. наук. М. : МГПИИЯ им. М. Тореца, 1982. 187 с.
17. Ревина Ю.Н. Автомобильная терминология в немецком и русском языках: структурно-семантический и функциональный аспекты: автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук: [спец.] 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Урал, гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2011. 22 с.
18. Рогалева О.С. Дискурс автомобильного журнала: коммуникативно-прагматические и стилистические особенности (на примере журнала «За рулём») // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2011. № 5 (101). С. 151–154.
19. Серль Дж. Метафора // Теория метафоры : [сборник научных трудов] / [ред. Н.Д. Арутюнова и М.А. Журинская]. М. : Прогресс, 1990. С. 307–342.
20. Складеревская Г.Н. Метафора в системе языка. СПб. : Наука, 1993. 152 с.

21. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: вопросы теории / Отв. ред. Т.Л. Канделаки. 4-е изд. М. : 2007. 248 с.
22. Тараненко О. О. Метафора // Українська мова. Енциклопедія / [редкол. : Русанівський В. М. (співголова), Тараненко О. О. (співголова), М. П. Зяблюк та ін.]. К. : Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М.П. Бажана, 2004. С. 307–309.
23. Телия В. Н. Вторичная номинация и её виды // Языковая номинация (Виды наименований) / [отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева]. М. : Изд-во «Наука», 1977. С. 129–221.
24. Хавкіна О.М. Англійські метафоричні терміни мови комп'ютерних мережевих технологій та інформаційної безпеки. Структурно-семантичні особливості та специфіка перекладу українською мовою // Нова Філологія. №50. 2012. С. 209–213.
25. Харченко В.К. Функции метафоры. Учебное пособие. Воронеж : изд-во ВГУ, 1992. 88 с.
26. Хахалова С.А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры: монография / С.А. Хахалова. 2-е изд., испр. и доп. Иркутск : ИГЛУ, 2011. 292 с.
27. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Монография. Урал, гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. 248 с.
28. Lakoff George, Johnson Mark. Metaphors we live by. Chicago : University of Chicago Press, 2003. 191 p.
29. Newmark Peter. A Textbook of Translation. Harlow : Pearson Education Limited, 2008. 292 p.
30. Ullmann Stephen. The principles of Semantics. A linguistic Approach to Meaning. Ed.2. Glasgow : Jackson, 1957. 348 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

31. Auto Express Magazine : електрон. версія журн. February 2020. 85 р.
URL: https://magzus.com/read/auto_express_magazine_1614_february_19-25_2020_uk/ (дата звернення: 15.04.2020).

32. Auto Express Magazine : електрон. версія журн. March 2020. 85 р.
URL: https://magzus.com/read/auto_express_magazine_1617_march_11-17_2020_uk/ (дата звернення: 18.04.2020).

33. AutoCar Magazine : електрон. версія журн. March 2020. 93 р. URL:
https://magzus.com/read/autocar_magazine_march_11_2020_uk/ (дата звернення: 13.04.2020).

34. Car and Driver : електрон. версія журн. March 2020. 93 р. URL:
<https://pdf-magazines-archive.com/2020/02/22/car-and-driver-usa-march-2020.html> (дата звернення: 17.04.2020).

35. Car Craft Magazine : електрон. версія журн. March 2020. 77 р. URL:
https://magzus.com/read/car_craft_magazine_march_2020_usa/ (дата звернення: 10.04.2020).

36. Diesel World Magazine : електрон. версія журн. April 2020. 139 р.
URL: https://magzus.com/read/diesel_world_magazine_april_2020_usa/ (дата звернення: 17.04.2020).

37. Diesel World Magazine : електрон. версія журн. March 2020. 141 р.
URL: https://magzus.com/read/diesel_world_magazine_march_2020_usa/ (дата звернення: 17.04.2020).

38. Evo Magazine : електрон. версія журн. February 2019. 165 р. URL:
<https://manualov.net/downloadmagazine.php?id=3120> (дата звернення: 10.04.2020).

39. Evo Magazine : електрон. версія журн. March 2020. 173 р. URL:
https://magzus.com/read/evo_magazine_march_2020_uk/ (дата звернення: 02.04.2020).

40. Motor Trend Magazine : електрон. версія журн. April 2020. 89 р.
URL: https://magzus.com/read/motor_trend_magazine_april_2020_usa/ (дата
звернення: 19.04.2020).

41. Total 911 Magazine : електрон. версія журн. March 2020. 117 р. URL:
https://magzus.com/read/total_911_magazine_189_march_2020_uk/ (дата
звернення: 07.04.2020).

Додаток А
Глосарій метафор

<i>№</i>	<i>Метафора</i>	<i>Структура</i>	<i>Сем. група</i>	<i>Переклад</i>
1	997 carves out the path for the genre's future	речення	рух	997 прокладає шлях у майбутнє цього жанру
2	a captivating dance of restraint with moments of wild acceleration	багатокомп. словосп. (БС)	танці	захоплюючий танець стриманості з моментами дикого прискорення
3	a cat stalking its prey through the undergrowth	БС	тварини	кіт, що переслідує свою здобич у підліску
4	a future collectors' gem	трикомп. словосп. (ТС)	взаємодія з водієм	перлина майбутніх колекціонерів
5	a GT car delicately blends just the right amounts of speed and dynamic ability	речення	їжа	авто GT делікатно поєднує ідеальні пропорції швидкості та динамічної стійкості
6	a healthy dose of nitrous	ТС	запозичення (медична)	здорова доза закису азоту
7	a laundry list of standard and optional features	БС	побут	цілий список стандартних та додаткових опцій
8	a thinking man's Porsche	ТС	взаємодія з водієм	Porsche мислячої людини
9	aerodynamic wizardry	двокомп. словосп. (ДС)	фантастика	аеродинамічне диво
10	air bag	ДС	одяг	подушка безпеки
11	asphalt carpet	ДС	побут	асфальтобетонне покриття
12	bandage	метафора-слово	запозичення (медична)	зовнішня оболонка
13	baritone bark of the exhaust	ТС	звукова	баритоновий лай вихлопної труби
14	beautifully toasted, de-iced car	БС	їжа	підрум'янена, розморожена автівка
15	begs to be driven	ДС	взаємодія з водієм	благає про поїздку
16	big cutie	ДС	характер	великий милун
17	billiard-table smooth surface	БС	побут	поверхня гладка, ніби більярдний стіл
18	blacktop snakes through craggy canyons	речення	тварини	асфальт в'ється крізь скелясті каньйони
19	blanket	метафора-слово	побут	захисне покриття
20	bleeding of brakes	ДС	здоров'я	випуск повітря з гальмівної системи
21	blinker	метафора-слово	людські здібності	поворотник

22	blue-blooded feel of larger-capacity engine	БС	соціальна	аристократичність двигуна з вищою потужністю
23	BMW cabin is a tad pedestrian in its styling	речення	соціальна	салон BMW має дещо прозаїчний вигляд
24	body	метафора-слово	част. тіла	кузов (легкового автомобіля)
25	both the Ford and Chevy wear racetrack tyres	речення	одяг	і Ford, і Chevrolet взуті у гоночні шини
26	brake shoe	ДС	одяг	гальмівна колодка
27	brilliant driver's car	ТС	взаємодія з водієм	автівка блискучого водія
28	butterfly bolt	ДС	тварини	барашковий болт
29	buttery-smooth upshifts	ТС	їжа	підвищення передачі плавне, як по маслу
30	Cadillac's behemoth	ДС	тварини	махіна Cadillac
31	canard	метафора-слово	запозичення (авіація)	завіхрювач
32	caterpillar block	метафора-слово	тварини	гусеничний черевик
33	change of heart	ДС	част. тіла	пересадка серця
34	cheek brake	ДС	част. тіла	колодкове гальмо
35	control arm	ДС	част. тіла	важіль управління
36	cooling jacket	ДС	одяг	сорочка охолодження
37	corrosion attack	ДС	здоров'я	вплив корозії
38	deep-chested growl of the V10	БС	звукова	утробний рик двигуна V10
39	delicious thump	ДС	їжа	приємний шум
40	dive plane	ДС	запозичення (авіація)	дефлектор
41	dog leg	ДС	тварини	спорт-кпп (спортивна коробка перемикання передач)
42	donor car	ДС	запозичення (медична)	машина-донор
43	engineers' latest toy	ТС	ігрова	нове дітище інженерів
44	face	метафора-слово	част. тіла	бампер
45	false teeth	ДС	частини тіла	нейлонові вставки
46	Fiat 124 has mellow charm	речення	характер	Fiat 124 випромінює м'який шарм
47	flagship model	ДС	запозичення (мор. трансп.)	найкраща модель
48	flywheel	метафора-слово	рух	маховик
49	Ford came, conquered, and 50 years later came and conquered again	речення	афористич.	Ford прийшов, переміг, і через 50 років повторив це знову

50	forklift	метафора-слово	їжа	вилковий навантажувач
51	frog cam	ДС	тварини	кардіоїдний кулачок
52	frugal engine	ДС	характер	невибагливий двигун
53	garage find	ДС	побут	знахідка для гаража
54	garage queens	ДС	соціальна	гаражні королеви
55	Golf R will deploy its power to the road	речення	рух	Golf R розгорне свою владу на дорозі
56	grille	метафора-слово	їжа	решітка радіатора
57	ground-hugging bodykit	ТС	людські здібності	обвіс, що притискається до землі
58	Group B generation	ДС	родина	покоління групи В
59	GT is a different flavour of McLaren	речення	їжа	GT – це інший сорт McLaren
60	gung-ho style of driving	ТС	запозичення	енергійний стиль водіння
61	has always had the ingredients to be a solid buy	речення	їжа	завжди мав усе необхідне, щоб стати солідним придбанням
62	head stud	ДС	част. тіла	шпилька голівки
63	here are three distinct flavors of automobile – a simple vanilla, strawberry, and chocolate situation	речення	їжа	тут маємо три різні смаки автомобіля – типовий вибір між ваніллю, полуницею та шоколадом
64	hood	метафора-слово	одяг	капот
65	hushed engine's muscle	ТС	част. тіла	прихована сила двигуна
66	intake elbow	ДС	част. тіла	коліно впускної магістралі
67	interior dressed with brittle plastic and clothed in a body that's only superficially rusty	речення	одяг	інтер'єр, загорнутий у крихкий пластик та одягнений у корпус, що лише здається застарілим
68	it came from a dominating family but failed to continue the victorious bloodline	речення	родина	він походить з домінуючої лінії, однак продовжити переможну династію йому не вдалося
69	it catapults you to a strange parallel universe	речення	фантастика	вона переносить Вас у дивний паралельний Всесвіт
70	it could be your passport to a happy summer	речення	побут	він міг би стати Вашою перепусткою у щасливе літо
71	it felt cut from the same cloth as a 911 FT3	речення	взаємодія з іншими авто	вони з 911 FT3 ніби дві краплі води
72	it has raised a few eyebrows	речення	взаємодія з водієм	декілька пар округлених очей дивилися йому услід
73	it just floats magically over everything	речення	рух	він мов зачарований плине крізь усе
74	it leaps forward so quickly that the air around it takes on an al-dente texture	речення	їжа	він настільки швидко проривається уперед, що повітря довкола нього набуває

				консистенції аль денте
75	it makes a standard Range Rover feel like a <i>linebacker</i> with a busted knee	речення	запозичення (спорт)	порівняно з ним, стандартний Range Rover виглядає ніби півзахисник на полі із забитим коліном
76	it makes the P300 genuinely fun to slot through a sequence of corners	речення	рух	завдяки цьому з P300 дійсно весело прорізатись крізь повороти
77	it smells of the 1990s	речення	фіз. стан	він пахне дев'яностими
78	it ticks every box	речення	побут	бездоганна за всіма параметрами
79	it was a technological tour de force	речення	майстерність	це був вищий пілотаж технологізму
80	it will forever be the outsider, the black sheep	речення	соціальна	він завжди буде вигнанцем, паршивою вівцею
81	it's a great bear-hug of noise, power and oversteer	речення	тварини	шумність, потужність та надмірна поворотність охоплюють ведмежою хваткою
82	it's a modern classic	речення	мистецтво	сучасна класика
83	it's almost a Renaissance masterpiece	речення	мистецтво	це майже витвір епохи Відродження
84	it's an absolute cracker	речення	характер	справжня бомба
85	its less powerful sibling	БС	родина	його менш потужний аналог
86	its rear-drive predecessor	БС	родина	його прототип із приводом на задні колеса
87	its space puts many modern sports cars to shame	речення	взаємодія з іншими авто	його просторість змушує сучасні спортивні автомобілі червоніти від сорому
88	its supercar brethren	ТС	родина	його аналоги серед суперкарів
89	king pin	ДС	соціальна	палець з коронною голівкою
90	lack of teeth	ДС	част. тіла	безхребетність
91	laid-back Volvo	ДС	характер	безтурботний Volvo
92	land yacht	ДС	запозичення (морський транспорт)	сухопутний буєр
93	leaf spring	ДС	природа	листова ресора
94	left-brain vehicles	ТС	част. тіла	практичні транспортні засоби
95	little 911 dancing from one corner to the next	БС	танці	маленька 911, що кружляє від одного кута до іншого
96	lots of room to play with the throttle	речення	ігрова	дросельний заслінці було де розгулятися
97	magic mix of ingredients	ТС	їжа	магічна суміш інгредієнтів

98	mighty thirst	ДС	фіз. стан	жадібна спрага
99	moonroof	метафора-слово	природа	прозорий люк на даху
100	mould-breaker	метафора-слово	запозичення (металургія)	першопроходець
101	naturally aspirated powerhouse	ТС	характер	безнаддувний енерджайзер
102	newcomer	метафора-слово	соціальна	новачок
103	no-rule monsters	ДС	характер	монстри, що не відають правил
104	oil pan	ДС	їжа	піддон картера
105	physics-warping 911	ТС	фантастика	911, що порушує закони фізики
106	piano black surfaces	ТС	музична	поверхні чорні, ніби кришка фортепіано
107	pony car	ДС	тварини	поні кар
108	powered with the same engine as their two big brothers	БС	родина	обладнані тим же двигуном, що і дві попередні моделі
109	powertrain	метафора-слово	запозичення (залізнич. транспорт)	силовий агрегат
110	proletarian brothers	ДС	родина	пролетарські аналоги
111	race-raw motor which spits and snorts impatiently	речення	фіз. стан	дикий двигун, що плюється та нетерпляче фиркає
112	raging thirst of the Predator engine	БС	фізичний стан	люта спрага двигуна Predator
113	razor-sharp response	ТС	побут	гостра, як бритва, чутливість
114	rear-wing	ДС	тварини	заднє крило
115	reborn Targa	ДС	фіз. стан	перероджена Targa
116	recipe of lightweight, track-honed British engineering combined with hearty American engines	БС	їжа	рецепт легкого, доведеного до бездоганності британського машинобудування, змішаного з наваристими американськими двигунами
117	revver	метафора-слово	звукова	ревун
118	rocketship pace	ДС	запозичення (косм.)	ракетна швидкість
119	S60 is such a refreshing <i>antidote</i> to the normally thrusting 'sportiness' of cars in this class	речення	запозичення (медична)	S60 – освіжаючий антидот проти звичної, нав'язаної «спортивності» автівок цього класу
120	scissor doors	ДС	побут	двері за типом ножиців
121	shifting gear is a lesson in measured aggression	речення	майстерність	перемикання передач – урок зі стриманої агресивності
122	showboating-style drifting	ТС	характер	вичурний стиль дріфтингу

123	sister car	ДС	родина	аналог
124	size, mass, power, and the danger inherent in that cocktail	БС	їжа	розмір, маса, потужність та небезпека, змішані у цьому коктейлі
125	skirt	метафора-слово	одяг	юбка поршня
126	slightly cheaper than its forebear	БС	родина	трохи дешевший за його попередника
127	slim-hipped simplicity	ТС	частини тіла	худорлява простота
128	smash-and-grab braking style	БС	людські здібності	розбишацький стиль гальмування
129	spine of the car	ДС	част. тіла	шасі автівки
130	spoon of blade	ДС	їжа	увігнута сторона лопатки
131	standalone pillar within the hierarchy	БС	соціальна	окремий стовп ієрархії
132	steam pocket	ДС	одяг	порожнина для пари
133	suicide doors	ДС	фіз. стан	задньопетельні двері
134	sunroof	метафора-слово	природа	люк на даху
135	super-aggressive tyres	ДС	характер	страшенно агресивні шини
136	supercar at heart	ДС	характер	суперкар в душі
137	supersports cars still are the beating heart of the company	речення	частини тіла	суперспорткари досі лишаються зіницею ока компанії
138	sybaritic Swede	ДС	характер	звиклий до розкоші швед
139	symphonic engine	ДС	звукова	симфонічний двигун
140	tail light	ДС	тварини	задній ліхтар
141	tattooed on the minds of the public conscience	БС	фізичний стан	викарбувана у пам'яті громадської свідомості
142	the 1999 GT3's flat six was a very different animal	речення	тварини	6-циліндровий двигун GT3 – птах зовсім іншого польоту
143	the 420-hp workhorse	ТС	тварини	роботяга з 420 кінськими силами
144	the 991 generation is now 'old'	речення	фізичний стан	покоління 911 вже у літньому віці
145	the AMG is fun when you want it to be, secure when the heavens open and a joy to live with	речення	взаємодія з водієм	AMG розділить з вами радість і захистить від негоди – з нею весело жити
146	the AMG rumbles busily over the surface	речення	звукова	AMG шумно гуркотить на поверхні
147	the appetite for ever more powerful Mustangs	БС	їжа	попит на ще потужніші Mustang'и
148	the Audi is the pretty beast	речення	тварини	Audi – привабливий звір
149	the Bart Simpson of supercars	ДС	характер	серед суперкарів він ніби Барт Сімпсон

150	the Benz continues to perform impeccably the beast-of-burden role to which is was born	речення	тварини	Benz продовжує бездоганно виконувати свою тяглову роль, для якої він був народжений
151	the BMW dances over the broken surface without a shudder	речення	танці	BMW вправно танцює на нерівній поверхні
152	the cabin is a masterclass in calming minimalism	речення	майстерність	салон – мастерклас із заспокійливого мінімалізму
153	the calmer responses feel more in tune with the chassis	речення	звукова	спокійніша чутливість у злагоді з шасі
154	the car truly comes to life in your hands	речення	фізичний стан	автівка оживає у Ваших руках
155	the clichéd poster car	ТС	побут	шаблонний автомобіль з постеру
156	the Corvette has finally grown up	речення	фізичний стан	Corvette нарешті подорослішав
157	the Corvette has long been the bad boy of the racetrack	речення	характер	на треку Corvette завжди був поганцем
158	the crown of UK roads	ТС	соціальна	королева британських доріг
159	the exhaust is yowling	речення	звукова	вихлоп вис
160	the latest car is a facsimile of its rivals	речення	запозичення (діловодство)	останній автомобіль – копія своїх конкурентів
161	the Mercedes treads the middle ground between its rivals	речення	взаємодія з іншими авто	Mercedes балансує на золотій середині між своїми суперниками
162	the more you drive the Curpa, the more its <i>talents</i> become apparent	речення	людські здібності	чим більше водиш Curpa, тим яскравіше бачиш її таланти
163	the natural habitat of a flame-spewing Audi Sport Quattro	БС	фантастика	середовище проживання вогнедишного Audi Sport Quattro
164	the new Sorento takes a leap forwards its German rivals	речення	взаємодія з іншими авто	новий Sorento здійснив великий стрибок уперед порівняно зі своїми німецькими суперниками
165	the noise is so sharp and brutal it could fell a whole forest	речення	фантастика	шум настільки різкий та сильний, що здатен повалити цілий ліс
166	the only hatch capable of giving the old 275 Trophy-R a bloody nose	БС	взаємодія з іншими авто	єдиний хетчбек, здатний дати прочухана старому 275 Trophy-R
167	the people's hero	ДС	взаємодія з водієм	народний герой
168	the SEAT creaks and fidgets	речення	людські здібності	SEAT скрипить та метушиться
169	the shark-nose profile up front	БС	тварини	акулячий передній профіль

170	the Shelby does emit a serious aura	речення	характер	Shelby дійсно випромінює серйозність
171	the steering wheel is pure racer	речення	характер	кермо – справжній гонщик
172	the torque-to-weight ratio is quite tasty	речення	їжа	співвідношення крутного моменту та ваги доволі привабливе
173	the V12 Vantage begins to work some genuine magic	речення	фантастика	V12 Vantage починає чаклувати
174	the V8 whooshes and sighs	речення	людські здібності	двигун V8 мчить зі свистом та позіхає
175	the way the Curpa lassoes between corners	речення	рух	те, як Curpa ковзає між поворотами
176	they've been a little bit of a sleeper	речення	характер	якийсь час вони залишалися у тіні
177	this car's personality is rabid and angry	речення	характер	у цієї автівки люта, сердита вдача
178	this family of four engines can respond to any market change	речення	родина	ця лінійка з чотирьох двигунів готова до будь-яких змін на ринку
179	this Mustang is a monster	речення	характер	це не Mustang, а монстр
180	this seven-seater is as happy on the high trail as it is in the high street	речення	характер	цей семимісний автомобіль щасливий і на гірських трасах, і на центральній вулиці
181	thrilling driver's car	ТС	взаємодія з водієм	автівка водія-екстремала
182	thrust collar	ДС	одяг	упорна шайба
183	tiger-nose grille	ТС	тварини	тигроноса решітка радіатора
184	to keep the air they breathe cool	речення	людські здібності	щоб підтримувати повітря довкола них у прохолоді
185	to retain its soul	ДС	фіз. стан	зберегти його душу
186	to take the wind out of the AMG's sails	БС	взаємодія з інш. авто	вибити ґрунт з-під коліс AMG
187	to tigerize	метафора-слово	тварини	готувати авто до змагань («роздраконювати»)
188	track rat	ДС	тварини	сіра миша
189	tulip valve	ДС	природа	тюльпаноподібний клапан
190	Turbo S was an absolute brute	речення	характер	Turbo S була справжньою бестією
191	turbos, cylinders and gears play nice with one another	речення	ігрова	турбокомпресори, циліндри та передачі добре злагоджені між собою
192	turn-in is still crisp	речення	їжа	вона досі жваво розвертається
193	twin-nostril hood	ТС	частини тіла	капот з подвійним повітрязабірником
194	valve bridge	ДС	запозичення (архітект.)	траверса клапана

195	vehicle has dropped some weight	речення	людські здібності	транспортний засіб скинув трохи ваги
196	victim of success	ДС	соціальна	жертва успіху
197	wet sleeve	ДС	одяг	«мокра» гільза циліндра (омивається охолоджуючою водою)
198	wishbone	метафора-слово	тварини	важіль незалежної підвіски
199	XC60's road manners	ТС	характер	поведінка XC60 на дорозі
200	young Fiat	ДС	фіз. стан	молодий Fiat