

Красуля А. В.

Сумський державний університет

Шишка Т. О.

Сумський державний університет

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ «CHICK-LIT» І СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ГЕЛЕН ФІЛДІНГ «ЩОДЕННИК БРІДЖИТ ДЖОНС»)

Метою статті є вивчення лінгвостилістичних особливостей перекладу англійської літератури жанру чікліт (англ. chick-lit) українською мовою на прикладі роману «Щоденник Бріджит Джонс» Гелен Філдінг, а саме при відтворенні жіночих образів у тексті перекладу. У межах дослідження з'ясовано, що історичними чинниками зародження досліджуваного жанру чікліт були світові соціокультурні події. Однією з найбільш важливих особливостей цього жанру є те, що авторами, головними героїнями та читачками є жінки. Виявлено, що головною відмінністю жанру чікліт можна назвати форму оповідання й часовий простір. У романах жанру чікліт домінує розповідь від першої особи, часто стилізована під щоденникові записи. Жанр орієнтований на опис подій, що відбуваються «тут і зараз» із героїнею, від чия особи йде розповідь, тому він точно виражає емоції й почуття автора та відрізняється чіткістю й детальністю. Виокремлено лексичні засоби вираження авторського стилю в гендерному та перекладацькому аспектах; схарактеризовано особливості вживання лексико-стилістичних засобів для створення образу й мовної характеристики головної героїні роману. Також проаналізовано особливості перекладу низки засобів художньої виразності. До труднощів перекладу таких творів належить переклад авторських оказіоналізмів, неологізмів, скорочень, просторічних слів, вульгаризмів, емоційної лексики й розмовної мови, у якій здебільшого наявні сучасні слова та вирази, незареєстровані в словниках. Проведено мовностилістичний і порівняльний аналіз перекладів роману Луцян Лідії та Мельник Оксани. У результаті компаративного зіставлення визначено, що літературний переклад Л. Луцян є більш вдалим з погляду збереження авторського стилю роману та, як наслідок, більш точною передачею образу головної героїні.

Ключові слова: художній текст, чікліт, лінгвостилістичний аналіз, гендерний аспект, епітет, метафора, інтенсифікатори, графічні стилістичні засоби.

Постановка проблеми. Сьогодні поняття «гендер» не є виключно категорією роду, гендер розглядається як соціокультурний, дискурсивний і психолінгвістичний феномен. Гендер у художньому тексті, зокрема в жанрі чікліт (англ. *chick-lit*), привертає увагу багатьох дослідників, адже коректна інтерпретація категорії гендеру вимагає високої перекладацької майстерності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Жанр чікліт, а саме гендерні особливості художніх текстів цього літературного різновиду, та мовностилістичні особливості їх перекладу неодноразово були об'єктом наукових досліджень таких авторів, як О. В. Гергель, О. О. Пожарицька, Т. В. Чайковська, Л. Колеман та ін. [1; 3; 7; 9].

Постановка завдання. Актуальність запропонованої теми зумовлена необхідністю дослідження відповідностей і відмінностей в інтер-

претації дійсності автором оригінального твору й перекладачем. Це дає змогу виокремити прояви мовної особистості, носія певної мови, який завдяки вживанню художніх засобів відповідної мови описує власне бачення навколишньої його дійсності. Це положення дає змогу дослідити проблему взаємовідносин мови та людини, яка охоплює не тільки сучасне мовознавство, а й перекладознавство. Виходячи із цього, перед нами стоїть завдання виявити та проаналізувати основні відмінності оригіналу й перекладу з позиції гендерного аспекту, а також визначити, наскільки точно вдається перекладачеві зберегти текст оригіналу на лексичному та синтаксичному рівнях.

Виклад основного матеріалу. Романи жанру чікліт демонструють образ сучасної жінки в різних сферах життєдіяльності: вона молода, самодостатня й амбітна, не боїться вступати в конфлікт

зادля досягнення своїх цілей, готова відстоювати свою позицію, навіть якщо йдеться про конфлікт із сильною половиною людства. Її життєвий простір – мегаполіс, як, наприклад, Лондон або Нью-Йорк, а робота пов'язана з творчістю, спілкуванням із людьми, видавничим бізнесом тощо. Нерідко героїня займає невисоку посаду й намагається домогтися підвищення. Її бажання самореалізуватися в професійній галузі та бути матеріально незалежною відсувають на задній план ідею шлюбу й щасливого сімейного життя.

Невід'ємною частиною чікліт є легкий, гумористичний тон розповіді. Романи пишуться зрозумілою, доступною для сприйняття мовою, здебільшого використовуються спрощені синтаксичні конструкції, переважають короткі речення. Однак, незважаючи на простоту мови, не можна назвати чікліт пересічним жанром, завдяки застосуванню великої кількості мовностилістичних засобів художньої виразності, а саме: *епітетів, метафор, художніх порівнянь, гіпербол, літот, ланцюжків синонімів і антонімів тощо*.

Художнім зображенням об'єкта, його емоційно-образної інтерпретації слугує такий лексико-синтаксичний троп, як *епітет*. Для англійської мови характерний епітет, що стоїть у препозиції щодо визначеного слова, виражений прикметником, діеприкметником або іменником. Експресивність епітета підвищується, якщо він стоїть у постпозиції, якщо один предмет характеризується цілим ланцюжком епітетів або його значення посилюється іншими засобами художньої виразності.

Принагідно зауважимо, що в сучасній англійській літературі, особливо в чікліт романах, поширений *голофрастичний епітет* – словосполучення чи речення, що okazіонально функціонує як єдине з'єднання. Графічне, синтаксичне та інтонаційне уподібнення слова часто мають дефісне написання, наприклад, *I-am-not-that-kind-of-girl look; shoot'em-down type; to produce facts in a would-you-believe-it kind of way*.

Приховане порівняння, здійснюване за допомогою перенесення властивостей одного предмета на інший, з метою виділення будь-яких важливих рис відбувається шляхом *метафоризації*. У дослідженні розмежовується два види метафор: *мовна* та *художня*. Під мовної метафорою розуміється метафора, яка відображає соціальний досвід людини, вона закладена в самій природі мови і являє собою готовий закінчений елемент, тоді як художня метафора є окрасою літературної мови, вираженням експресивно-поетичної складової предмета [7, с. 25].

Загальноприйняте розуміння функції *порівняння* – зіставлення, яке може бути використане як фігура експресивної деривації. У межах дослідження ми будемо посилалися на статтю О. В. Гергель «Гендерний аспект порівнянь у творах жанру чікліт», де порівняння ранжуються з погляду належності до певних груп, зокрема, чоловічим і жіночим образам чікліт персонажів. Порівняння, які належать до жіночої групи, складаються з таких, що характеризують: а) повний, закінчений образ героїні, який бачать читачі (до нього належать і поведінкові моделі жінки-протагоніста); б) її психоемоційний портрет, внутрішній стан, наприклад, гармонію/дисбаланс; в) зовнішні дані героїні. Поряд із жіночими категоріями виділяються й чоловічі, що описують: а) повний, закінчений образ героя, який бачать читачі; б) зовнішній вигляд головного чоловічого персонажа.

За підсумками проведеного дослідження, О. В. Гергель робить деякі висновки про категорійне ранжування порівнянь у текстах сучасної жіночої прози чікліт. Найбільш частотними порівняннями для жіночої групи стали описи посмішки/сміху, очей та обличчя, тоді як для чоловічої категорії найбільш використовуваними порівняннями голосу, очей та обличчя. Аналіз показав, що в чікліт романах найбільшого поширення набувають жіночі образи, проте в більшості випадків ці порівняння належать до внутрішнього стану героїні, тоді як чоловічі образи більшою мірою описують зовнішність героя [1, с. 60]. Таку статистику можна пояснити тим, що чікліт романи пишуться й читаються представницями прекрасної половини людства, їм важливі жіночі переживання, емоції та почуття, між тим як таємниця існування чоловічих їм невідома.

Поряд із зазначеними вище тропами важливу роль у чікліт романах виконують такі фігури, як *гіпербола* й *літота*. Розглянемо особливості їх функціонування. Отже, *гіпербола* – фігура навмисної неправдоподібності, що полягає в перебільшенні задля посилення, «яскравого висвітлення» того чи іншого висловлювання. *Літота* – теж фігура навмисної неправдоподібності задля посилення, проте полягає в зменшенні. Зауважимо, що літота розглядається багатьма дослідниками як різновид гіперболи – навмисне перебільшення малого. Ми вважаємо таке тлумачення доречним, зокрема, у текстах жанру чікліт.

Окрім вищезгаданих засобів художньої виразності доцільно зазначити деякі *культурологічні особливості* жанру чікліт. Одним із найбільш поширених прийомів чікліт романів є використання

прецедентних імен-антропонімів. Сутність явища полягає у використанні власної назви, яка в певному мовному середовищі набуває узагальненого значення, характерного для певної соціокультурної групи. Іншими словами, ім'я якої-небудь реальної/ірреальної особистості завдяки своєму власникові отримує низку характеристик, символом яких стає в подальшому. З когнітивного погляду прецедентне ім'я розглядається як образ певної людини, що розкриває особливості або відмінні риси його особистості. Так, ім'я царя Соломона слугує еталоном мудрості, а ім'я Іуди асоціюється зі зрадою. Символізм, якого набуває антропонім, ґрунтується на асоціації, викликаній у свідомості соціокультурної спільності, до якої він належить.

Характеристика прецедентних імен складається з обов'язкових властивостей, таких як *інформативність, поширеність, упізнаваність, висока частотність уживання.* Перераховані вище характерні риси зумовлюють аллюзивну природу явища, тобто відсилання антропонімів до значних суспільно-політичних особистей, діячів культури й мистецтва, літературних персонажів, міфічних і біблійних героїв. Безумовним фактом існування прецедентного є достатня кількість фонових знань у представників певної лінгвокультурної сім'ї. У різних народів можуть бути різні соціокультурні реалії, що відповідають певному побуту, світогляду, традиціям. Так, прецедентний антропонім може мати історичну або художню цінність в одній культурі й абсолютно ігноруватися в іншій.

Поряд із прецедентними іменами антропонімів важлива роль у чікліт оповіданні відведена брендам. Із матеріально-предметного (мовленнєвого) погляду бренд – це ім'я, термін, знак, символ, дизайн або комбінація всього цього, призначене для ідентифікації товарів або послуг одного продавця або групи продавців, тоді як ментально бренд являє собою комплекс асоціацій, оціночних характеристик та уявлень споживача про продукт або послугу, що надається. Вивчаючи романи жанру чікліт, ми зіткнулися зі значною кількістю назв фірм брендового одягу, предметів побуту, періодичних видань, будинків мод тощо. Існує точка зору, яку також розділяє О. Б. Полетаєва, що сучасна література багато в чому вбирає в себе новинки світу, тобто відображає різні соціокультурні феномени, оскільки вона орієнтована на «нового» читача, який кожен день зіштовхується з використанням багатьох із них у побуті [4, с. 168]. Читач, у свою чергу, стає привабливою мішенню для виробників

різного роду продуктів, від побутової хімії до автомобільної промисловості. У зв'язку з цим виникає потреба аналізу такого явища, як прихована реклама в художньому тексті.

У термінології фахівців, які займаються рекламним бізнесом, приховану рекламу називають розміщенням товару (*англ. product placement*). Сутність явища полягає в згадці бренду продукту, товару або послуги у фільмі, телепередачі, книзі тощо з метою рекламного поширення інформації про нього. У цьому випадку нас цікавить згадування бренду в книгах. Цільову аудиторію читачок чікліт становлять жінки трохи за тридцять, вони і є найбільш активними покупцями. Отже, розміщення реклами в літературі для жінок є найбільш успішним, оскільки читачки звикли вірити книзі, відповідно, і якість брендів, описаних у ній, буде поза сумнівами [4, с. 168].

Схарактеризуємо кілька способів уведення бренду в текст твору:

- згадка марки по ходу розповіді, наприклад, у героя був телефон N*;
- розвиток сюжету завдяки брендовій речі/пристрою, наприклад, за допомогою телефону N* герой зміг розгадати таємний ребус і врятувати життя людини;
- використання бренду в назві книги;
- застосування назви бренду як прізвиська головного героя;
- використання назви бренду/ілюстрації на обкладинці книги.

Однак, попри те що реклама спрямована на «товаропросування», завдання піар менеджера й автора полягає в тому, щоб об'єднати свої зусилля і зробити рекламу в художньому тексті неявною, завуальованою, оскільки сучасні люди втомилися від навмисного рекламного стилю, яскравих світлодіодних вивісок і відкритої агітації.

У дослідженні О. Б. Полетаєвої подано цитату віце-президента компанії *Electrolux*, у якій йдеться про те, що пряма реклама продукту більше не цікава споживачам, оскільки в них є своя незалежна думка й немає сенсу диктувати їм, що купувати [4, с. 169]. Він також говорить, що залучити покупців можна за допомогою взаємодії з ними, викликаючи інтерес до продукції. Компанія *Electrolux* розробила свою стратегію залучення клієнтів, замовивши роман «Чоловіки у фартухах». У книзі жодного разу не згадується назва бренду, немає ніякого прямого натяку на компанію, єдине, в чому полягає зв'язок роману і фірми, – побутова техніка.

Існує й інша думка щодо посилань на бренди в літературі. Можна припустити, що часте згаду-

вання реалій, зрозумілих сучасній людині, використовується з метою зробити наратив більш доступним для читача. Оскільки розглянутий у дослідженні жанр чікліт є найбільш близьким до повсякденного життя сучасної жінки, то й бренди, і товари, і марки автомобілів і суконь відомі й престижні. Читачки чекають від таких романів не філософського погляду на духовні цінності, а простоти стилю, легкості сприйняття й реальних предметних категорій, при згадці про які виникають точні життєві образи, саме тому, на нашу думку, для жанру чікліт так важливі реальні назви торгових марок і брендів.

Чікліт роман тісно пов'язаний із розмовним стилем мови, важливе місце в ньому відведено діалогічному мовленню, яке, у свою чергу, наповнене різного роду *інтенсифікаторами* – одиницями мови, за допомогою яких виражається категорія інтенсивності. Під категорією інтенсивності розуміються зміни в будь-яких вимірах, наприклад, кількості, величини, цінності, сили тощо. Інтенсивність може проявлятися на різних мовних рівнях [2, с. 56]. Так, на фонетичному рівні інтенсивність вираження в тексті позначається за допомогою багаторазового повторення однієї чи кількох літер у слові або завдяки використанню курсиву й написанню цілого висловлювання великими літерами, для морфологічного рівня характерним є вживання ступенів порівняння, а лексичний рівень багатий численними говірками-інтенсифікаторами [3]. Цікавим є той факт, що лексичні переваги в інтенсифікації в авторів різні, завдяки цьому інтенсифікатори, найбільш частотні у творчості того чи іншого автора, можуть слугувати стилістичною характеристикою його/її ідіостиля.

У романах досліджуваного жанру зустрічаються й інші графічні засоби прояву емотивності в тексті – авторська пунктуація. Мова йде не про знаки пунктуації, які передбачені правилами тієї чи іншої мови, або їх варіації, а про ті, за допомогою яких автор передає емоційну напруженість текстового простору [10, с. 62]. Такий прийом сприяє ефективному розумінню читачем прагматичних інтенцій автора. Оскільки авторська пунктуація використовується не в синтаксичних, а скоріше в стилістичних цілях, більш вдалою назвою явища було б «графічний стилістичний засіб».

Щодо перекладу граматичних особливостей у щоденникових записах головного персонажа Гелен Філдінг використовує неповні речення, опускаючи один або кілька членів речення, а також у деяких реченнях спостерігається порушення порядку слів, що надає мові Бріджит більш

високого ступеня розмовності, експресивності й емоційності.

Приклад: “*Consider makeup most important, then mess disposal*” [9, с. 53].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
<i>Вирішила, що макіяж – це найважливіше, потім йде прибирання безладу</i> [5, с. 122].	<i>Спершу макіяж, а потім наведу в кімнаті порядок</i> [6, с. 125].

Перекладачі зробили цілком адекватний переклад неповних речень без спотворення сенсу.

У романі-щоденнику використовується багато риторичних запитань, що говорить про невпевненість Бріджит у собі та в інших людях.

Приклад: “*Oh God. Why hasn't Daniel rung? Are we going out now, or what? How come my mum can slip easily from one relationship to another and I can't even get the simplest thing off the ground*” [9, с. 38].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
<i>«О Боже. Чому Даніел не подзвонив? Ми зустрічаємося тепер чи як? Вдається ж мамі так легко міняти чоловіків, а ж не здатна впоратися з найпростішими ситуаціями»</i> [5, с. 92].	<i>«Боже мій. Чому ж Даніел не дзвонить? Ми тепер офіційно зустрічаємося або як? Як це мама з легкістю пурхає з одних обіймів у інші, а я не можу навіть піднятися в повітря?»</i> [6, с. 94].

Тут Бріджит ділиться своїми переживаннями з приводу стосунків із молодою людиною. Для неї взаємини відіграють дуже важливу роль у житті. У суспільстві прийнято певний стандарт щасливого життя жінки. Бріджит приймає цей стандарт і намагається йому слідувати. Обидва переклади видаються відповідними стилю роману, хоча переклад О. Мельник не такий лаконічний, як Л. Луцан. О. Мельник не повністю передала значення словосполучення “*get off the ground*”, яке перекладають не в прямому, а в переносному значенні: «*успішно започаткувати щось*», «*здатність впоратися з чим-небудь*».

У романі також використовуються ад’єктивні речення, що містять самооцінку, виражену прикметником у функції предикатива. Ці речення вербалізують позитивну й негативну самооцінку різного характеру. В аналізованих одиницях суб’єкту самооцінки, вираженого особовим займенником 1-ї ос. однини, приписується оцінка, виражена прикметником у функції предикатива. Найчастіше

це оцінні прикметники, що являють собою один із основних семантичних класів цієї частини мови й входять у підгрупу якісних прикметників.

Приклади позитивної самооцінки:

“Excellent, v.g. perfect *saint-style* person” [9, с. 65].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
«Дуж. хор., відмінно, сама досконалість, та я просто <i>свята</i> » [5, с. 146].	«Відмінно, дуж. хор., я досконала, я <i>свята</i> » [6, с. 148].

“But that’s just the *kind* of person I am: liking to love other” [9, с. 145].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
« <i>Така вже</i> я людина: мені подобається піклуватися про людей» [5, с. 376].	« <i>Такою вже</i> я народилася: схильна любити собі подібних» [6, с. 378].

“I were a very *glamorous, important* person under a great deal of pressure” [9, с. 134].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
«Я абсолютно <i>чарівна і важлива</i> персона, у якої немає ні хвилини вільного часу» [5, с. 332].	«Я <i>крута, ефектна, завантажена</i> роботою ділова жінка» [5, с. 336].

“Am *marvellous. Am irresistible* Sex Goddess” [9, с. 76].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
«Я <i>прекрасна! Я чарівна Сексуальна Богиня!</i> » [5, с. 112].	«Я <i>чудова. Я карколомна секс-богиня</i> » [6, с. 115].

У більшості випадків у позиції предикативу вжиті приватно-оціночні прикметники, семантика яких полягає в тому, щоб дати оцінку одному з аспектів суб’єкта з певного погляду (особистих якостей характеру головної героїні). У перекладі О. Мельник не завжди вдало підібрані відповідності оригінальним словам і виразам, тому її переклад може викликати в носія мови перекладу певне нерозуміння. Наприклад: «схильна любити собі подібних», «завантажена роботою ділова жінка». Луцан Лідія підбрала більш вдалі відповідності цим виразами: «мені подобається піклуватися про людей», «важлива персона, у якої немає ні хвилини вільного часу».

Приклади негативної самооцінки:

“Oh God, why am I so *unattractive?*” [9, с. 38].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
«Боже, чому я така <i>потвора?</i> » [5, с. 64].	«О Господи, ну чому я така <i>неприваблива?</i> » [6, с. 66].

“There is nothing worse than having to admit to your mum that you are *not very popular*” [9, с. 111].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
«Немає нічого <i>гіршого, ніж</i> зізнаватися власній матері, що ти не <i>дуже-то популярна</i> в народі» [5, с. 284].	«Огідно зізнаватися рідній матері, що я не відрізняюся популярністю серед своїх колег» [6, с. 286].

“It is because I am *too fat*” [9, с. 140].

Переклад Лідії Луцан	Переклад Оксани Мельник
«Це тому, що я <i>занадто товста</i> » [5, с. 401].	«Тому що я <i>товста</i> » [6, с. 403].

Негативна самооцінка може бути виражена як розповідними, так і заперечними структурами. У цьому випадку переклад Луцан Лідії “unattractive” – «потвора» різкіший, ніж переклад Мельник Оксани «неприваблива». Але Л. Луцан змогла більш точно передати значення словосполучення “too fat” – «занадто товста», а не просто «товста», як переклала О. Мельник.

Композиція роману являє собою особистий щоденник головної героїні, що охоплює певний період її життя (один рік). Твір складається з окремих записів із зазначенням дати й часу. Цей прийом також дає змогу більш реалістично зобразити події. Незважаючи на максимальну конкретизацію, яка проявляється в докладному описі повсякденного життя головної героїні, образ її типовий і є дзеркалом для багатьох сучасних жінок, які легко впізнають себе в Бріджит Джонс.

Усе це могло призвести до монотонності, так як повтор слів і граматичних компонентів – це ритмічні засоби. Проте через емоційні слова й вирази, особливі граматичні структури, питальні й окличні речення тощо ця монотонність не відчувається.

Висновки і пропозиції. При перекладі особистих щоденників та інших видів художніх текстів, а саме чікліт, необхідно донести ідею автора до читача простою і зрозумілою мовою, зберігаючи сутність та основні відтінки висловлювання. Переклад повинен задовольняти загальноприйнятні норми мови перекладу.

Список літератури:

1. Гегель О. В. Гендерный аспект сравнений в произведениях жанра чиклит. *Филологические науки. Серия «Вопросы теории и практики»*. Тамбов, 2013. № 10 (28). С. 59–61.
2. Красуля А. В., Кримова А. В. Елімінавання лінгво- та соціокультурної лакуарності в аудіо-візуальному перекладі (на матеріалі британських серіалів). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2019. № 42. Том 3. С. 55–58.
3. Пожарицька О. О. Авторський концепт позитивності у мовленнєвому портреті головного героя: комунікативно-парадигматичний аналіз : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Одеса, 2014. 20 с.
4. Полетаева О. Б. Скрытая реклама как инновационная составляющая современной массовой художественной литературы. *Гуманитарные и социальные науки № 4. Серія «Филология»*. Ростов-на-Дону, 2010 (а). С. 167–172.
5. Філдінг Г. Щоденник Бріджит Джонс / пер. з англ. Л. Луцан. Львів : Видавництво Старого Лева, 2017. 432 с.
6. Філдінг Г. Щоденник Бріджит Джонс / пер. з англ. О. Мельник. Львів, 2017. 434 с.
7. Чайковська Т. В. Труднощі художнього перекладу. *Сучасні наукові дослідження – 2006* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 20–28 лютого 2006 р. Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2006. С. 25.
8. Coleman L. Chick lit: The New Woman's Fiction by Suzanne Ferris and Mallory Young, Editors. *American Culture*. Blackwell Synergy, March, 2007. Vol. 30. Sssue 1.
9. Fielding H. *Bridget Jones's Diary: a novel*. London : Picador, 1996. 157 с.
10. Kobayakova I., Mishchenko A. Grammatical aspects of translation. *Філологічні трактати*. 2018. Том 10. № 2. С. 60–66.

Krasulia A. V., Shyshka T. O. LINGUOSTYLISTIC FEATURES OF THE “CHICK-LIT” GENRE AND WAYS OF THEIR TRANSLATION (BASED ON THE NOVEL BRIDGET JONES’S DIARY BY HELEN FIELDING)

The aim of the article is to study the linguistic and stylistic features of the translation of chick-lit genre in English literature into the Ukrainian language based on the novel Bridget Jones's Diary by Helen Fielding, particularly the reproduction of female images in the target text. The research outlines that an array of socio-cultural events serves as the foundation for the emergence of the chick-lit genre. One of the most important features of this genre is that its authors, main characters and readers are women. It is figured out that the main peculiarity of chik-lit is the narrative style and time frame. Chick-lit novels are characterized by a first-person narrative, often in the form of a diary entry. The genre is focused on describing the events happening to the main character “right here and now”, therefore, it accurately expresses the emotions and feelings of the character and is written in a clear and detailed manner. The research identifies lexical means of expression of the author's style, namely its gender and translation aspect. It describes the peculiarities of lexico-stylistic means to create the image and linguistic characteristics of the main character of the novel. Also, it analyses the translation features of the artistic expression means. To chick-lit genre translation difficulties we refer author's occasionalisms, neologisms, abbreviations, colloquial words, vulgarisms, emotional vocabulary and spoken language, which often contains modern words and fixed expressions not listed in dictionaries. The paper shows the linguostylistic and comparative analysis of two translations of the novel done by Lutsan Lidia and Melnyk Oksana. As a result of such comparison, it is identified that L. Lutsan's literary translation is more successful in terms of preserving the author's style of the novel. Therefore, we observe a more adequate representation of the image of the main character.

Key words: literary text, chick-lit, linguostylistic analysis, gender aspect, epithet, metaphor, intensifiers, graphical stylistic means.