

## **Language comprehension**

**Особливості перекладу мовної компресії**  
**«Language Comheression»**

## Зміст

Вступ.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ КОМПРЕСІЙ ТЕКСТУ В РЕКЛАМІ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Загальні поняття компресії .....	8
1.2. Поняття та причини мовної економії.....	9
1.3. Закон найменшого зусилля Ципфа.....	10
1.4. Принцип економії А. Мартіне.....	11
<b>РОЗДІЛ 2. КОМПРЕСІЯ ЯК ОДНА З БАЗОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ УСНОГО ПЕРЕКЛАДУ.....</b>	<b>13</b>
2.1. Мовна надмірність.....	13
2.2. Способи компресії.....	14
2.3. Англійські скорочення в інтернет-чатах.....	21
<b>Висновки.....</b>	<b>25</b>
<b>Список використаної літератури.....</b>	<b>27</b>

## **Вступ**

Робота виконана у вигляді системного підходу, в рамках наукового напряму концептуальної систематики мови та мовної діяльності. Під систематикою розуміється не так систематизація мовних фактів, як побудова системи [10; с.70], у разі системи «компресії інформації» різними мовними засобами за допомогою виявлення концептуального глибинного механізму, що лежить в основі даної системи. У свою чергу, глибинний механізм детерміновано інформаційно-стратегічними аспектами реклами, що визначають компресію тексту телереклами. Щодня сучасна людина піддається інформаційному перевантаженню, зустрічаючись з величезною кількістю інформації. Пізнаючи навколишній світ, у процесі життєдіяльності людина намагається вирішити завдання вже не тільки за допомогою сприйняття цієї інформації, а й збереження, обробки та використання її в різних процесах. Так, людина приходить до використання такого явища, як згортання інформації – компресії.

**Актуальність** цього напряму обумовлена активним проявом тенденції до конденсації засобів вираження інформації, яка представлена на сьогодні широким розповсюдженням компресованих повідомлень. Розвиток людства загалом, впровадження нових технологій накладають свій відбиток на способи, манеру комунікації та мовну культуру. Сучасне повсякденне мовлення, віртуальне спілкування, повідомлення у засобах масової інформації мають тенденцію до економії часу, тому що зараз як ніколи людство несе велике інформаційне навантаження. Для швидкого освоєння пропонованого обсягу інформації, її аналізу, поширення або зберігання людина змушена вдатися до стиснення інформації.

Мовна компресія – універсальне явище у багатьох сучасних мов, і проявляється вона у всіх рівнях мовної системи. Існують різні види мовної компресії: лексична, семантична, фонетична, а також різні способи: редукція, асиміляція, еліпсис, абревіатура, словоскладання, телескопія, синкретизм, використання метафори та метонімії, використання іноземних слів та

неадаптованих запозичених компонентів та ін. Особливо яскраво та наочно це явище можна простежити в рекламних слоганах та повідомленнях засобів масової інформації. На сьогоднішній день кожен з них використовується для створення сучасної реклами, і стає дуже актуальним є вивчення компресії текстової інформації в аспекті її стратегічного планування під час створення рекламних текстів. Для рекламного слогану характерний яскраво виражений стислий стиль подачі інформації, що обумовлено специфічними цілями та завданнями даного жанру, а також його високою вартістю, малим фізичним обсягом та довжиною.

**Об'єктом** дослідження є короткі англомовні тексти, які можуть складатися з вербальних та невербальних компонентів. Верbalна частина – слоган, який представляє стислий текст, а невербальна частина представлена образотворчими графічними знаками, такими як розмір, шрифт, колір, звук, зображення, відео.

**Предметом** дослідження є особливості компресії інформації у коротких англомовних текстах мовами оригіналу та перекладу.

**Мета** дослідження – виявлення стратегічного потенціалу компресії інформації у коротких англомовних текстах мовами джерела та мети.

Для досягнення цієї мети ми ставимо такі завдання:

- 1) уточнити поняття мовної економії та виявити екстра- та інтралінгвістичні причини її виникнення;
- 2) виявити види компресії та визначити основні способи стиснення текстової інформації;
- 3) виявити мовні прийоми та особливості реалізації основних стратегій у компресії тексту оригіналу та перекладу.

Для досягнення мети та поставлених завдань у роботі використані такі методи лінгвістичного аналізу: аналіз словникових дефініцій, описовий метод (з його компонентами – спостереження, узагальнення, інтерпретація, класифікація), елементи статистичного методу аналізу, методи компонентного, контекстного аналізу.

**Матеріалом** дослідження послужили відібрані методом суцільної вибірки сучасні текстові повідомлення (слогани) телереклами місцевого, регіонального, загальноукраїнського мовлення як форми соціально-орієнтованої комунікації, де чітко проявляється принцип мовної економії, та матеріали соціальних мереж. Загальний обсяг проаналізованого матеріалу становив понад дві тисячі одиниць.

**Актуальність** дослідження обумовлена, по-перше, активним проявом тенденції до згортання інформації, що виражається, викликаним внутрішнім законом мови – законом економії мовних зусиль, вимогами мовної прагматики, жанру та екстралінгвістичними факторами (сучасний розвиток суспільства, науково-технічний прогрес, відносини та події у політиці, економіці, а також у самому суспільстві, цінності якого на сьогодні багато в чому пов'язані з інформацією та часом). По-друге, збільшеним інтересом лінгвістів до проблеми функціонально-прагматичного аспекту мовних феноменів, у нашому випадку стратегічного потенціалу компресії текстової інформації. По-третє, збільшеним інтересом до створення та функціонування тексту реклами, який є яскравим прикладом стиснутої текстової інформації.

**Наукова новизна** даної роботи визначається:

- 1) метою та завданнями, що стосуються не досліджених раніше питань стратегічного аспекту мовних способів текстової компресії інформації;
- 2) виявленням прихованих прагматичних установок та комунікативних намірів творця телереклами через застосування стратегічного підходи до аналізу компресії тексту телереклами;
- 3) виявленням та аналізом основних комунікативних стратегій та тактик у створенні слогану телевізійної реклами, а також основних прийомів їх реалізації.

**Теоретична значимість** роботи полягає в обґрунтуванні важливої ролі прихованих комунікативних намірів у процесі створення та використання мовних засобів компресії текстової інформації, а також у розгляді цього

мовного явища як методу, механізму організації комунікації. Дослідження мової економії у телерекламі дозволило виявити специфічні особливості її прояву в даному вигляді мовленнєвий комунікації. Результати дослідження роблять внесок у теорію тексту взагалі і в теорію рекламного тексту зокрема, в теорію мовного впливу та подальше вивчення мової компресії в рамках лінгвістичної прагматики, досліджені у руслі розвитку мови та змін у її системі.

**Теоретико-методологічною базою дослідження** є роботи вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, присвячені явищу мової економії – В. Адмоні, Д. Блюменау, Р. Будагова, Н. Валгіна, А. Заніна, О. Есперсена, А. Мартіне, П. Пассі (P. Passy), К. Сорелл (C. Sorell), Г. Світ (H. Sweet), Д. Зіпф (J. Zipf); компресії тексту – Д. Блюменау, К. Бобровий, А.. Вейзе, В.. Дюндік, А. Леонтьєва, Л. Мурзіна, Є. Панченко, В. Судовцева; видів та способів мової компресії текстової інформації – І. Бермана, К. Єгорової, І. Жиліна, В. Кобкова, В. Лейчика, Л. Омельченко, Е. Бакарадзе (E. Bakaradze) та ін; мовним особливостям рекламного тексту – Л. Амірі, Ю. Бернадської, О. Івус, Є. Кара-Мурзи, А. Костіної, Н. Кохтєва, Т. Лівшиць, А. Мудрова, Ю. Пирогової, А. Шокіної, Л. Уховий, Д. Огільві (D. Ogilvy); дослідженю комунікативної стратегії – Т. Воронцова, О. Ісерс, Г. Костюшкіної, А. Сковороднікова, І. Труфанової, Н. Формановської, О. Шунейка, Т. Вандійк (T. Van Dijk), В. Кінч (W. Kintsch), Р. Карстон (R. Carston), Д. Волтон (D. Walton) та ін.

**Практична цінність** дослідження полягає в тому, що аналіз прикладів та висновки роботи можна використовувати у копірайтингу – у практиці створення рекламних текстів для вдосконалення використання мовних ресурсів, а також у теоретичних курсах загального мовознавства, прагма-, психо та соціолінгвістики. Результати та матеріали дослідження можуть бути корисними студентам при написанні курсових та випускних кваліфікаційних робіт.

**Апробація результатів дослідження** відбулася під час участі автора у міжнародній науково-практичній інтернет-конференції молодих учених і

студентів «XI Глухівські наукові читання – 2021» та публікування тез виступу у збірнику матеріалів конференції.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ КОМПРЕСІЇ ТЕКСТУ В РЕКЛАМІ**

### **1.1. Загальні поняття компресії**

Термін компресія (від лат. compression - стиснення) сьогодні широко використовується у всіх сферах людської життєдіяльності. Вперше він був використаний у теорії зв'язку А. А. Харкевича у 60-ті роки ХХ століття [10; с.68]. Досліджуючи область електрики, зв'язку, електроакустики та пізніше проблеми передачі та кодування інформації, вчений використав термін «компресія» для позначення процесу стиснення спектра мовного сигналу, що має деяку кількість інформації. Далі термін став використовуватися у фізиці, наприклад, під час роботи двигуна внутрішнього згоряння, «компресія» позначає силовий вплив на газоподібне тіло, що призводить до зменшення об'єму, який він займає, а також до підвищення тиску та температури. У зв'язку з розвитком технологій термін «компресія» отримує дедалі ширший спектр функціонування: в електроніці, в комп'ютерних технологіях, які людина використовує в повсякденній роботі, і взагалі у життезабезпечені. Наприклад, стиснення, або компресія графічного файлу - перетворення файла растроного (піксельного) зображення у більш компактну форму за рахунок видалення надлишкової інформації [9; 12].

Коли ж мова зайшла про способи стиснення інформації внаслідок використання та розвитку надпровідників у сучасних засобах зв'язку, цей термін звернули увагу мовознавці.

У сучасному світі використання даного терміну та його синонімів, таких як стиснення, згортання, конденсація, спостерігається в різних областях знань та життєдіяльності людини: в теорії зв'язку, теорії кодування та передачі інформації, у комп'ютерних технологіях, фізиці, медицині, філософії, лінгвістиці, бібліографознавстві та ін. Цей термін завжди позначає обмеження, зменшення певних об'єктів чи величин, виділення та концентрацію якихось ознак, властивостей.

Розглядаючи термін «згортання» в теорії інформації, а також руслі аналітико-синтетичної переробки інформації, Дмитро Іванович Блюменау присвятив цьому явищу кілька своїх робіт [2; с.166]. «У науці зі «згортанням» ми стикаємося постійно; в їх якості виступають закони, постулати, теореми, формули, положення тощо «згортки» знань, що концентрують у собі найбільш суттєве, необхідне, що є результатом узагальнення, «згортання» часом величезного фактичного матеріалу» [1; с. 240].

## **1.2. Поняття та причини мовної економії**

Ми живемо у час інформації, яка завжди була, є і залишиться найважливішою частиною людського життя, суспільства, держави, будучи стратегічно важливим ресурсом, поряд із природними, людськими, фінансовими та іншими ресурсами. Кожен день сучасна людина піддається інформаційному навантаженню. Перед нею постає завдання вже не тільки сприйняття цієї інформації, а й зберігання, обробка та її використання у різних процесах.

У сучасній лінгвістиці склалося два підходи до розуміння принципу лінгвістичної економії: широкий і вузький. Широкий підхід полягає в тому, що економним є будь-яке явище в мові в синхронії та діахронії, що веде до зникнення нових форм та до вдосконалення мови як засоби спілкування. Вузький підхід – кількісний, оскільки базується на варіативності мовних засобів, за яких мовні засоби замінюються найбільш економними одиницями. Широке розуміння характерне для мови як системи, а вузьке – для мови [15; с.212].

Р. А. Будагов також вважав, що є два види економії:

- 1) економія на рівні окремих слів, словосполучень та речень окремих мов;
- 2) «економія» як загальне поняття, на основі якого прагнуть пояснювати найважливіші процеси розвитку та функціонування мови [3; с.17-36].

Дія закону економії виявляється у тому, що у процесі вживання мови оратори здійснюють відбір найбільш раціональних метою спілкування мовних засобів. Як зазначає В. Г. Гак, «одна і та ж ситуація, предметне відношення реальної дійсності може бути виражені у різних словах, тобто засоби мови мають велику варіантність у зв'язку з можливістю замін слів-понять при описі однієї і тієї ж ситуації» [6; с.260].

Таким чином, принцип мовної економії виявляється в тому, що оратор здійснює вибір мовних засобів, з яких він вступає в комунікацію, і при цьому виборі серед множини чи великої варіантності величезну роль грає їх економічність, яка дозволяє в коротку, лаконічну форму вмістити ємний зміст. Слід відзначити, що економія мовних засобів – це не тільки економія зусиль зі сторони мовця, а й тенденція, спрямована на швидке та однозначне розуміння інформації тим, хто слухає. Це результат прагнення сучасного суспільства до збільшення інформативності тексту за рахунок його структурного скорочення, а

також прагнення до економії друкованої продукції та часу усних повідомлень. [11, с. 227].

Отже, більшість лінгвістів насамперед виділяють у своїх дослідженнях як мотив для інформаційного стиснення тексту внутрішніх законів розвитку мови – закон мовної економії (або закон "найменшого зусилля"). [8, с. 109]. До того ж, системним вивченням даного явища займалися П. Пассі [20; с.270] та Г. Суїт [22; с.409]. Прагнення до економічності виявляється в тому, що в процесі вживання мови вибирають найбільш раціональні для цілей спілкування мовні засоби.

Однак, крім мовної економії, Н. С. Валгіна виділяє ще низку причин:

- 1) вимога мовної прагматики;
- 2) стилістичні вимоги;
- 3) екстралінгвістичні фактори [4; с. 158].

Вимоги мовної прагматики характерне для застосування термінів без їх визначень, що є показовим для мови наукового, офіційно-ділового стилів. Терміни номінують поняття і дають його максимальне згортання та змістовну ємність. Компресія інформації, що диктується жанровими настановами тексту, що виражається в різних вторинних текстах (переказ, виклад, реферат, анотація), ділових документах (резюме, анкета), текстах малого формату (афоризми, хронікальні нотатки в пресі, анонси новин, рекламні слогани, смс-комунікація, електронні повідомлення).

Стилістичні вимоги до текстів такого типу виражаються в застосуванні особливих прийомів, наприклад, таких як умовчання, недомовленість. Крім цього, скорочуючи протяжність мовних одиниць, компресія також є засобом підвищення експресивності даних мовних одиниць (це використання метафори, метонімії, порівняння, мовної гри та ін.).

Що ж до екстралінгвістичних факторів, до яких ми відносимо сам сучасний етап розвитку суспільства, науково-технічний прогрес, соціальні перетворення, розвиток міжнаціональних культурно-економічних зв'язків – все це як ніколи мотивує розвиток компресованих одиниць у мові.

Таким чином, поряд із головною на сьогоднішній день передумовою виникнення компресії інформації та зокрема інформації тексту, є ще й додаткові мотиви, які спонукають нас до використання економії мовних засобів у різних сферах.

### **1.3. Закон найменшого зусилля Ципфа**

Добре відомий і широко використовуваний у різних галузях знань, а особливо в дослідженнях з соціології, психології, філології, економіки, економічної географії, містобудування та інших прикладних науках, принцип найменшого зусилля сформулював Джордж Кінгслі Ціпф. Його

фундаментальне дослідження під назвою «Людська поведінка та принцип найменшого зусилля» було опубліковано ще 1949 року.

Принцип найменшого зусилля у полягає у тому, що людина у вирішенні своїх проблем оцінює їх, розглядає з позиції своїх можливих майбутніх проблем, тобто при їх вирішенні він намагається мінімізувати всю свою роботу. Виходить, що людина мінімізує можливу середню норму своєї праці на певну одиницю часу, у цій мінімізації зусиль і полягає принцип найменшого зусилля. Будучи частиною людської поведінки, людське мислення, його структура та процес теж підкоряються принципом найменшого зусилля.

Таким чином, «якщо найменше зусилля – це справді основне правило у всій поведінці людини, то ми можемо знайти цей принцип у будь-якій людській поведінці, яку ми виберемо для вивчення» [23; с.19]. В основу своєї роботи про «принцип найменшого зусилля» Джордж Ципф поклав тезу про протиріччя між властивими людині потребами спілкування та його природною інерцією – прагненням звести до мінімуму свою розумову та фізичну діяльність, чим визначається мовна еволюція.

Варто зазначити, Ципф виділяє два протилежні види економії, які перебувають у мові у крайньому протиріччі. Ці дві суперечливі сили він називає силою уніфікації (ForceofUnification), маючи на увазі під нею економію мовця та силою різноманітності (ForceofDiversification) – економію слухача. Людина постійно стикається з протиборством цих сил, але у промові вони латентні, і крім того, люди завжди мають свободу вибору або вони знаходять певний компроміс. Іншими словами, людина, використовуючи лексичні одиниці для вираження певного сенсу, автоматично намагається довести свої думки найбільш ефективно, знаходячи баланс між економією з маленьким і легко керованим словниковим запасом загальною референцією та економією з ширшим словниковим запасом і більше точним значенням.

#### **1.4. Принцип економії А. Мартіне**

Відомий французький лінгвіст Андре Мартіне (1908 – 1999) проводив дослідження у різних галузях лінгвістичної науки. Відома робота А. Мартіне – «Принцип економії у фонетичних змінах» (*Économie des changements phonétiques*, 1960), у якій він зачіпає проблему мовної економії та прагне продумати одну з традиційних проблем мовознавства – проблему фонетичної еволюції. Він зосереджує свою увагу на питанні про те, чому відбуваються зміни у мові. Пояснення причин фонетичних змін Мартіне співвідносить зі своєю теорією лінгвістичної економії. На його думку, саме цей принцип економії управляє функціонуванням фонологічної системи. Дія принципу економії в А. Мартіні залежить від функцій мови, наприклад, з його первинної

центральної функції – спілкування, чому він і присвятив свою працю "Основи загальної лінгвістики".

У числі попередників своєї теорії економії А. Мартіне вказує фонетистів: М. Граммона (1939), О. Есперсена (1958), Г. Суїта (1960) та П. Пассі (1890), які поділяли такі ж погляди на природу фонетичних змін. Також у своєму дослідженні А. Мартіні звертається до прототипів своєї теорії – теорії зручності, до становища С. М. Трубецького щодо тенденції до гармонії системи, до принципу найменшого зусилля Ципфа, який наклав свій відбиток формування його теорії економії. Проте А. Мартіне не погоджується з Дж. Ціпфом, який встановив пропорційне відношення між складністю фонем та частотою їх вживання. Навпаки, він вважає, що перевага простоти фонем та їх системні відносини можуть врівноважувати одне одного. А. Мартіне не заперечує той факт, що оратори при виборі певного елемента можуть несвідомо віддавати перевагу тим елементам, які містять найпростіші артикуляції.

Отже, А. Мартіне вважав, що головною рушійною силою мовних змін є «принцип економії – прагнення людини звести до мінімуму свою розумову та фізичну діяльність» [13; с.64]. У плані слів та знаків кожен мовний колектив у кожний момент знаходить певну рівновагу між потребами виразу та природною інерцією, яка зберігає обмежену кількість загальних та найбільш уживаних одиниць. Але потреба у спілкуванні та вираженні у різні епохи несхожа, тому характер рівноваги з часом змінюється. «Мовна поведінка регулюється, таким чином, так званим принципом найменшого зусилля», який А. Мартіне замінює словом "економія" [13; с.126.].

Розглядаючи економію у фонетичних змінах, він намагався визначити причини цих змін та вважав, що саме принцип економії керує функціонуванням фонологічної системи. Понад те, А. Мартіне вважав, що термін «економія» включає все: і ліквідацію марних відмінностей, і появу нових відмінностей, і збереження існуючого становища. Лінгвістична економія - синтез діючих сил» [13; с.130].

## **РОЗДІЛ 2. КОМПРЕСІЯ ЯК ОДНА З БАЗОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ УСНОГО ПЕРЕКЛАДУ**

### **2.1. Мовна надмірність**

Принцип економії в мові має універсальний характер, тому що він знаходить своє вираження у всіх рівнях мової системи. Вплив принципу економії можна пояснити широким вживанням у сучасній англійській мові таких явищ, як еліпсиса, редукції (напр. *How come?* замість повної форми *How did it come about?* – "Як так? Як це сталося?" або *If necessary* замість повної форми *If it is necessary* – "Якщо необхідно".) Укр. «Ось товар, який необхідно завантажити» і англ. «Here are the goods to be loaded.» Для еліпсису – це, як правило, розмовна мова, де ці пропозиції функціонують у межах певної прагматичної ситуації. Порівн. укр. Коли я був дитиною... → Ще дитиною... або англ. When I was a child... → when a child... .

У теорії та практиці перекладу принцип економії в мові найбільш яскраво проявляється у компресії. Компресія у перекладацькій діяльності здійснюється перетворенням вихідного тексту на більш стислу форму - шляхом опущення надлишкових елементів висловлювання, тобто елементів, що заповнюються з контексту та позамовної ситуації, а також шляхом використання більш компактних форм вираження [19; с.271].

Дослідження показали, що найчастіше компресія як перекладацький прийом застосовується за допомогою синхронного перекладу. Компресія зазвичай використовується у тих випадках, коли темп промови високий, і синхроніст не встигає за доповідачем, оскільки доводиться не тільки швидко перекладати з відривом не більше 1-3 секунд, але й одночасно з цим переробляти інформацію, що отримується від відправника в момент перекладу попереднього мовного відрізка.

Експериментальні дані свідчать про те, що швидкість повідомлення в 150-200 слів за хвилину є верхньою межею, після якої нормальний синхронний переклад неможливий [7; с. 124-132].

З огляду на це при високому темпі промови оратора синхроністу доводиться компресувати окремі сегменти тексту, пам'ятаючи про те, що «сліпе» слідування за промовою (*shadowing*) може привести до втрати сприйняття аудиторією смислового ланцюжка сказаного. Тому перекладач виявляється змушеним відкидати зайве з тексту та доносити до аудиторії лише основну інформацію. З цього випливає, що компресії при синхронному перекладі, а також напів синхронні (*overlapping*) підлягають ті тексти, які містять певну кількість надлишкової інформації.

Опущення надлишкової інформації, а за влучним висловом Л. Віссон, «вміння скорочувати і конденсувати живу мову - одне з перших умінь у мистецтві синхроніста» [5; с.37-39], дає можливість перекладачеві створювати мікропаузи, що дозволяють заповнити втрачені моменти, непомітно для аудиторії скоригувати допущені неточності перекладу, приймати мовні відрізки оратора не тлі свого голосу, а безпосередньо, приймати миттєві рішення щодо спрошення синтаксису і більш точної передачі ключової та прецизійної інформації, а також здійснювати інші перекладацькі стратегії.

Згідно з багаторічними спостереженнями, дозволю собі зробити висновок про те, чим нижчий професійний рівень і культура промови виступаючого, тим більшою надмірністю характеризується його/її мова [18; с.47-48].

Висока надмірність робить мову малозрозумілою, а відсутність логіки викладення матеріалу ускладнює зусилля перекладача щодо виділення суттєвої (ключової) інформації та відсікання несуттєвої. В цих умовах перекладачеві доводиться постійно редагувати текст так, щоб побудувати в тексті перекладу прийнятний для сприйняття аудиторією логічний смисловий та синтагматичний ланцюжок та адекватно донести основний сенс промови оратора до слухача. При перекладі таких текстів найважливішу роль відіграє професійний рівень перекладачів [5; с.32].

## 2.2. Способи компресії

Компресія є зниженням надмірності повідомлення. Вона може здійснюватися такими способами:

- 1) складовою компресією;
- 2) лексично-фразеологічною компресією;
- 3) семантичною компресією;
- 4) синтаксичною компресією;
- 5) словотворчою компресією.

1. Складова компресія здійснюється за допомогою вибору коротшого слова з кількох можливих синонімів, наприклад, англ. *talks* замість *negotiations* (переговори), *brave* замість *courageous* (хоробрий), *smug* замість *complacent* (самовдоволений), *great* або *big* замість *significant*, *considerable*, *substantial* (значний), *upbeat* замість *optimistic* (оптимістичний), *downbeat* замість *pessimistic* (песимістичний). Звичайно, при заміні складних слів коротшими необхідно враховувати їх стилістичний регістр, конотацію як оцінного, емоційного або стилістичного забарвлення мовної одиниці, узуальний, контекстуальний або оказіональний характер синонімів, політкоректність, прагматичну інтенцію мовця та багато інших факторів.

2. Лексико-фразеологічна компресія полягає:

а) У виборі найбільш короткого з кількох можливих синонімічних стійких виразів, кліше, ідіом, прислів'їв, приказок і т.д. або їх заміни однослівним найменуванням. Так, із стійких синонімічних *поєднань* *to be on the alert, to be on standby, to be in a state of combat readiness* «бути в стані бойової готовності» для синхронного перекладу перші два словосполучення, через їх стисливість, є більш переважними, хоча останнє має більшу словесну відповідність із українським варіантом. Із двох синонімічних прислів'їв *«there is no accounting for tastes»* і *«tastes differ»* друге словосполучення через свою стисливість очевидно, що переважає в синхронному перекладі.

Як було сказано вище, кліше можуть замінюватися двослівними або навіть однослівними еквівалентами, e.g. *It's the other way round* → *just the reverse* (навпаки), *I of these days* → *someday* (на днях), *to make a clean breast of something* → *come clean* → *to confess something* (викласти начистоту → зізнатися), *to make a mess of something* → *to mess up* (вносити плутанину → переплутати), *to make/cut a long story short* → *in a nutshell* → *in brief* (коротше кажучи → коротко), *to take on board* → *to note* (взяти на замітку → врахувати), національна приналежність → *ethnicity*, мала народність → *minority*, зустріч на найвищому рівні → *summit*, види діяльності → *activities*, видавати бажане за дійсне → *wishful* мислення, etc. При здійсненні компресії подібного роду необхідно також враховувати, що деякі кліше мають скорочені варіанти, e.g. *all in all* → *in all* (загалом і загалом → загалом), *to make both ends meet* → *to make ends meet* (зводити кінці з кінцями), *on the average* → *on average* (у середньому), *on an aggregate basis* → *on aggregate* (у сукупності), *to put it simply* → *simply put* (якщо говорити простіше → простіше кажучи).

У ряді випадків засобом компресії може бути заміна стійких поєднань прислівниками, e.g. *across the globe* → *globally* (у всесвітньому масштабі); від теоретичного пункту зору → в теорії → теоретично (з теоретичного погляду → теоретично); від *practical point of view* → *practically* (з суто практичної точки зору → практично); *one may suppose that ...* → *supposedly, ...* (можна припустити, що ... → ймовірно, ...); *as has been reported* → *reportedly* (згідно з інформацією, що надійшла → як повідомляється); *there have been allegations that ...* → *allegedly, ...* (за непідтвердженими даними, ... → як стверджують, ...); *arguments that* → *arguably, ...* (це спірне становище, ... → можна посперечатися...), etc.

Очевидно, що професійний перекладач не може обмежуватися упорядкуванням синонімічних рядів лише з окремо взятих лексем. Знання синонімічних стійких виразів, включаючи ідіоми, кліше, прислів'я, приказки, яке веде до поліпшення адекватності перекладу, але й допомагає здійснювати компресію вибором найбільш компактного варіанта.

б) У використанні абревіатур та скорочень, що також сприяє більшій компактності тексту перекладу. Наведемо деякі приклади: *ICRC* (*International Committee of the Red Cross*) = МКЧХ (Міжнародний комітет Червоного Хреста); *GNP* (*gross national product*) = ВНП (валовий національний продукт); *IMF* (*International Monetary Fund*) = МВФ (міжнародний валютний фонд); *IAEA* (*International Atomic Energy Agency*) = МАГАТЕ (Міжнародне агентство з атомної енергії).

Крім загальноприйнятих абревіатур, які часто фігурують у ЗМІ, перекладачеві – залежно від поля діяльності – доводиться оперувати безліччю абревіатур-термінів, що фігурують у певній науково-технічній сфері. Наведемо деякі з них: *IV line* (*intravenous line*) – внутрішньовенний катетер (крапельниця), *SARS* (*severe acute respiratory syndrome*) - атипова пневмонія (при перекладі також використовується англійська абревіатура CAPC), *CFCs* (*chlorofluorocarbons*) – хлорофторвуглець (фреон); *GEM* [ф'єм] (*groundeffect machine*) – апарат на повітряній подушці; *CAPEX* (може вимовлятися як акронім ['keipeks]) (*capital expenditure*) – капзатрати (капітальні витрати); *MVA* або *MVC* (*motor vehicle accident/crash*) – ДТП (дорожньо-транспортна пригода), *CPC* (*Caspian Pipeline Consortium*) – КТК (Каспійський Трубопровідний Консорціум).

Деякі абревіатури настільки специфічні, що використовуються лише у межах певної організації чи компанії, не виходячи за її межі. Наведемо приклади таких абревіатур, що фігурують в одній із нафтovidобувних компаній: *PSSR* (*prestart safety review*) - ППТБ (передпускова перевірка з техніки безпеки); *CP* (*Cathode Protection*) – КЗ (Катодний захист); *RFA form* (*request for action form*) – заявка усунення несправностей; *FWL* (*foreign worker license*) – (ліцензія на роботу для іноземних громадян); *DAFW* (*days away from work*) - ПРД (втрата робочих днів).

Оперуючи абревіатурами як одним із засобів компресії, усний перекладач зобов'язаний не лише їх знати, а й уміти миттєво промовляти. Однак при цьому перекладач враховує рівень фонових знань аудиторії. Якщо, виходячи з невербальної реакції аудиторії, перекладач інтуїтивно відчуває, що абревіатури та скорочення слухачам або деяким із них незрозумілі, він може відмовитися від деяких з них на користь повної дешифрованої форми. З іншого боку, бувають ситуації, коли доводиться оперувати абревіатурами без дешифрування, т.к. повний варіант відомий фахівцям, але далеко не завжди перекладачам, e.g. *DNA* (*deoxyribonucleic acid*) = ДНК (дезоксирибонуклеїнова кислота).

в) У вмілому оперуванні термінами. Компресії тексту при усному перекладі також сприяє якісні знання перекладачем як тематики конференції, а також відповідної термінології. Не маючи необхідних фонових знань та

відповідного рівня інформаційного запасу [14; с.44-57], перекладач не зможе здійснювати компресію. Стрімкий розвиток різних галузей науки та техніки сприяє появі спеціальних слів позначення нових об'єктів, явищ і процесів, тобто термінів. З часом ці терміни стають невід'ємною частиною спеціалізованої картини світу професіоналів у тій чи іншій галузі знання [16; с.209].

Наскільки б не був досвідчений перекладач у термінології з тематики конференції чи семінару, він ніколи не зможе так володіти термінами та розуміти їх так глибоко, як це властиво експерту в даній області, особливо, якщо цей перекладач є фрілансером, який постійно працює в будь-якій компанії або її відділі. Тому в усній перекладацькій діяльності іноді буває важливо та корисно встановити діловий контакт з аудиторією, що буває можливим, якщо перекладач працює з цією аудиторією кілька днів або навіть доволі тривалий термін. Підказка експертів щодо уточнення термінів може сприяти компресії у подальшому перекладі. Так, працюючи на одній із конференцій у Оттаві (Канада, 1995 р.), Є.Ю. Шамліді переклав термін "множинні фактори генофонду" як "*multiple factors of genepool*". Під час перерви на каву до нього підійшли два англомовні спеціалісти-генетики і сказали, що, незважаючи на те, що його переклад їм абсолютно зрозумілий, в даному випадку вони використовують термін «*polygenes*», чим він не забув скористатися в подальшій роботі.

Наведемо ще кілька прикладів компресії, яка досягається вживанням еквівалентних термінів. Укр. → англ.: відсотковий вміст корисного компонента в руді (бортовий вміст руди) – *grade*; інжекційний насос для закачування хімреагентів – *chemical pump*; договір про нерозповсюдження ядерної зброї – *non-proliferation treaty* або *NPT* (замість *Treaty on the Non-Proliferation of Nuclear Weapons*); задирання поверхні – *scoring*; збій у роботі механізму/приладу – *malfunction*. Англ → укр.: *injection nozzle/spray-burner* – форсунка; *packing box/stuffing box* – сальник; *cross piece/four-way piece* – хрестовина; *introduction of environmental science* – екологізація; *settling/sedimentation tank* – відстійник; *spawning area* – нерестилище; *water-cooling tower* – градирня та ін.

### 3. Семантична компресія

Семантична компресія досягається скороченням повторюваності надлишкових слів у висловлюванні, усуненням тавтології, наприклад: «Завтра до столиці нашої батьківщини міста Київ прибуває делегація бізнесменів із Німеччини. – Tomorrow a delegation of business people from Germany arrives in Kyiv». Надмірну інформацію «... столиці нашої батьківщини міста...» перекладати зовсім необов'язково.

Наведемо ще один приклад, який містить надмірну інформацію: «*Each member of team must know the task for which he or she is responsible.* – Кожен член колективу має знати свої обов'язки». На конференції, присвяченій облаштуванню колишніх військовослужбовців (Єсентуки, 1998), у низці доповідей фігурував тавтологічний термін «колишні військовослужбовці, звільнені в запас», який при усуненні тавтологічної інформації перекладався дуже просто – *ex-servicemen*. Компресія такого роду дозволяє синхроністу створювати мікропаузи в перекладі та сприймати частину мови оратора не на тлі власного говоріння, а безпосередньо під час цих мікропауз, що призводить до покращення сприйняття тексту та, відповідно, якості перекладу.

#### 4. Синтаксична компресія

Синтаксична компресія або, інакше кажучи, синтаксична редукція, – це вибір більш короткої та простішої синтаксичної конструкції, порівняно з конструкцією, заданою в оригіналі. До синтаксичної компресії можна віднести такі прийоми:

а) Розбивка складної пропозиції з декількома підрядними на дві або більше пропозицій більш простої структури. Коли перекладач зустрічає складні пропозиції подібної структури вихідної мови, він подумки розбиває його на смыслові відрізки (сintагми) і перекладає їх, отримуючи мовою перекладу ряд пропозицій спрощеної структури за збереження сенсу висловлювання.

Наведемо приклад:

Оратор: «*For example, we might ask people to express agreement or disagreement with set of statements like, «those supporting competitive elections are doing harm to the country» або «to improve things in the country people should be given the opportunity to say what they want, even if that can lead to public disorder».*

Зустрічаючись із пропозиціями подібного типу, синхроніст ділить їхна значні смыслові відрізки, відкидаючи несуттєву, тавтологічну та іншу надмірну інформацію та зберігаючи ключові моменти, поруч із спрощенням таксичної структури мовного відрізка.

Переклад: «Так, можна запитати про згоду чи незгоду громадян з такими твердженнями: «Чи завдає шкоди країні підтримка вільних виборів?» або «Вільне волевиявлення покращить становище справ у країні, навіть якщо воно загрожує соціальними вибухами?»

Синхроніст, займаючись усуненням надмірної інформації, незмінно прагне зробити переклад ясним та лаконічним.

б) Заміна складної/складнопідрядної пропозиції простим.

Наприклад: "В даний цей співробітник зайнятий тим, що складає звіт за минулий місяць" – «*At the moment this employee is busy making a monthly report*». «Ми спостерігали, як розвантажували товар». – «*We saw the goods being*

*unloaded*. «На складі лежать двигуни, які необхідно доставити до порт». – «*In the warehouse there are engines to be delivered to the port*».

в) заміна придаткової пропозиції причетним оборотом.

Наприклад:

Доповідач: «Тепер, коли ми візьмемо до уваги все, що було сказано раніше, можна дійти невтішного висновку, що ...». Перекладач: «*That said, we may conclude that ...*».

г) заміна придаткової пропозиції або причетного обігу прийменниковим оборотом:

Доповідач: «*Due to the fact that we were confronted with unintended circumstances, we may face a delay in the delivery of goods*».

Перекладач: «Через непередбачені обставини можлива затримка з доставкою товару».

д) Використання стислих синтаксичних комплексів, наприклад, абсолютних причетних та номінативних конструкцій, а також інших економних синтаксичних конструкцій.

Так, переклад пропозиції «Хоч він і був неоконсерватором, він противився політичному втручанню у справи інших держав» можна скоротити так: «*Although he was a neoconservative, he was opposed to the policy of interfering in other countries' affairs*». → «*Although a neocon, he opposed the policy of interfering in other countries' affairs*».

е) Компресія, що досягається застосуванням модуляції (прийомом смислового розвитку).

Модуляція (прийом смислового розвитку) - це вид заміни, при якому слово замінюється на групу слів або навпаки.

Наприклад: «Наша лікарня має досить велику кількість ліжко-місць – більше трьохсот». – «*Our hospital can accommodate over 300 patients*» або «Здійснення цього проекту практично є малоямовірним». – «*This project is not deemed feasible*». У цьому прикладі синтаксична компресія поєднується з семантичною компресією.

5. Компресія, що здійснюється застосуванням словотвірних засобів.

Даний вид компресії найчастіше здійснюється застосуванням тих словотвірних засобів, які відсутні або недостатньо добре розвинені.

Одним із засобів компресії може бути застосування транспонуючих суфіксів, наприклад, при заміні дієслівних поєдань субстантивними: Я звик вставати рано → *I am an early riser*; Він чудово грає в гольф → *He is a great golfer*. Він практично не випускає сигарети з рота → *He is a chain/heavy smoker*. Транспонуючі суфікси застосовуються і в дієслівному словотворі, що також

може служити шляхом перекладацької компресії, наприклад, «Цю інформацію необхідно перевести в цифровий формат → *This information needs digitalizing*».

Поряд із суфіксацією засобом компресії служить словоскладання: Дієта, націлена на підтримку стрункої фігури → *a stay-slim diet*; емігрант, що живе на гроші, що надсилаються з батьківщини → *remittance man*; вихід економіки із рецесії → *economic rebound*. У цьому відношенні не залишається осторонь префіксація: вимкнути муфту зчеплення → *declutch*; налагоджувати комп'ютерну програму → *debug*.

Застосовуються і менш поширені словотвірні засоби, наприклад, зворотні словотвори, e.g. передавати телевізійну програму, показувати на телебаченні → *televise* (від *television*); зручно, затишно розташуватися, влаштуватись → *cose* (від *cosy adj.*); приходити в захват (від чогось або кого-небудь), виявляти ентузіазм → *enthuse (over something)*.

Однак найдієвішим словотворчим засобом компресії є, на мою думку, конверсія. Конверсія набагато більшою мірою властива англійській мові, ніж українській, оскільки в англійській мові немає закінчень, що перешкоджають перекладу однієї частини мови до іншої без зміни зовнішньої форми слова. В українській мові рідкісні випадки конверсії пов'язані з суфіксацією або префіксацією, наприклад: прогулити (інформацію), обмосквичитися (стати схожим на інших жителів Москви), оцифрувати та ін. Однак ці рідкісні випадки можуть бути засобом компресії при перекладі з іноземної мови українською, e.g. *Over the years he became a typical Russian* → З роками він зовсім обрусів.

Наведемо приклади конверсійної компресії при перекладі з української: Я раджу тобі пошукати цю інформацію у Гугл. → *I advise you to Google it*. Я беру на замітку проведення цих зборів 5 грудня. → *I pencil in this meeting for December 5th*. Хто вестиме протокол наради? → *Who will minute the meeting?* (замість звичайного *keep/take the minutes of the meeting*). Я хочу коротко поінформувати вас з цього питання. → *I want to brief you on this issue*. Якщо порівнювати члени синонімічного ряду, представлені як окремими лексемами, а й словосполученнями, похідні за конверсією виявляються, як правило, найбільш компактними. Порівн. еквіваленти українського словосполучення «чинити тиск на будь-кого» → *put/exert pressure on sb.* → *pressurize sb.* (Суфіксальне похідне) → *pressure sb.* (Похідне за конверсією).

Крім таких конверсійних моделей, як *N* → *V / bench* → *to bench* спорт. «надіслати на лаву штрафників», *A* → *V / brief* → *to brief* «коротко поінформувати»/ засобом компресії може бути перетворення деяких частин мови в іменники. Наприклад, *A* → «Цього року ставка кредитування за іпотекою досягла небувало низької позначки» → «*This year mortgage rate has reached a new low*».

Останніми роками дедалі інтенсивнішою стає модель перетворення фразових дієслів на іменники, наприклад, *take-over* – поглинання однієї компанії інший (від *take over /v./* вступати у /володіння замість іншої особи/); *sit-in* або *sit-down* – сидячий страйк, страйк по-італійськи (звідси *sit-downer* – учасник сидячої демонстрації або страйки). Такі віддієслівні іменники нерідко формують стійкі вирази, e.g. *suffer a setback* – зазнати невдачі, *make a strong come-back* – повернутись з новою силою.

Отже, компресія як прийом, спрямований на зниження надмірності повідомлення та, отже, скорочення тексту при його перекладі на іншу мову може здійснюватися:

- 1) складовою компресією – вибором короткого слова з кількох можливих синонімів;
- 2) лексико-фразеологічною компресією – вибором найкоротшого з кількох можливих синонімічних стійких виразів, кліше, ідіом, прислів'їв, приказок або в їхній заміні однослівним найменуванням;
- 3) семантичною компресією – скороченням повторюваності надлишкових слів у висловлюванні, усуненням тавтології, стисненням лексико-семантичної структури речень за допомогою скорочення та опущення семантичних компонентів, а також, де це доречно, застосуванням абревіатур та скорочень;
- 4) синтаксичною компресією – вибором більш коротких та простих синтаксичних конструкцій порівняно з тими, що задані в оригіналі, що досягається застосуванням різних – синтаксичних трансформацій;
- 5) словотвірної компресією – застосуванням словотворчих засобів, що дозволяють висловити поєднання, фрази чи синтагми на словесному рівні.

Необхідність мовної компресії при синхронному або швидкому послідовному перекладі (напів синхронні – *overlapping*) пов'язана з тим, на відміну від письмового перекладу, умови його виконання не завжди дозволяють точно і докладно передати зміст оригіналу, оскільки оратор часом забуває або нездатний будувати свою мову так, щоб усному перекладачеві було комфортно працювати. Іноді на деяких конференціях зустрічаються оратори, які взагалі не знають, що їхня мова перекладається. Більше того, на деяких перекладацьких факультетах лекційні курси теорії перекладу взагалі не містять такого аспекту, як компресія.

Ця наукова робота є спробою заповнити зазначену прогалину у терії та практиці роботи з компресією тексту.

### **2.3. Англійські скорочення в інтернет-чатах**

Натепер Інтернет є невід'ємною частиною життя будь-якої сучасної людини. Причиною занурення у віртуальну реальність послужило недостатнє насичення спілкуванням у реальному житті у зв'язку з темпом життя, що

постійно прискорюється. Проте захоплення Інтернет спілкуванням випадку може припинитися будь-якої миті, якщо людина зможе задовільнити свою потребу в комунікації.

Дослідження чату як актуальної форми електронного спілкування, представляє інтерес у зв'язку з його широким поширенням та новизною створення нових користувальницьких форм. Саме у чаті видно специфічні форми спілкування, які обумовлені як комп'ютерними технологіями, так і неповторністю мовної поведінки співрозмовника.

Чат (від англ. «chat» – бесіда, балаканина) може відноситися до будь-якого виду спілкування в Інтернеті, яке передбачає обмін повідомленнями в режимі реального часу, де після надсилання повідомлення одним користувачем, воно буде доступне іншим користувачам чату.

Можна виділити такі функції скорочень в Інтернет-чаті: компресія інформації, економія трафіку та часу перебування в мережі, підвищена маркованість тексту, передача емоційного стану комунікантів, мовотворчий процес.

Зрозуміло, скорочення англійських слів бажано використовувати лише у неформальному листуванні (особисті повідомлення, чати). При цьому я можу навести відомий випадок, коли 13-річна дівчинка написала шкільний твір, майже цілком побудований на абревіатурах англійської мови. Ось уривок з нього:

«*My smmr hols wr CWOT. B4, we used 2go2 NY 2C my bro, his GF & thr 3 : - kids FTF. ILNY, it's a gr8 plc.*»

Розшифруємо: «*My summer hols (скорочено – holidays) were a complete waste of time. Before, we used to go to NY (New York) to see my brother, his girlfriend and their 3 kids face to face. I love New York, it's a great place.*»

Як ми бачимо, англійські скорочення побудовані:

- на використанні цифр (4, 8)
- на назвах букв (R = are, C = see)
- на викиданні гласних (smmr = summer)
- на акронімах - вид абревіатури, утворений початковими літерами (ILNY = I love New York).

Сучасні діти — хто їх зрозуміє? Звичайно, що наша молодь не випускає з рук свої смартфони та планшети, спілкуючись зі своїми друзями. Якщо ви наважитеся зазирнути у їхні соцмережі, серед великої кількості повідомлень та емодзі, ви знайдете їх власну мову.

Нижче наведено терміни, які останнім часом з'являються у піснях, мемах і взагалі дуже поширені в Інтернеті:

- AF: Технічно абревіатура від «as f#¢&», це означає надзвичайно. Наприклад, «I'm hungry AF».
- Bae: Babe or baby (немовля чи дитина), в романтичному (а не дитячому) сенсі. Також скорочення від «before anyone else.» Отже, уявіть собі «I Got You Bae», як співають Фаррел і Майлі.
- Bye Felicia: термін, який говориться, коли ви хотите, щоб дратівлива людина відійшла.
- Can't even: вираз, який означає роздратування, «навіть не можу».
- Fam: скорочення від родини, «fam» вживається лише для ваших найближчих друзів. Це може бути абревіатура від «from another mother».
- Feels: скорочення від почуттів, «feels» — це іменник, а не дієслово. Термін походить від «right in the feels», мем, який виражає надзвичайний смуток. Тобто, настільки сумно, здавалося б, що ми досягли піку.
- Hooking up: згадайте кілька років тому, коли ця молодша, більш приваблива версія Вас «hooked up» до когось у барі чи на вечірці. Тепер додайте позначку Rated-G— сьогоднішнє «hooking up» означає набагато, набагато більше, і за законом не повинно бути публічним.
- Lit: прикметник, що використовується для опису чогось активного або популярного, наприклад вечірки. Це також може означати п'яну людину.
- Is everything: щось чудове та/або важливе. Наприклад, якщо ви захоплюєтесь сучасним мистецтвом, ви можете сказати «Outside is everything».
- Netflix and chill: сучасна версія запрошення на побачення на вечірку, «Netflix and chill» не має нічого спільногого з фільмами чи розслабленням, бо все пов'язано зі спілкуванням.
- Obvi: це має бути очевидним (від слова «obvious»).
- On fleek/On point: використовується як прикметник, обидва ці два терміни означають бездоганно стильний або доглянутий.
- OTP: абревіатура від «one true pairing», це означає вигадану пару, яку, на вашу думку, якій призначено бути разом, незважаючи на їхню історію. Наприклад, ви можете сказати: «Pacey and Joey are my OTP».
- Ship: як дієслово, воно означає бажання романтичних стосунків. Але оскільки на ньому говорять підлітки (яким важко боротися зі своїми незручними почуттями), воно в основному використовується у вигаданих термінах. Наприклад, «I ship Ron and Hermione so hard».
- SMH: абревіатура від «shake my head», це те, що підлітки скажуть про вас, якщо ви використовуєте їхній сленг. Наприклад: «Woman just said my outfit was on fleek. Smh.»

- V: скорочення від «very», як у «I type v fast». [24]

Існує безліч англомовних скорочень, які використовуються англійцями щодня та варти вашої уваги:

2DAY = today (сьогодні)

2MORO / 2MROW = tomorrow (завтра)

ATB = all the best (всього найкращого)

BC = because (бо)

BRO = brother (брат)

BTW = by the way (до речі, між іншим)

HAND = have a nice day (хорошого дня)

HRU = how are you (як ти? як справи?)

IDK = I dont know (я не знаю)

ILU / Luv U = I love you (я люблю тебе)

X = kiss (поцілунок)

ZZZ.. = to sleep (спати) Скорочення використовується, коли людина хоче показати співрозмовнику, що вона вже спить/засинає.

THX = thanks (дякую)

## **Висновки**

Отже, термін «компресія» широко вживається у різних сферах життєдіяльності людини, також він міцно увійшов у лінгвістику та має велику кількість синонімів, але всі вони так чи інакше позначають можливість вираження певного обсягу інформації мінімальними, лаконічними мовними засобами.

Компресія у телерекламі як спосіб економії мовних засобів дає економію дуже дорогого рекламного часу. Лаконічна форма забезпечує кращу запам'ятовуваність рекламиного тексту, фрази, а компресована фраза (текст) змушує адресата задуматися про розшифровку сенсу, який був підданий компресії, тим самим змушує думати про рекламиований товар або послугу, отримавши інтелектуальне задоволення при розшифровці фраз. Текст реклами, особливо у його сучасному розгляді, представляє собою взаємодію кількох компонентів: неверbalного, який представлений у вигляді кольорів, шрифтів, схем, фотографій, малюнків, відеозображення і т.д., і верbalного, який виражений дуже коротко, часто в вигляді однієї промо-фрази, тобто слогану.

Слоган є стислим текстом, вираженим коротким гаслом або девізом, що рекламиує товар. Слоган у сучасному розумінні характеризується автономністю, ізольованістю з інших частин рекламиного тексту, а також стисlostі, яка досягається за допомогою різних мовних засобів та способів стиснення тексту.

Прагнення лаконічності продиктовано, за Дж. Ципфу, принципом найменшого зусилля, яким підпорядкована вся поведінка людини, у тому числі і мовна. А. Мартіне назвав прояв цього принципу у мові «принцип економії». Мова властива, з одного боку, прагнення до надмірності (розгортання), яка забезпечує надійне сприйняття повідомлень, іншого боку – прагнення до недостатності, економії мовних зусиль (згортання), що забезпечує достатню інформативність повідомлення. Закон економії мовних зусиль розглядається як один із основних законів розвитку мови і є універсальним через те, що є на кожному рівні системи мови.

Мовна компресія в широкому розумінні – одна з основних тенденцій розвитку та функціонування системи мови, а у вузькому розумінні – це скорочення структури тексту в процесі його обробки або створення за рахунок використання «економних» мовних одиниць та опущення тих компонентів, які можуть бути легко відновлені з контексту. Результатом прояву закону економії мовних зусиль у мові є стислі тексти, які мають дуже велику популярність на сьогоднішній день. Стиснення, або компресія тексту передбачає зміну обсягу інформації тексту за допомогою певних засобів, з метою передачі одного і того ж змісту, але у більш стисливому вигляді.

## **Список використаної літератури:**

1. Блюменау, Д.И. Информационный анализ/синтез для формирования вторичного потока документов [Текст] / Д.И. Блюменау. – СПб.: Издательство «Профессия», 2002. – 240с.
2. Блюменау, Д.И. Проблемы свертывания научной информации [Текст] / Д.И. Блюменау. – Л., 1982. – 166с.
3. Будагов, Р. А. Определяет ли принцип экономии развитие и функционирование языка? [Текст] / Р. А. Будагов // Вопросы языкознания. – 1972. – № 1. – С. 17-36.
4. Валгина, Н.С. Теория текста: учеб. пособие [Текст] / Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – 280с.
5. Виссон Л. Практикум по синхронному переводу с русского языка на английский (с аудиоприложением). М.: Р. Валент, 2002. 200 с.
6. Гак, В.Г. Языковые преобразования [Текст] / В.Г. Гак. – М: Языки русской культуры, 1998. – 736с.
7. Горохова Л.А. Проблема оценки качества перевода // Формирование профессиональной личности переводчика в условиях новой образовательной парадигмы высшего профессионального образования: коллективная монография. Пятигорск, 2015. С. 124-132.
8. Камінський Ю. І. Комплементарна єдність компресії та декомпресії в межах закону мовної економії / Ю. І. Камінський // Віsn. СумДУ / віdp. ред. О.А. Дубасенюк. - Суми: Вид-во СумДУ, 2007. - №1. - С. 109-112.
9. Карабан В.І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську. Навчальний посібник- довідник для студентів вищих навчальних закладів освіти / В.І. Карабан, Дж. Мейс. - Вінниця: НОВА КНИГА, 2003. - 608 с.
10. Костюшкина, Г.М. Аргументация и концептуальная систематика речи и речевой деятельности [Текст] / Г.М. Костюшкина, Н.С. Баребина // Костюшкина Г.М. [и др.] Концептуальная систематика аргументации:

- колл. монография / под ред. Г.М. Костюшкоиной. – М.: Флинта-Наука, 2016. – С. 10 – 70.
11. Кузьмина К. А. Трансформація номіналізації в англо-українському та українсько-англійському напрямках перекладу: дис. канд. фіол. наук: 10.02.16 / К. А. Кузьмина. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2004 – 227 с.
12. Макарова, Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 «Реклама» [Текст] / Т.В. Макарова, О.Н. Ткаченко, О.Г. Капустина. – М.: Юнити – Дана, 2009. – 271 с.
13. Мартине, А. Принцип экономии в фонетических изменениях [Текст] / А. Мартине. – М., 1960. – 301с.
14. Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода. М.: Московский лицей, 1996. 208 с.
15. Тихомирова, О.В. Фонетическая компрессия и ее проявление в деловом английском языке [Текст] / О.В. Тихомирова, М.Н. Милеева // Вестник гуманитарного факультета ИГХТУ. – 2008. – Вып.3. – С.212-217.
16. Хакиева З.У. Место терминологии в лексической системе языка // Современная филология: материалы междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). Уфа: Лето, 2011. С. 209-212.
17. Харкевич, А.А. Очерки общей теории связи [Текст] /А.А. Харкевич. – М.: Гостехиздат, 1955. – 268 с.
18. Шамлиди Е.Ю. Базовые аспекты устной переводческой деятельности: учебно-методическое пособие. Пятигорск: ПГЛУ, 2015. 88 с.
19. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика: уч. для институтов и факультетов ин. яз. М.: Воениздат, 1973. 280 с.
20. Passy, P. Etudes sur les changements phonétique et leurs caractères [Texte] / P. Passy. – Paris: Firmin-Didot, 1890. – 270p.
21. Setton R. Simultaneous Interpretation. A Cognitive-pragmatic Analysis. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1999. 399 p.

22. Sweet, H. History of the English sounds from the earliest period [Text] / H. Sweet – Oxford: Clarendon Press, 1888. – 409p.
23. Zipf, G. Human behavior and the principle of least effort [Text] / G. Zipf. – Cambridge: Mass, 1949. – 573p.
24. Pullen, J.P. & Citizen J. 116 Teen text terms decoded for confused parents. – Time. <https://time.com/4373616/text-abbreviations-acronyms/>