



**Кафедра
іноземних
мов та ІКТ**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет**

**НОВІТНЯ ПАРАДИГМА
СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ПРАКТИКИ
У МІЖКУЛЬТУРНОМУ
ПРОСТОРІ**

Колективна монографія

Тернопіль - 2023

УДК 81'27:81'25:316.7

Н 73

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Тернопільського національного економічного університету
Протокол № 3 від 25 жовтня 2023 року*

Рецензенти: доктор філологічних наук, професор **Валігура О. Р.**
(Київський національний лінгвістичний університет),
доктор філологічних наук, професор **Дудок Р. І.**
(Львівський національний університет імені Івана Франка).
доктор філологічних наук, професор **Косович О. В.**
(Тернопільський національний педагогічний університет імені
Володимира Гнатюка).

Н 73

Новітня парадигма сучасної комунікації: перекладацькі практики у міжкультурному просторі: колективна монографія. Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2023. 215 с.

Науковий редактор: канд. філол. н., доц. Людмила Крайняк
Відповідальний секретар: канд. філол. н., доц. Тетяна П'ятничка
Контент консультант: канд. філол. н., доц. Олександра Дуда

Монографія присвячена вивченню теоретичних та практичних аспектів новітньої парадигми сучасної комунікації, а також усесторонньому аналізу стратегій, прийомів й технік перекладу різнодискурсних текстів. Наукова праця висвітлює низку питань, що пов'язані з формуванням професійних компетентностей перекладачів, котрі як посередники й представники різних мовно-культурних просторів і соціально-мовленнєвих середовищ повинні мати широкий науково-освітній кругозір, володіти глибокими знаннями, проявляти креативне та нестандартне мислення, оскільки їм часто доводиться працювати в надскладних умовах й досить швидко мобілізувати ресурси своєї пам'яті, ерудиції й кмітливості. Напрацювання наукового доробку можуть мати практичне застосування в сферах міжнародних відносин, бізнесу, медіа та інших галузях, де відбувається комунікація через призму перекладацьких інтерпретацій та перекладацького мовлення.

ISBN 978-966-654-728-9

© Колектив авторів, 2023
© ЗУНУ, 2023

ЗМІСТ

Передмова	5
Розділ 1.	
Сутність і особливості професійної перекладацької діяльності	6
1.1 Перекладацька компетентність та її складові	6
1.2 Мова і мислення у діяльності перекладача.....	15
1.3 Навчання майбутніх перекладачів синхронного перекладу в соціальних мережах.....	26
1.4 Особливості перекладу ділової кореспонденції у сфері бізнес-комунікацій (на матеріалі польської мови)	39
Розділ 2.	
Комунікативні стратегії ділового спілкування	51
2.1 Використання комунікативного підходу в підготовці перекладачів: інтерактивні методи покращення навичок мовлення та розуміння.....	51
2.2 Фактори успішного комунікативного процесу у бізнес-середовищі : структура та функції.....	68
2.3 Комунікативно-риторичний дискурс як компонент системи професійної парадигми майбутніх перекладачів	79
Розділ 3.	
Переклад галузевої термінології	88
3.1 Термінологізація іменникового корпусу бізнес-комунікації як перекладознавча проблема	88
3.2 Переклад термінів у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах.....	99
3.3 Переклад та структурно-семантичні особливості термінів у сфері бізнес-комунікацій	111
3.4 Стилістичні та лексичні аспекти використання спеціальних термінів у бізнес-комунікації	123

Розділ 4.	
Соціокультурні виміри перекладацького простору	138
4.1 Розвиток міжкультурної компетентності у навчанні студентів-перекладачів	138
4.2 Міжкультурна комунікація і науково-технічний переклад у професійній діяльності іт-фахівців	148
4.3 Елементи навчання семантичних та структурних критеріїв розрізнення фразеологізмів як складова культури англomовної комунікації.....	159
4.4 Культурологічний аспект перекладу англійських фразеологізмів українською мовою	167
Розділ 5.	
Художній переклад як прояв міжлітературної та міжкультурної взаємодії	181
5.1 Художній переклад в контексті глобалізаційних викликів сьогодення	181
5.2 Роль художнього перекладу у процесі підготовки перекладачів.....	191
5.3 Відтворення текстової інтерференції в українському перекладі англomовних художніх творів (на прикладі роману Дж. Д. Селінджера «Над прірвою у житі»).....	202
Автори підрозділів монографії	213

ПЕРЕДМОВА

Грунтовні знання міжкультурної комунікації та перекладознавства є надзвичайно важливими на сучасному етапі розвитку суспільства. Процеси інтеграції і глобалізації сьогодення призводять до збільшення кількості міжнародних контактів і відповідно до зростання ролі міжкультурної комунікації під час вирішення різноманітних питань, що виникають у процесі міжнародного співробітництва. Успішність комунікаційної взаємодії сприяє досягненню спільних цілей і розв'язанню поставлених завдань. Сьогодні переклад як окремий вид діяльності та форма комунікації є важливою частиною ведення ефективного міжмовного й міжкультурного спілкування.

Пропонований науковий доробок – це спроба комплексного дослідження окремих форматів комунікації через призму перекладацьких інтерпретацій, що є важливим для розуміння й сприйняття багатовимірного культурно-інформаційного простору.

Сучасна міжкультурна комунікація є процесом взаємодії між людьми з різних мовно-культурних вимірів, який передбачає взаємне розуміння та повагу до відмінних цінностей, а також уміння пристосовуватися до нових культурних середовищ. Перекладацькі студії, з іншого боку, досліджують сам процес перекладу та інтерпретації текстів з однієї мови на іншу, враховуючи різну світоглядну ментальність і соціальну реальність.

У фокусі наукового осмислення монографії постає, з одного боку, власне перекладознавча проблематика, з іншого – її мовленнєва складова, котра акцентує увагу на індивідуальності та неповторності суб'єктів мовлення, мотивах їхньої професійної діяльності, виборі відповідних лексичних одиниць для обговорення конкретних мовленнєвих ситуацій, усвідомленні міжкультурних відмінностей і розбіжностей.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Перекладацька компетентність та її складові

Проблема перекладацької компетенції виявляє значну актуальність в умовах національних викликів на тлі глобалізації комунікативного простору. Переклад відіграє важливу роль у сприянні міжкультурному взаєморозумінню, уможливаючи обмін інформацією, ідеями та знаннями в глобальному масштабі. У сучасному глобальному світі, де компанії, організації та окремі особи взаємодіють через кордони, компетенція перекладу має вирішальне значення для ефективної комунікації, міжнародного співробітництва та культурного обміну. Це допомагає подолати мовні та культурні бар'єри, сприяє міжкультурному розумінню та сприяє поширенню ідей та інформації. Будь то переклад юридичних документів, технічних інструкцій, маркетингових матеріалів чи літературних творів, кваліфіковані перекладачі з високою перекладацькою компетентністю сприяють ефективному функціонуванню сучасного суспільства.

Такі глобальні, національні та суспільні потреби змінюють й підходи до вимог професійної компетентності перекладача як посередника, що забезпечує порозуміння між сторонами міжкультурного та професійного діалогу. Відтак, питання академічної підготовки перекладачів, спрямованої на формування компетентної міжкультурної мовної особистості, здатної реагувати на глобальні та професійні виклики, визнавати соціальні цінності, соціальну та культурну значущість своєї професії, привертають увагу дослідників та потребують подальшого вивчення та глибшого розуміння.

Метою нашої розвідки є узагальнення розуміння поняття перекладацької компетентності, виокремлення та опис її складових.

Нові глобальні та суспільні вимоги зумовлюють зміни у методах, принципах, засобах навчання у вищій школі загалом, та

зокрема, підготовці перекладачів. У педагогічному процесі, коли важливими є не лише вміння іншомовного спілкування, а усвідомлення соціальних та культурних цінностей, значущість та відповідальність бути посередником між рідною й іншомовною культурами, стає очевидною необхідність підвищення якості підготовки перекладачів. Термін *перекладацька компетентність* став досить поширеним останні десятиліття в академічному середовищі та активно вживається у галузі перекладу, педагогіки та методики перекладу, однак потребує додаткової уваги та дослідження.

У результаті огляду зарубіжної та вітчизняної літератури виокремимо основні підходи до тлумачення терміну *перекладацька компетентність*.

Дослідницька група РАСТЕ («Побудова моделі перекладацької компетентності»), яка займалася дослідженням даного феномену зазначає, що перекладацька компетентність передбачає володіння як початковою, так і цільовою мовами, а також здатністю аналізувати та розуміти вихідний текст і створювати еквівалентний цільовий текст, який передає той самий зміст і функції в цільовій мові [9].

У праці «Translation and Cognition» група науковців визнає, що перекладацька компетентність – це багатогранна та динамічна когнітивна здатність, яка поєднує в собі знання мови, культурну обізнаність, предметну експертизу, навички обробки інформації та прийняття стратегічних рішень для створення точних і відповідних контексту перекладів [7].

Питання перекладацької компетентності ставали об'єктом досліджень українських науковців О. Череватого, І. Горошкіна, О. Рудіної, З. Підручної, М. Штогрини та інших, однак дискусії щодо його визначення продовжуються [1; 3; 4; 5]. Більше того, терміни *компетенція* та *компетентність* часто розглядають як синонімічні у філологічних та перекладознавчих дослідженнях, що, зокрема зумовлено одним словниковим відповідником *competence* в англійській мові.

Узагальнюючи різні підходи до визначення, поділяємо думку дослідників, та зазначаємо, що у цій праці перекладацька компетентність розглядається як здатність та навички, необхідні для ефективного та точного перекладу текстів з однієї мови на іншу та охоплює різні лінгвістичні, культурні та когнітивні аспекти, необхідні для створення високоякісних перекладів.

Аналіз літературних джерел показує, що визначення поняття перекладацької компетентності тісно пов'язано з розглядом критеріїв для оцінювання якості перекладацької діяльності, сукупністю складових різних видів або компетенцій, що включаються у загальне поняття перекладацької компетентності. Розглянемо відомі моделі та підходи до розуміння даного поняття та його суттєвих складових.

Вже згадана дослідницька група РАСТЕ пропонує модель, яка наголошує на когнітивних процесах, пов'язаних з перекладом. Дана модель визначає п'ять основних компонентів перекладацької компетентності: декларативні знання (знання про мову та переклад), процедурні знання (знання стратегій і технік перекладу), стратегічні знання (здатність розв'язувати проблеми), психофізіологічні компоненти (ставлення, самооцінка і управління стресом), а також знання про ринки перекладу [9].

Модель Хольц-Мянттарі, яку презентує фінська вчена Кірсті Кайндл Хольц-Мянттарі, зосереджується на процесі перекладу та прийнятті рішень перекладачем. Згідно з її моделлю, перекладацька компетенція складається з трьох взаємопов'язаних компонентів: мовна компетенція (знання вихідної та цільової мов), трансферна компетенція (здатність передавати значення між мовами) та світова компетенція (культурні та предметні знання) [6].

Модель Ковечес. Теоретик перекладу Gyde Kövecses запропонував модель перекладацької компетенції, яка включає три рівні: базову перекладацьку компетенцію (мовні навички, навички перекладу та культурні знання), спеціалізовану перекладацьку компетенцію (знання в певних сферах) і компетентність перекладу (здатність передавати знання між мовами та культурами) [9].

Модель Risky. Австралійський перекладач Юкка М. Risky розробив модель, засновану на концепції експертизи. За словами Risky, перекладацька компетентність не є фіксованим набором навичок, а розвивається з часом, коли перекладач набуває досвіду та знань. Він підкреслює важливість неявних знань, інтуїції та стратегій вирішення проблем у перекладацькій компетентності [9].

Деякі інші дослідники вказують на *мовні, мовленнєві та лінгвокраєзнавчі* компоненти перекладацької компетентності [8], інші визначають такі 5 складових перекладацької компетентності як *мовні, текстові, галузеві, культурні та трансферні*, якими перекладач повинен володіти для адекватного процесу перекладу [10].

Українські науковці вказують на психолого-педагогічні (Підручна, 2008), методичні (Рудіна, 2017), науково-педагогічні (Коваленко, 2012), спеціальні фахові (Чередниченко, 2007) та ін. складові перекладацької компетентності.

Дослідник Штогрин, узагальнюючи погляди провідних мовознавців та запропоновані ними моделі класифікації перекладацької компетентності, пропонує власну систему компетенцій, оволодіння якими є необхідним для формування перекладацької компетентності майбутнього перекладача [5].

1) Мовна компетенція, яка передбачає володіння як мінімум двома мовами (рідною та іноземною), граматичними, термінологічними, синтаксичними та морфологічними нормами цих мов та уміння їх застосовувати;

2) Комунікативна компетенція, узагальнює сукупність знань, умінь і навичок, необхідних фахівцю для здійснення мовного посередництва як в усній, так і в письмовій формі;

3) Текстуальна компетенція виникає і є безпосередньо пов'язана з мовною компетенцією і являє собою здатність визначати текстуальні риси, наприклад, технічної, правової чи філологічної галузі;

4) Предметна компетенція, яка походить від текстуальної, і означає обізнаність з тим, про що йдеться в конкретному тексті (ця

компетенція поширюється на знання про світ (енциклопедичні знання) та професійні знання);

5) Соціокультурна компетенція або "фонові знання" передбачає знання про національно-культурні особливості соціальної і мовленнєвої поведінки носіїв мови: їх звичаїв, етикету, соціальних стереотипів, історії та культури, а також способів використання цих знань в процесі спілкування;

6) Технічно-технологічна компетенція обумовлює знання, уміння та навички, необхідні для здійснення перекладацької діяльності (стратегії перекладу, перекладацькі прийоми та трансформації); володіння комп'ютерними технологіями, пошук інформації в мережі Інтернет, володіння електронними словниками, вміння критично оцінювати знайдену інформацію;

7) Інтегративна компетенція як здатність мобілізувати знання, уміння та навички, отримані зі своєї основної спеціальності і суміжних технічних дисциплін, і успішно застосовувати їх в процесі перекладу професійно орієнтованих текстів. Ця компетенція є фундаментальною для перекладачів професійно орієнтованих текстів, оскільки володіння спеціальністю та спеціальною термінологією рідною мовою допомагає правильно і точно зрозуміти вихідний текст і гарантує якісніший переклад;

8) Особистісна компетенція перекладача включає широкий спектр особистісних характеристик, які дозволяють успішне виконання професійної діяльності, таких як цікавість, логічне мислення, зосередженість, об'єм та розподілення уваги, швидка реакція, перцепція та увага, швидкісний перехід з одного завдання на друге, екстравертність, креативність, яку дослідник розглядає основою перевагою перекладача [5].

Варто визнати, що цей об'ємний перелік та опис складових перекладацької компетентності дещо перевантажений такими загальними компетенціями як інтегративна, особистісна, що можуть стосуватися фахівців інших, не тільки філологічних спеціальностей.

Результати наукових розвідок вказують на різні підходи до виокремлення основних складників перекладацької компетентності,

адже і зарубіжні, і вітчизняні дослідники пропонують різні погляди на компетентність перекладу, висвітлюючи різні аспекти, такі як знання мови, культурне розуміння, когнітивні процеси та прийняття рішень, та наголошують на тому, що ключові компетенції мають змінну й динамічну структуру, залежать від пріоритетів суспільства, цілей освіти, особливостей і можливостей самовизначення особистості в соціумі. Відтак, сучасне розуміння перекладацької компетентності є багатограним, суперечливим, динамічним та комплексним, та охоплює такі узагальнені *науково-методичні, інформаційно-комунікаційні та інтелектуально-психологічні* аспекти професійної діяльності перекладача.

У результаті огляду вище описаних наукових доробків, у цій праці виокремимо такі суттєві компетенції перекладацької компетентності.

Текстово-лінгвістична (мовна) компетенція. Переклад вимагає глибокого розуміння як вихідної, так і цільової мов, включаючи їхню граматику, лексику, ідіоматичні вирази та стилістичні умовності. Перекладач повинен вміти точно передати зміст і нюанси вихідного тексту, створюючи зв'язний і природний цільовий текст. Лінгвістична компетенція тісно пов'язана з комунікативною компетенцією.

Комунікативна компетенція стосується здатності ефективно передавати повідомлення та сприяти спілкуванню між двома або більше мовами чи культурами, тісно пов'язана з лінгвістичними, культурними та міжособистісними здібностями, так як перекладачі часто співпрацюють із клієнтами, колегами та іншими зацікавленими сторонами в процесі перекладу. Сильні міжособистісні та комунікативні навички необхідні для ефективної співпраці, активного слухання, переговорів та роз'яснення будь-яких непорозумінь чи сумнівів. Комунікативні вміння вирішувати перекладацькі проблеми необхідні у ситуаціях коли перекладачі стикаються з різними труднощами під час процесу перекладу, такими як неоднозначний вихідний текст, культурні прогалини або неперекладні терміни. Здатність творчо й ефективно аналізувати та вирішувати ці проблеми є важливим аспектом комунікативної

компетенції перекладача. Загалом комунікативна компетентність перекладача тісно пов'язана з володінням мовою, культурною обізнаністю, знанням предмету, навичок ефективної комунікації та здатності вирішувати проблеми.

Культурна компетенція. Більшість мовознавців вказують на компетенцію, яку визначають як культурну, міжкультурну, лінгвокраїнознавчу, соціокультурну чи фонові знання, як важливу складову перекладацької компетентності. Ця багатогранна компетенція включає здатність до розуміння культури іншого народу, позитивного до неї ставлення, осмислення її моралі, цінностей та інших компонентів через реалії власної культури, а також уміння ефективно функціонувати в умовах іншого лінгвокультурного середовища; сприйняття історії людства, своєї країни та країни, мова якої вивчається як іноземна, розвиток поваги та проявлення толерантності до носіїв іншої культури, повага до прав людини, демократичних цінностей, почуття відповідальності та дотримання обов'язку, надійність у діяльності, відкритість до інших культур, мов і континентів. Культурна чутливість має вирішальне значення, для точної передачі змісту перекладу та уникнення непорозумінь.

Знання предметної (фахової) сфери. Перекладачі часто спеціалізуються на певних предметних галузях, таких як юридичний, медичний, технічний або літературний переклад. Вони повинні володіти спеціальними знаннями та термінологією, пов'язаною з цими галузями, щоб забезпечити точні та відповідні контексту переклади. Знання певної фахової сфери тісно пов'язані із дослідницькими та лексикографічними перекладацькими стратегіями.

Стратегії перекладу. Перекладачі використовують різні стратегії для ефективного передачі змісту, такі як вибір відповідної техніки перекладу (наприклад, дослівний переклад, локалізація, адаптація), звернення до словників, глосаріїв, спеціалізованих баз даних або експертів із предметних питань, для роз'яснення синонімічних термінів чи понять, забезпечення точності і

послідовності перекладів, збереження тону та стилю вихідного тексту та адаптації перекладу для цільової аудиторії.

Таким чином, перекладацька компетентність перекладача – це складне багатоаспектне поняття, структура якого складається з багатьох компонентів (компетенцій), які поєднуються, між якими немає чітких меж, а їх комплексне формування та розвиток відбувається в безперервному процесі навчання.

Поняття та складові перекладацької компетентності неможливо розглядати без врахування вимог роботодавців на ринку праці. Цікаві результати дослідження вимог галузевих європейського та вітчизняного стандартів, які висуваються до перекладачів провідними західними та вітчизняними перекладацькими компаніями, навела мовознавиця Ольховська А., в якому, загалом, був підтверджений перелік основних компетенцій, описаних вище [2].

Дослідниця зазначає, що європейський стандарт вимагає від перекладача наявності п'яти обов'язкових компетенцій (складових) та коротко розтлумачує зміст кожної з них. Перший компонент – *перекладацька компетенція*, яка включає вміння перекладати тексти на фаховому рівні, оцінювати труднощі, пов'язані з розумінням тексту та його передачею мовою перекладу із урахуванням усіх вимог, що висуваються замовником, та вміння обґрунтовувати свої рішення. Опис деяких інших компетенцій таких як *текстово-лінгвістична, дослідницька та культурна компетенції* збігаються із вище поданими. Виокремлена *технічна компетенція* включає навички та вміння професійної обробки та виконання перекладів, застосування низки технічних засобів. У стандарті зазначається, що усі компетенції мають бути сформовані шляхом отримання вищої освіти на перекладацькому відділенні та/або вищої освіти з будь-якої іншої філологічної спеціальності та не менше двох років досвіду роботи перекладачем [2].

Вітчизняний стандарт, зазначає Ольховська, окреслює вимоги до компетентності перекладача у загальних рисах. Порівнюючи вимоги іноземних й вітчизняних перекладацьких компаній, дослідниця вказує, що хоч подекуди простежуються відмінності,

проте очевидним є те, що, як стандарт, так і компанії прописують до перекладача практично однакові вимоги, а різниця полягає у тому, що перекладацькі компанії не завжди прописують вимогу перекладати на професійному рівні [2].

Аналіз сучасних підходів до розуміння поняття та складових перекладацької компетентності сприяють формуванню в академічному просторі моделей підвищення якості підготовки перекладачів, міжкультурному спілкуванню, співпраці у глобальному комунікативному просторі та відображають вимоги сучасного ринку перекладацьких послуг.

Література

1. Горошкін І.О. Перекладацька компетентність як індикатор сформованості мовної особистості майбутнього перекладача URL: https://lib.iitta.gov.ua/714369/BD_2018-converted.pdf

2. Ольховська А. С. Галузеві стандарти та роботодавці як визначники вимог до змісту фахової компетентності перекладача. Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology, V (51), Issue: 112, 2017. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Translation-Industry-Standards-and-LSPs-requirements-as-Formulators-of-Translation-Competence-Content-A.-S.-Olkhovska.pdf>

3. Підручна З. Психолого-педагогічні чинники формування професійної комунікативної компетентності майбутніх перекладачів у процесі фахової підготовки. Вісник Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника: (серія: педагогіка). 2008. Вип. XXVI. С. 122–127.

4. Рудіна М. Перекладацька компетентність: науково-теоретичний та методичний аспекти її формування у студентів-філологів як майбутніх фахівців Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. № 36, Київ, 2017 URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/alexi,+12.pdf>

5. Штогрин М. Особливості формування перекладацької компетентності майбутнього перекладача на основі текстів нафтогазової сфери. URL: <https://visnyk.zu.edu.ua/Articles/75/27.pdf>

6. An Investigation of Holz-Mänttari's Translational Action: A Sociocultural Model? URL:
https://www.researchgate.net/publication/333728799_An_Investigation_of_Holz-Manttari's_Translational_Action_A_Sociocultural_Model
7. Gregory M. Shreve and Erik Angelone (eds) Translation and Cognition URL:
https://www.researchgate.net/publication/277938532_Gregory_M_Shreve_and_Erik_Angelone_eds_Translation_and_Cognition
8. Malmkjar Kirsten What is translation competence.
URL: <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-linguistique-appliquee-2009-1-page-121.htm>
9. PACTE (2003). "Building a Translation Competence Model". In: Alves, F. (ed.). Triangulating Translation: Perspectives in Process Oriented Research, Amsterdam: John Benjamins.
URL: <http://www3.uji.es/~aferna/EA0921/3b-Translation-competence-model.pdf>
10. Zainurrahman. (2010). Five Translation Competencies. Zainurrahman's Personal Journal. URL: <https://zainurrahmans.wordpress.com/2010/06/06/five-translationcompetencies/>

1.2 Мова і мислення у діяльності перекладача

Питанням взаємозв'язку мислення та мови, їх нерозривній єдності й водночас неординарній полярності функцій присвячено сотні досліджень як у царинах логіки, психології, соціології, так і мовознавчої науки, перекладознавства й теорії штучного інтелекту. Філософи, антропологи, лінгвісти, психологи, когнітивісти намагаються науково обґрунтувати діалектичну єдність мови та мислення, а також висвітлити істотні відмінності природи їхнього функціонування. Процес мислення є комплексним і багатогранним, він прив'язаний до мови та безпосередньо пов'язаний з нею. Мислення є однією з важливих форм діяльності свідомості і тому воно не може бути адекватно описане і зрозуміле поза мовою, що визначається як інструмент й знаряддя цього виду діяльності. Мови

формують та урізноманітнюють мислення людини, оскільки кожна з них містить індивідуальний лексикон і концепти для вираження ідей, думок, змісту та смислу, а також пропонують варіативні моделі граматично-синтаксичної організації й відповідно своєрідні форми висловлювання. Вплив мови на мислення є набагато глибший ніж просто передача інформації, він знаходить свій відбиток у способах сприйняття культурних норм та цінностей, що природньо є цілком відмінними для носіїв різних мов.

У нашому дослідженні ми намагаємось показати і довести, що студенти-перекладачі як фахівці-мовознавці повинні володіти не лише ґрунтовними знаннями іноземної мови, а й набути навички нового способу мислення, що притаманні носіям тієї чи іншої мови, переключитись на ментальний конструкт їхнього бачення, вираження та сприйняття інформації про світ й структурування зв'язків у ньому.

Глобалізаційно-інформаційні виклики цифрової епохи зумовлюють нові підходи до опанування знаннями, професійно-орієнтованими видами й технологіями діяльності, що теоретично, змістовно та функціонально пов'язано з розвитком мислення людини, утворенням цілісної наукової картини світу, теоретико-методологічним упорядкуванням пізнання. Проблеми мислення є актуальними не лише з погляду методології науки, а й філософії освіти [7, с. 188].

Загалом філософія освіти перекладача полягає в постійному самовдосконаленні та навчанні, розвитку ерудиції й поглибленні гуманітарних, природничо-філософських знань, умінь і навичок, що формують основу загальних та фахових компетентностей.

Велика кількість наукових праць щодо мови і мислення, а також проблем перекладу зокрема та цього роду діяльності загалом, свідчать про подальшу актуальність проблеми особливо в плані того як зрозуміти перекладачеві яким чином і чому словесні мови, які є матеріальними форматами вираження, відбирають відмінні чи спільні лінгвістичні засоби та способи для інтерпретації мислення про об'єктивний світ, структурування й організацію інформації.

Адже зміст та смисл не пов'язані безпосередньо з мовою у загальному розумінні, вони пов'язані з певною, конкретною мовою, яка є засобом спілкування і знаряддям передачі чи обміну людських думок у соціумі [2].

Відтак, науковець Тільбе Гоксун, досліджуючи складні відносини між мовою та мисленням, наголошує на трьох аспектах їх взаємодії: «мислення без мови», «мислення перед мовою» та «мислення за допомогою мови», пропонуючи наступну аргументацію свого підходу, по-перше, існування мови як когнітивного процесу впливає на систему мислення; по-друге, мислення виникає перед мовою, а вивчення мови взаємодіє з концептуальним процесом, який формується до використання мови; по-третє, кожна мова може впливати і впливає на систему мислення [10].

На сьогодні актуальною є психолінгвістична концепція перекладу, яка розглядає діяльність перекладача як певний психічний творчий процес, що торкається кореляцій мови та критичного мислення загалом, а також виявляє психологічні особливості аналітичного мислення рідною й іноземною мовами, і прослідковує способи реалізації та своєрідність функціонування визначених особливостей при перекладі.

До прикладу, механізми перекладацького мислення у сфері художнього перекладу моделює С. Засекін, аналізуючи психолінгвістичні універсалії та визначаючи спільні особливості мовленнєво-мисленнєвої діяльності перекладачів. Ми ж у нашому дослідженні фокусуємо увагу на відмінностях, що мають місце при вираженні понять, змісту думки носіями широкого мовного розмаїття та різних лінгвістичних середовищ, і котрі, без сумніву, необхідно враховувати як складову професійної компетенції [3].

Важливим моментом при перекладі з однієї мови на іншу, який потрібно усвідомлювати і розуміти, є можливість вираження одного і того ж смислу думки неоднаковими засобами у різних мовах. Тобто переклад як вид діяльності вимагає з психологічної

точки зору перемикання мислення людини з однієї мовної парадигми на базове підґрунтя іншої мови.

Так, мовознавчі розвідки засвідчують різноманітні системи підрахунку і лічби предметів. У французькій мові 92 означає «*quatre-vingt douze*» або «чотири двадцяті і дванадцять». Для англійської мови 92 – це просто «дев'яносто два – *ninety two*», тоді як у китайській мові, де зв'язок між десятками та одиницями дуже чіткий, 92 пишеться «*jīy shí èr*», що перекладається як «дев'ять десять два». Інший приклад стосується розуміння чисел. Племя Піраха в Амазонії використовує обмежену кількість слів, які описують числа. Його представники використовують спеціальні слова для позначення 1, 2 і 3, а будь-яке число більше 3 трактується як «багато». Проведені експерименти показують, що члени племені стикаються з труднощами як у числових тестах, так і при розв'язуванні задач із багатозначними числами. Таким чином, позбавлення системи числення в мові впливає на процеси обчислення, а отже і саме мислення про кількість, міру й вимірювання, про що неодмінно слід пам'ятати перекладачу, проводячи різного роду комунікації.

З точки зору теорії лінгвістичної відносності, трактування та бачення навколишнього світу безпосередньо залежить від мови, якою мовець говорить про нього. Іншими словами люди сприймають аспекти об'єктивної реальності лише у той спосіб, який мовна система здатна описати засобами свого лінгвістичного арсеналу, тому надзвичайно важливим для перекладача є вміння диференціювати відмінності і, як результат, вдало інтегрувати їх у простір цільової мови для адекватного вираження змісту та смислу.

До прикладу, дослідження, проведене групою іноземних науковців, пояснює факт як представники та носії різних мов і культур сприймають синій колір. Люди з англосовітських країн не помічають поступову зміну кольору від світлого до темно-синього. Проте, українці без особливих труднощів вирізняють різноманітні відтінки, світлотіньові та кольорові переходи. Причина в тому, що

українська мова репрезентує широкий арсенал лексики для позначення синьо-блакитної гами (аквамарин, бірюза, лазур, маренго, ціан, незабудка, електрик і т.д.) і передає більш точний ступінь глибини при описі відтінків цього кольору, на відміну від того, щоб зводити їх усіх до одного слова як в англійській мові. Прикметник «синій» утворено від давньослов'янського іменника «синь», яке схоже на дієслова «сяяти», «блищати». Саме таким наші предки уявляли небо, на якому сяяло сонце. Слово «блакитний» походить від слова «голуб» і означає «колір пір'їн на шийці голуба». Отже, носії мови, зосереджують увагу на суб'єктах, об'єктах чи діях залежно від преференцій мови. Вони виражають думку керуючись вимогами структурної та комунікативно-функціональної організації мови, мовлення та мислення. Відтак, люди, які володіють двома, а то і більше мовами, змушені диференційно мислити та сприймати кольори, оскільки різні мови мають у своєму розпорядженні відмінний інструментарій для опису їх діапазону. На нашу думку, можна, навіть, припустити, що мова є чинником, який заставляє презентувати зміст, наповнення та розуміння про поняття «колір» у неоднаковий спосіб, оскільки колір це не лише барви світлової хвилі, але і психологічний, емоційний та культурний фактор за допомогою якого у мистецтві передається емоційний стан людини, її риси характеру, різні соціальні та культурні явища, а також менталітет, мислення, соціальні та культурні риси життя народу [4].

Процеси мислення однакові для всіх людей світу, незважаючи на те, якою мовою вони розмовляють. Вони реалізуються в логічних формах понять, суджень, висновків. Вираження мислення у кожній мові своєрідне і залежить від специфіки, внутрішніх ознак певної мови [5].

Кожна мова має свої унікальні граматичні, лексичні та стилістичні особливості, тобто ментальну модель, яку слід пізнати, усвідомити та засвоїти перекладачу, через те, що саме вона є тим посилом і визначаючим фактором, який впливає на спосіб сприйняття, розуміння та передачі змісту.

Порівнюємо два способи інтерпретації ідентичного змісту (розбити вазу) в англійському та іспанському варіантах. In English, it's obligatory to say «He broke the vase». In the Spanish language, you might be more likely to say, «The vase broke» or «The vase broke itself» [12]. Англійська мова вимагає зазначити підмет – виконавця дії: «Він це зробив; він розбив вазу». У той час як іспаномовні носії швидше запам'ятають, що це був нещасний випадок – «Ваза розбилася» або «Ваза розбилася сама». Отже, двоє людей спостерігають один і той же випадок, стають свідками тієї ж події, але в підсумку запам'ятовують різні речі про неї. Таким чином доходимо висновку, що мова керує нашими міркуваннями щодо ситуації, події чи середовища комунікації. У даному випадку для перекладача немаловажливим є етап мисленнєвої адаптації, який виражається в усесторонньому усвідомленні й комплексному розумінні спільного і відмінного у структурно-функціональній організації різних мовних систем, та який забезпечує вибір відповідних засобів для передачі рівнозначного смислового контексту.

Логіка мовлення та функціональна організація кожної мови взаємозалежні від розумового мислення і культурного світогляду людей. Так, питання розрізнення іменників щодо граматичної категорії роду відіграє важливу роль у багатьох мовах і культурах. Іменники у німецькій, італійській, іспанській, українській мовах визначають чоловічий, жіночий і середній рід, а не нейтральні терміни. Наприклад, в італійській мові слово «пиво» – «Birra» – є іменником жіночого роду. Вино в італійській мові «vino» – є іменником чоловічого роду. Дослідження показують, що опис предметів, речей та напоїв, залежить від роду іменника. Наприклад, «vino» характеризують як «міцне» і «насичене», що є більш чоловічими властивостями. «Birra» – «легкий» і «пузирчастий» трактується як жіночі характеристики. Отже, очевидним є факт, що мова має глибокий вплив на те, як ми думаємо, описуємо та відчуваємо світ. Перекладач, у свою чергу, повинен критично мислити та відчувати мовні нюанси щодо вибору засобів, які

описують властивості та ознаки предметів, станів та явищ у різних мовних системах та іншомовних цільових середовищах.

Вивчаючи ази мови, перекладач не лише засвоює граматичні, морфологічні, термінологічні й синтаксичні норми цих мов і уміння їх застосовувати, а й переймає нові для себе способи структурування висловлювання та ментальної організації думки. Доречно було б зауважити той факт, що спосіб сприйняття просторово-часових відносин людьми залежить від специфіки вираження часу у різних мовах. Так, англійська мова зобов'язує мовців зазначати чітку диференціацію часового простору, яка виражається самим контекстом чи лексичними маркерами в інших мовах. Розповідаючи про вечерю з друзями чи знайомими, можна не згадувати статі людей, проте обов'язковим є посилення на час події, вибір відповідної видо-часової форми дієслова: *we dined, have been dining, are dining, will be dining and so on*. З іншого боку, китайська мова не зобов'язує своїх носіїв вказувати точний час дії, таким чином одна і та ж форма дієслова може використовуватися для минулих, теперішніх або майбутніх дій. Знову ж таки, це не означає, що китайці не можуть розрізняти часові сфери та їх кореляції, але засвідчує той факт, що немає потреби думати про темпоральність кожного разу, повідомляючи про дію, події або стани. Якщо направленість часової осі в англійському мисленні зазвичай організовується з ліва на право, в китайському мисленні час дієслова сприймається центрично, то в порівнянні з арабським світом темпоральна пряма рухається з права на ліво по аналогії з письмом. Отже, коли функціональна організація мови зобов'язує її носіїв акцентувати увагу на конкретно визначеній інформації та умовах це навчає та змушує перекладачів враховувати всі аспекти відмінного світосприйняття і пізнання, що притаманні конкретно визначеній мові, на які носіям інших мов, можливо, не потрібно фокусуватись весь час. І оскільки такі мовленнєві звички культивуються з самого раннього віку, цілком природно, що вони входять в розумові звички, які виходять за межі

самої мови, впливаючи на досвід, сприйняття, асоціації, почуття, спогади та орієнтацію в світі.

Пізнання як розумова діяльність також різниться залежновід культури та мови народу, оскільки саме ці складові визначають форму мислення, судження, міркування та спосіб організації змісту думки, на що неодмінно слід звертати увагу перекладачу як мовному посереднику для забезпечення ефективного та точного перекладу. Впродовж останніх десятиліть проводилося вивчення того, як люди в усьому світі бачать реальність і приймають рішення. Усі ці дослідження показують міжкультурні відмінності та те, як досвід, який ми отримуємо, виростаючи в певному культурному середовищі, може впливати на наше мислення. Навіть якщо ми цього не усвідомлюємо, культура впливає на те, як ми бачимо світ і які рішення приймаємо. Культура впливає не лише на сприйняття, але й на більш складні процеси мислення, такі як вирішення проблем і прийняття динамічних рішень. Понад 500 студентів з Бразилії, Індії, Філіппін (це колективістські країни, які більше цінують групу, сім'ю тощо), Німеччини та Сполучених Штатів (індивідуалістичні країни, які більше цінують особисті цілі та незалежність) працювали над двома змодельованими на комп'ютері сценаріями проблеми. Перед екраном комп'ютера учасники експерименту віддавали накази своїм пожежним підрозділам, наприклад, куди їм іти, яким чином гасити пожежу, як доставляти воду, чи потрібно рубати дерева, щоб запобігти поширенню пожежі. Працюючи над симуляцією, вони вголос озвучували свої дії, які автоматично записувались: «Ммм, вогню немає. Ні, я бачу, що одна пожежа починається. О ні, це недалеко від міста. Що мені робити? Гаразд, відправляю вантажівку і гелікоптер гасити пожежу...». Проаналізувавши протоколи, вчені з'ясували важливі факти. У ситуаціях, коли приходиться приймати рішення, люди відчують емоції – негативні та позитивні. По-друге, дослідники виявили відмінності між людьми з різних культур. Індійські та філіппінські учасники частіше описували проблемну ситуацію (наприклад, «Сталася пожежа») і шукали

інформацію (наприклад, «Чи є у вас вантажівки? Недостатньо води»). Німецькі учасники, навпаки, частіше говорили про плани та цілі (наприклад, «Спочатку я відправляю на пожежу вантажівку № 5, а потім відправляю гелікоптер до міста, щоб він був у стратегічно вигідній позиції») і рідко виражали емоції. Американці частіше ставили цілі та проявляли позитивні емоції («Чудово! Я добре попрацював!»). Бразильці, порівняно з усіма іншими учасниками, найчастіше висловлювали негативні емоції (наприклад, «Ой, я ніколи не буду хорошим командиром пожежної служби») [9].

Результати практичного експерименту засвідчують, що цінності культурного середовища, в якому ми зростаємо, мовленнєві аспекти, на яких фокусуємо увагу в момент прийняття рішень, впливають на стиль поведінки при вирішенні проблемних завдань [9]. Культури, які цінують важливість власних цілей і незалежність кожної людини, демонструють прийняття більшої кількості рішень і їх детальне планування порівняно з культурами, які цінують важливість групи та інших членів спільноти. Психолог Ци Ван, провівши ряд експериментів, дійшла висновку, що американські діти в порівнянні із азіатськими дітьми можуть згадувати більше особистих подробиць про життєві події та частіше говорити про свої особливості. Проте, вони менше інформують про взаємини з іншими людьми і групову діяльність. Це результат зосередженості на автономії, індивідуальній унікальності, який притаманний західним культурам [8]. Таким чином, мислення, мова і культура – взаємопов'язані й нероздільні, це інструменти категоризації та концептуалізації реальності, засоби інтелектуального сприйняття та інтерпретації об'єктивної дійсності, форми, які визначають специфіку пізнання та відмінності ментальної організації думки у процесі комунікації як усної, так і письмової. Отже, перекладачі як посередники та представники різних мовно-культурних просторів і соціально-мовленнєвих середовищ повинні володіти широким науковим-освітнім кругозором, мати знання з суміжних наук, проявляти нестандартне та оригінальне мислення, оскільки їм часто доводиться працювати в складних умовах й досить швидко

мобілізувати ресурси своєї пам'яті, а також ерудиції й кмітливості.

Варто зауважити, що на численну кількість підводних каменів наштовхуються у своїй діяльності перекладачі-синхроністи. Проблемну ситуацію здатний створити порядок слів у деяких реченнях німецької мови, оскільки негативна частка nicht ("не") може вживатись у самому кінці речення. До прикладу, перекладач стверджує щось з ентузіазмом, і раптом доповідач вимовляє: "Nicht". Досвідчений фахівець, який бездоганно володіє мовою й навиками продуктивного критичного мислення, спроможний інтуїтивно відчутти негативну інтонацію та передбачити хід думок мовця, і, як результат, точно передати зміст інформації, що транслюється на публіку. В іншому випадку, перекладач повинен миттєво реагувати і виправляти допущену помилку, що, знову ж таки, вимагає миттєвої реакції та прояву нестандартного й оригінального мислення для усунення недоречності. Таким чином, поки доповідач говорить, перекладач мусить зрозуміти сенс повідомлення однією мовою і водночас, сформулювати те саме повідомлення, використовуючи ментальний конструктор цільової мови. Процес вимагає надзвичайно складної і синхронної взаємодії сенсорних, моторних та когнітивних навичок [1].

Мова і мислення є невід'ємними компонентами діяльності перекладача. Останній повинен володіти не лише глибокими знаннями вихідної і цільової мов, а й набути здатності розуміти культурні та історичні контексти, які впливають на розуміння смислу.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що мова, якою ми розмовляємо, не тільки полегшує мисленнєве спілкування, але й формує та урізноманітнює мислення. Як результат, діяльність перекладача – це новий погляд на навколишню дійсність, нова форма бачення та сприйняття світу, новий спосіб мислення про об'єктивну реальність.

Література

1. Воттс Дж. Дивовижний мозок перекладача-синхроніста.
URL: https://www.bbc.com/ukrainian/vert_fut/2016/02/160210_vert_fut_the_ultimate_multi_taskers_vp
2. Голенко В. М. Мова і мислення
URL: http://www.rusnauka.com/7_NMIV_2010/Philologia/60053.doc.htm
3. Засєкін С. В. Психолінгвістичні універсалії перекладу художнього тексту. Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. 274 с.
4. Колір. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%80>
5. Петухова А. Зв'язок між мовою і мисленням / А. Петухова; наук. кер. О.О. Жулавська // Перекладацькі інновації: матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 12-13 березня 2015 р. / Редкол.: С.О. Швачко, І.К. Кобякова, О.О. Жулавська та ін. Суми: СумДУ, 2015. С. 36-38.
6. Постригань А. В. Мова як інструмент міжкультурної комунікації для формування особистості. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/43282981.pdf>
7. Черепанова С. О. Філософія освіти: західне та східне мислення в координатах культури. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-osviti-zahidne-ta-shidne-mislennya-v-koordinatah-kulturi/viewer>
8. Cross Cultural Differences in Cognition: A Study on How Culture Affects the Way We Think. URL: https://www.researchgate.net/publication/342786192_
9. Fire and ice: testing a model on cultural values and complex problem solving.
URL: <https://escholarship.org/uc/item/194595pw>
10. Göksun T. The bases of the mind: the relationship of language and thought.
URL: <https://medium.com/kocuniversity/the-bases-of-the-mind-the-relationship-of-language-and-thought-a0bf30375528>
11. How Culture Affects the Way We Think

URL: <https://www.psychologicalscience.org/observer/how-culture-affects-the-way-we-think>

12. How language shapes the way we think.

URL: <https://englishonline.org.ua/materials/20009>

1.3 Навчання майбутніх перекладачів синхронного перекладу в соціальних мережах

Teaching simultaneous translation in social networks to future interpreters

In recent years, social media has become a ubiquitous part of modern life. With billions of users across various platforms, social media has transformed the way we communicate, interact, and share information. However, with the vast amount of content being shared on these platforms, interpretation has become a crucial factor in determining how messages are received and understood by their intended audience. In this article, we will explore the peculiarities of interpretation in social media sites, and how they affect the way we communicate and perceive information.

Simultaneous translation in social media discourse is becoming increasingly important as online communication brings together individuals from different linguistic backgrounds. Social media platforms namely Instagram, Facebook, Twitter, YouTube and LinkedIn are used by millions of users from all over the world, which creates a need to bridge the language barrier.

Recent research and publications analysis shows that this type of translation in social media discourse has insufficient amount of studies. There are the most well known modern foreign scientists who deal with this issue, for instance, Shixuan Sun, Wenjie Zhang, Yun Chen [2, p. 222]. Their papers provided a comprehensive review of the challenges and approaches to simultaneous translation in social media, including linguistic and cultural differences, noise and variability in social media data, and the need for real-time translation. Taking into account

Ukrainian scientists, they haven't been so active yet in this field of study. Overall, these recent research and publications highlight the importance and potential benefits of simultaneous translation in social media, as well as the challenges and approaches to achieving it effectively. The main objectives of an article on simultaneous translation in social media sites are to identify the challenges and opportunities of implementing simultaneous translation in social media sites, and analyze the current state-of-the-art technologies for achieving it. Moreover, the additional objectives include evaluating the effectiveness of simultaneous translation in social media sites, both from the perspective of users and content providers, and examining the impact of language barriers on social media engagement and information access. We explore the potential approaches of simultaneous translation in social media sites, such as improving cross-cultural communication, facilitating multilingual collaboration, and promoting global knowledge sharing. In addition to this, we provide practical recommendations and guidelines for implementing simultaneous translation in social media sites, based on the current state-of-the-art technologies, user needs, and ethical considerations.

Overall, the objectives of an article on simultaneous translation in social media sites would depend on the specific focus and scope of the research, but they would generally aim to shed light on the challenges, opportunities, and implications of this emerging technology.

While researching such methods were used as observation; surveying students, analyzing the results of student surveys, assessing the level of foreign language proficiency and translation skills, as well as exploring and solving problems with its subject and the desired improvement of the level of its mastery. The research was carried out on the basis of West Ukrainian National University, taking into account a survey among students of the Department of Foreign languages and Information-Communicative technologies.

Simultaneous translation provides the capability for users to understand and communicate with other users who speak different languages. It allows for seamless communication and facilitates global

collaboration, which is especially important in today's interconnected world.

Some social media platforms have already started implementing simultaneous translation features, for instance, offer automatic translation of posts and comments, allowing users to see content in their preferred language. Meanwhile here are some examples of simultaneous translation features on social media sites:

1. Facebook has not introduced a built-in simultaneous translation feature. However, Facebook does provide translation capabilities for posts and comments written in different languages. When a user writes a post or comment in a language different from the one set as the default on their device, Facebook offers an option to translate the content. [5].

2. The Twitter app has a built-in translation function that allows users to translate tweets real-time. If the tweet is in a different language, a prompt to translate the tweet will be sent to the user [2, p. 222].

3. LinkedIn's built-in translation feature provides the facility to posts, comments, and profiles by simply clicking on the translate icon [2, p. 222].

4. When a user writes a caption or comment in a language different from the one set as the default on their device, Instagram offers an option to translate the content. By tapping on the "See Translation" button, users can view the translated version of the text.

Similar to Facebook, it's important to note that Instagram regularly updates its features and may have introduced new functionalities since my last update. To explore the latest language translation features on Instagram, I recommend visiting the official Instagram website or checking for any recent updates. [12, p. 57].

5. YouTube has a translation feature that allows creators to add subtitles and captions for their videos in different languages. YouTube also provides an auto-translate feature which uses machine learning to translate video titles and descriptions. These simultaneous translation features on social media sites not only help people better understand other languages but also give an opportunity of cross-cultural sharing of ideas and knowledge [5].

Simultaneous interpretation in social media sites refers to the ability of social media platforms to offer live, real-time translation of written or spoken content between different languages. This enables users to communicate with each other across language barriers without having to type or speak in each other's languages. Social media platforms such as Facebook, Twitter, LinkedIn, and Instagram are increasingly offering these translation services, powered by machine learning and artificial intelligence technologies. This feature has become particularly helpful during global events such as conferences, summits that have been held related to the current situation in Ukraine, or the Olympics where people from different countries gather and help bridge the gap of language barriers [7, p. 92].

Overall, simultaneous interpretation in social media discourse is a useful tool that facilitates communication and collaboration between users from different linguistic groups. It helps to break down language barriers and create a more inclusive and connected online community.

Interpreting simultaneously in social media sites involves a different set of skills and challenges compared to traditional interpreting. Let's take a look at some peculiarities of this specific process:

1. Speed: Social media is fast-paced, with messages and comments being posted and updated constantly. Interpreters must be able to keep up with this speed while translating in real-time. The speaker can be constantly distracted by various comments of their followers as a result it can be an obstacle in the process of interpretation [8, p. 159; 9, p. 300].

When an interpreter is dealing with different comments while interpreting a stream, there are several strategies they can employ to handle the situation effectively. Here are some approaches interpreters often use:

- a. Remain neutral and impartial: Interpreters strive to maintain neutrality and impartiality, regardless of the content or nature of the comments. They avoid injecting personal opinions, biases, or judgments into their interpretation. This ensures that all participants receive an accurate rendition of the comments, regardless of their content [8, p. 159; 9, p. 300].

- b. Cultivate cultural sensitivity: Comments can vary widely based on cultural background, idiomatic expressions, or local references. Interpreters need to be culturally sensitive and aware of these nuances to accurately convey the intended meaning. They may research or consult with experts on cultural contexts to ensure proper understanding and interpretation [8, p. 159; 9, p. 300].
- c. Adapt to different communication styles: Different individuals may have diverse communication styles, such as being direct, verbose, humorous, or formal. Interpreters adapt their interpreting style to match the speaker's tone and intent while maintaining the fidelity of the message. This involves capturing not only the words but also the speaker's intended style, emphasis, and emotional content [8, p. 159; 9, p. 300].
- d. Clarify ambiguous or unclear comments: If a comment is ambiguous or unclear, interpreters can request clarification from the speaker or seek additional context to ensure accurate interpretation. They may use techniques like asking open-ended questions or providing a summary to elicit more specific information, enabling them to provide an accurate rendition of the intended message [8, p. 159; 9, p. 300].
- e. Prioritize transparency and disclosure: In situations where comments might be offensive, sensitive, or inappropriate, interpreters prioritize transparency and disclosure to all parties involved. They may inform participants that they will interpret the comment faithfully, even if it contains offensive language or controversial content. This allows participants to make informed decisions about their level of engagement or response [8, p. 159; 9, p. 300].
- f. Manage interruptions and overlapping comments: When multiple participants speak simultaneously or interrupt each other, interpreters employ techniques such as note-taking, requesting participants to speak one at a time, or indicating a pause to manage the situation effectively. They may also summarize or paraphrase overlapping comments to ensure clarity and understanding for all participants [8, p. 159; 9, p. 300].

g. Continuous professional development: Interpreters engage in ongoing professional development to enhance their skills and adapt to evolving situations. They stay updated on current events, terminology, and industry-specific knowledge to handle different comments effectively. It allows them to maintain accuracy, clarity, and professionalism throughout the interpretation process [8, p. 159; 9, p. 300].

Overall, interpreters use a combination of language proficiency, cultural awareness, and effective communication techniques to handle different comments while interpreting a stream. Their goal is to faithfully convey the intended meaning and facilitate effective communication between participants, regardless of the content or complexity of the comments.

Bloggers may speak quickly and deliver a lot of information in a short amount of time. Interpreters need to be skilled in listening and processing information quickly to keep up with the pace of the speech.

2. Brevity: One of the most significant features of social media is the brevity of the content that is shared. Platforms like Twitter, for example, limit users to 280 characters per tweet. Instagram limits users to one hour of uninterrupted live streaming. This constraint has forced users to be more concise and precise with their words, leading to the development of a unique style of communication that is characterized by its brevity and informality. However, the brevity of social media content can also lead to misinterpretation, as readers may not fully understand the intended meaning behind a post. This is particularly true in the case of sarcasm and humor, which can be difficult to convey through text alone. Without the benefit of tone or facial expressions, it is easy for readers to misinterpret the tone of a post, leading to confusion or even offense [11, p. 35].

The brevity of social media content also means that it is often stripped of the nuance and context that would be present in more traditional forms of communication. This can lead to a lack of understanding and misinterpretation of the message being conveyed. For example, a tweet that expresses a controversial opinion may be

interpreted as being more extreme than intended if the context is not fully understood [10, p. 98]

Consequently, the main task of an interpreter is to understand these tricks and decode the text properly, being clear and brief.

3. Informality: Social media is a casual and informal environment, with users often using colloquial language, slang, emojis, jargon and acronyms that is not commonly used in formal settings, for example, IG – Instagram/ інста – Інстаграм (in the Ukrainian language we use a short form instead of an acronym), DM – Direct Message/ ПП – приватне повідомлення, POV – Point Of View/ ПОВ – Точка зору (in this case we can see that some acronyms have been transliterated). Interpreters must be familiar with these language units to accurately interpret the meaning behind the messages. This can make it difficult for interpreters to find equivalent expressions immediately in the target language and convey the meaning accurately. Moreover, professionals ought to be able to use such translation transformation as compression and functional substitution for instance on the tips of one's toes/ навшпиньки; of the most part/ здебільшого; before long/ невдовзі незабаром; suddenly/ раптом; trying to outrate each other/ наввипередки since they are time limited and the less text they use, the more professional they are. [12, p. 34].

4. Emotion and Tone: Social media posts often contain emotional and sarcastic tones that can be difficult to convey through simultaneous interpreting. Interpreters must understand the context of the post, the author's intent, and emotional nuances to ensure an accurate rendering. Additionally, bloggers may use non-verbal cues, such as facial expressions or gestures, to convey meaning. Interpreters need to be able to comprehend and notice these cues and translate them into words adequately [12, p. 169; 13].

5. The Abundance of Visual Content: Social media sites may include videos, images, and other multimedia content that interpreters need to translate into the target language in real-time. Another challenge of interpretation in social media is the abundance of visual content. Platforms like Instagram and TikTok are primarily visual, with users sharing photos and videos to communicate with their audience. While

visual content can be powerful and engaging, it is also open to interpretation, as viewers may read different meanings into the same image [12, p. 169].

Visual content can also be misleading or manipulative, as images can be easily edited or altered to convey a certain message. For example, a doctored image may be shared on social media to create a false narrative or mislead the audience. In some cases, visual content may also be shared out of context, leading to misinterpretation of the message being conveyed.

Furthermore, the rise of deepfakes and other forms of manipulated media has made it increasingly difficult to discern what is real and what is not on social media. Deepfakes are computer-generated images or videos that are made to look like real footage, and they can be used to spread false information or create misleading narratives. This has further complicated interpretation on social media, as it can be difficult to tell what is authentic and what is not [8, p. 159; 9, p. 300].

6. Cultural Awareness: Social media is a global platform, and different cultures have a huge amount of ways of expressing themselves. Interpreters need to be familiar with these cultural norms to accurately interpret messages across cultures. Furthermore, bloggers may refer to events, people, or places that are specific to their culture or region. Interpreters need to be aware of these cultural references and have the necessary background knowledge to translate them correctly [8, p. 159; 9, p. 300].

In conclusion, interpreting simultaneously in social media requires a unique skill set that combines linguistic proficiency, cultural awareness, and an ability to keep up with a fast-paced environment.

7. The Influence of Algorithms: Social media algorithms play a significant role in determining how content is shared and viewed. The algorithms that power social media platforms are designed to prioritize certain types of content, such as posts that generate a lot of engagement or that are shared by influential users. This means that content that may not align with the platform's algorithm may not be seen by as many people, leading to a skewed perception of what is popular or important [8, p. 159; 9, p. 300].

The algorithmic nature of social media also has implications for how users consume content. For example, if a user's feed is primarily composed of content from like-minded individuals or pages, they may develop a skewed perception of the world around them. This can lead to confirmation bias, where individuals only seek out information that confirms their existing beliefs and opinions, rather than challenging them. If we speak about interpreters, in this case professionals should take this aspect into consideration. Having investigated the key features of a blogger, an interpreter must behave in the same way as a speaker and try to do their best in order to follow the personality of a customer while interpreting [8, p. 159; 9, p. 300].

Speaking about approaches of interpretation in social media discourse, we can define the following ones:

- Real-time interpretation: This approach involves the interpretation of the social media content in real-time. Depending on the volume of content, real-time interpretation can refer to the interpretation of the content in minutes or hours. This approach requires fast and adequate interpretation, as social media is all about keeping up with the speed of the conversations [13; 14, p. 532].

- Content-based interpretation: This approach is focused on interpreting the content of the social media posts, such as the text, images, videos, and audio. The interpreter analyzes the content of the posts and tries to interpret the main message or theme of the post. This approach is useful for understanding the context and sentiment of the posts [13; 14, p. 532].

- User-based interpretation: This approach is focused on interpreting the social media users and their demeanor. The interpreter ought to analyze the user's profile, posts, comments, and other social media interactions to gain the understanding of the user's personality, preferences, and opinions. This approach is useful for identifying influencers and understanding the target audience [13; 14, p. 531].

- Network-based interpretation: This approach is focused on the social media network itself and its dynamics. The interpreter analyzes the social media network structure, the relationships between users, and the interactions between them. This approach is beneficial for

identifying key players and understanding the power dynamics within the social media network [14, p. 531].

- Topic-based interpretation: This approach is focused on interpreting the social media content based on specific topics or themes. The interpreter analyzes the content of the posts related to a specific topic, such as a product or service, and tries to understand how the topic is being discussed on social media. This approach is useful for understanding the market trends and consumer sentiment towards a specific topic [16, p. 234].

Simultaneous interpretation of bloggers can pose some challenges for interpreters due to the specific characteristics of this type of discourse. Some of the peculiarities include:

Overall, interpreting bloggers requires a high level of skill and experience in simultaneous interpreting. Interpreters need to be able to adapt to the unique characteristics of this type of discourse to provide accurate and effective interpretation [16, p. 237].

It is crucial to note that the choice of the appropriate method of translation depends on the audience an occasionalism is aimed at, which is demonstrated above. If we speak about the main translation teaching methods of simultaneous translation, cognitive and audio-visual methods are the best options to deal with this issue.

The cognitive teaching method is aimed at the formation of cognitive skills in a future translator, which allows them to determine the type and purpose of information, highlight its main content, build ways to solve problems while translating these lexical units, be able to make their own judgments and show creativity. It's really crucial to be able to identify the best equivalent in order to fulfill the main task of bloggers [15, p. 350; 16, p. 225].

They are able to offer social innovations, new ideas, new ways of thinking, even those that are controversial and not accepted by the general public. A blogger doesn't only directly call for and motivate certain actions, but also organizes these actions during the entire process of their implementation, carrying out technologically complex interactive processes in the network, that is, work not only in the text, but also in the comments to their text. As a result, a translator ought to

be able to comprehend which translation technique works in a specific situation [16, p. 225; 17].

The audio-visual teaching method can be used to build and test models of translation competences setting out the knowledge and cognitive components aimed necessary for effective translation work. Furthermore the key aspects have found their way into translator training profiles and translation service quality standards. A central role in acquiring translation competence is to reflect on decisions and actions during the translation process, and various process research methods have been used in translator training to encourage self-reflection [19; 20, p. 543].

A theoretical analysis of the main aspects of simultaneous translation in social media sites has shown that professionals ought to pay attention to such issues as speed, brevity, informality, a large amount of visual content, emotional aspect, tone of voice and their structural-grammatical and lexical functions. In this work we have stated recommendations for translators regarding effective and accurate simultaneous translation in social networks.

References

1. Balaganov D. V. Dynamics of the state of a person's linguistic consciousness in the process of simultaneous interpretation. *Bulletin of the Moscow State Regional University (Linguistics)*. 2020. No. 1. P. 6–14. URL: <https://doi.org/10.18384/2310-712x-2020-1-6-14> (date of access: 01.04.2023).
2. Qin Y., Wang C. Can Machine Translation Assist to Prepare for Simultaneous Interpretation?. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*. 2020. Vol. 15, no. 16. P. 230. URL: <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i16.14935> (date of access: 01.04.2023).
3. Dynamic Sight Translation: A Simultaneous Interpreting Strategies Driver. *International Journal of Interpreter Education*. 2021. Vol. 14, no. 1. P. 57–71. URL: <https://doi.org/10.34068/ijie.14.01.06> (date of access: 01.04.2023).

4. Kudratovich D. N. Psycho linguistic features of simultaneous interpretation. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*. 2021. Vol. 11, no. 3. P. 360–365. URL: <https://doi.org/10.5958/2249-7137.2021.00640.6> (date of access: 01.04.2023).

5. Pöchhacker F. *Simultaneous Interpreting*. Oxford University Press, 2021. URL: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199239306.013.0020> (date of access: 01.04.2023).

6. Dorcak S. Cross-interpreting in Slovakia: a tabooed reality. *Ukrainian Linguistics*. 2021. No. 51. P. 107–124. URL: [https://doi.org/10.17721/um/51\(2021\).107-124](https://doi.org/10.17721/um/51(2021).107-124) (date of access: 01.04.2023).

7. Zinukova N. V. Profesiina pidhotovka perekladacha u zakladakh vyshchoi osvity: formuvannia fakhovoi kompetentnosti usnoho perekladacha. *Naukovi zapysky Tsentralnoukrainskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Vynnychenka. Serii: Pedahohichni nauky*. 2018. Vyp. 166. S. 92–95.

8. Veiga M. J. Chapter 12: The Translation of Audiovisual Humour in Just a Few Words. *New Trends in Audiovisual Translation / ed. by J. Díaz Cintas*. Bristol, Blue Ridge Summit, 2019. P. 158–175. URL: <https://doi.org/10.21832/9781847691552-014> (date of access: 01.04.2023).

9. Şerban A. *Audiovisual translation in close-up: Practical and theoretical approaches*. Bern : Peter Lang, 2011. 320 p.

10. Dukhovnaya T. V. Transtextual study of cinematic discourse. *Philological Sciences. Scientific Essays of Higher Education*. 2021. No. 4. P. 93–99. URL: <https://doi.org/10.20339/phs.4-21.093> (date of access: 01.04.2023).

11. Hunchyk I. O., Andriievskya V. V. Tekhnolohiia perekladatskoho skoropysu u navchanni usnoho poslidovnoho perekladu. *Naukovyi visnyk DDPU imeni Ivana Franka. Serii: Filolohichni nauky (movoznavstvo)*. 2019. № 11. S. 32–35. URL:

<https://doi.org/10.24919/2663-6042.11.2019.175465> (date of access: 01.04.2023).

12. Visual Interpretation. *Fundamentals of Satellite Remote Sensing*. 2016. P. 167–190. URL: <https://doi.org/10.1201/b19478-9> (date of access: 01.04.2023).

13. Champagne B. M., Schinabeck K., Soleim S. A. M. Free History Lessons: Contextualizing Confederate Monuments in North Carolina. *Teachable Monuments*. 2021. URL: <https://doi.org/10.5040/9781501356919.ch-017> (date of access: 01.04.2023).

14. Gile D. Simultaneous Interpreting. *An Encyclopedia of Practical Translation and Interpreting*. 2019. P. 531–562. URL: <https://doi.org/10.2307/j.ctvbtzp7q.21> (date of access: 01.04.2023).

15. Chernovaty L. *Methodology of teaching translation as a specialty: textbook for students. higher institutions education in the specialty "Translation"*. Vinnytsia: Nova Knyga, 2021. 376 p.

16. Guz W. Are nonce words really deviant, context-dependent, and unlexicalizable? *Sound structure and sense: studies in memory of Edmund Gussmann* / ed. by E. Cyran, H. Kardela, B. Szymanek. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2022. P. 223–238.

17. Kemp S. *Digital 2021: global overview report*. Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital2021-global-overview-report>.

18. Maslova S. Explication as a way of preserving the cultural component of neologisms in English-Ukrainian translations. *Lviv Philological Magazine*. 2020. No. 7. P. 67–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.32447/2663-340X-2020-7.11>.

19. Munday, J. *Introducing translation studies: Theories and approaches*. London and Newyork: Routledge, 2021.

20. Selivanova O. *Linguistic encyclopedia* / O. Selivanova. Poltava: Dovkillya-K, 2021. 844 p.

1.4 Особливості перекладу ділової кореспонденції у сфері бізнес-комунікацій (на матеріалі польської мови)

Переклад ділової кореспонденції – це тривалий і складний процес, який потребує відповідної компетенції. Вона ґрунтується не лише на знанні рідної та іноземної мов, але й на глибокому розумінні лексико-граматичних та стилістичних особливостей текстів офіційно-ділового стилю. Перекладач одночасно виконує декілька комунікативних функцій.

По-перше, він виступає реципієнтом оригіналу, тобто бере участь в акті спілкування мовою оригіналу. По-друге, він виступає творцем тексту мовою перекладу, а отже, бере участь в акті мовленнєвого спілкування цією мовою. По-третє, перекладач об'єднує мовленнєві акти двома мовами, учасником яких він є. Таким чином, процес перекладу та його результат повністю залежать від комунікативних можливостей перекладача, його знань та умінь. Однак варто пам'ятати, що між текстами оригіналу та перекладу завжди існує певне розходження, зумовлене не стільки індивідуальними особливостями комунікантів, скільки різницею між мовами.

Специфічною особливістю ділової комунікації є регламентованість, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, що визначаються національними і культурними традиціями та професійними етичними принципами.

Оскільки основною рисою мови ділової кореспонденції є точність і чіткість викладу за майже повної відсутності емоційних елементів, у ній практично виключена можливість вільного тлумачення сутності питання. Тому, до основних вимог, яким має відповідати компетентний переклад ділової документації, належать:

а) точність (усі положення оригіналу повинні бути викладені у перекладі);

б) стислість (усі положення оригіналу повинні бути викладені коротко й лаконічно);

в) ясність (стислість і лаконічність не повинні викривляти розуміння лексики);

г) літературність (текст перекладу повинен відповідати загальноприйнятим нормам літературної мови, не застосовуючи при цьому синтаксичні конструкції мови оригіналу) [1].

У мові офіційних документів широко застосовуються терміни й професіоналізми відповідно до тематики й змісту службових документів. У першу чергу, це терміни економічні, дипломатичні та юридичні (*eksport, umowa, pełnomocnictwo, prokura, oświadczenie, regulamin, sprawozdanie* та ін.). Використовуються також нетермінологічні слова адміністративно-канцелярської мови (*niniejszym, w załączeniu, w nawiązaniu do* та ін.).

Характерним є використання канцеляризмів, відтворюваних лексико-фразеологічних одиниць, які співвідносяться з часто повторюваними ситуаціями та поширеними поняттями (*uchwałę podjęto, biorąc pod uwagę, w trakcie spotkania ustalono, że...* та ін.).

Ділова кореспонденція містить багато іменників, а саме назв людей за ознакою, обумовленою певною дією або відношенням (*producent, konsument, akcjonariusz, właściciel* та ін.); складних прийменників, які виражають певні стандарти змісту (*według, w stosunku do, w miarę* та ін.).

Для ділової мови характерне використання неологізмів, тобто слів і зворотів, які виникли для позначення нового предмету чи явища. Як правило, неологізми мають okazіональний характер, оскільки їхня поява у мові завжди неочікувана. Наприклад, в польській мові лише за останні роки з'явилося багато неологізмів з елементом "cyber" у препозиції (*cyberycerz, cyberatak*) та ряд інших неологізмів: *PLN-у* (так іноді називають злотий) [5, с. 186].

Відзначимо, що під час аналізу ділової кореспонденції була виявлена велика кількість лексики широкої семантики, яка відрізняється значною денотативною віднесеністю та зумовленістю. Оскільки вони мають широку понятійну основу, неможливо звести всі значення таких лексем до єдиного змістового ядра. Тому під час перекладу такого типу лексики створюються okazіональні відповідники, наприклад, *opinia społeczna* – суспільна думка, *wiążąca oferta* – діюча пропозиція, *warunki płatności* – умови оплати та ін.

Як правило, відповідники можуть лише частково співпадати за значенням з одиницею, яка перекладається, внаслідок чого у перекладі часто використовуються контекстуальні заміни навіть за наявності регулярних відповідників [2, с. 99].

Відзначимо, що у перекладі лексичних одиниць використовуються такі типи okazionalnih відпові́дників:

1) *відповідники-запозичення, які відтворюють у мові перекладу форму іноземного слова: aktuariusze – актуарії, promotorzy – промоутери та ін.* Такі відповідники створюються за допомогою перекладацького транскрибування або транслітерації. У багатьох випадках okazionalni відпові́дники, створені таким чином, можуть зафіксуватися у мові перекладу і регулярно використовуватися під час перекладу відповідних слів, наприклад, українські відповідники польським лексемам *outsourcing – аутсорсинг, franchising – франчайзинг, leasing – лізинг* та ін.;

2) *відповідники-кальки, які відтворюють морфемний склад слова чи складові частини стійкого словосполучення вихідної мови: drabina kariery – кар’єрна драбина, punkt sprzedaży – точка продажу та ін.* У цьому випадку відмінності між okazionalnymi та регулярними відпові́дниками є часто тимчасовими. Багато відпові́дників, створених шляхом калькування, поширюються у перекладацькій практиці, а потім використовуються у неперекладних матеріалах мовою перекладу.

При перекладі ділової кореспонденції іноді вдаються до експлікації – лексико-граматичної трансформації, при якій слово, словосполучення, термін чи фразеологізм замінюється в мові перекладу словосполученням або більшим за кількістю компонентів словосполученням, що адекватно передає зміст цього слова або словосполучення (терміна). При цьому потрібно слідкувати, щоб словосполучення в мові перекладу точно і повно передавало всі основні ознаки поняття, що містить оригінал. Перед застосуванням цього методу перекладачеві слід переконатися, що в мові перекладу відсутній перекладний відповідник.

Прикладом описового перекладу може служити: *powyższe uwagi – вище вказані зауваження; uniemożliwić – не давати можливості*.

Мова ділового листа має логічні зв'язки та побудови, пропозиційний зміст, а також виокремлює комунікативні типи ділових листів: з домінуючою функцією впливу (*oferować, polecać, czynić wpływ, zamawiać, prosić o*), листи інформаційного змісту (*poinformować, wiedzieć o, pozwolić na..*), із домінуючою контактною функцією (*mieć zamiar, dziękować, przepraszać*), де може застосовуватися загальноживана лексика, спеціальна, а також наукова та технічна термінологія.

Оскільки офіційне листування може бути діловим, дипломатичним чи адміністративним, то дотримання стилю перекладу і грамотність є обов'язковими вимогами.

Загалом ділові листи повинні відзначатися ввічливістю й точністю, тобто демонструвати невід'ємні риси ділової кореспонденції. Переклад листів зазначеного виду повністю орієнтований на передавання змісту, тобто носить інформативний характер. З огляду на це, перекладач часто використовує дослівний переклад ділових листів, адже вільне тлумачення є неприпустимим. Спільність змісту текстів оригіналу та перекладу називається еквівалентністю. У процесі перекладу перекладач виконує складне завдання пошуку та правильного використання необхідних елементів забезпечення еквівалентності, на основі яких створюються комунікативно рівноцінні тексти.

Варто зауважити, що перекладацька еквівалентність не дорівнює ані структурно-семантичній, ані функціональній окремо і має розглядатися як складне синтетичне утворення, яке врівноважується дією низки вимог та обмежень, що знаходяться стосовно одне одного у відносинах діалектичних протиріч.

Переклад ділової кореспонденції в основному можна кваліфікувати як інформативний та такий, що здійснюється у письмовій формі.

Інформативним перекладом називається переклад текстів, головна функція яких полягає у наданні певних відомостей, а не у

художньо-естетичному впливі на реципієнта. До таких текстів належать усі матеріали наукового, ділового, громадсько-політичного, побутового характеру тощо.

Письмовим перекладом називають такий вид перекладу, за яким мовленнєві твори, які поєднуються в акті міжмовного спілкування (тобто, текст оригіналу та текст перекладу), вступають до процесу перекладу у вигляді фіксованих текстів, до яких перекладач може неодноразово звертатися. Це дає можливість перекладачу повторно сприймати відрізки тексту, що перекладається, зіставляти їх із відповідними відрізками тексту перекладу, вносити до тексту перекладу будь-які необхідні зміни до того, як текст перекладу потрапить до реципієнта, тобто до завершення процесу перекладу.

При перекладі дуже важливо не висувати особисті моменти на перший план і не надавати відтінку фамільярності. В офіційних листах перевага надається займеннику *ты* навіть якщо лист пишеться від однієї конкретної особи, наприклад: *Mam nadzieję na dalszą owocną współpracę. – Ми сподіваємося на подальшу плідну співпрацю. Przepraszamy za wszelkie niedogodności, jakie anulowanie tego zamówienia może spowodować. – Ми приносимо вибачення за всі незручності, які може спричинити анулювання цього замовлення.*

Займенники *Pan czy Pani* потрібно вживати якомога рідше, варто прописувати суб'єктів дії повністю. Відмовні відповіді теж повинні бути тактовні, хоч і звучати детально та чітко. У діловій кореспонденції польською мовою уникають форми *Wy* при перекладі, натомість змінюючи її формами *Państwo, Panowie, Panie*.

Офіційне листування передбачає використання інфінітивних конструкцій та дієприслівникових зворотів. Прикладами слугують такі речення: *Odpowiadając na Państwa prośbę, jesteśmy gotowi udzielić Państwu rabatu w wysokości 15% na to zamówienie. – Відповідаючи на Ваше запитання, ми готові надати знижку у розмірі 15% на це замовлення. Odpowiadając na Państwa reklamację z dnia... – Відповідаючи на Вашу скаргу від (дата)... Aby załatwić*

sprawę polubownie, proponujemy... – *Щоб вирішити справу полюбовно, ми пропонуємо...*

При перекладі ділових листів на польську мову дозволяється також використання скорочень. Їх варто вживати при перекладі лише у тому випадку, якщо ці скорочення загальновідомі.

Зокрема, у польських ділових листах зустрічаються наступні види скорочень:

1) утворені шляхом відкидання кінцевої частини слова, при цьому в кінці ставиться крапка, наприклад: *dot.* = *dotyczący* – *той, що стосується*;

2) утворені за допомогою першої та останньої літер слова, при цьому в кінці слова крапка не ставиться, наприклад: *wg* = *według* – *згідно з*;

3) утворені шляхом залишення першої, останньої літери та букви із середини слова, наприклад: *mgr* = *magister* – *магістр*;

4) утворені за допомогою komponування перших літер назв установ, фірм чи організацій, наприклад: *GUS* = *Główny Urząd Statystyczny* – *Головне статистичне управління*.

Знання перекладачем основних правил скорочень є надзвичайно важливе для коректності та адекватності перекладу ділової документації.

Незважаючи на офіційність і суворе дотримання структури, тон має залишатися доброзичливим та партнерським.

У листі та його еквівалентному перекладі повинна бути чітка послідовність: привітання, мета листа, деталі, заклик, підпис, де кожен новий розділ ділиться на абзаци. Обов'язковою є і стандартизація мови. Для цього використовуються мовні кліше. Спершу повинне бути привітання: *Szanowny Panie Dyrektorze! Szanowna Pani Profesor! Szanowni Państwo!*

Далі традиційно йдуть вступні фрази: *Bardzo dziękujemy za Pański list/faks.* – *Щиро дякуємо за Ваш лист/факс*; *Dziękujemy za zaproszenie do składania wizyty w Pańskiej firmie.* – *Дякуємо за запрошення до здійснення візиту на Вашу фірму*; *Chcielibyśmy podziękować za zaproszenie na ...* – *Хочемо подякувати за запрошення на...*

Основна частина як оригіалу, так і перекладу має бути лаконічна і чітка, тут ми описуємо нашу проблему та вказуємо причини написання: *Zwracam się do Państwa, aby potwierdzić/poinformować/zapytać.* – Звертаємося до Вас, щоб підтвердити/поінформувати/запитати. Дозволяється також задати додаткові запитання. Це робиться, наприклад, за допомогою фрази *Nie jestem pewny/pewna, czy dobrze zrozumiałem/zrozumiałam.* – Я не впевнений, чи правильно зрозумів. Можна перейти до іншої теми: *W załączeniu przesyłamy szczegóły dotyczące naszego produktu.* – У додатку надсилаємо детальну інформацію щодо нашого товару.

Перекладачеві варто пам'ятати про типові фрази для повідомлення поганих новин, або пом'якшити їх сприйняття співрозмовником: *Z przykrością informujemy, że nie będziemy mogli..* – З прикрістю повідомляємо, що не зможемо...; *Bardzo żałuję, ale nie jest możliwe, żeby...* Мені дуже шкода, але це не видається можливим...; *Proszę przyjąć przeprosiny i zapewnienie, że...* – Прошу вибачення і запевняю, що...

У польській мові є власні шаблони для висловлення прохання у ділових листах. Ось найтипівіші із них: *Uprzejmie prosimy o poinformowanie nas, czy...* – Уклінно просимо повідомити нас, чи... *Prosimy o szybką odpowiedź, czy...* – Будемо вдячні за швидку відповідь; *Uprzejmie prosimy o zaproponowanie innego terminu...* Уклінно просимо запропонувати інший термін...

При перекладі на польську мову треба приділити увагу заключним реченням, адже вони завжди мають показувати ваше позитивне ставлення до адресата. Доцільно використати такі фрази: *Prosimy o odpowiedź; Mam nadzieję, że nie sprawi to Panu/Pani zbyt wielu niedogodności.*

Існує кліше прощальних фраз, але варто пам'ятати, що використовувати їх потрібно відповідно до ситуації. Якщо ви, наприклад, мало знайомі з людиною, якій пишете лист, то краще використати фрази *Z poważaniem...; z wyrazami szacunku; oczekując na odpowiedź pozostajemy z poważaniem.*

Отже, робимо висновок, що знання тонкощів лексики та стилістики допомагають нам у коректному перекладі офіційно-ділового листа. Використання ділових стандартів вказує на компетентність того, хто пише, а також на його доброзичливе ставлення.

Варто зазначити, що на вибір лексики впливає вид ділового листа, комунікативне завдання та тематика питання. Ділове листування здійснюється відповідно до законодавства, складається грамотно, з використанням кліше, має відповідний стиль, тому що все це є діловим іміджем установи і кожного її працівника в цілому.

Практика перекладу з української мови на польську і навпаки засвідчує, що переклад ділової кореспонденції передбачає урахування особливостей лексико-граматичної структури обох мов та спричиняє ряд труднощів, які необхідно долати перекладачеві [2, с. 97].

Розв'язання цих проблем досягається умінням правильно проводити різні перекладацькі трансформації, які допомагають зробити тексти оригіналу та перекладу відповідними один до одного.

Специфіка перекладу ділової кореспонденції визначається не лише мовними особливостями, властивими офіційно-діловому стилю обох мов, але й головним чином тим, як співвідносяться ці особливості між собою, наскільки збігаються стилістичні характеристики мови оригіналу і мови перекладу [3, с. 206]. Якщо ж певна особливість притаманна тільки одній із мов, то під час перекладу відбувається своєрідна стилістична адаптація: специфічні засоби викладу в мові-джерелі замінюються мовними засобами, властивими мові-реципієнтові.

Характерною рисою польського ділового листа є вживання стандартизованих кліше, які мають прагматичну спрямованість та забезпечують реалізацію категорії ділової ввічливості: *Oczekując na odpowiedź, pozostajemy z poważaniem.*

– *Чекатемо на Вашу відповідь. З повагою...; Oczekując na odpowiedź, przesyłamy pozdrowienia.*

– *В очікуванні швидкої відповіді та з найкращими побажаннями;*

W nawiązaniu do Państwa zapytania z dnia /data/, informujemy, że...

– *У відповідь на Ваш запит від /дата/ повідомляємо, що...*

Загалом стереотипні кліше, які є компонентами семантичної структури ділових листів, можна згрупувати за тематичною ознакою: 1) замовлення; 2) пропозиція; 3) претензія, скарга; 4) запит; 5) повідомлення; 6) вибачення; 7) прохання. Існування в українській мові подібних груп висловлювань значно полегшує їх переклад українською мовою з польської. Розглянемо кожну групу:

1) замовлення: *Uprzejmie prosimy o sprzedaż nam następujących pozycji /nazwa i ilość/. Towar wraz z fakturą prosimy przesłać pod adres... [3, с. 136] – Щиро просимо продати нам наступні позиції /назва та кількість/. Товар разом із фактурою просимо надіслати на адресу...;*

2) пропозиція: *W nawiązaniu do Państwa zapytania z dnia /data/ mamy przyjemność przedłożyć naszą ofertę na /nazwa towaru/ [3, с. 137] – У відповідь на Ваш запит від /дата/ із задоволенням подаємо Вам нашу пропозицію щодо /назва товару/;*

3) претензія, скарга: *Z przykrością stwierdzamy, że towary dostarczone nam przez Was na nasze zamówienie z dnia /data/ nie odpowiadają partii próbnej, na podstawie której zostało złożone zamówienie. Prosimy o wyjaśnienie i zaproponowanie nam rozwiązania w powyższej sprawie [3, с. 167] – Ми з прикрістю повідомляємо, що надіслані Вами товари за нашим замовленням від /дата/ не відповідають пробній партії, на основі якої здійснено замовлення. Просимо усе з'ясувати і запропонувати вирішення цієї проблеми;*

4) запит: *Prosimy o przesłanie nam cenników i katalogów oraz podanie szczegółów, żniżek i rodzaju opakowania [3, с. 57] – Просимо надіслати нам прейскурати і каталоги, а також детальну інформацію щодо знижок і видів упаковок; Ponieważ macie Państwo największą sieć dystrybucji w Polsce północnej, chcielibyśmy uzyskać od Państwa informację, jakie są możliwości sprzedaży naszych produktów poprzez Waszą sieć dystrybucji na tym terenie. – З огляду на те, що Ви*

маєте найбільшу дистрибуторську мережу на півночі Польщі, ми хотіли б отримати інформацію щодо можливості продажу наших виробів через вашу дистрибуторську мережу а цієї території.

5) повідомлення: *Z przykrością informujemy, że nie możemy przyjechać zgodnie z uprzednimi uzgodnieniami w dniu.../data/* [3, с. 51] – З прикрістю повідомляємо, що не маємо змоги приїхати /дата/ згідно попередніх домовленостей;

6) вибачення: *Proszę przyjąć przeprosiny i zapewnienie, że chciałbym zobaczyć się z Państwem osobiście w najbliższej przyszłości* [3, с. 51] – Перепрошую і запевняю, що хотів би з Вами зустрітися особисто у найближчому майбутньому; *Przepraszamy za związane z tym kłopoty* – Перепрошуємо за пов'язані з цим проблеми;

7) прохання: *Bylibyśmy wdzięczni, gdybyście potwierdzili Państwo Waszą obecność – Будемо вдячні, якщо Ви підтвердите свою присутність; Prosimy o przesłanie nam kilku próbek, abyśmy mogli właściwie ocenić Wasze towary* [3, с. 49] – Просимо надіслати нам зразки Вашої продукції, щоб ми могли належним чином оцінити Ваші товари.

У галузі офіційно-ділового перекладу польська і українська мови прагнуть до чіткості й суворості викладу. Перекладач повинен повністю й точно передати думку автора, надати їй форму, властиву українському чи польському спеціальному тексту.

У стилі ділових документів слова вживаються переважно в основних предметно-логічних значеннях (за винятком тих випадків, коли похідні предметно-логічні значення є в даній сфері спілкування термінологічними).

У зв'язку з цим виступає й інша особливість стилю ділової мови. Це відсутність будь-яких зображальних засобів: у тексті ділових документів немає метафор, метонімії чи інших прийомів створення образності мови.

Не менш важливими є знання пунктуації та специфіки перекладу листових штампів. Дотримання тих чи інших норм, зокрема й в офіційно-діловому стилі, допоможе перекладачеві розв'язувати складні проблеми ділового спілкування.

Ініціали або скорочення імен – ще одна складність, яку можна зустріти при перекладі ділової кореспонденції. Зазвичай ініціали подаються у тексті після того, як попередньо вже було подано повне ім'я [5, с. 112]. Однак, іноді вони подаються без попередньої розшифровки. Передача більшості ініціалів не становить труднощів, тому що вони мають однозначні українські відповідники: *prof. I. Nowak* – *проф. І. Новак*.

Дуже часто при перекладі ділової кореспонденції перекладачеві доводиться зустрічатися з абревіатурами та скороченнями. Поширений спосіб перекладу скорочень – це його переклад відповідною повною формою слова або словосполучення: *wg (według)* – *згідно*; *tj. (to jest)* – *тобто*; *m. inn. (między innymi)* – *між іншим*. Повна форма абревіатур перекладається якомога точніше при використанні такої лексичної трансформацію як калькування [4, с. 83], так, щоб з відповідної форми перекладу можна було б утворити скорочення: *BIG (Bank Inicjatyw Gospodarczych)* – *Банк господарських ініціатив (БГІ)*; *WIG (Warszawski Indeks Giełdowy)* – *Варшавський Біржовий Індекс (ББІ)*.

Таким чином, процес перекладу ділової кореспонденції є певним випробовуванням для перекладача і не обмежується знанням іноземних мов, а передбачає високий рівень його перекладацької та референційної компетенції, що становить основу діяльності перекладача. Подані в статті приклади розгортають можливість урізноманітнити шляхи перекладу. Серед запропонованих прийомів: добір синонімів, зокрема контекстуальних, послуговування словами з переносним значенням, трансформація зі зміною частини мови, опускання лексеми без втрати змісту тощо.

У результаті перекладацького аналізу ділової кореспонденції було виявлено, що цей вид документації має велику кількість спеціальної термінології, склад і особливості якої визначаються змістом листа й сферою діяльності фірм, які контактують одна з одною шляхом ділового листування.

Терміни можуть передаватися у перекладі різними способами, а саме: за допомогою наявних україномовних термінологічних

еквівалентів, калькування, транскрибування та описового перекладу.

Перспективним є розгляд польського та українського ділових листів у комунікативно-прагматичному та когнітивному аспектах.

Література

1. Врабель Т. Т. Лексичні особливості перекладу ділової кореспонденції. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/35-shosta-mizhnarodna-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/65-leksichni-osoblivosti-perekladu-dilovoji-korespondentsiji>

2. Драбов Н.Ю. Особливості перекладу ділових листів. Сучасні дослідження з іноземної філології. Ужгород, 2013. Вип. 11. С. 97-102.

3. Kienzler I. Korespondencja handlowo-prawnicza w języku polskim. Wzory pism, umów i innych dokumentów. Gdynia : IVAX, 2012. 208 str.

4. Масальський В. Теорія і практика перекладу ділової документації: навч.-метод. посібн. Донецьк: Бізнес центр ДонНУ, 2006. 142 с.

5. Pisarska A. Współczesne tendencje przekładoznawcze. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, 1996. 229 str.

6. Чепурна М.А. Особливості перекладу ділових листів. Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. Кривий Ріг, 2015. Вип. 12. С. 204-210.

РОЗДІЛ 2

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

2.1 Використання комунікативного підходу в підготовці перекладачів: інтерактивні методи покращення навичок мовлення та розуміння

Сучасний світ навколо нас зазнає швидких змін, зокрема у сфері комунікації та міжкультурного спілкування. Зростаюча глобалізація, міжнародна торгівля та культурний обмін роблять знання іноземних мов та навички перекладу дедалі більш важливими для успіху в особистому та професійному житті. Завдяки активному включенню України в світове співтовариство, виникла велика потреба у знанні іноземних мов, громадяни дедалі частіше розуміють, що володіння іноземними мовами надає їм більшу свободу, професійну мобільність і сприяє розвитку особистості. Володіння мовленнєвими навичками інших мов розглядається як засіб соціалізації, який об'єднує держави та народи. Саме тому сьогодні особливу увагу слід звернути на ефективність та якість процесу вивчення іноземних мов, де використання інтерактивних методів стає дедалі більш актуальним і вимагає уваги викладачів і науковців. Завданням сучасного освітнього процесу є підготовка студентів до викликів сучасного світу, де комунікація є необхідною складовою успішної соціальної і професійної діяльності. Саме тому роль комунікативного підходу до вивчення іноземної мови набуває особливого значення. Інтерактивні методи навчання забезпечують активну взаємодію студентів, їх спілкування та взаємне зрозуміння, що сприяє ефективному засвоєнню мовних навичок та розвитку комунікативної компетентності.

Розглянуті в наукових дослідженнях теоретичні підходи до викладання іноземних мов, зокрема комунікативно зорієнтованого підходу, були об'єктом уваги вітчизняних та закордонних вчених та фахівців. Серед авторів, які присвятили свої праці цій

темі, можна згадати І. Біма, Д. Брунера, Н. Бориска, Д. Гріна, Н. Гез, І. Зимню, Г. Китайгородську, Л. Кунч, О. Леонтєва, М. Макоша, Р. Мільруда, Є. Пасова, Д. Уїлкінса, Д. Хаймза, С. Шатілова та Л. Щербу. Ці дослідники внесли значний внесок у розуміння та розвиток методик навчання іноземних мов, спираючись на свої теоретичні основи та експериментальні дослідження [3, с. 285]. Серед українських вчених, які досліджували різні аспекти інтерактивних методів навчання іноземної мови, варто відзначити О. Тарнопольського, П. Шевчука, П. Фенрих, О. Січкарука, У. Науменко, Н. Годованець, І. Беляєву [4, с. 122]. Проаналізувавши відповідні наукові та науково-методичні джерела, можна зробити припущення, що комунікативний підхід не отримав достатньої уваги у дослідженнях та на практиці, пов'язаній з обраною проблемою. Однак результати зарубіжних експериментальних досліджень свідчать про високий рівень ефективності цього підходу у навчанні студентів іноземної мови.

Мета дослідження полягає у аналізі впливу інтерактивних методів на процес вивчення іноземної мови, ролі комунікативного підходу у розвитку навичок спілкування, висловлювання своїх думок та розуміння іноземної мови. Через аналіз ефективних стратегій та прикладів у цій статті показано, як використання інтерактивних методів, заснованих на комунікативному підході, може сприяти успішному вивченню іноземної мови і розширенню мовленнєвих навичок студентів.

Вивчення іноземної мови є важливим аспектом освіти в сучасному світі, оскільки вона відкриває безліч можливостей для міжнародного спілкування, розвитку культурного розуміння та професійного зростання. Варто зауважити, що переклад не обмежується лише передачею змісту з однієї мови на іншу. Він також передбачає вміння ефективно спілкуватися, розуміти нюанси іншомовного тексту та передати його відповідність у контексті цільової культури. Саме тому розвиток комунікативних навичок є ключовим фактором у процесі навчання.

Використання комунікативного підходу у підготовці перекладачів заслуговує особливої уваги, оскільки цей підхід акцентується на практичному використанні мови та активному залученні студентів до мовленнєвої діяльності. Він сприяє формуванню навичок мовлення та розуміння, розвитку лінгвістичної компетенції, а також покращенню культурологічного розуміння та міжкультурної компетентності студентів-перекладачів. У цьому контексті комунікативний підхід займає центральне місце, оскільки він покладає акцент на розвиток комунікативних навичок і спроможностей студентів. Основною метою комунікативного підходу при вивченні іноземної мови є розвиток комунікативних навичок студентів, їх здатності ефективно спілкуватися в реальних мовних ситуаціях. Цей підхід ставить акцент на практичному використанні мови, передачі інформації, взаємодії та розумінні між співрозмовниками та спрямований на те, щоб студенти змогли використовувати мову не лише для навчання, але й для повсякденного спілкування, роботи та інтеракції з носіями мови у реальних життєвих ситуаціях.

Основні принципи комунікативного підходу при вивченні іноземної мови базуються на активному використанні мови в комунікативних ситуаціях та реалізації комунікативних завдань. Основні принципи включають такі аспекти: орієнтацію на комунікативні навички, аутентичність мовних завдань, взаємодію та співпрацю, практичне застосування мови, індивідуальний підхід, поступовість та систематичність. Розглянемо їх далі детальніше.

Орієнтація на комунікативні навички: ключовий аспект комунікативного підходу, головною метою якого є навчити студентів ефективно спілкуватися в реальних комунікативних ситуаціях, де вони можуть використовувати мову для передачі інформації, висловлення своїх думок, запитань та взаємодії з іншими людьми. Орієнтація на комунікативні навички передбачає акцент на практичне застосування мови та активну взаємодію між студентами. Студенти навчаються не тільки правильно використовувати граматику та лексику, але й розвивають вміння адекватно реагувати на отриману інформацію та передавати її

зрозуміло і чітко. Вони навчаються висловлювати свої думки, аргументувати свої позиції та слухати інших. Цей підхід допомагає студентам стати впевненими та компетентними співрозмовниками, розвиває їхні вміння слухати та розуміти інших, використовувати мову для досягнення спільних цілей та побудови взаєморозуміння.

Аутентичність мовних завдань: Студенти отримують завдання, які симулюють реальні ситуації спілкування. Аутентичні завдання можуть мати форму рольових ігор, діалогів, дебатів або імітацію реальних життєвих ситуацій. Наприклад, студенти можуть брати на себе роль реальних персонажів або виконувати завдання, які вимагають їх активної участі у взаємодії та обговоренні питань.

Використання аутентичних завдань мотивує студентів, оскільки вони більш захоплюючі та релевантні для реальних комунікативних потреб. Студенти мають можливість застосовувати мовні знання та вміння у практичних ситуаціях, що розвиває їхню комунікативну компетентність та підвищує впевненість у спілкуванні.

Аутентичність мовних завдань також сприяє формуванню реальної мовної компетенції, що допомагає студентам засвоїти мовні вирази, структури та способи вираження, які використовуються в реальних ситуаціях спілкування. Таким чином, студенти отримують практичний досвід використання мови та здатність адаптуватися до різноманітних комунікативних ситуацій.

Взаємодія та співпраця: Комунікативний підхід передбачає активну взаємодію та співпрацю між учнями. У процесі навчання з використанням цього підходу студенти активно залучаються до групової роботи, партнерських взаємодій та спільної діяльності.

Групова робота над завданнями сприяє розвитку комунікативних навичок, таких як вміння слухати, висловлювати свої думки, обговорювати ідеї та розв'язувати проблеми у колективі. Взаємодія у групі дозволяє студентам обмінюватися думками, взаємно навчатися та підтримувати один одного.

Спільна діяльність під час комунікативного навчання допомагає студентам сприймати мову як засіб взаємодії та спілкування, а не просто як набір граматичних правил та лексичних

одиниць. Виконуючи спільні проєкти, ігри або завдання, студенти навчаються спілкуватися в реальних комунікативних ситуаціях, де необхідно враховувати потреби та думки інших людей. Такий підхід сприяє розвитку навичок взаємодії, співробітництва, толерантності та розуміння інших людей. Взаємодія та співпраця під час навчання за комунікативним підходом створюють позитивну та динамічну атмосферу, де студенти активно залучаються до процесу вивчення мови та розвиваються як комунікативно компетентні особистості.

Практичне застосування мови: Студенти використовують мову для досягнення конкретних цілей. Вони вчаться використовувати мову в різних реальних життєвих ситуаціях з метою досягнення конкретних цілей; навчаються розуміти та інтерпретувати інформацію, яку вони отримують через мову, і ефективно висловлювати свої думки, ідеї та почуття, використовуючи мовні засоби. Студенти також вчаться слухати та розуміти інших людей, адекватно реагувати на їх висловлювання та запитання.

Практичне застосування мови також відбувається через рольові ігри, симуляції реальних ситуацій та виконання завдань, що вимагають активного використання мови. Це допомагає студентам набути практичних навичок і впевненості в спілкуванні. Практичне застосування мови під час навчання за комунікативним підходом сприяє практичному використанню мови в реальних ситуаціях і розвитку комунікативної компетентності студентів.

Індивідуальний підхід: Комунікативний підхід враховує індивідуальні особливості студентів та їх потреби. Одним з аспектів індивідуального підходу є адаптація навчання до індивідуальних потреб кожного студента. Це означає, що матеріали, завдання і активності вибираються таким чином, щоб вони відповідали рівню мовної компетенції, інтересам та потребам кожного студента. Наприклад, студенти з різними рівнями мовних навичок можуть отримувати різні завдання або мати додаткову підтримку для розвитку своїх навичок.

Індивідуальний підхід також передбачає звернення уваги до індивідуальних цілей і мотивації студента. Кожен студент може мати свою особисту мету, наприклад, покращення своєї мовної компетенції для подальшого професійного розвитку або для подорожей. Комунікативний підхід стимулює студентів досягати своїх особистих цілей, надаючи їм можливість вибору тем, активностей та завдань, які стимулюють їхню мотивацію і допомагають розвивати навички, що є для них найбільш важливими.

Крім того, індивідуальний підхід може включати персоналізовані зустрічі, консультації та фідбек. Викладач може працювати з кожним студентом окремо, надавати індивідуальні рекомендації, спостерігати за прогресом і надавати зворотний зв'язок для подальшого розвитку. Загалом, індивідуальний підхід у комунікативному підході допомагає студентам максимально використовувати свій потенціал, розвивати мовні навички, відповідно до їхніх потреб та цілей.

Поступовість та систематичність: Навчання мови за комунікативним підходом побудоване на принципі поступовості та систематичності. Студенти поступово розширюють свій лексичний запас, вдосконалюють граматичні навички та розвивають комунікативні стратегії залежно від свого рівня. Для досягнення систематичності в навчанні мови використовуються певні програми або плани, які передбачають поступове введення нових тем, лексики та граматичних конструкцій. Студенти отримують можливість вдосконалювати свої навички на кожному етапі навчання, дотримуючись послідовності та логіки побудови матеріалу.

Поступовість і систематичність допомагають студентам усвідомити новий матеріал та встановити зв'язки між різними аспектами мови. Цей підхід дозволяє студентам збудувати міцну основу мовних навичок, яку вони можуть подальше розширювати та вдосконалювати.

Ці принципи сприяють створенню стимулюючої та ефективної навчальної атмосфери, де студенти мають можливість активно

використовувати мову, спілкуватися та розвивати комунікативні навички. Комунікативний підхід є цінним інструментом у вивченні іноземної мови, який допомагає учням підготуватися до ефективного спілкування в реальних комунікативних ситуаціях. В. Причина наголошує, що ефективність реалізації такого підходу залежить від таких факторів:

- Професійної кваліфікації вчителя, що включає його інтелектуальні, творчі та організаторські здібності.
- Розуміння індивідуальних особливостей та природних здібностей студентів з метою створення сприятливих умов для розвитку їхніх пізнавальних можливостей, потреб і інтересів.
- Використання комунікативно орієнтованих навчально-методичних матеріалів від видавництв, таких як Oxford University Press, Longman, Express Publishing. Завдання та вправи у цих підручниках є реалістичними й мотиваційними, охоплюють широкий спектр освітніх, соціальних і авіаційних тем і містять достатню кількість автентичного матеріалу.
- Формування у студентів навичок спілкування англійською мовою через чотири види мовленнєвої діяльності: усне висловлювання, аудіювання, читання та письмо [5, с. 195].

Варто зауважити, що комунікативний підхід вивчення іноземної мови суттєво відрізняється від традиційних методів, акцентується на розвитку комунікативних навичок та здатності спілкуватися, відтворюючи реальні комунікативні ситуації, що відрізняє його від традиційних методів, які фокусуються на граматиці та мовних структурах. Основні відмінності полягають також у підході до мети, організації навчального процесу та ролі студента. У результаті компаративістичного аналізу традиційних методів та комунікативного підходу до вивчення іноземної мови ми з'ясували, що:

- Традиційні методи зазвичай акцентуються на вивченні граматики та навчанні мовних структур, зокрема на читанні та перекладі текстів. Комунікативний підхід спрямований на

розвиток практичних комунікативних навичок, здатності використовувати мову для спілкування та взаємодії з іншими.

- У комунікативному підході акцент зміщується на активну роль студентів, взаємодію та співпрацю, а не базуються на фронтальному викладанні, де вчитель виступає як центр уваги, а студенти пасивно приймають інформацію. Студенти багато спілкуються між собою та з вчителем, займаються різноманітними комунікативними вправами, рольовими іграми та ситуаціями.
- У традиційних методах студент більше виступає як приймач інформації, підкоряючись правилам та структурам мови. У комунікативному підході студент стає активним учасником навчального процесу, він вчиться використовувати мову для реального спілкування та висловлювання власних думок.
- Комунікативний підхід передбачає виконання різноманітних комунікативних завдань, які моделюють реальні ситуації спілкування. Студенти навчаються використовувати мову для розв'язання практичних завдань, таких як запитання-відповіді, діалоги, рольові ігри, дискусії та проектна робота.

Комунікативний підхід до викладання іноземної мови, хоча й має свої переваги, іноді стикається з критикою, особливо щодо збільшення кількості граматичних помилок у студентів. Ця проблема може мати дві двозначні причини.

По-перше, викладачі, які використовують комунікативний підхід, іноді допускають випадкові помилки в граматиці чи вимові, вважаючи, що вони не мають великого значення. Це може виникати з бажання стимулювати студентів активно використовувати мову без переживання через дрібниці. Однак це може призвести до накопичення неправильних звичок і складнощів у подальшому оволодінні мовою.

По-друге, студенти можуть опинитися в мовленнєвих ситуаціях, до яких вони не були підготовлені, і намагаючись з ними впоратися, роблять помилки. Це може бути пов'язано з недостатнім практичним досвідом у реальних комунікативних ситуаціях або з недостатнім навчанням та підготовкою до таких ситуацій.

Для запобігання частих граматичних помилок у комунікативному підході важливо забезпечити належну рівновагу між стимулюванням активного використання мови та виправленням помилок. Викладачі повинні надавати конструктивний фідбек та корекцію, сприяти свідомому оволодінню правильною граматикою та вимовою, а також розвивати навички самоконтролю та самокорекції у студентів.

Враховуючи ці двозначні аспекти комунікативного підходу, викладачі можуть підійти до викладання збалансованим способом, де акцент зроблений як на комунікативних навичках, так і на граматиці та вимові, забезпечуючи студентам достатню підготовку до мовленнєвих ситуацій, що можуть виникнути у реальному житті [9, с. 82].

Як наголошує В. Вдовін, комунікативний підхід є зорієнтованим на вивчення мови через спілкування. Використання мови в реальній комунікативній ситуації спричинило в межах комунікативного підходу деякі тенденції, релевантні для викладання іноземної мови:

- 1) комунікативна спрямованість усіх видів навчання;
- 2) основною ланкою у процесі навчання є не викладач, а студент («*learner-centred approach*»);
- 3) зацікавлення студентів процесом навчання відповідно до їхніх інтересів, здібностей і потреб («*the whole person approach*»);
- 4) навчально-методичні матеріали подаються за ситуативно тематичним чи функціональним принципом;
- 5) основними видами роботи студентів є парна (діалог) і групова (полілог) робота;
- 6) комунікативний підхід до вивчення мови сприяв появі нетрадиційного ставлення до помилки. Виникають питання: Що вважати помилкою? Яка її природа? [2, с. 16].

Використання інтерактивних методів у перекладній освіті сприяє активній участі студентів у навчальному процесі та стимулює їх комунікативну компетенцію. Серед найбільш дієвих методів, що застосовуються в рамках комунікативного підходу до

вивчення перекладу, можна виділити наступні: дискусія, кластер, кейс-технологія, інтерв'ю, дебати.

Дискусія у навчанні – це ефективний метод сприяння активності студентів та розвитку їх рефлексивного мислення. Дискусія дозволяє обговорювати та знаходити рішення спірних питань, залучаючи різні точки зору. Вона використовується у багатьох формах, таких як «круглий стіл», «форум», «мозковий штурм», «симпозіум», «конференція» та «дебати». Ці форми спонукають студентів до активного мислення, творчого розвитку та критичного мислення.

Перед проведенням дискусії важливо підготувати студентів, обговоривши проблему в групах або в парах, ознайомивши з новою лексикою та складанням діалогів. Під час дискусії студентів можна поділити на групи з різними ролями, де кожен виступає зі своїм поглядом. Після дискусії рекомендується проаналізувати виступи сторін, оцінивши аргументацію та логіку висловлення.

Використання дискусії у навчальному процесі допомагає удосконалювати навички говоріння, розвивати комунікативну компетентність та аргументацію. Вона стимулює студентів брати активну участь у дискусії, розвиває критичне мислення та здатність аналізувати різні погляди на проблему. Крім того, дискусія сприяє глибшому розумінню теми та сприяє активному обміну ідеями та знаннями серед студентів.

Кластер базується на використанні асоціативного мислення та групуванні ідей навколо центрального поняття чи теми. Це метод графічної організації інформації, що дозволяє виділити основні смислові одиниці та показати зв'язки між ними. Використання кластерної форми сприяє більш ефективному вивченню нової лексики, систематизації матеріалу зі словотвору та побудові монологічних висловлювань. Робота з кластером може проводитися як індивідуально, так і у групах або колективно.

Використання кластерної форми сприяє розвитку системного мислення, навичкам систематизації, порівняння, проведення аналогій та виділення головного. Цей метод допомагає студентам організувати свої думки та ідеї, визначати основні концепції та

зв'язки між ними. Кластер може бути використаний для структурування інформації, складання плану або конспекту, а також для візуалізації важливих понять і залежностей.

Загалом, використання методу кластера сприяє активному і планомірному осмисленню матеріалу, розвитку креативного мислення та організації думок, що сприяє покращенню якісних навичок вивчення та розуміння інформації.

Кейс-технологія – цей метод полягає у вивченні реальних ситуацій перекладу, аналізі проблемних ситуацій та пошуку рішень. Студентам пропонуються конкретні випадки, які потребують перекладу, та їх виконання в рамках групової або індивідуальної роботи. Цей метод сприяє розвитку аналітичних навичок, творчого мислення та здатності шукати оптимальні рішення у перекладацьких завданнях. Головною метою цього методу є спільний аналіз ситуації, що виникає в конкретному випадку, формулювання проблеми, пропозиція можливих рішень та вибір найкращого рішення шляхом колективних зусиль групи студентів.

Кейси ґрунтуються на реальних матеріалах або наближені до реальних ситуацій, що надає студентам можливість застосовувати теоретичні знання та навички до практичних випадків. Кожен кейс включає детальний опис контексту, фактів та факторів, які впливають на ситуацію, а також вимагає аналізу та розробки варіантів вирішення проблеми [7, с. 189].

Кейс-технологія сприяє активному залученню студентів до процесу навчання, розвитку аналітичних та критичних мисленнєвих навичок. Цей метод допомагає студентам розвивати навички прийняття рішень, креативного мислення, комунікації та колаборації. Використання кейс-технології дозволяє створити реалістичні ситуації, які спонукають студентів застосовувати свої знання на практиці та розвивати навички роботи в команді.

Загалом, використання кейс-технології сприяє поглибленому розумінню матеріалу, стимулює самостійне мислення та розвиток аналітичних навичок студентів, а також підвищує їх здатність до

критичного мислення та розв'язання практичних завдань [6, с. 281].

Наведемо приклад онлайн-проєкту «Global Case Study Challenge», у якому працюють студенти спеціальності "Бізнес-комунікації та переклад" Західноукраїнського національного університету. Участь студентів у проєкті «Global case study challenge» має велику важливість для вдосконалення їх комунікативних компетенцій з кількох причин:

1. Розвиток міжкультурних навичок: участь у міжнародному проєкті дозволяє студентам спеціальності "Бізнес-комунікації та переклад" зіткнутися з різноманітними культурами та спілкуватися англійською мовою з учасниками з різних країн. Це розширює їх розуміння культурних різниць і навчає адаптуватися до різних способів спілкування. Вони отримують можливість вчитися взаємодіяти з представниками інших культур, розвивати толерантність та розуміння різних підходів до комунікації.
2. Практичний досвід роботи з реальними кейсами: «Global case study challenge» надає студентам можливість застосувати свої знання та навички у реальних ситуаціях. Вони аналізують складні бізнес-кейси, розробляють стратегії комунікації та перекладу, а потім представляють свої рішення перед міжнародною аудиторією. Цей процес допомагає студентам усвідомити, як їхні знання можуть бути застосовані на практиці та як досягти ефективного спілкування в сучасному бізнес-середовищі.
3. Зміцнення комунікативних навичок: участь у проєкті «Global case study challenge» допомагає студентам покращити свої комунікативні навички. Вони мають можливість вдосконалювати навички публічних виступів, переговорів, письмової та усної комунікації. Взаємодія з міжнародною командою, вирішення конфліктів та спільна робота над кейсами сприяють розвитку лідерських якостей та підвищують впевненість у власних комунікативних здібностях.

4. Запозичення найкращих практик: участь у такому проєкті дає студентам можливість бути в курсі найновіших тенденцій у сфері бізнес-комунікацій та перекладу. Вони можуть обмінюватися досвідом з іншими учасниками, вивчати різні підходи та стратегії рішення бізнес-кейсів. Це сприяє розширенню їхніх знань інноваційних підходів до комунікації та дозволяє застосовувати їх у своїй майбутній професійній діяльності.

Усі ці фактори роблять участь студентів спеціальності «Бізнес-комунікації та переклад» у проєкті «Global case study challenge» надзвичайно важливою для їхнього професійного розвитку та підготовки до викликів сучасного світу бізнесу. Вони отримують цінний практичний досвід, розширюють свої горизонти та стають готовими до виконання завдань у глобальному масштабі. Це справжній міжкультурний та віртуальний досвід, який надає учасникам безцінний досвід для їхнього приватного та професійного життя. Викладачі з 30 університетів по всьому світу з понад 1450 студентами брали участь у цьому експериментальному проєкті COIL та віртуальному обміні в минулих випусках [11].

Метод інтерв'ю полягає в організації спілкування між студентами, під час якого вони задають один одному запитання та обговорюють відповіді. Інтерв'ю сприяє розвитку навичок слухання, говоріння та вміння висловлювати свої думки чітко й послідовно. Крім того, цей метод допомагає покращити міжособистісну комунікацію та вміння задавати доцільні запитання для з'ясування нюансів тексту. Головна мета інтерв'ю полягає в формуванні мовних навичок, необхідних у реальних комунікативних ситуаціях. Це дозволяє студентам отримати практичний досвід ведення діалогів та розвиває їх здатність висловлювати думки, слухати співрозмовника, аргументувати свої позиції та вести діалог на певну тему. Інтерв'ю створює ситуацію, близьку до реального спілкування, де студенти можуть використовувати мовні структури, лексику та фразеологію, що вони вивчили [10, с. 87].

Цей метод також сприяє розвитку навичок взаємодії, вмінню задавати запитання, просувати бесіду та встановлювати контакт з іншою стороною. Використання інтерв'ю в навчанні дозволяє створити аутентичну атмосферу спілкування, де студенти можуть відчувати себе у реальних комунікативних ситуаціях та розвивати свої навички мовлення та розуміння. Узагалі, використання інтерв'ю в навчанні є ефективним способом покращення комунікативних навичок та підвищення рівня мовленнєвої компетенції студентів.

Дебати є ефективним методом, що передбачає активну участь студентів у групових дискусіях, де кожна група представляє різні погляди на певну тему чи проблему в перекладі. Учасники дебатів мають можливість висловлювати свої аргументи та наводити докази, спрямовані на підтвердження правильності своїх позицій, а також намагаються переконати противників у своїй точці зору.

Цей метод сприяє розвитку критичного мислення у студентів, оскільки вони повинні аналізувати аргументи, розрізняти сильні та слабкі сторони різних підходів і шукати раціональні рішення. Дебати також сприяють розвитку аналітичних навичок, оскільки учасники повинні ретельно досліджувати питання, знаходити відповідні джерела інформації та будувати обґрунтовані аргументи [6, с. 289].

Важливою складовою дебатів є вміння переконливо аргументувати свої думки та ефективно комунікувати. Учасники навчаються складати переконливі мовні висловлювання, використовувати логічні прийоми та структурувати свої аргументи. Це допомагає удосконалити навички говоріння, слухання та загальну комунікативну компетенцію студентів.

Загалом, дебати є потужним інструментом у навчанні перекладу, що сприяє активному залученню студентів, розвитку їх аналітичних та комунікативних здібностей, а також формуванню критичного мислення, що є важливими компонентами професійного зростання у цій галузі. Використання цих інтерактивних методів у процесі вивчення перекладу дозволяє студентам активно залучатися до мовленнєвої діяльності,

покращувати навички мовлення та розуміння, а також розвивати критичне й творче мислення, що має велике значення для досягнення високої якості перекладу.

Отже, підсумовуючи все вище згадане, ми можемо стверджувати, що комунікативний підхід вивчення іноземної мови є одним з найпоширеніших серед сучасних підходів. Він ставить акцент на розвиток комунікативних навичок студентів та їх здатність ефективно використовувати мову в реальних мовних ситуаціях. На наш погляд, головними перевагами комунікативного підходу є:

Акцент на спілкуванні: зосереджується на розвитку комунікативних навичок студента, що дозволяє йому ефективно використовувати мову в реальних ситуаціях спілкування.

Сприяння мотивації: оскільки комунікативний підхід використовує живі, реальні ситуації спілкування, студенти відчують більшу мотивацію до вивчення мови, оскільки бачать його практичне застосування.

Розвиток навичок розуміння: акцентує увагу на розумінні мовлення інших людей, що сприяє розвитку навичок слухання та розуміння на слух.

Використання реальних матеріалів: включає використання різноманітних автентичних матеріалів, таких як відео, тексти, аудіозаписи, що дозволяє студентам познайомитися з різними аспектами мови та культури.

Крім того, комунікативний підхід використовує реальні матеріали, такі як тексти, відео, аудіозаписи тощо. Це допомагає студентам ознайомитися з різноманітними аспектами мови та культури, розширює їхнє розуміння іноземної мови та навички сприйняття на слух.

Крім того, такий підхід спричиняє жваві обговорення та викликає критику:

Граматичні помилки: через фокус на спілкування, студенти можуть робити граматичні помилки, оскільки акцент знаходиться на комунікації, а не на правильному формулюванні.

Вимоги до викладача: ефективне застосування комунікативного підходу вимагає високої професійної компетентності та вміння викладача створювати стимулююче навчальне середовище.

Обмеженість контексту: комунікативний підхід може бути обмежений відповідними контекстами, що може призвести до неповноцінного осягнення мовних структур та академічного підґрунтя.

Відсутність формальних вправ: комунікативний підхід зосереджується на розмовній практиці, що може призвести до відсутності систематичних формальних вправ, які допомагають закріпити граматичні та лексичні правила [9, с. 51]. Проте слід зауважити, що помилки є необхідною складовою процесу навчання, через них ми здобуємо досвід та вчимося.

Вивчення комунікативного підходу в контексті навчання іноземних мов відкриває широкі перспективи для подальших досліджень. Дослідження можуть спрямовуватися на розробку та вдосконалення методик, що базуються на комунікативному підході. Це включає в себе розробку нових навчальних матеріалів, вправ та завдань, які сприяють більш ефективному вивченню мови з акцентом на комунікативну компетентність. Актуальним є вивчення впливу сучасних технологій, таких як комп'ютерні програми, мобільні додатки та веб-ресурси, на ефективність комунікативного підходу. Вивчення може фокусуватися на розробці та оцінці нових інтерактивних інструментів, які допомагають студентам активно взаємодіяти з мовою в реальних комунікативних ситуаціях. Інноваційні дослідження у цій галузі можуть допомогти вдосконалити методики, підвищити якість навчання та сприяти більш успішному засвоєнню мовної компетенції студентами.

Аналіз європейського та вітчизняного досвіду підтверджує успішне застосування комунікативного підходу, який активізує студентів у навчанні та сприяє їх активному залученню до мовного середовища. Комунікативний підхід є ефективним засобом навчання, оскільки сприяє практичному застосуванню мови,

розвитку комунікативних навичок і стимулює зацікавленість студентів у процесі навчання. Однак, успішна реалізація цього підходу залежить від ряду факторів, які потребують уважного врахування та підготовки. Важливо продовжувати проводити дослідження і вдосконалювати методики навчання з урахуванням сучасних технологій та психологічних особливостей студентів.

Література

1. Байдак Л. І. Суть комунікативного методу викладання іноземних мов. *Materiały XIII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, «Naukowoprzestrzeń Europy-2017»*, (Przemyśl, 07-15 kwietnia 2017 r.). Przemyśl: Nauka i studia, 2017. Posekcjach : Filologiczne nauki. – S. 25-30.

2. Вдовін В. В. Комунікативний підхід як оптимальний засіб вивчення іноземної мови у ВНЗ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2007. № 586. С. 15-20.

3. Муравська, С. М. Комунікативно зорієнтований підхід у навчанні англomовного спілкування майбутніх авіафахівців. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 20016 (15). С. 284-292.

4. Новак І.М. Інтерактивні методи навчання іноземних мов у закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*. 2021. 32(1). С. 121-125.

5. Причина В. В. Комунікативно зорієнтований підхід до навчання студентів англomовного спілкування. *Таврійський вісник освіти*. 2012. № 4 (40). С. 195–201.

6. G. Ari. Speech training. M. Durmus and A. Okur (Eds.). In the *Handbook of Teaching Turkish as a Foreign Language*. Ankara: Grafiker Publishing, pp. 277-293, 2018.

7. Harmer J. *The Practice of English Language Teaching*. 3rd ed. New York, Longman, 2001. 370 p.

8. Nargis N., Armelia L. Optimizing EFL learners' communicative competence through short movie project. *Asian EFL J.*, 2018. № 20. pp. 201-208.

9. Swen M. Seven Bad Reasons For Teaching Grammar – And Two Good Reasons For Teaching Some. In *Methodology in Language Teaching*, ed. Richards and Renandya, CUP 2002, pp.148-152.

10. Widdowson G. *Teaching language as Communication*. Oxford University Press, 1990. 168 p.

11. <https://www.globalcasestudychallenge.com/global-virtual-teams-challenge/>

2.2 Фактори успішного комунікативного процесу у бізнес-середовищі: структура та функції

У глобальному світі, що швидко розвивається, де конкуренція зростає з кожним днем, ефективна комунікація стає рішучим фактором успіху для будь-якої компанії чи підприємства. Інноваційний підхід до розвитку освітньої системи країни актуалізує проблему формування висококваліфікованих кадрів, які б майстерно володіли комунікативною компетентністю, в основі якої – комунікативні вміння.

Комунікативна компетентність є надійним фундаментом здорових міжособистісних стосунків і професійного успіху. Вдосконалення навичок міжособистісного спілкування може відкрити перед людиною нові можливості. Коли ми правильно і точно висловлюємо свої думки, наша позиція стає зрозумілою іншим людям. Тому, ймовірніше, що нам вдасться досягти взаєморозуміння.

Комунікаційний підхід успішно використовується в не лише у науковому і навчально-виховному процесі закладів вищої освіти України, але і у різноманітних бізнес-структурах. Комунікація в бізнесі – це не лише передача інформації, але й ключовий засіб зближення зі споживачами, партнерами, інвесторами, а також внутрішнього зв'язку між співробітниками. Вміння ефективно спілкуватися, слухати і зрозуміти інтереси сторін, створює основу для розвитку взаємовигідних стосунків та партнерства. Перетворюючись на суб'єктів бізнесу, люди повинні бути готовими

до її фактичної реалізації. Для більшості підприємств проблема полягає не в тому, – як писав Ф. Котлер, – чи варто встановлювати комунікації, а в тому, яка інформація повинна бути донесеною, кому і як часто [2, с. 389]. Постійний обмін в діловому середовищі, як сукупність зовнішніх умов, факторів діяльності та особливостей оточення кожного з суб'єктів бізнесу, обумовлює можливість їх існування. Однак, поряд з цим суб'єктом підприємництва, ці ж процеси здійснюють й інші, більшою або меншою мірою впливаючи один на одного. Крім того, ресурси зовнішнього середовища не безмежні, тому завжди існує можливість своєрідної обмеженості запозичень мовних культурних штампів у необхідній кількості і необхідної якості. Це може привести до численних негативних наслідків і погіршити становище організації комунікації. Отже, одна з основних функцій комунікації у бізнесі полягає в налагодженні такої взаємодії підприємства з діловим середовищем, яке б забезпечувало досягнення підприємницького успіху.

Метою нашої розвідки є встановлення особливостей складових елементів та функціональних характеристик успішного комунікативного процесу шляхом аналізу певних форм ділової комунікації, а також надання необхідних інструментів та знання для впровадження ефективної комунікаційної стратегії у підприємницькому бізнесі. Розкрити роль інтерактивних засобів зв'язку, таких як соціальні мережі, електронна пошта, вебінари та онлайн-чати, які дозволяють компаніям бути ближче до своєї аудиторії та забезпечувати їм якісну підтримку, визначити вплив внутрішньої комунікації на підвищення ефективності та згуртованості команди.

Перш ніж перейти до опису публічної ділової комунікації підприємницької фірми в діловому середовищі, слід визначитися з терміном «підприємницька фірма», який буде часто використовуватися в цій роботі. Незважаючи на те, що в сучасних українських нормативно-правових документах цього поняття немає, в економічній літературі і господарській практиці воно широко використовується в якості універсального терміну,

що застосовується до різноманітних типів юридичних осіб, що володіють правом на участь в підприємницькому бізнесі. Різновидом підприємницької фірми може бути «компанія», що являє собою і підприємницьку фірму, створену двома або більше засновниками. Зустрічаються також різні тлумачення терміну «підприємство». В одних випадках цей термін використовується як синонім компанії, фірми, наприклад, українське право визначає підприємство як самостійний господарюючий суб'єкт. У інших випадках під підприємством розуміємо певний виробничо-господарський комплекс, що складається з окремих елементів єдиної структури, тоді термін «підприємство» виступає замість таких визначень як завод, фабрика, склад чи торгова організація. Поняття «комунікація» розглядалося і розглядається багатьма фахівцями різних галузей знань, в тому числі цей термін досить широко поширений в літературі, присвяченій організаційним проблемам в менеджменті та маркетингу, проте єдності в його інтерпретації немає. Ф. Дене і С. Ларсон на початку 60-х рр. ХХ століття тільки в зарубіжній філософській і соціологічній літературі нарахували 130 визначень слова «комунікація». На їхню думку, всі визначення розглядають комунікацію як «процес взаємодії» або, наприклад, узагальнюють під комунікацією «всі процеси, за допомогою яких люди впливають один на одного» [8, с.98]. Здійснивши аналіз доступних джерел у рамках виконання нашого дослідження, ми дійшли висновку, що буквальним перекладом слова «комунікація» з латинської мови є фраза «з людьми». В українській мові є кілька споріднених слів, наприклад, «комуна» і «комунальний», ключовий сенс яких полягає в спільності людей. У перекладі з англійської комунікація означає можливість «передавати за допомогою мови або листа» певну інформацію, але в цьому випадку не беруться до уваги несловесні форми комунікації. Поняття «комунікація» не має однозначної інтерпретації, оскільки його багатоаспектність в узагальненому вигляді включає, наприклад, універсальне, досить широке значення, таке як зв'язок будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу; в техніці – це шляхи сполучення зв'язку одного

місця з іншим, засоби передачі інформації та інших матеріальних й ідеальних об'єктів з одного місця в інше; в біології – це сигнальні способи зв'язку у тварин, птахів, комах; а в соціології – різноманітні зв'язки і відносини, що виникають в людському суспільстві. Слід зазначити, що поширене таке визначення комунікації, як обмін інформацією між двома і більше людьми аргументується досить формально, і на нашу думку, не відображає сутність і зміст ділових комунікацій. Ряд авторів розглядають комунікацію «як приватний і досить вагомий інструментарій в реалізації маркетингових цілей і завдань, тому взяті разом маркетинг і комунікації представляють собою взаємодоповнюючі елементи комплексу маркетингу, тобто є маркетинговими комунікаціями» [1, с. 78].

Згідно з наведеними тлумаченнями значно звужується зміст ділових комунікацій, обмежуючись виключно маркетинговою функцією, а контакти з конкурентами, постачальниками, інвесторами, між співробітниками підрозділів самої організації залишаються поза увагою. Доцільно відзначити, що досить часто в науковій літературі комунікації визначаються як функції управління, що дозволяють за допомогою правильно організованої передачі інформації забезпечити надійне з'єднання всіх ланок підприємства і їх взаємодії. Наприклад, окремі дослідники визначають ділову комунікацію як інформаційну взаємодію, в яку люди вступають і підтримують при виконанні ними своїх функціональних обов'язків або посадових інструкцій. При такому підході ділові комунікації обмежуються лише внутрішнім функціональним середовищем організації. П. Сміт вважає, що комунікація це «акт відправлення інформації від мозку однієї людини до мозку іншої людини» [4, с.35]. При цьому ряд умов, що характеризують будь-яку комунікацію, залишається неврахованим, як, наприклад, принцип зворотного зв'язку. Він також схильний розглядати комунікації, що здійснюються в бізнесі як «творчу форму диференціації ринку», тобто як свого роду атрибут продажів [4, с.13]. Необхідно зауважити, що при визначенні досліджуваної категорії неминуче виникає проблема співвідношення понять

«комунікація» і спілкування», яка також не має однозначного вирішення. Наприклад, В. Співак в своїх дослідженнях визначає бізнес-комунікації як «науку, об'єктом дослідження якої є аспекти спілкування людей в діловій сфері та чинники забезпечення ефективності ділових контактів» [5, с. 14-15].

На наш погляд, принциповою відмінністю ділової комунікації від спілкування є її обумовленість певною метою і конкретними завданнями. Досить рідко в літературі вживається поняття «корпоративні комунікації». Так, Д.Шульц описує їх як «механізм формування набору взаємин з аудиторіями або зацікавленими групами, які можуть вплинути на загальні показники функціонування компанії. Ці взаємини слід розглядати в «довгостроковій стратегічній перспективі» [6, с.100]. Такий підхід можна порівняти з тлумаченням ділових комунікацій як сукупності контактів, які підприємницька фірма встановлює і відтворює в процесі свого функціонування [6, с. 99]. За рахунок більш широкого контексту (взаємодія між суб'єктами, сукупність ділових зв'язків і узгодженість дій компанії з внутрішнім і зовнішнім середовищем) вона дозволяє визначити зміст ділових комунікацій як одну з функцій підприємницького бізнесу. Аналіз доступної літератури та інтернет-жерел дозволив нам зробити висновок про те, що зовнішнє середовище бізнесу на відміну від внутрішнього середовища фірми (під якою розуміється обстановка усередині фірми, економічний стан компанії, ступінь кваліфікації персоналу) становить собою сукупність: зовнішніх умов (ступінь розвитку економіки, технічні і технологічні параметри, стереотипи споживчих переваг, звички, принципи поведінки, традиції, менталітет, домінуюча ідеологія), факторів діяльності (пріоритети державної економічної політики, ступінь соціальної та політичної стабільності, ступінь відповідності до юридичних норм і правил країни, сформованим тенденціям розвитку економіки), особливостей оточення (сформовані і пред'явлені на ринку потреби суб'єктів, їх можливості, наміри і цільові установки) кожного з суб'єктів бізнесу, безпосередньо або опосередковано впливають на їх діяльність і взаємини один з одним. Середовище

підприємницької фірми містить сукупність зв'язків і процесів, що відбуваються всередині кожного з суб'єктів підприємницького бізнесу, наприклад, виробничі, технологічні, науково-дослідні, конструкторські, дизайнерські, постачальницькі, збутові, маркетингові, інвестиційні, фінансові, кадрові, трудові, соціальні та інші, які можна умовно об'єднати в кілька груп за критерієм відносної спільності їх змісту. Так, можна виділити організаційне, суб'єктне і функціональне середовище фірми [6, с.99].

Організаційне середовище підприємницької фірми включає організаційну будову фірми, стан внутрішньо фірмового менеджменту, сукупність установчих технологічних документів, якими фірма керується в процесі діяльності (накази, розпорядження, плани-графіки), а також механізми узгодження і прийняття рішень. Доведення рішення до конкретних виконавців відбувається завдяки внутрішнім комунікаціям. Поняття суб'єктного середовища підприємницької фірми включає зміст людських ресурсів і структуру штатного розкладу фірми, внутрішнє середовище фірми, а також змістовні і стильові особливості внутрішньо фірмових комунікацій.

Функціональне середовище підприємницької фірми є однією з частин внутрішнього підприємницького середовища і складається із сукупності функцій, необхідних їй для виконання стратегічних, оперативних і кон'юнктурних установок. Кожна з них має певні матеріальні і фінансові ресурси, персонал. Останнім часом все більшого поширення набувають інформаційні системи щодо підтримки та прийняття рішень в рамках наступних функцій бізнесу:

- *Функції ведення фінансів і обліку.* Ведення бухгалтерського обліку, здійснення фінансових операцій, мобілізація капіталу за рахунок коштів інвесторів і / або кредиторів, накопичення доходів від продажів, управління використанням капіталу і доходів в рамках і поза бізнесом, розподіл прибутку.
 - *Кадрової функції.* Відбір і прийом на роботу відповідно до потреб бізнесу, вирішення всіх питань, що стосуються використання працівників
- Матеріально-технічне

забезпечення. Придбання сировини, машин і устаткування, інші поставки, необхідні для господарської діяльності.

- *Виробничо-збутової функції*. Перетворення сировини та інших поставок в такий вид продукції, який придатний для продажу споживачам, організація складування, зберігання, транспортування і збуту продукції.
- *Маркетинг*. Вивчення ринку, визначення потреб споживачів і управління процесом обміну між бізнесом і його контрагентами, формування асортименту, реклама.
- *Менеджмент*. Проведення підприємницьких ідей, ініціативи та досвіду управління для досягнення цілей бізнесу.
- *Науково-дослідні та проектні роботи, інноваційна діяльність*. Розробка і реалізація нових технологічних процесів або нової продукції для поліпшення бізнесу, підвищення ефективності, розширення пропозиції нової продукції.
- *Зв'язки з громадськістю*. Здійснення і управління відносинами між бізнесом і громадськими структурами або засобами масової інформації.
- *Забезпечення власної безпеки фірми*. Слід зазначити, що кожна з функцій бізнесу однаково важлива для повноцінної діяльності, причому, в рамках підприємства кожна функція повинна взаємодіяти з будь-якою іншою

функцією, обмінюючись інформацією як всередині організації, так і з зовнішнім середовищем. Обмін інформацією вмонтований в усі основні види управлінської діяльності, що дозволяє називати функцію комунікації сполучною функцією. Звідси: ефективно керувати – значить бути ефективним в комунікаціях.

Внутрішнє функціональне середовище суб'єктів підприємства і зовнішнє середовище бізнесу активно впливають один на одного. Ділові комунікації кожного суб'єктів бізнесу є, з одного боку, інструментом їх інтеграції в систему бізнесу, впливають на оточення, забезпечуючи взаємодію з ним, з іншого, оскільки всі елементи ділового середовища можуть чинити вплив на кожного з суб'єктів бізнесу безпосередній і опосередкований вплив, ділові комунікації виступають інструментом протистояння і

адекватного реагування на цей вплив, тобто протидіють зустрічному впливу свого оточення. Характерним для комунікацій всіх суб'єктів бізнесу є визнання ними законів, звичаїв, правил і норм поведінки і взаємодії, прийнятих в суспільстві, а ділові комунікації визначають основний поведінковий характер (манери, форми активності, ролі, сценарії) кожного конкретного суб'єкта, реалізуючись за допомогою відповідної поведінки на ринку. Саме за допомогою ділової поведінки, суб'єкти бізнесу прагнуть досягти економічних та соціальних результатів, забезпечуючи собі переваги. При цьому ділова поведінка і ділові комунікації повинні бути адекватними, що залежить не тільки від поведінкових особливостей учасників комунікації, а й від характерних особливостей окремих видів комунікацій.

Аналізуючи сутність ділових комунікацій, слід зазначити, що через зовнішні комунікації проявляються протиріччя інтересів різних суб'єктів, що обумовлюють неминучість їх зіткнення, з одного боку, і взаємовплив, розділення співпраці між ними, обумовлюючи неминучість їх інтеграції, – з іншого. Проведений аналіз в рамках дослідження існуючих підходів до поняття «комунікація» дозволяє обґрунтувати положення, що на відміну від інших видів, ділові комунікації є активною формою реалізації інтересів суб'єктів підприємництва. Очевидно, що на практиці ділові комунікації – складний процес, для розуміння якого, в першу чергу, необхідно мати уявлення про різні концепції, взаємозв'язки, умови досягнення ефективності та основних етапів процесу комунікації.

Для досягнення цих цілей використовуються методи моделювання. Модель комунікації містить складові елементи та функціональні характеристики комунікаційного процесу, представлені у вигляді схем. Яке ж практичне значення розробки моделей? Перш за все, це осмислення реальності, де відбуваються комунікаційні процеси і розробка відповідних до цієї реальності рішень і дій.

У сучасній літературі при розгляді концепту комунікативності зустрічається тлумачення "каналу" комунікації як засобу, за

допомогою якого повідомлення передається від джерела до адресата [7, с. 537-538]. У цьому випадку до основних каналів комунікації відносяться: особиста бесіда, лист, телефон, факс, електронна пошта, афіша, брошура, відео. Терміни «засіб» та «канал» також використовуються для визначення технічно важливої різниці між типом використовуваного кодування (засобу) та маршрутом, по якому повідомлення направляється (канал). Однак, слід зазначити, що в практиці ці терміни іноді використовуються як взаємозамінні (наприклад, говорячи про альтернативні засоби у вигляді телебачення, радіо, газет, рекламних щитів). За такої інтерпретації комунікаційні канали поділяються на: засоби масової комунікації (преса, радіо, телебачення, інформаційні та рекламні агентства) та особисте спілкування – безпосередній особистий обмін повідомленнями між джерелом і одержувачем. Тут поняття «канал» і «засіб» комунікації використовуються як взаємозамінні. Однозначно стверджувати про переваги того чи іншого підходу важко і не завжди можливо, хоча розділення термінів «засоби» та «канали» комунікації дає можливість для більш конкретної та точної їх характеристики. Так, засоби – способи кодування повідомлень (наприклад, слова, картинки, букви, звукові сигнали, жести, зображення, звуки та навіть запахи), а також технічні засоби кодування (друкарська машинка, телефонні та телеграфні апарати, персональний комп'ютер), а термін «канал» – спеціальний маршрут або технології, що використовуються для передачі повідомлення одержувачу. У відповідності з цим канали можуть бути: природні (комунікативні за своєю природою) – виникають у сфері полісенсорної взаємодії людини з іншими людьми та зовнішнім світом за участі різних органів (зору, слуху, хімічних рецепторів, шкірно-тактильної рецепції) та штучних (технічних). Якщо класифікувати комунікаційні канали за пропускною спроможністю і придатністю для різних повідомлень, то в порядку зменшення ємності каналу трапляються: фізична присутність (контакт лицем до лица; інтерактивні канали (телефон, електронні засоби зв'язку); особисті статичні канали (записки, листи); безособові статичні канали (звіти, бюлетені).

Водночас найбільші канали доцільно використовувати для нестандартних, багатозначних, важких повідомлень, а найменш місткі канали – для чітких і простих повідомлень. Часто комунікаційні канали класифікують як формальні, тобто встановлені керівництвом або визначені відповідно до статуту організації, її внутрішнім регламентом (письмова і усна мова) і неформальні, поширювані неофіційно (усне мовлення, часто названа помилковими чутками). Використання усного або письмового каналу визначається такими факторами, як: необхідність негайного зворотного зв'язку, важливість отримання реакції одержувача на повідомлення, необхідність в документуванні, якщо важлива відповідальність і підзвітність, необхідність точної інформації. Інструментами формальних каналів для здійснення внутрішніх комунікацій є внутрішньо фірмові видання, інформаційні бюлетені, журнали, газети, інформаційні листки, дошка оголошень, електронна пошта, ящики для пропозицій і зауважень, регулярні зустрічі всієї компанії, в тому числі і неформальні. Для новачків, які прийшли на роботу в компанію, існує спеціальна література (у вигляді буклету), призначена для того, щоб допомогти правильно сприйняти цілі і культуру організації. Проведення конференцій для персоналу різних рівнів активно використовується і для підтримки у персоналу духу «єдиної команди». Комплекс інструментів внутрішньо фірмових комунікацій служить дієвим методом забезпечення високого рівня мотивації персоналу.

Внутрішні комунікації в організації здійснюються або по горизонталі, або по вертикалі. Серед каналів особистої комунікації можна виділити: роз'яснювально-пропагандистські (беруть участь представники торгового персоналу фірми), експертно-оціночні (беруть участь незалежні особи, які володіють необхідними знаннями, роблять заяви перед цільовими аудиторіями), суспільно-побутові (головними дійовими особами є сусіди, друзі, колеги, члени сім'ї, які розмовляють з покупцями). Інший тип (канали неособистої комунікації) передає звернення в умовах відсутності особистого контакту зворотного зв'язку і включають в себе: медіа,

атмосферу і заходи. Медіа охоплюють друковані засоби, засоби мовлення, електронні засоби і засоби зовнішньої реклами. Атмосфера – це «сконцентроване середовище», яке створює або підкріплює знання покупця і направляє його на здійснення покупки. Публічні заходи – це дії, спрямовані на передачу певних звернень контактної аудиторії у вигляді, наприклад, спеціальних культурних заходів і художніх виставок для підтримки іміджу вишуканого і культурного підприємства в очах добре забезпечених покупців. Канали неособистої комунікації включають засоби масового і виборчого впливу, такі як продавці, реклама, кампанії просування продажів, прямий маркетинг, паблік рілейшнз, спонсорство, виставкова діяльність, корпоративний імідж, упакування кампанії просування на місцях продажів і стимулювання торгівлі, неформальну думку, Інтернет і нові середовища.

Зважаючи на викладене вище, доцільно зробити висновок про те, що дії та певні взаємодії суб'єктів бізнесу зумовлюють неминучі зовнішні і внутрішні комунікації, в ході яких виявляються їх особливості, поведінкові та комунікаційні мотиви, економічні інтереси, протиріччя, а створювані за такої умови потоки інформації визначають необхідність подолання протиріч і узгодження ділових інтересів, що дозволяє не тільки виживати в цих умовах, але і постійно удосконалювати бізнес-спілкування.

Література

1. Дубова, А. Є. Фактори успішної комунікації у бізнесі [Текст] / А. Є. Дубова // Інформаційне суспільство. 2019. № 5 (47). С. 76-82.
2. Маркетинговий менеджмент: Підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. К.: Видавництво «Хімджест», 2008. 720 с.
3. Кравець, О. В. Фактори впливу на ефективність комунікації в організації [Текст] / О. В. Кравець // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Менеджмент та маркетинг. 2018. Вип. 1 (50). С. 78-82.

4. Сміт П. Комунікації стратегічного маркетингу / Сміт П., Беррі К., Пулфорд А.; пер. з англ. під ред. проф. Л.Ф. Нікуліна. К., 2001. 235 с.

5. Співак, В. М. Комуникативні процеси в організації бізнесу [Електронний ресурс] / В. М. Співак // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017.№ 4. С. 37-46.

Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/4/37.pdf>.

6. Шкутяк, А. В. Вплив комунікації на успішність бізнесу [Текст] / А. В. Шкутяк // Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2016. № 4 (16). С. 97-100.

7. R. Blandell Effective Business Communications.London; NewYork: PrenticeHall, 1998.

8. Dance F., Larson C. The Functions of Human Communicaction. A Theoretical Approach. N.Y. Holt, Rinehart&Winston, 1976. 156p.

2.3 Комуникативно-риторичний дискурс як компонент системи професійної парадигми майбутніх перекладачів

У світі велику увагу приділяють формуванню мовленнєво-комуникативній та зокрема, риторичній компетенції здобувачів освіти, починаючи зі шкільної лави. США, Японія та країни Європи зараз переживають «неориторичний бум», адже в умовах сучасного ринку праці ініціативності і впевненості постає необхідність розвитку мовленнєво-активної особистості, яка здатна не тільки продукувати свої власні ідеї, а й переконливо та логічно представити їх оточенню. Існує багато зарубіжних вишів, які пропонують свої риторичні програми, а випусники яких успішно стають риторами, спеціалістами з комунікацій, спікерами, технічними редакторами, парламентарями, продюсерами, журналістами, перекладачами, спеціалістами центрів письма та управління грантовими проєктами, блогерами та ін. Назвемо кілька з них – америкаські риторичні школи: Colorado State University: MA in English with a specialization in Rhetoric and Composition, Northern

Arizona University: MA in Rhetoric Writing and Digital Media Studies, Bowling Green State University: MA in English with a specialization in Professional Writing and Rhetoric, Penn State University: MA in Communication Arts and Sciences with a Specialization in Rhetoric, Wright State University: MA in English, Rhetoric and Writing Concentration; європейські риторичні студії Великобританії, Бельгії, Данії, Німеччини, Фінляндії, Нідерландів, Польщі – Loughborough University (The Discourse and Rhetoric Group (DARG)), University of Bath (Department of Politics, Languages and International Studies), Goldsmiths, University of London (the Department of Politics and International Relations), Belgium: Université Libre de Bruxelles (ULB) Groupe de recherche en Rhétorique et en Argumentation Linguistique. (“Théories et pratiques de la rhétorique”, “Rhétorique et argumentation”), Denmark The University of Copenhagen (Rhetoric at the Department of Communication) Germany: University of Tübingen (“Rhetorical Analysis and rhetorical production”, “Ancient rhetoric”, “Transformations of rhetoric in history”, “Contemporary rhetorical theory”), University of Marburg (“Speech Science and Phonetics”) Finland: University of Jyväskylä (“Multilingual Academic Communication”) Netherlands: University Linguistics and Communication of Amsterdam (“Persuasive Communication, Corporate Communication, Entertainment Communication and Political Communication”), Poland: University of Warsaw (The Department of Rhetorics), Catholic University of Lublin (Media Centre for Applied Rhetoric) та ін.

До проблеми складових риторичної культури зверталось чимало зарубіжних дослідників риторики перекладу: А. Chesterman “Problems with strategies in new trends in translation”, Y. Gambier “Stratégies et tactiques en traduction et interprétation”, D. Gile “Basic concepts and models for interpreter and translator training”, W. Lörcher “Translation Performance, Translation Process and Translation Strategies. A Psycholinguistic Investigation”, L. Molina, Hurtado Albir Amparo “Translation techniques revisited. A dynamic and functional approach”, R. Setton “Simultaneous Interpretation. A cognitive-pragmatic analysis”, Bardaji Gil A. “Procedures, techniques, strategies:

translation process operators” та багато інших. Американські дослідники Russell Scott Valentino, Jacob Emery Sibelan Forrester, Tomislav Kuzmanović у колективній праці “*Rhetoric of Translation*” визначають переклад, як форму мовленнєво-комунікативної ситуації, риторичним актом комунікації, зумовленим вибором цільової аудиторії, «родючим ґрунтом» для наукових досліджень в галузі риторики. Переклад, як стверджують вищезгадані науковці, виступає міжкультурним обміном, «позначає межу, де закінчується одна загальноновизнана мова та починається інша» [7]. Рефлексивний компонент риторичної культури перекладача полягає в умінні адекватно аналізувати якість виконання професійного завдання, а також причини професійних невдач, пошук рішень у досягненні бажаного результату, моделювати аудиторію з врахуванням її психологічного портрета. Автори порушують питання трьох основних способів та підходів транслювання риторичних засобів у текстах, які відносяться до різних риторичних традицій та культурних тенденцій. Виокремимо *дослівний переклад* (тут і далі курсив наш. – О.Н.) – який відповідає технічним засобам оригінального тексту (розміру, змісту, стилю), здійснений експліцитно та виступає автентичною реплікою оригіналу тексту, можливий при наявності засобів-відповідників у мові на якій здійснюється переклад; *вільний переклад* – трансформація тексту із свідомими значними відступами від оригіналу – відбувається зміна у риторичному позиціюванні перекладачі, стає «видимим» для читача; *модуляція* – заміна слова або словосполучення мови перекладу на його відповідник на мові перекладу, значення яких виводиться логічним шляхом з початкового значення [7].

Професор практики перекладу Техаського університету Rio Grande Valley Жозе Монтес (José M.Dávila-Montes) у своїй праці “*Translation as a Rhetoric of Meaning*” розширює рамки розуміння сучасного перекладу, розглядаючи його риторично-центричний підхід. На думку дослідника переклад це форма «риторичної транзакції», фатичний акт мовної комунікації покликаний на встановлення контакту зі своїм читачем, засіб промоції існуючих текстів, що неначе зникають або ж перевтілюються у видозмінених

перекладацьких трансформаціях “...*fundamentally, all translations are attempts, in and of themselves, to persuade their readership of some degree of correspondence with their source. They have also been seen as covertly phatic texts; they call the audience’s attention to the existence of another text that translation identifies, mimics, annihilates, and resurrects. Translations advertise the existence of a text by, paradoxically, causing it to “disappear” in its original form and then by taking over its identity...*” [3].

Дотичним до питання комбінації теорій перекладу та риторичних засобів є авторський концепт «Про Три Краси» (“*Three Beauty Theory*”) висунутий професором Пекінського Університету, перекладачем китайського віршування на англійську та французьку мови Сюй Юанчунем (Ху Юанчонг). Китайський перекладач виділяє риторичні засоби, які відповідають: а) за красу звуку: *асонанс* – повторення однакових голосних звуків у рядку або строфі, що надає віршованій мові милозвучності, підсилює її музичність. *Source text: Studies serve for delight, for ornament and for ability (“Of Study” by Francis Bacon)*; *ампліфікація* – нагромадження однорідних елементів мови (сполучників, прийменників, порівнянь, епітетів тощо) для підсилення виразності та емоційності мови. *Source text: History makes men wise; poets witty; the mathematics subtle; natural philosophy deep; moral grave; logic and rhetoric able to contend (“Of Study” by Francis Bacon)*; б) за красу форми: *паралелізм* – аналогія, уподібнення, спільність характерних рис або чину (паралельне зображення двох явищ із різних сфер життя). *Source text: So every defect of the mind may have a special receipt (“Of Study” by Francis Bacon)*; в) за красу смислу – для глибшого розуміння тексту оригіналу: *конверсія* – риторичний засіб у перекладі, полягає у перетворенні частини мови слова оригіналу у іншу частину мови вихідного тексту – перехід даної основи в іншу парадигму словозміни. *Source text: Reading maketh a full man; conference a ready man; and writing an exact man (“Of Study” by Francis Bacon)*; *порівняння* – це словесний вираз зіставлення двох схожих у якійсь характеристиці предметів або явищ із метою визначення певних рис одного з них через порівняння з іншим.

Source text: Natural abilities are like Natural plants, that need pruning by study ("Of Study" by Francis Bacon); Source text: Nay there is no stond or impediment in the wit, but may be wrought out by fit studies: like a diseases of the body may have appropriate exercises" ("Of Study" by Francis Bacon) [5]. Перелічені риторичні засоби допомагають зберегти форенізацію культурного компоненту тексту оригіналу та наблизити переклад до оригіналу фонологічно, семантично та логічно. Як бачимо, що літературно-перекладацька творчість невіддільна від знання та імплементації риторичних засобів та навичок.

При підготовці перекладачів-філологів важливо поглибити знання професійної лексики різних мовних стилів. Майбутнім перекладачам, як наголошує науковиця Муратова В., важливо також додати вагомість навчання передачі голосу, жестів і знаків та одягу оратора як корисні елементи комунікації. Перекладач повинен майстерно володіти риторичними фігурами, які дослідниця поділяє на три типи: *фонетичні* (ритм мовлення перекладача), *семантичні* (риторичні засоби) та *синтаксичні* (граматичні конструкції, риторичні запитання) [2, с.730].

При розробці елективного спецкурсу «Основи іншомовної риторики» ОКР «бакалавр» напряму підготовки за освітньо-професійною програмою «Бізнес комунікації та переклад» ЗУНУ (м. Тернопіль) нами було здійснено спробу напрацювати систему завдань із предмету – структурних одиниць методичної організації навчального матеріалу, які становлять основу оволодіння риторико-комунікативними навичками майбутніх філологів-перекладачів. Мотиваційно-актуалізаційний тип завдання на початковому етапі вивчення, стимулює зацікавленість риторикою, риторичною діяльністю, мотивує до міжособистісного спілкування та дискусії: Наведемо приклади виконання завдань візуального та вербального контенту риторики. **Вправа 1. Завдання 1.1.:** для початку студенти – суб'єкти риторичної діяльності досліджують візуальний елемент-зразок, інтендований колективним адресатом меседж, аналізують його дієвість та ефективність в контексті риторичної ситуації: їм пропонується перегляд рекламного ролика “The Most Wonderful

Time of the Year”. Рекламний текст – нова сфера мовознавства – медіалінгвістики, яскравий приклад візуальної риторики, завжди поєднує дві функції важлив впливу на слухачів: лінгвістичної (мовних засобів вираження) та медійної (медійних технологій). Завдання має на меті дискусію риторичної тріади (етос, патос, логос), комунікативної події заголовку, підзаголовку, основного тексту, слогану, ехо-фрази (завершальної фрази рекламного тексту), фонетичних засобів, рими, лексичного та синтаксичного забарвлення, «візуальної мови». Реклама – це мініесе, аргумент, створений для певної аудиторії, послуговується риторичною стратегією *DIDLS – diction – images – details – language – sentence structure*. Наступним етапом вбачаємо обговорення концепту риторичної ситуації відеоролика. **Завдання 1.2.** Постає необхідність визначення ключових елементів її: комунікатора (*speaker – parents*), теми, яка обговорюється (*context – back to school season/after long summer home with kids*), мета для вирішення питання (*purpose – to promote sale, purchasing supplies*), необхідність, терміновість доставки повідомлення (*exigence – the sale only lasts a certain amount of time*), аудиторія до якої звертаються – (*audience – parents of school-aged children*). Ця діяльність супроводжується аналізом риторичного інструментарію відеоролика: музичного супроводу, натяк-згадки різдвяних свят. Воробйова А. стверджує що засіб, який оперує візуальною риторикою є метод риторичного аналізу візуального-текстового елемента: виявлення риторичних стратегій, візуальних елементів та передбачення ефективності його запланованого ефекту [1, с. 142-146]. **Завдання 1.3.** Для вправління та стимуляції визначення риторичної ситуації рекламного повідомлення викладач задає наступні запитання : 1. *Who is the audience for the advertisement? How can you tell? What assumptions do the advertisers make about the audience?* 2. *Is this a populist advertisement? Or an elitist one? How can you tell? What traditions or standards does it rely upon to be understood in these terms?* 3. *What is your prior knowledge of the product? Of the advertisement? How does this help you understand the ad’s meaning?* 4. *In what ways is the ad designed to manipulate you into buying the product?*

What emotions does it play upon? What desires does it commodify? 5. What unstated messages does the ad convey? Why is the author or speaker using logos (mind, thinking side of the audience)? How is the speaker or author appealing to the audience's emotions? Why? Does the image make an ethical appeal(ethos) – that is, does it appeal to our character as a good human being? Завдання 1.4. (аудиторна робота – аспект мовленнєвої ситуації у рамках риторичної діяльності).

Інструкція: студенти підбирають рекламні повідомлення та аналізують їх комунікативно-прагматичний характер, риторичні засоби: імперативні конструкції, риторичні запитання, синтаксичний паралелізм та ін. Таким чином викладач урізноманітнює завдання, поєднуючи риторичну з перекладом: студенти здійснюють спроби перекладу – відтворення автором оригіналу прагматичного сенсу повідомлення реклами вирішуючи проблеми мовного характеру, застосовуючи прагматичні адаптації, лексичні та граматичні трансформації – знання набуті із вивчення основ перекладознавства, лексикології та стилістики. **Task-**

recommendation scheme: *Sources: Bring in some example of an attempt at persuasion, i.e., an example of rhetoric in everyday life. It could be an advertisement, a speech, something a friend said, a newspaper article, part of a lecture, an image, etc. Task questions for*

analysis: *1. What distinguishes this attempt to persuade from other objects that share the same medium? (For example, what makes this image/text persuasive while some other images/texts serve a non-persuasive end?) 2. How does it go about its attempt at persuasion? To what extent does it succeed? What difference does its medium make? 3. Does it exert some influence or have some effect that is not a matter of persuasion? Be prepared to present your example and analysis of it to the class.*

Завдання 1.5. Завершальний етап завдання “*Rhetorical Reader Response*” має на меті застосувати ідею рекламного повідомлення в іншому риторичному контексті, створити власний креативний меседж-аргумент, переробити та переадресувати ключові елементи риторичної ситуації: “*The Most Wonderful Time of the Year*” to serve another purpose? (students could turn this upside down and create their own version of the argument with their most

wonderful time of the year: a time when the kids get what they want out of their parents) [4].

Задекларовані вправи з візуальної риторики на прикладі реклами безперечно стимулюють майбутніх перекладачів до образного (візуального) мислення, до сприймання та аналізу риторико-візуальних прийомів тексту, знайомлять з елементами риторики, заставляють критично та риторично мислити.

Риторика для перекладача має надзвичайно корисну мету: вона навчає ставати успішними мовцями, вчить майстерності мовлення. Перекладач здійснює переклади в усній чи письмовій формах, що є, беззаперечно, видами ораторського мистецтва. Тож риторика володіє необхідним інструментарієм для здійснення ефективних та дієвих перекладів. Пізнавально-творчі, візуально-риторичні вправи спонукають студентів до розвитку загальнокомунікативних вмінь, до професійного комунікування, до творчості та самореалізації, до опанування контент-аналізу різних видів риторичних текстів. Як наслідок, майбутні перекладачі вивчаючи риторику, входять в риторичну ситуацію, займаються риторичною діяльністю, створюють власні риторичні дослідження, міні-проекти, дискусії. Отже, вбачаємо необхідність формування комунікативно-риторичної компетентності майбутніх філологів-перекладачів.

Література

1. Воробйова А. В. Навчання візуальної риторики на заняттях англійської мови у вищих навчальних закладах//Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах : зб. наук. пр. / [редкол.: А.В. Сущенко (голов. ред.) та ін.]. Запоріжжя : КПУ, 2022. Вип. 81. С.142-146.

2. Муратова В.Ф. Перекладацький аспект викладання риторики//Науковий журнал «Молодий вчений». Філологічні науки. № 1 (53) січень, 2018. 730 с.

3. Davila-Montes J. M., (2017) "Translation as a Rhetoric of Meaning", *Poroí* 13(1), 1-28. doi: <https://doi.org/10.13008/2151-2957.1235>

4. Effinger Sandra. Using Advertisements to Introduce Rhetoric. Lambert High School. 09/24/2019. URL: <https://mseffie.com/assignments/genre/Advertising%20Rhetoric.pdf>

5. Lee Pin Ling, Tengku Sepora Tengku Mahadi. The Functional and Three Beauty Theory: An Alternative Perspective on the Chinese Translation of English Advertisement //International Journal of Comparative Literature and Translation Studies (IJCLTS). 2013-2023 (CC-BY) Australian International Academic Centre PTY.LTD. Vol 4, No 4 (2016).

6. The Essays of Francis Bacon: The Fifty-Nine Essays, Complete Paperback, lulu.com. April 30, 2018. 104 p.

7. Valentino, R. S., Emery, J., Forrester, S. & Kuzmanović, T. (2017) "Rhetoric, Translation, and the Rhetoric of Translation", *Poroi*. 13(1). doi: <https://doi.org/10.13008/2151-2957.1263>

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАД ГАЛУЗЕВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

3.1 Термінологізація іменникового корпусу бізнес-комунікації як перекладознавча проблема

Номінативний характер термінології передбачає певну ієрархію у вживанні різних частин мови у функції терміна. Перше місце одностайно віддається термінознавцями іменнику як основному засобу вираження наукового поняття.

Погоджуючись з думкою, що уніфікована термінологія репрезентована переважно термінами-іменниками, утримаємось від категоричності твердження, що всі решта частини мови стають необхідними тільки в процесі наукового викладу, адже вони теж – складова відповідної фахової підмови. Номінативний характер наукового стилю, який передбачає залучення у науковий текст іменникових структур дієслівного походження чи дієслівної семантики (субстантивовані дієслова), з одного боку, і граматична неоднорідність термінологічних систем, з іншого, репрезентують діалектичну єдність термінології будь-якої галузі.

Ядро термінології утворюють повнозначні слова, загальні іменники. Перевага надається саме цьому граматичному класу в оформленні нового змісту наукового поняття. У зв'язку з цим, О. Суперанська зазначає, що іменники можуть транспортувати зміст слів усіх інших номінативних частин мови і володіють для цього відповідними морфологічними засобами [1, с. 96]. Іменникам властива абсолютна номінативна значущість, дещо послаблена у решти номінативних частин мови, яким притаманна понижена здатність передавати зміст наукових понять [2, с.123].

Термінознавча думка не виробила з цього приводу єдиної точки зору на лексико-граматичний склад термінології. Одні дослідники вважають, що в найчистішому вигляді терміни є

іменниками [3 – 6]. Така точка зору базується на засадах абсолютної номінативної властивості іменника як основного засобу вираження наукового поняття.

Ми ж вважаємо, що термінологія будь-якої субмови є системою наукових назв різних категорій понять. Підкреслимо – різних категорій понять, оскільки термінуються такі основні категорії понять: процеси (явища); предмети техніки; властивості і т.д. [7-10]. Неузгодженість з цією концепцією вітчизняного термінознавства приводить деяких дослідників, зокрема, В. Овчаренка, В. Прохорову, Ф. Фасєєва, Н. Семко, до хибного у своїй категоричності визнання винятковості іменника як єдиного термінологічно спроможного мовного знака [11-14].

Визнання цими дослідниками винятковості іменника у функції терміна настільки категоричне, що інші термінологічні одиниці, наприклад, термінологічні словосполучення [ТСС] такі як, електричний двигун, атомний двигун, вібраційний електрометр В. Овчаренко вважає термінологічно неспроможними, оскільки їх значення повністю виводиться із значення компонентів [11, с.58]. На нашу думку, логічніше не відмовляти термінологічним словосполученням у термінологічній спроможності, оскільки ТСС у сучасній науковій літературі є конструктивним виразником наукового поняття. Вважаємо, що не можна не рахуватися з практикою мовленнєвого спілкування в галузі виробництва, науки, техніки, управління, культури: визнаючи номінативну функцію словосполучень, їх ідентичність за цією ознакою окремому слову, логічно було б визнати термінами як окремі слова, так і словосполучення, котрі виконують номінативну і сигніфікативну функції у відповідних сферах професійної діяльності.

Домінуюча роль іменника по-різному тлумачиться термінознавцями: одні визначають цю тенденцію як номінативну, інші називають це субстантивністю мови науки. Враховуючи різницю синтаксичних функцій різних частин мови, В. Даниленко вважає, що в іменників з їх синтаксичною незалежністю, природно, більше можливостей для вираження найрізноманітніших смислів,

ніж у прикметників, які, на відміну від перших, завжди виконують залежну синтаксичну роль [5, с. 39].

Аналіз нашого досліджуваного матеріалу дає підстави для висновків про широкі номінативні властивості іменників, що, природно, дає їм право на перевагу в номінації явищ, на перевагу, але не на винятковість. Відтак, актуальність лінгвістичного дослідження визначається тим, що докладного аналізу особливостей термінологізації загальноживаного іменника у межах фінансової терміносистеми англійської мови виявлено не було, однак вирішення цього питання вважається нам необхідним для укладання двомовних перекладних термінологічних словників, відсутність яких значно ускладнює здійснення інформаційного пошуку й обробку економічної інформації англійською мовою. Метою пропонованої статті є виокремлення двох видів термінологізації в межах іменникового корпусу досліджуваної субмови та встановлення відмінностей між термінами-іменниками відповідно I-го та II-го типів, утвореними внаслідок цього семантичного процесу.

Щодо причин номінативності термінологічних структур у науковому дискурсі (чи у його сегментах), то, як показують наші спостереження, вони полягають, передусім, у здатності і спроможності цих структур до реалізації позначення фінансово-економічних і кредитно-банківських понять, до абстрактних узагальнень тощо. Найвищу активність іменника (75,3% від усіх слововживань) спостерігаємо у тексті кредитно-банківської документації та фінансової звітності. Номінативність цього жанру фінансової літератури розглядаємо як важливий параметр стилістичної диференціації тексту документа. Висока активність іменника зафіксована в тих галузях, де особливо необхідна понятійна точність, логічна послідовність, єдність конкретного й абстрактного.

Іменниковий корпус досліджуваної нами субмови складає 2156 одиниць (58,9%). Словниковий загальний загальноживаного мовного пласту – основне джерело поповнення фінансової терміносистеми англійської мови, в межах якої ми зафіксували два

типи термінів, що різняться основними лексико-семантичними особливостями та різними видами семантичного термінотворення.

Перший тип іменникового корпусу охоплює терміни – колишні загальноживані слова, термінологізація яких здійснена шляхом збагачення побутового поняття, шляхом наукової конкретизації семантичної структури загальноживаного слова у межах одного і того ж самого денотата. Такі загальноживані слова у ролі термінів відрізняються сферою вживання і функцією. Як термінам, їм відповідає дефініція з точнішими і конкретнішими параметрами змісту відповідних понять. Семантичною основою цього типу термінів є слова широкої семантики, які номінують різні абстрактні поняття. Семантичні кордони загальноживаних слів зазнають наукової конкретизації тільки у випадку зміни сфери функціонування.

До цього типу термінів ми відносимо одиниці типу *acceptance, accomodation, advance, agio, amortization annuity, black log, balance, bank, bankrupt, bargin, borrowing, cash, exchange, credit, finance, fund, lend, money, market, stock etc.* (всього – 473 одиниці). Термінологічне поняття, позначене такою лексичною одиницею, є ширшим, а побутове – відповідно, вузьчим; диференціація і поглиблення семантичних структур цих одиниць відбувається на рівні сем в результаті зміни сфери функціонування. Якщо тлумачення загальноживаного слова набуває додаткових сем на позначення спеціальних ознак реалії фінансової сфери, то воно перетворюється на дефініцію, а дефінітивна функція є функцією, яку виконують терміни, на відміну від номінативної, яку виконують загальноживані слова. Так, загальноживана лексема *money* тлумачиться у OSDE як *coins stamped from metal or printed on paper & accepted when buying & selling, etc*. Дефініція цієї однієї з основних фінансових категорій у фінансовій термінології включає такі семи, як *money as a unit of account* (гроші як одиниця обліку); *money as security* (гроші як застава); *money as store of value* (гроші як засіб збереження); *money as veil* (гроші як ціннісна оболонка).

Таким чином, побутове поняття, позначуване загальноживаною лексемою *money*, вливаючись в понятійну структуру фінансової базової категорії *money*, сполучається з нею в

межах одного і того ж мовного знака. Велика потенційність можливостей загальноновживаних лексем першого типу вживатися у функції термінів фінансового бізнесу зумовлена двома чинниками: 1) специфікою їх номінативної функції і 2) специфікою змісту побутового поняття, а саме високим ступенем його абстрактності.

Основний семантичний структурний компонент, спільний для лексеми I типу і для потенційного терміна, містить термінологічну ознаку, на основі якої розвивається понятійний зміст наукового поняття. Таким спільним семантичним компонентом для загальноновживаної лексеми *money* і для терміна фінансової галузі *money* є дві семи: "засіб платежу" і "міра вартості". Оскільки термінологізація лексем I типу пов'язана, перш за все, зі зміною сфери функціонування, такий вид семантичного термінотворення вважатимемо функціональним. Саме в результаті зміни сфери функціонування і стилістичної приналежності в семантичній структурі лексем I типу з'являються нові семи, які позначають спеціальні ознаки, котрі дають можливість колишній загальноновживаній лексемі виконувати не номінативну, а дефінітивну функцію.

Для розвитку наукового поняття необхідними є різні форми передачі його змісту, тому загальноновживана лексема може знову проявитися у складі ТСС на позначення нових спеціальних ознак реалії фінансової сфери. Для прикладу, загальноновживана лексема *money*, не термінологізуючись, входить до складу наступних ТСС фінансової субмови: *money bag*, *money box*, *money certificate*, *money damage*, *money in hand*, *money interest* і т.д.

Використання лексем I типу у ролі термінів має свої особливості: термінологічні семи в процесі функціональної термінологізації з'являються у структурі не будь-якої лексеми, а лише такої, яка вже у загальноновживаній мові реалізувала необхідну для фінансової терміносистеми номінативну функцію: позначила у практиці мовців абстрактне побутове поняття, яке сполучається з науковим в межах основного значення. Функціональна термінологізація не пов'язана ні з асоціативністю номінації, ні з семантичним переосмисленням понять за подібністю. Функціональна термінологізація – це процес залучення

загальноживаних лексем у КБТ шляхом 1) зміни їх функцій з номінативної на дефінітивну; 2) поглиблення наукової конкретизації побутового поняття, позначеного цією загальноживаною лексемою; 3) довантаження інформаційного об'єму в дефініції, на відміну від тлумачення. Функціонально-термінологізовані одиниці КБТ і загальноживані лексеми І типу, на базі яких вони утворилися, позначають одну і ту ж реалію дійсності, тобто загальноживане слово набуває термінологічного значення в межах початково позначуваного денотата.

Другий тип семантичного термінотворення пов'язаний з переосмисленням загальноживаних одиниць на позначення спеціальних понять. Оскільки суб'єкт номінації, пізнаючи дійсність, сприймає нове через відоме і засвоєне старе, за допомогою інваріантних стійких ознак, то у процесі пізнання виділене наукове поняття може нагадувати побутове за однією з цих ознак. У такому випадку мовець розв'язує завдання номінації наукового поняття шляхом переосмислення основного значення номінативної одиниці. У зв'язку з цим вважаємо, що термін як елемент лексичної системи мови володіє усіма рисами, притаманними лексичним одиницям. Отже, термінологічне значення загальноживаного слова, утворене в результаті другого типу семантичного термінотворення, – це певний результат розвитку семантичної структури слова. Вибір ознаки денотата, номінованого прямим значенням відповідного загальноживаного слова за основу порівняння передбачає осмислення характеру зв'язку між предметами чи явищами екстралінгвістичної дійсності. Яскравість, образність, наочність обраної суб'єктом номінації вербальної ознаки складає основу семантичного механізму формування термінологічного значення. При цьому, як показують наші спостереження, у слова з порівняно простою семантичною структурою є більше шансів стати терміном. Проведена класифікація термінів дозволила виділити такі тематичні групи загальноживаних слів, залучених у досліджувану субмову семантичним способом:

1) назви тварин та частин тіла: *bear, bull, dingos, snake, piggy, eagle, tail, hand, head*;

2)предмети домашнього вжитку: *box, card, seat, churning, cushion, book, curb, match*;

3)назви частин будівель та предметів інтер'єру: *garage, hedge, floor, window, case, cable, ceiling, peg*;

4)частини одягу: *cap, collar, jacket, corset*;

5)інші предмети навколишньої дійсності: *bubble, ballon, band, bar, kerb, coulisse, kites*;

б)назви станів, властивостей, якостей: *blowout, blip, boom, bulge, depth, life*.

Очевидно, через абстрактний понятійний апарат фінансової терміносистеми найчисельнішою є шоста тематична група загальноновживаних слів на позначення не конкретних предметів, а абстрактних сутностей. Ця риса галузевої субмови вирізняє її від інших терміносистем, куди мігрують загальноновживані слова конкретної семантики на позначення посуду, меблів, знарядь праці, частин рослин іт.д. [10, с. 167]. У фінансову терміносистему залучаються загальноновживані одиниці з сигніфікативним аспектом значення, у структурі якого домінуючі семи не тільки номінують стани, властивості, дії, якості, а й виявляють відношення між ними. Коли ж до фінансової субмови мігрують загальноновживані одиниці на позначення конкретних предметів, в семантиці яких головним є денотативний аспект значення, то при виборі певної ознаки денотата прямого номінативного значення акцент робиться на її яскравість, характерність, наочність. Таку яскраву ознаку денотата, позначеного лексемою *corset*, а саме – його функціональне призначення було використано для номінації фінансового заходу, котрий діяв в Англії до 1980 р: обмеження на ріст банківського кредиту у вигляді зобов'язань банку розміщувати частину своїх засобів у безвідсотковий депозит у Банку Англії у випадку перевищення ліміту кредитування.

Аналіз досліджуваного лексикографічного матеріалу дозволяє зробити висновок, що при формуванні переосмисленого термінологічного значення актуалізується не будь-яка сема, а лише та, котра найбільше необхідна для успішного здійснення завдання вторинної номінації. Крім того, в процесі переосмислення значення

загальноживаної лексеми можуть актуалізуватися теми, котрі входять до її семантичної структури потенційно або передбачаються там суб'єктом номінації на основі асоціативних зв'язків.

У процесі такого механізму семантичного переосмислення створилися термінологізовані одиниці тематичної групи зоонімів. Релевантна тема лексеми *"bear"*, на основі котрої розвинулось переосмислене термінологічне значення *"інвестор, що грає на пониження курсу валюти, цін, товарів, облігацій"* входить до семантичної структури цієї загальноживаної одиниці потенційно: *"важка хода ведмедя"*. "Ведмеді" грають, "втоптуючи" рівень цін, а "бики" грають на підвищення цін. Здатність бика різко підняти щось рогами стало тією релевантною темою, котра передбачалась потенційною в структурі лексеми *"bull"*.

Для того, щоб загальноживана одиниця вийшла за межі лексики загального вжитку і змогла стати основою семантичного переосмислення у мовленнєвій практиці фахівців фінансової сфери, передумовою мають бути необхідні внутрішньо-семантичні потенції загальноживаного слова, адже термінологічне значення надається мовцями не будь-яким словам, а лише тим, які вже реалізували свою номінативну функцію і позначили певне побутове поняття, що викликає асоціації з науковим, яке потребує номінації.

Таким чином, термінологізація – це є процес залучення і переосмислення загальноживаних слів у терміносистему для номінації нових понять, а термінологізована одиниця – це колишнє загальноживане слово, котре покинуло межі лексики загального вжитку і за умов певного контексту та переосмислення набуло термінологічного значення для ідентифікації нового поняття. В результаті термінологізації загальноживаного слова в його семантичній структурі виникає новий лексико-семантичний варіант, якого не було в загальноживаній мові і який отримав функцію виразу нового поняття в межах терміносистеми.

Термінологізовані значення у структурі лексичних одиниць аналізованої субмови виникають в результаті будь-якого типу перенесення семантики, але домінуючим є функціональний тип

переосмислення, сутність якого утворює поліфункціональність екстралінгвістичних реалій. Функціональна сема лежить в основі виявлення спільного для членів різних лексико-семантичних парадигм елемента. Звідси випливає очевидний висновок, що метафорична чи метонімічна зміна семантики слова є парадигматично зумовленим явищем. Метафора актуалізує асоціації, тобто зареєстровані підсвідомістю стійкі ознаки. В межах фінансової терміносистеми метафоричним способом термінотворення охоплено 253 однослівні термінологізовані одиниці іменникового корпусу. Статистичне обстеження нашого фактологічного матеріалу дало можливість встановити продуктивність семантичного термінотворення, яка складає 34,2 %.

Термінологізація іменникового корпусу досліджуваної субмови об'єктивно пояснюється, з одного боку, законом економії мовних засобів, а з другого – тим, що абстрактні фінансово-економічні поняття кредитно-банківської сфери формуються на основі побутових узагальнень, отриманих у процесі пізнання світу, на котрі накладаються логічно осмислені наукові економічні поняття. Дослідження іменникового корпусу фінансової терміносистеми дало можливість виокремити два типи термінологізації – функціональну та семантичну і відповідно встановити відмінності між термінами-іменниками I-го та II-го типів, утвореними внаслідок цього процесу.

В результаті зміни сфери функціонування і стилістичної приналежності в семантичній структурі лексем I типу з'являються нові семи, які позначають спеціальні ознаки, котрі дають можливість колишній загальноживаній лексемі виконувати не номінативну, а дефінітивну функцію. Функціонально-термінологізовані одиниці фінансової субмови і загальноживані лексеми, на базі яких вони утворилися, позначають одну і ту ж реалію дійсності, тобто загальноживане слово набуває термінологічного значення в межах початково позначуваного денотата.

Натомість другий тип термінів іменникового корпусу охоплює терміни – колишні загальноживані слова, термінологізація яких

здійснена шляхом семантичного переосмислення значення загальноживаного слова, що зумовило виникнення нового переносного значення на основі акцентованих в процесі семантичної термінологізації сем смислової структури цього слова. Такі термінологічні значення термінів II типу на відміну від термінів I типу не характеризуються відношенням включення, де виражені поняття співвідносяться з одним і тим же денотатом. В основі цього механізму розвитку термінологічного значення лежать асоціативні зв'язки між різними денотатами.

Питання взаємодії загальноживаної лексики і термінології, як перекладознавча проблема, багато в чому залишається дискусійним, як і підхід до семантики терміна, типів термінологізації, що закладає засади розбудови термінологічних систем в плані їх унормування та укладання двомовних словників.

Література

1. Суперанская А.В. Общая терминология. Вопросы теории. Харьков: Наука, 1989. 246 с.
2. Акуленко В.В. Вопросы интернационализации словарного состава языка. Харьков: Изд-во Харьковского ун-та, 1972. 216 с.
3. Былинович В.Н. Структурно-семантические и функциональные характеристики основных частей речи в системе научно-технической терминологии (на материале немецкого языка): автореф. дис.... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Романо-германские языки». Запорожье, 2017.
4. Дацюк Л.С. Семантична характеристика англійських термінів у галузі фізики напівпровідників//Іноземна філологія. Львів: Вища школа, 1987. № 595. С. 25-29.
5. Даниленко В.П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. Харьков: Наука, 1977. 248 с.
6. Коновалова Е.Д. Сопоставительный этимологический и контекстуальный анализ термина и обиходного слова в английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Романо-германские языки». ХНУ им. Каразина. Х., 2014.
7. Крайняк Л.К., Дуда О.І. Термінологічно-номінативний

потенціал загальноновживаного дієслова в сучасній англійській мові (на матеріалі літератури з фінансової справи) //Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». Острог: Вид-во НаУОА, 2017.Вип.67. С. 162-165.

8. Крайняк Л. К., Дуда А.И. Семантическая целостность термина как языкового знака (на базе английских терминов финансовой отрасли)// Scientific Journal Virtus. Issue #25, June, 2018. P. 166-168.

9. Крайняк Л.К., Дуда О.І. Аббревіація в сучасній англійській економічній періодиці // Лабіринти реальності: збірник наукових праць (за матеріалами V Міжнародної науково-практичної конференції 30-31жовтня 2018) / за заг. ред. д.філос. н. Журби М. А. Монреаль: СРМ «ASF», 2018.

10. Дуда О. І. Місце поняття в структурі термінологічного значення // Scientific Journal Virtus. Issue #28, November, 2018. P. 166-168.

11. Овчаренко В.М. Структура і семантика науково-технічного терміна. Харків: В-во Харк. ун-ту, 2010.72 с.

12. Семко Н.М. Динаміка словотворчих моделей англійських термінів у субмові механізації процесів сільськогосподарського виробництва // Іноземна філологія. Львів, 2020. № 86. С. 23-30.

13. Кочан И.Н. Именное словообразование в системе украинской технической терминологии (на материале радиотехники: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02/ ИЯ им. А.А. Потебни. Киев, 1987.

14. Литвин О. Загальноновживана лексика – джерело поповнення термінологічних систем // Тези II-ї Міжнародної наукової конф. «Проблеми української науково-технічної термінології». Львів, 2011.

15. Циткина Ф.А. Терминология и перевод (к основам сопоставительного терминоведения). Львов: Вища школа, 1988. 160 с.

16. Hoffman L. Toward a theory of LSP // Zachsprache. 1979. J.1. N. 1.

17. Oxford Student's Dictionary of Current English. Oxford: Oxford University Press, 1984. 769 p.

3.2 Переклад термінів у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах

Функціонування англомовної банківської терміносистеми (АБТ) в первинній та вторинній номінаціях досі не отримала системного опису в англістиці. У свій час цієї проблеми фрагментарно торкалися О. Ахманова, Б. Головин, В. Даниленко, В. Лейчик А. Ширяєв та інші, які акцентували на необхідності дослідження функціонального аспекту терміна. Зарубіжні лінгвісти визначають його як функціональну різновидність загальнолітературної мови (Л. Хоффман, В. Шмідт). Т. Винокур, М. Фоміна визначають термін як засіб, що дозволяє вивчити його функціональну природу через механізми конотації: *chronic inflation; hidden dumping; investment climate*.

Для розуміння процесів та особливостей функціонування банківської термінології першочергове значення має не тільки їх лексико-семантичний, але й синтаксичний аналіз. З цією метою виокремлено основні тематичні групи АБТ на основі Словника банківських термінів [15]:

- 1) суб'єкти банківської діяльності (*actioner; dealer; quarantor*);
- 2) назви процесів та операцій (*credit renewal; costs mobilizing; indexation*);
- 3) види, методи, форми ведення банківської справи (*repurchasing of enterprise; currency auction; giro*);
- 4) способи, механізми здійснення банківських операцій (*leverage; arbitration; money transfer; roll*);
- 5) банківська документація (*bill of exchange; endorsement; avista; share*).

У цьому розділі також здійснено аналіз функціональної семантики банківських номінацій фахового дискурсу АБТ, відсоток яких коливається від 2,16 % до 21,15 % усієї вибірки (1240). Для цього відібрано найуживаніші терміни із ядрним компонентом *Bank* та його периферією *Fund, Exchange, Account, Investment, Money, Profit, Deposit, Currency* та інші.

Аналіз вибірки текстів банківського дискурсу дав змогу виокремити низку полікомпонентних моделей банківських терміносполучень:

- *Adj+Conj+Adj+N – Open – ended or flexible funds,*

де вторинна банківська номінація, передана в дискурсі прикметником (*Open – ended*), прикметником (*flexible*) та іменником (*funds*). Наведемо ще кілька прикладів:

- *N attr+N – investment exchange;*
- *Adj+N+attr+N – a new credit account;*
- *N +attr+Adj+N – The Bank of America, The Gicard National Bank.*

Зазначимо, що ключові банківські номінації *Bank, Fund, Account, Credit, Profit* виявляють спільні та відмінні ознаки як у фаховому, так і публіцистичному дискурсах. Виявлено, що домінантна лексема *bank* містить у своєму термінологічному полі терміни: *funds, money, deposit, finances, banking company, trust*.

Англійська банківська термінологія є невід’ємним складником банківського дискурсу, що формує фінансовий сектор економіки. Функціональні властивості АБТ корелюють з її структурно-граматичними параметрами, що задаються термінотвірним за формою та гетерогенним за суттю алгоритмом. Серед них найчисельнішою виявлено групу термінів-словосполучень, утворених комбінацією з двох і трьох компонентів АБТ, що виявилися найпродуктивнішими. Частотність словосполучень з більш як трьома компонентами кількісно зменшуються до шести компонентів, після яких у нашій вибірці не зафіксовано жодної термінологічної одиниці: *total liquids reserves; client’s current account; client’s flows of income and expenditure; off balance-sheet business; non-interest –learning balances; cost reduction per transaction*.

У площині функціональної семантики АБТ чільне місце належить аббревіації, що має тенденцію до поширення. На інтенсивність її використання у банківському дискурсі впливають такі фактори, як інформаційна експансія, економія мовних ресурсів тощо: *ATM’s – automated teller mashines; MPC – Monetary Policy*

Committee; ECB – The European Central Bank; EDF – expected default frequency; EFT – electronic funds transfer.

Аналіз вибірки текстів банківського дискурсу дав змогу виокремити низку полікомпонентних моделей банківських терміносполучень:

- *Adj+Conj+Adj+N – Open – ended or flexible funds*, де вторинна банківська номінація, передана в дискурсі прикметником (*Open – ended*), прикметником (*flexible*) та іменником (*funds*). Наведемо ще кілька прикладів:

- *N attr+N – investment exchange*;
- *Adj+N+attr+N – a new credit account*;
- *N +attr+Adj+N – The Bank of America, The Giscard National Bank.*

Зазначимо, що ключові банківські номінації *Bank, Fund, Account, Credit, Profit* виявляють спільні та відмінні ознаки як у фаховому, так і публіцистичному дискурсах. Виявлено, що доміантна лексема *bank* містить у своєму термінологічному полі терміни: *funds, money, deposit, finances, banking company, trust*.

Англійська банківська термінологія є невід’ємним складником банківського дискурсу, що формує фінансовий сектор економіки. Функціональні властивості АБТ корелюють з її структурно-граматичними параметрами, що задаються терміновірним за формою та гетерогенним за суттю алгоритмом. Серед них найчисельнішою виявлено групу термінів-словосполучень, утворених комбінацією з двох і трьох компонентів АБТ, що виявилися найпродуктивнішими. Частотність словосполучень з більш як трьома компонентами кількісно зменшуються до шести компонентів, після яких у нашій вибірці не зафіксовано жодної термінологічної одиниці: *total liquids reserves; client’s current account; client’s flows of income and expenditure; off balance-sheet business; non-interest –learning balances; cost reduction per transaction*.

У площині функціональної семантики АБТ чільне місце належить аббревіації, що має тенденцію до поширення. На інтенсивність її використання у банківському дискурсі впливають такі фактори, як інформаційна експансія, економія мовних ресурсів

тощо: *ATM's – automated teller mashines; MPC – Monetary Policy Committee; ECB – The European Central Bank; EDF – expected default frequency; EFT – electronic funds transfer.*

Наявність у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах явищ термінологічної синонімії, полісемії та омонімії характеризуються дивергентними і конвергентними факторами. Так дивергентний фактор номінативного потенціалу АБТ корелює із синонімією, яка, маючи інтралінгвальні витoki, сприяє вибору мовних засобів для точного позначення понять там, де наявна одиниця первинної номінації не відображає усіх нюансів вузькофахових смислів. На тлі значної кількості термінологічних узуальних синонімів в АБТ переважають часткові, особливо активно використовувані в тих банківських текстах, де йдеться про фінансову інформацію, та наводяться статистичні дані, що рекламують банківські послуги: *bills of exchange; cartel agreement; supplementary special deposits; cash reserves; a maximum expected profit; cost reduction per transaction; demand-deposit contract; mechanism of inflation.*

У досліджуваних дискурсах конвергентний фактор номінативного потенціалу АБТ також корелює із полісемією та омонімією, які зумовлюються екстралінгвальними чинниками (скажімо, стрімким розвитком окремих галузей науки). Полісемія в АБТ розвивається у межах загальномовної тенденції щодо формування вторинних значень головно на базі метонімії та метафори: *launder (v) – відмивати гроші, валютний коридор; variable exchange – що коливається.*

У процесі аналізу АБТ у фінансово-економічному та публіцистичних дискурсах виявлено, що між внутрішньою формою терміна та його спроможністю до багатозначності існує чітка корелятивна закономірність: що менша кількість компонентів терміна, то більша вірогідність його полісемічності, тобто багатоконпонентні терміни в зазначених дискурсах, як правило, уникають полісемії: *velocity of currency; velocity of circulation.*

Зазначимо, що конвергентні та дивергентні фактори забезпечують гнучкість і динамічність банківської терміносистеми

у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах. Перебуваючи у стані перманентного оновлення, банківська терміносистема “утилізує” старі терміни та засвоює нові. Основним способом інновативного поповнення досліджуваних фахових дискурсів є *акомодация*, яка здійснюється у двох напрямках – адаптації публіцистичного термінологічного фонду до потреб банківського дискурсу і транстермінологізації. В останньому випадку йдеться про “імпорт” терміна з публіцистичного дискурсу з його частковим або повним переосмисленням: *fallen angels* – акції, курс яких упав; *tax crew* – податковий прес; *investment climate* – інвестиційний клімат.

У публіцистичному дискурсі нами виявлено найбільшу кількість термінологічних неологізмів (351), запозичених із таких галузей, як інформаційні технології, бухгалтерський облік та юриспруденція: *People can pay by payroll (a cyber bank), credit card, or cheque [The Sunday Times, July.5, 2011]. Accountants and bankers are also skeptical about the expected loss model as they fear it raises the risk of ‘cookies jar accounting’ whereby executives put funds aside during good years only to relax them later to cover up bad performance [The Financial Times, Feb. 15, 2010].*

Системну організацію АБТ у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах пропонуємо представити у вигляді термінологічного (макро)поля, одиниці якого перебувають між собою у відношеннях структурованості, множинності та ієрархічності. У процесі аналізу виявлено, що конституенти макрополя впорядковуються за родо-видовим принципом і утворюють чотири мікрополя:

1) Види банківської діяльності – *transferring actual cash; interbank transactions;*

2) Економіко-правові засади банківської діяльності – *securitization; to syndicate loan; to borrow on a long (short) term basis;*

3) Ризики банківської діяльності – *asset risk; payments risk; default and price risk;*

4) Результати банківської діяльності – *shareholder’s interests; bank’s balance sheet; decision – making process.*

У кожного з чотирьох мікрополів АБТ диференціюються на ядрові та периферійні.

Найактивнішими щодо кількості використаних терміноодиниць є мікрополе “Види банківської діяльності” та “Ризики банківської діяльності”, 39 % та 35 % відповідно.

В англomовному банківському дискурсі концептуального статусу набувають такі термінологічні одиниці: *assets, exchange/foreign exchange, bank/banking, money, loan, fund, cash, value, ration, securities, account, currency, credit, capital, payment, debt, risk, service, deposit, liability, margin, operation, expenses, income* [13].

Зазначені терміни є релевантними як для процесів банківського термінотворення, так і для окреслення когнітивної картини фінансово-економічного та публіцистичного дискурсів. Для детальнішого вивчення термінолексики банківської сфери пропонуємо виокремити основні її тематичні групи, притаманні для обох означених дискурсів:

- 1) економічне життя: *avista, brutto, seniorage, value;*
- 2) суб'єкти банківської діяльності: *actioner, creditor, dealer;*
- 3) назви процесів та операцій: *indexation; mobilization of costs;*
- 4) фінансові інституції: *stock exchange; auditing firms; bank affiliation;*
- 5) способи здійснення банківських операцій: *leverage, arbitrage, budget, banknotes* [14].

Функціональна реалізація АБТ розгортається за певним сценарієм з відповідними мікрополями, з їхніми ядровими та периферійними зонами. Вони є також релевантними для узусу та динаміки АТБ у сфері публіцистичного дискурсу.

Кожен з окреслених дискурсів конституюється певним набором реальних текстів. Скажімо, до професійного фінансово-економічного дискурсу відносимо банківські звіти, банківські операції тощо, а до публіцистичного – публіцистичні статті та повідомлення. Взаємодіючи між собою, фінансово-економічний та публіцистичний жанри відтворюють термінологічну єдність

англомовного банківського дискурсу, який реалізується через відповідний текстовий континуум. Використання АБТ у різних жанрах характеризуються інтегральними і диференційними особливостями. До перших належать високий рівень стандартизованості, перевага простих термінів і терміносполучень, приєднання прикметникових компонентів, метою яких є значеннєве нюансування терміна: *cash withdrawals; variable costs; purchase price; a fixed-rate obligation; bilateral determination of lending forms*.

Нами з'ясовано, що динаміка використання АБТ у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах визначається трьома специфічними жанрами: професійним, академічним, і публіцистичним, які тісно взаємодіють між собою і утворюють термінологічну єдність англомовного банківського дискурсу.

Таким чином, зазначимо, що диференційні особливості АБТ проявляються у незначній кількості синонімічних паралелей, наявності полісемії й термінологічно акомодованої лексики (професійний жанр); у стилістичній маркованості синонімічних термінів (академічний жанр); у наявності контекстуальних синонімічних заміників, преферентному вживанні простих іменникових термінів і терміносполучень (публіцистичний жанр).

Концептуальні аспекти АБТ. У дисертаційному дослідженні акцентовано увагу на концептуальних аспектах банківської термінології з опертям на семасіологічний вектор: від смислу (концепта) до мови (засобів його вербалізації). Тобто ми ставимо перед собою завдання впорядкувати процес смислопородження і смислорозмежування АБТ в ментальному континуумі комуніканта, що есплікується у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах. Серед суміжних галузей фінансового-економічного дискурсу АБТ посідає важливе місце, що зумовлено її інтенсивним розвитком протягом останніх років. У загальному континуумі фінансово-економічного дискурсу АБТ формують окрему концептосферу та когнітосферу.

У межах застосування сучасних методик та практики лінгвістичного дослідження доцільно застосовувати інтегративні методи, зокрема “концептуальну інтеграцію”, когнітивне

моделювання. Необхідність такого поєднання пояснюємо особливостями самої природи терміна, її подвійним характером; адже АБТ – це одночасно і система знаків, і система символів, які вивчає когнітивна лінгвістика. Ще на початку становлення когнітивістики дослідники вказували на той факт, що за цією науковою парадигмою закріплено статус нового ідеального проекту, розробки якого перебувають *in statu nascendi*. Це продиктовано намаганням лінгвістики нового покоління відійти від атомарності опису, знайти структури, детерміновані соціально і комунікативно.

У найзагальнішому вигляді лінгвокогнітивний підхід до АБТ спрямований на опис тих чи інших його фрагментів у термінах концептуальних абстракцій, а також на встановлення та пояснення тих постійних кореляцій, які виявляються між структурами мови та структурами знання, тобто на поєднання ментального та вербального чинників. У цьому власне полягає новий метод – новий “ідеальний проект” у науці про термін. Аналогічна точка зору висловлюється у низці фундаментальних праць з когнітивістики [6; 8; 9].

Таке формування трактує кінцеву мету опису АБТ у межах когнітивної лінгвістики, встановлення відповідностей між ними і когнітивним уявленням. Передусім зазначимо, що основою концептуальної інтеграції АБТ у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах є метафора. У нашому дослідженні поняття *концептуальна метафора* розглядаються як засіб творення та поширення складних систем людського мислення. Трактуючи термін як когнітивну структуру, наведемо твердження Ю.С. Степанова, який цілком справедливо зауважує, що відомий у лінгвістиці семантичний трикутник є тим структурним конструктором, котрий лежить в основі будь-якого концепту. Семантичний трикутник з його трьома вершинами тлумачиться наступним чином: (1) слово пов’язане з (2) предметом позначення як його “значення” та (3) “сміслом”, котрий складає “концепт”. “Семантичний трикутник” є найоптимальнішою схемою, котрій

дослідники неодноразово дорікали недосконалістю, пропонуючи її у формі “квадрата”, трапеції, багатогранника тощо.

Таким чином зазначимо, що у концептуальній структурі АБТ також взаємодіють три вершини: об’єктивна дійсність – слово (*word*); мислення, скероване на пізнання об’єктивної дійсності (*meaning*); внутрішні смислові зв’язки, які базуються та існують між двома факторами і позначають думку (*sense*) [2, с. 55-62].

У нашому розумінні процес когнітивного сприйняття інтралінгвальної та інтрадискурсної суті терміна спершу відображається у свідомості комуніканта без участі мови, і тільки згодом ця нова інформація виражається за допомогою вже наявних у мові слів. Вивчення когніції АБТ неможливе без опертя на семантичні компоненти її вихідної одиниці. Цей принцип, покладений в основу багатьох сучасних напрямків термінознавства, дозволяє по новому розглянути когнітивні особливості терміна, специфіку його функціонування у різних дискурсах, закономірності утворення.

За теорією “лінгвістичного детермінізму”, розробленою А.С. Зеленьком, концептуальна парадигма терміна є упорядкованою сукупністю лексичних одиниць, об’єднаних спільними і розрізнявальними (диференційними) множниками. Концептуальна сутність терміна не у всіх випадках може бути представлена у вигляді окремих, чітко виокремлених дискретних одиниць. Принципи “дифузності” значень багатозначного терміна є вирішальним фактором, що визначають його когнітивний аспект. Проблеми нечіткості, розмитості, двозначності термінологічних одиниць широко дискутувалися в зарубіжній семасіології [7; 8; 10]. Так термін *black (curb, kerb) market* може послідовно позначати різні поняття, що володіють тотожною ознакою “*illegal*”, диференціюючи його від інших понять у межах однієї системи.

Таким чином, процес концептуалізації менталітету є тлом, на якому виокремлюється “смисловий згусток” – концепт як одиниця (етнокультурного значення, що є організованою у певний спосіб мислення вибірковою множинністю конкретно зумовлених елементарних смислів у проекції на окремий фрагмент світу) [4, с.

150 – 154]. Концепт має подвійну природу, адже він є водночас одиницею пізнання й одиницею значення, а отже, одиницею когніції, ментальною мінімоделлю, спроектованою на окремий фрагмент світу.

На сучасному етапі видається актуальною проблема розмежування ментальної (формальної) та змістової структур концепту, за яким можуть стояти знання різного ступеня абстрагування.

Можна з упевненістю стверджувати, що концепт – одиниця пізнання “смысл – цінність”, що є певною організованою множинністю елементарних смислів, породжуваними тими чи іншими ментальними образами. Концепт – одиниця знання, що виявляє себе як змістова структура, тому у змістовому плані він ширший від поняття, оскільки відображає будь-які ознаки об’єкта, у той час, як поняття завжди пов’язане лише з представленням низки необхідних і достатніх логічних ознак його ідентифікації [3].

Підсумовуючи висловлене, можемо стверджувати, що для належного розуміння когніції терміна необхідно виявити та виокремити у ньому базові компоненти – понятійне ядро, побічний смысл та емоційну оцінку, представлені у когнітивному механізмі транспозиції смислів у різних дискурсах.

Когнітивний механізм транспозиції смислів. Когнітивна лінгвістика відкрила нові перспективи у вирішенні проблеми співвідношення мовних та трансцендентних смислів. Основними об’єктами вважалися її приховані глибинні когнітивні механізми пізнавальної діяльності людини. Дослідження когнітивного механізму та смислотвірної функції стилістичних транспозитивних фігур, зокрема метафори та метонімії, їх семантичного потенціалу є головним завданням вивчення АБТ.

Розуміння мовної метафори як перенесення найменування з одного уявлення на інше на основі їх подібності не виходять за межі “другої сигнальної системи” – мови. Вважаємо, що дослідження когнітивної метафори є одним із найактуальніших завдань щодо виявлення семантичних механізмів транспозитивних смислів. Метафора є однією з найфундаментальніших форм

людського мислення, як принцип ментальності, вона лежить за межами мови. Тобто метафора – це, образно кажучи, результат “прориву” змістів із таємних глибин людської свідомості в навколишню реальність; це нитка, яка зв’язує свідомість людини і реальність [1, с. 130–132].

Так, для прикладу, банківський термін у публіцистичному дискурсі: *fluctuate (v) – vary or move up and down continually or irregularly; be waving unsteady or unstable – змінюватися постійно, бути нестійким, мінятися тощо*; та фінансово-економічному: *fluctuating prices – ціни, що коливаються* або *the stock market fluctuates daily – ціни на фондовій біржі змінюються щоденно* [12], об’єднані інтегральною семою “мінливість, змінність чогось”.

Інша стилістична фігура – метонімія – в когнітивному плані є способом ментального засвоєння людиною дійсності, є пізнавальним механізмом, який дозволяє переходити у своєму усвідомленні від часткового до загального, від конкретних явищ навколишньої дійсності до абстрактних узагальнень: *economic “miracle”*; *investment attractiveness*.

Як метонімія, так і метафора складають когнітивний механізм репрезентації необхідних змістів; конкретні предмети можуть породжувати асоціативні, конкретні ідеї. Скажімо, *stock – quantity of something accumulated or held in reserve, esp. for future use; store – кількість чогось, зібрана про запас, на майбутнє*, в банківській сфері отримало: *total number of shares that a company or corporation is authorized to issue – загальна кількість акцій, які компанія чи корпорація уповноважила випустити*; *stock in trade – основний капітал*; *весь наявний запас, звідси stock exchange – фондова біржа* [15] *тощо*.

Отже, когнітивний механізм метонімії породжує концептуальний “зсув”, і цим вона прямо вказує на наявність у глибинах людського пізнання більш масштабних щодо “частин” концептуальних одиниць знань про світ. Це свідчить про особливу системність людського мислення, про його орієнтованість на певне змістове ціле, про голістичність свідомості людини. Зазначимо, що метафоричний, метонімічний шляхи утворення термінів пов’язані

власне з образною сферою і не виходять за її межі. З огляду на це, виявлення семантико-структурних особливостей стилістичних фігур у сфері фахових терміносистем та різних дискурсів потребують окремого розгляду.

Література

1. Морозовська Л.Ф. Когнітивний механізм транспозиції смислів / Л. Борсук // Інтеграційні процеси у викладанні іноземних мов: теоретичні засади та прикладні аспекти : зб. матеріалів міжнар. конф. Львів: ЛНУ ім. І. Я. Франка, 2009. С. 130–132.

2. Морозовська Л.Ф. Структурно-семантичні та концептуально-когнітивні чинники термінотворення / Л. Борсук // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах: зб. наукових праць: 10-річчю кафедри українознавства присвячується. Вип. 18 / М-во освіти і науки України, Нац. авіаційний ун-т; редкол. С. С. Кіраль (відп. ред.) [та ін.]. К.: [б. и.], 2009. С. 55–62.

3. Зеленько А.С. Проблеми семасіології у філософсько-психологічному осмисленні: монографія / А. С. Зеленько. Луганськ: Альма-Матер, 2004. 228 с.

4. Романюха М.В. Особливості метафоричної номінації в англійській фінансовій термінології / М.В. Романюха // Вісник СумДУ. Серія Філологія. 2007. №1. Т. 2. С. 150–154.

5. Frege G. *Über Sinn und Bedeutung* – Zeitschrift für Philosophie und Philosophische Kritik. Bd. 100 / G. Frege. Leipzig: Harris Z.S. Structural linguistics. Chicago u. a.: Univ. of Chicago Press, 1984. 384 p.

6. Lyons J. *Introduction to theoretical linguistics* / J. Lyons. Cambridge: Univ. Press, 1968. 519 p.

7. Nida E. *Componential Analysis of Meaning: An introduction to Semantic Structures* / E. Nida. – 2. print. The Hague u. a.: Mouton, 1979. 272 p.

8. Schippan T. *Einführung in der Semasiologie* / Thea Schippan. Leipzig. 1972. 350 S.

9. Shore B. *Twice – born, once conceived. Meaning constructional cultural cognition* / B. Shore // *American anthropologist*. 1991. P. 88.

10. Ullman S. Semantics: an introduction to the science of meaning / S. Ullman. 1. ed. Oxford: Blackwell, 1962. 278 p.

11. Словник банківських термінів. Банківська справа: термінологічний словник / А.Г. Загородній, О.М. Сліпушко, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. К. : Аконті, 2000. 605 с.

12. A Dictionary of Finance (DF)). Oxford: University Press, 1993. 314 p.

13. Dictionary of Banking Terms / by Thomas P. Fitch. Barron: Barron's Educational Series, Inc., USA, 2000. 380 p.

14. Encyclopedia of Banking and Finance. USA, 1993. 726 p.

15. Oxford Dictionary of Finance and Banking. – 3rd ed. Oxford: Oxford University Press, 2005. 678 p.

3.3 Переклад та структурно-семантичні особливості термінів у сфері бізнес-комунікацій

Невпинний розвиток науки й техніки вносить значні зміни до мовної та концептуальної картин світу, в декілька разів примножуючи в словниковому складі мови фахову лексику. Стрімкий розвиток бізнесу, економіки й міжнародна інтеграція в цій сфері зумовили інтенсивне зростання економічної і фінансової термінології та обумовили необхідність її всебічного дослідження. Реформи в українській економіці та інтеграція України у світовий економічний простір зумовлюють прямий вихід переважної більшості суб'єктів господарювання на світовий ринок, активну участь їх у міжнародних економічних відносинах, що вимагає досконалого володіння іноземною мовою.

Мова – це не лише засіб спілкування, але й віконце у світ культури, поглядів та цінностей людства. Німецька мова як одна з найпоширеніших у світі має свої визначні риси, серед яких особливе значення мають структурно-семантичні особливості термінів, що знаходять своє застосування в різних галузях знання, зокрема у економіці, бізнесі, технологіях, науці та культурі. Кожна мова має свої особливості, відображаючи унікальний підхід до

певних явищ. Німецька мова не виняток, особливо, коли йдеться про економічні терміни.

Термінологічна лексика, яка є результатом багаторічних досліджень й диференціацією нових наукових поглядів, відповідаючи досягненням науково-технічного прогресу, характеру виробничої, суспільно-культурної, політичної й економічної діяльності народу, його взаємодії з іншими етнічними схожими рисами, становить важливий компонент лексичної складової будь-якої розвиненої мови, яка є складною та багатогранною системою структурно-функціональних стилів.

Майже всі галузеві терміносистеми взаємодіють одна з одною і мають частину спільного термінологічного фонду. Сфера бізнесу як одна із ключових аспектів суспільства має власну розгалужену термінологію, яка відіграє важливу роль у мові. Економічні та бізнес-терміни допомагають точніше, зрозуміліше й акуратніше виражати економічні поняття та процеси, сприяючи ефективному спілкуванню і розвитку наукових досліджень.

Однією з основних ролей економічної термінології є точність та узгодженість. У економіці та бізнесі існує безліч понять, що мають свою специфіку та інтерпретацію. Наприклад, терміни «прибуток», «дохід» та «зиски» здаються схожими, але вони мають різні значення і застосування. Використання точних економічних термінів допомагає уникнути непорозумінь і спотворень у мовному виразі, що є важливим для фахівців та учених у галузі економіки.

Крім того, економічна термінологія стимулює розвиток науки та досліджень. Вона надає відповідність і системність економічним теоріям і моделям. Економічні терміни є основними будівельними блоками для формулювання гіпотез, встановлення закономірностей та аналізу економічних явищ. Завдяки економічній термінології науковці можуть спілкуватися та обмінюватися досвідом у галузі економіки з різних країн, що сприяє зростанню наукового потенціалу галузі.

До того ж, економічні терміни мають значення для розвитку економічної освіти та формування грамотних фахівців. Вивчення економічної термінології допомагає студентам засвоїти основні

принципи економіки та зрозуміти її закономірності. Крім того, це сприяє розвитку аналітичних здібностей та критичного мислення, що є важливими навичками для майбутніх економістів.

Згадуючи роль економічної термінології, не можна не зазначити її вплив на глобалізацію та міжнародну співпрацю. Світ економіки постійно зближується, і точність та узгодженість мовного виразу мають вирішальне значення для спілкування між країнами з різними мовами. Знання економічної термінології допомагає створювати платформу для діалогу, розвиваючи взаєморозуміння та сприяючи спільному розвитку.

Отже, економічна термінологія відіграє незамінну роль у мові, допомагаючи точніше виражати економічні поняття та процеси, стимулюючи розвиток науки та досліджень, підвищуючи рівень економічної освіти та сприяючи глобалізації та міжнародній співпраці. Вивчення економічної термінології має великий потенціал для розвитку мовної компетенції, підвищення професійного рівня та розуміння економічних реалій сучасного світу.

Економічну термінологію як сукупність назв економічних понять однієї із суспільних наук єднає із загальноживаною лексикою відкритість цієї підсистеми літературної мови. Тому деякі її одиниці порівняно легко проникають у загальномовний лексичний фонд, і, навпаки, термінологія запозичує із нього лексеми для найменування нових економічних понять.

Німецька економічна термінологія відіграє важливу роль у мові та економічних відносинах. Вивчення термінології не тільки покращує комунікацію та ефективність спілкування, але й стимулює розвиток наукових досліджень, розширює можливості кар'єрного зростання і підвищує конкурентоспроможність фахівців на міжнародному ринку праці. Знання німецької економічної термінології важливо не лише для економістів, але й для всіх тих, хто бажає брати участь у глобальному економічному співробітництві та зміцнювати взаємини з Німеччиною та німецькомовними країнами.

Семантичні особливості німецьких економічних термінів полягають у їхньому глибокому значенні та точному вираженні. Німецька мова славиться своєю точністю і ретельністю, що відображається у термінах, пов'язаних з економікою. Такі слова, як «Wirtschaftswachstum» (економічне зростання), «Arbeitslosigkeit» (безробіття) чи «Inflation» (інфляція), мають конкретні визначення, які допомагають уникнути неоднозначності.

Іншою важливою рисою німецьких економічних термінів є їхня складність та складність структури. Багато термінів утворені шляхом поєднання коренів, префіксів та суфіксів, що дозволяє створити нові слова зі специфічними значеннями. Наприклад, термін «Betriebswirtschaftslehre» означає «наука про економіку підприємства» і складається з п'яти компонентів. Така структура робить німецькі економічні терміни важкими для засвоєння, але в той же час дозволяє точніше передавати поняття.

Варто зазначити, що деякі німецькі економічні терміни мають глибокий культурний контекст, що відображає історичний досвід та цінності німецького суспільства. Наприклад, поняття «Soziale Marktwirtschaft» (соціальна ринкова економіка) є ключовим для німецького економічного підходу. Воно поєднує принципи ринкової конкуренції зі збалансованим соціальним захистом, висуваючи на перший план забезпечення справедливості та соціальної підтримки громадян.

З огляду на глибину значень та складність німецьких економічних термінів, їх вивчення та розуміння допомагають створити чітке та систематичне уявлення про економічні процеси. Це важливо не лише для фахівців, але і для всіх, хто цікавиться економікою та хоче розуміти причини та наслідки економічних явищ у світі.

Семантичні особливості німецьких економічних термінів визначаються їхньою точністю, складністю структури та культурним контекстом. Вони допомагають поглибити розуміння економічних понять та сприяють ефективній взаємодії економічних суб'єктів у сучасному світі.

Науковці досліджують окремі аспекти економічної

термінологічної лексики: словотворчу потенцію префіксальних дієслів (В. Пушкар), особливості конструкцій з імпліцитною номінацією, що функціонують в економічних текстах (В. Гурова), семантичні особливості економічних термінів (К. Житнікова; С. Кришталь), парадигматичні та синтагматичні особливості багатоконпонентних термінів економіки (В. Іщенко), лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки (М. Белозьоров, Ю. Зацний), лексикографічні питання унормування та стандартизації фінансової термінологічної лексики (О. Лотка, J. Graham, E. Wuster, H. Zerwes).

Безперечним є той факт, що на сьогодні достатньо розроблені лінгвістичні основи вдосконалення термінології, що є важливою передумовою утворення нових та удосконалення системи наявних термінів різних терміносистем. Однак цілий ряд проблем ще потребують аналізу, дослідження, вирішення. Серед них важливим є питання про те, як у тексті можна розпізнати термін та, за можливістю, визначити його значення.

Метою дослідження є ознайомлення із структурно-семантичними особливостями німецьких економічних термінів з метою полегшення їх перекладу на українську мову.

Останнім часом у дослідженнях з термінології помітне зростання масиву багатоконпонентних термінів. Це складні слова та словосполучення з різноманітною синтаксичною та семантичною структурою. Терміни, що мають структуру групи слів, позначаються в літературі по-різному: термінологічною лексемою у вигляді словосполучення [1, с. 39], термінологізованою групою слів [2, с. 76] або багатослівним терміном [3, с. 170].

Економічні терміни не є ані штучними новотворами, ані сумою назв суміжних галузей. Під економічним терміном ми розуміємо слово або словосполучення, що відображає реалії суспільно-виробничих відносин, які характеризують економічний лад суспільства.

Д. Мьон, який надає перевагу термінові «багатослівне найменування», посилається на те, що в описах словотвору німецької мови на цей аналітичний спосіб утворення найменувань

звернуто мало уваги [4, с. 113], і хоче звернути увагу дослідників на цю «знехтувану форму найменувань у німецькій фаховій мові» також і в аспекті викладання німецької мови для студентів економічних спеціальностей.

Вербально виражене поняття легко сприймається як термін у формі складного слова завдяки його єдності як графеми. При номінації поняття за допомогою групи слів виникає – особливо для учнів та нефхівців – складність, яка полягає у тому, щоб лексикалізовану синтаксичну одиницю відрізнити від вільного словосполучення [5].

Внаслідок багатократного використання група слів перетворюється в репродуковане найменування, в усталену частину інвентаря термінологічних найменувань. Якщо розглядати термінологічний інвентар з погляду способу його утворення, то з'ясується, що поряд з утворенням композитів використовуються також термінологічні групи слів, які є рівноцінні з композитами щодо чіткої диференціації фахових понять та в їх функціонуванні у фахових текстах. Для ілюстрації цієї рівності наведемо кілька прикладів (мовний матеріал взято з фахових лексиконів та словників, вказаних у списку літератури).

Сильна диференціація існує у понятті ціни. Оскільки визначення ціни підлягає різним модифікаціям, види цін поділяють за певними критеріями. Для формування типології найважливіших видів цін використовують обидва види найменувань: слово та словосполучення. Визначені ринком ціни є: *Allgemeinpreis* (загальна ціна); *garantierter Preis* (гарантійна ціна); «*open prise*» (відкрита ціна); *Schleuderpreis* (демпінгова ціна); *vorgeschriebener Preis* (запропонована ціна) та ін. Ціни згідно з категоріями покупців мають такі назви: *Ladenpreis* (ціна магазину); *Sonderpreis* (спеціальна (пільгова) ціна); *psychologischer Preis* (психологічна ціна) [6, с. 437]. Використання назв цін може також бути регламентованим: «Суди у ФНР не дозволяють використовувати позначення: «*unverbindlicher Richtpreis*» (орієнтовна ціна). Для характеристики запропонованих цін закон про картелі та підтримання конкуренції дозволяє тільки позначення:

«*unverbindliche Preisempfehlung*» (необов'язкова пропозиція цін) або «*unverbindlicher empfohlener Preis*» [6, с. 61].

У галузі торгівлі та комерційної діяльності потрібно розрізняти та класифікувати багато спеціальних понять за окремими аспектами. Для мовного оформлення цих специфікацій служать групи слів із прикметника (дієприкметника) та іменника. Традиційними найменуваннями із структурою словосполучення є, наприклад: *unlauterer Wettbewerb* (негласне змагання), *doppelte Buchführung* (подвійна система бухгалтерського обліку), *flüssige Mittel* (мобілізація ліквідних засобів), *stille Reserve* (анонімні (приховані) резерви), *offene Rechnung* (відкритий рахунок), *schwarzer Markt* (чорний ринок), *grauer Markt* (сірий ринок), *unbestellte Waren* (незамовлені товари), *kombinierter Verkehr* (комбінований торговий оборот (або грошове звертання), *kleiner Grenzverkehr* (малий прикордонний зв'язок), *schwebende Geschäfte* (незакінчені угоди), *schleichende Inflation* (прихована інфляція). Економічні терміни є в термінологічному словосполученні базовим компонентом найменування (ядром), якому підпорядковується атрибутивний прикметник чи дієприкметник. Із базовим компонентом «гроші» можна знайти такі термінологічні словосполучення: *heißes Geld* – «гарячі гроші» (грошовий капітал, який мобілізований короткостроково для досягнення спекулятивних прибутків), *neutrales Geld* – «нейтральні гроші» (гроші, які нейтрально відносяться до ходу економічного життя внаслідок відповідної грошової політики), *billiges Geld* – «дешеві гроші» (грошовополітична концепція для експансивної грошової політики), *fluktuierende Gelder* – «текучі гроші» (флуктуаційні, тобто ті, що коливаються, грошові суми, які зі страху знецінення грошей пересуваються із країни в країну), *fremde Gelder* – «чужі гроші» (довірені банку гроші), *aufgenommenes Geld* – «прийняті гроші» (гроші, які бере кредитна інституція для посилення власної ліквідності), *tägliche Gelder* – «щоденні гроші» (позики із щоденним попередженням).

Отже, німецька економічна термінологія збагачується як через словотвір, так і через лексикалізацію словосполучень. Термінологічні

словосполучення мають стійкий характер у плані їх семантичної специфікації. Структурно вони виявляють деяку варіативність: існує однозначність деяких словосполучень та композитів, словосполучень та абревіатур. Синтаксис термінологічних словосполучень економіки відображає здебільшого атрибутивні, рідше об'єктні відношення. Відношення синонімії, антонімії та семантичних полів об'єднують термінологічні словосполучення з рештою термінологічної лексики.

Однією із можливостей визначення значення економічного терміна є використання знань про способи та засоби словотвору. Якби зміни, зумовлені розвитком суспільства, не відбувались у мові, стабільними у ній залишаються певні словотворчі засоби, за якими можна визначати семантику термінів-іменників, утворених за правилами німецького словотвору (більшість термінів становлять іменники, оскільки номінація є носієм найбільш важливих змістів у пізнаванні дійсності). Словотворчими засобами суфіксального, префіксального та суфіксально-префіксального способів словотвору є суфікси, напівсуфікси, префікси, напівпрефікси. Так як економічна термінологія розвивається й нормалізується з урахуванням її національних та міжнародних функцій, має тенденцію до інтернаціоналізації і визначається специфічною рисою – наявністю переважної кількості складних термінів та термінів іншомовного походження, то афікси можуть мати й іншомовне походження [7, с. 31].

Наводимо приклади німецьких та іншомовних суфіксів, напівсуфіксів, префіксів, напівпрефіксів, за якими можна визначити, до якої семантичної групи належить термін:

– німецькі суфікси *-er, -ler, -ner, -ling* та запозичені *-at, -ent, -ant, -eur, -ar, -or, -är* вказують на особу: *Angestellter, Arbeitgeber, Arbeitsdirektor, Befrachter, Börsenmakler, Gläubiger, Freimakler, Tischler, Lehrling, Kandidat, Remittent, Kassier, Kommissionär, Akzeptant, Aufsichtsrat, Aktionär, Regierungspräsident*;

– німецькі суфікси *-e, -er, -sel, zeug-* та запозичені *-ator, -at* вказують на прилади, інструменти: *Leuchte, Kipper, Stoppsel, Hebel, Rektaklausel, Generator, Multiplikator, Aggregat, Automat*;

- німецькі суфікси *-e, -ei, -er, -nis, -schaft, -tum* та запозичені *-age, -ion* вказують на процес, стан: *Automatisierung, Minderung, Bewertung, Berufsgenossenschaft, Inbetriebnahme, Ergebnis, Wachstum, Kursfeststellung, Lieferung, Marktwirtschaft, Amortisation, Konzession, Drainage, Konzentration, Investition, Fusion, Divisionskalkulation*;

- німецькі суфікси *-e, -heit, -keit, -igkeit* та запозичені *-ismus, -ment* вказують на властивість: *Lange, Menge, Arbeitslosigkeit, Kürze, Wirksamkeit, Raffinement, Indossament, Keynesianismus, Konnossement, Realignment*;

- німецькі суфікси *-schaft, -tum, -heit, -gut, -werk, -zeug* та запозичені *-ie, -ar* вказують на колективність: *Aktiengesellschaft, Gemeinschaft, Eigentum, Staatsgut, Werkzeug, Handwerk, Bürgerschaft, Fahrzeug, Industrie, Mobiliar, Inventar, Makroökonomie*;

- німецькі суфікси *-e, -ei, -sel, -nis, -ung, -werk* та запозичений *tät-* вказують на предмети, речі та інше:

Analyse, Erzeugnis, Ladung, Produktivität, Konvertibilität, Liquidität;

- німецькі суфікси *-e, -ei, -nis, -ling, -ade, -tät, -at* вказують на місце, простір: *Barreserve, Bleiche, Schweißerei, Behältnis, Bedürfnis, Annuität, Ballustrade, Kombinat*;

- німецькі префікси *über-, fehl-* мають негативну оцінку: *Fehlfabrikat, Fehlanzeige, Fehlbestand, Fehlbetrag, Fehldruck, Überlast, Fehlkonstruktion, Fehleinschätzung, Überalterung, Überbestand, Überdruck, Überfeinheit, Überhartung, Überinvestitionen*;

- німецькі префікси *haupt-, hoch-, maximal-* вказують на вищий ступінь, повноту, самостійність, автономність: *Hauptverbraucher, Haupttriebkraft, Hauptstütze, Hauptabnehmer, Hauptauftragnehmer, Hauptduse, Hochglanz, Maximalprofit, Maximalwert, Maximalstrom, Hochdruckleitung, Hoherhitzung, Hochleistung, Hochspannungsleitung*;

- іншомовні префікси *mini-, mikro-* вказують на нижчий ступінь, підпорядкування: *Minimaldruck, Mikrowelle, Mikroprozessor, Mikrocomputer, Minipreis, Miniformat*;

- німецькі префікси *ge-, mit-* вказують на колективність:

Miteigentümer, Mitbesitzer, Mitarbeit, Mitbegründer, Mithilfe, Mitschnitt, Mitfahrgelegenheit, Mitgliedsausweis, Mitgliedsbeitrag;

– німецькі префікси *auf-*, *neben-* вказують на місце, положення: *Aufkauf, Aufkommen, Aufladung, Aufriss, Aufschlagverlust, Aufschlagwechsel, Aufputschmittel, Aufwand, Nebenrad, Nebeneffekt, Nebenerwerb, Nebenverdienst, Nebengebäude, Nebenbetrieb, Nebenprodukt, Nebenkosten;*

– іншомовний префікс *di-* вказує на склад: *Dipol, Dioxyd;*

– іншомовний префікс *syn-* вказує на з'єднання, контакт: *Synthese, Synchrongetriebe, Syntheseprodukt;*

– напівсуфікс *-werk* вказує на предмети речі: *Bauwerk, Gaswerk, Stahlwerk, Elektrizitätswerk, Tragwerk, Flechtwerk;*

– напівсуфікс *-einheit* вказує на кількість, цілісність: *Wahrungseinheit, Gewichtseinheit, Maßeinheit, Langeneinheit, Rechnungseinheit [8].*

Таким чином можна зазначити, що структура німецьких термінів відзначається своєрідною логічністю та системністю. Зазвичай, слова формуються шляхом поєднання основного слова з префіксами, суфіксами або іншими елементами. Ця специфіка мовної конструкції дозволяє з легкістю утворювати нові слова, що відповідають актуальним потребам суспільства та технологічному розвитку. Зокрема, у сфері техніки, де необхідно надавати назвам пристроїв та технологій точні та однозначні визначення, структурно-семантичні особливості німецьких термінів мають вирішальне значення.

Іншою характерною рисою структурно-семантичних особливостей німецьких термінів є їхня прецизійність. Німецька мова відзначається високим рівнем точності вираження, що допомагає уникнути неоднозначності та допомагає точно передавати поняття. Наприклад, у термінах економіки, що характеризують фінансові показники або економічні процеси, прецизійність дозволяє розуміти їхню сутність без спотворень або інтерпретацій.

Не менш важливою характеристикою структурно-семантичних особливостей німецьких термінів є здатність до складання словосполучень, які утворюють нові смисли та збагачують мову. Така комбінаторна природа німецьких термінів дозволяє використовувати одне слово у різних контекстах та отримувати нові, деталізовані відтінки значень. В економіці, наприклад, це дозволяє більш точно охарактеризувати різні аспекти підприємництва, фінансів, маркетингу тощо.

Загалом, структурно-семантичні особливості німецьких термінів відображають мовні традиції та особливості німецької культури. Вони забезпечують точність та зрозумілість мовних спілкувань, що має вирішальне значення для ефективного функціонування у різних сферах життя, зокрема, у глобалізованому економічному середовищі. Вивчення та розуміння цих особливостей сприяє поглибленню співпраці та взаєморозумінню між народами, збагачуючи світову культурну спадщину.

Під час перекладу економічних термінів з німецької мови на іншу, особливо на українську, виникають деякі складнощі через різницю у семантиці, стилістичних особливостях та особливостях юридичних норм.

Однією з першочергових особливостей перекладу німецьких економічних термінів є багатозначність деяких слів. Наприклад, німецьке слово «Handel» може бути перекладене як «торгівля», «комерція» чи «бізнес» залежно від контексту. Такі нюанси вимагають від перекладача глибокого розуміння ситуації та здатності знайти найточніший еквівалент у цільовій мові.

Другою важливою проблемою є наявність у німецькій мові довгих словосполучень, складних технічних термінів та аббревіатур. Під час перекладу таких конструкцій необхідно зберігати їхній зміст і структуру, щоб уникнути неправильного розуміння тексту. Зважаючи на це, перекладачі часто використовують спеціальні словники та довідники для знаходження точних еквівалентів.

Третьою проблемою у перекладі економічних термінів є національно-специфічні особливості. Багато економічних процесів,

назви компаній чи товарів мають свою унікальну назву, що не має прямого еквіваленту в іншій мові. У таких випадках перекладач повинен вибрати найближчий аналог або застосувати транслітерацію. Важливо зберігати унікальність та ідентифікацію економічних термінів, щоб зберегти їхню пізнавальну цінність та зрозумілість.

Крім того, слід зазначити, що економічна термінологія постійно змінюється та розвивається, особливо у зв'язку з глобалізацією та появою нових економічних процесів. Тому перекладачам важливо постійно вдосконалювати свої знання і стежити за останніми тенденціями у галузі економіки.

Переклад німецьких економічних та бізнес-термінів – це складне та відповідальне завдання, яке вимагає не лише знання мови, а й глибокого розуміння економічних процесів та культурних особливостей країн. Тільки перекладач, який добре орієнтується в обох мовах та економічних питаннях, зможе передати точний зміст та контекст німецьких економічних термінів, забезпечуючи зрозумілість та правильне сприйняття інформації.

Як висновок зазначимо, що полегшити при перекладі пошук необхідних еквівалентних відповідностей для німецьких термінів в українській мові допомагає не лише знання особливостей економічної термінології, а й знання того, що значення слова може визначатися як за допомогою словника чи за компонентами складеного терміна, так і семантикою словотворчих елементів.

Варто зауважити, що переклад економічних та бізнес-термінів – це важлива діяльність, яка має великий вплив на розуміння та співпрацю між країнами та господарськими суб'єктами. Щоб досягти успіху в цій сфері, перекладачу необхідно поєднувати мовні знання з глибоким розумінням економічних процесів та контексту, у якому вони функціонують. Тільки таким чином можна забезпечити точний та зрозумілий переклад економічних термінів, сприяючи успішному співробітництву та розвитку у сучасному глобалізованому світі.

Література

1. Deutsche Fachsprache der Technik / Hrsg. von W. Reinhardt. Leipzig, 1978. 268 S.
2. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. Leipzig, 1982. 283 S.
3. Hoffman L. Kommunikationsmittel Fachsprache / L. Hoffman. Berlin, 1984. 180 S.
4. Mohn D. Determinativkomposita und Mehrwortbenennungen im deutschen Fachwortschatz. Hinweise auf einen vernachlässigten Benennungstyp / D. Mohn // Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 12. München, 1986. S. 86–93.
5. Віталіш Л. Деякі структурно-семантичні особливості німецьких економічних термінологічних словосполучень / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uadocs.exdat.com>.
6. Kapferer C. Marketing-Worterbuch / C. Kapferer. Hamburg-Zürich, 1984. 367 S.
7. Захарчук Є. Греко-латинські елементи в багатокomпонентних одиницях термінології підприємництва / Є. Захарчук // Наука і сучасність : [зб. наук. праць]. Київ, 2000. Т. XXII. Вип. 2. Ч. 2. С. 262–69.
8. Rathmayr R. Fachworterbuch Marktwirtschaft Deutsch-Russisch / R. Rathmayr. Stuttgart-Dresden, 1993. 115 S.

3.4 Стилiстичні та лексичні аспекти використання спеціальних термінів у бізнес-комунікації

У сучасному світі економіка є однією з найважливіших галузей, яка впливає на функціонування суспільства та взаємовідносини між людьми. В контексті економічних процесів необхідні правові норми та регуляції, які забезпечують чітке функціонування та розвиток економічної системи. Використання правничих термінів стає необхідністю для точного вираження юридичних понять та їх розуміння в дискурсі з економіки та бізнес-

комунікації. Предметом нашого дослідження є лексичні та стилістичні аспекти функціонування правничих термінів в економічній літературі різних жанрів. Низку праць присвячено розгляду проблем функціонування термінів в літературі різних жанрів, семантизації та семантичної еволюції, правової стилістики, зокрема важливими для нашого дослідження є роботи Т.Кияка, О.Балацької, О. Боричевської О.Куц, С.Педашева, В.Овчаренко, Л.Козуб, М.Гузинець, О.Сніговської та ін.

Наша робота спрямована на аналіз використання правничих термінів у різних жанрах економічної літератури, з метою розкриття їх лексичних особливостей та стилістичного значення. Метою дослідження є виявлення специфіки використання правничої лексики в економічному фаховому мовленні та розуміння впливу цих термінів на комунікативну ефективність текстів різних жанрів.

Метою нашого дослідження є аналіз та розуміння особливостей використання правничих термінів у текстах, що стосуються економічної сфери, зокрема у бізнес-комунікації. Основні аспекти, які можуть бути включені до мети дослідження, включають:

- вивчення лексичного складу правничих термінів, які використовуються в економічній літературі різних жанрів;
- аналіз функцій і ролі правничих термінів у економічному дискурсі.
- виявлення стилістичних особливостей використання правничих термінів у текстах, пов'язаних з економічними питаннями;
- вивчення впливу контексту та жанру на використання та інтерпретацію правничих термінів у економічній літературі;
- розгляд варіативності перекладу правничих термінів з однієї мови на іншу у контексті економічних текстів.

Предметом нашого дослідження є стилістичні та лексичні аспекти використання правничих термінів у бізнес-комунікації на основі аналізу економічних текстів різних жанрів. Об'єктом нашого наукового доробку є правничі терміни, їхнє значення, функції та

стилістичні варіації у текстах, пов'язаних з економічними питаннями.

Завданнями нашого дослідження є наступні:

- аналіз лексичного складу правничих термінів, що використовуються в економічній літературі різних жанрів;
- вивчення функцій та ролі правничих термінів у економічному дискурсі;
- виявлення стилістичних особливостей використання правничих термінів у текстах з економічною тематикою;
- дослідження варіативності перекладу правничих термінів у контексті економічних текстів;
- аналіз впливу контексту та жанру на використання та інтерпретацію правничих термінів у економічній літературі.

Ці завдання спрямовані на отримання глибокого розуміння та аналіз лексичних та стилістичних аспектів використання правничих термінів у текстах економічної літератури різних жанрів.

Стилістичні особливості використання правничих термінів у економічній літературі різних жанрів є важливим аспектом нашого дослідження. Ці особливості визначаються специфікою мовного стилю, в якому вони використовуються, та комунікативними цілями автора.

Однією з основних стилістичних особливостей є формальність мовлення. Економічна література, особливо юридично-економічні публікації, вимагає точності, чіткості та використання формальних виразів. Використання правничих термінів допомагає досягти цих цілей, оскільки вони мають чітке визначення та точне правове значення.

Ще однією стилістичною особливістю є вживання термінологічних конструкцій та фразеологізмів. У юридичній термінології існують сталі фразеологічні звороти, які використовуються для передачі певних юридичних понять. Ці конструкції та фразеологізми відтворюють стиль мовлення, характерний для юридичного дискурсу, та надають тексту виразності та авторитетності.

Крім того, використання правничих термінів може впливати на синтаксичну структуру речень. Юридичні терміни часто вимагають використання специфічних синтаксичних конструкцій, зокрема довгі речення з численними підрядними реченнями. Це може робити текст важким для сприйняття, особливо для непрофесіоналів у галузі права та економіки.

Необхідно також враховувати аудиторію та цілі комунікації при використанні правничих термінів. У публікаціях для широкої аудиторії, наприклад, в економічних статтях для загального читача, необхідно пояснити терміни та використовувати більш просту мову для зрозумілості. У той же час, у спеціалізованих академічних працях можна використовувати чітко термінологію, оскільки аудиторія буде орієнтована на фахівців у цій галузі.

Таким чином, стилістичні особливості використання правничих термінів у економічній літературі різних жанрів визначаються формальністю мовлення, вживанням термінологічних конструкцій, впливом на синтаксичну структуру та адаптацією до аудиторії та цілей комунікації.

Одним із ключових аспектів дослідження є також вивчення лексичних варіацій та специфічності правничої лексики в економічній літературі. Змістовність та точність термінів мають вирішальне значення у професійному спілкуванні, тому їхнє використання потребує ретельного вивчення. Крім того, стилістичні особливості використання правничих термінів в економічній літературі також мають важливе значення. Варіативність стилістичних прийомів та використання мовних засобів можуть надати текстам різних жанрів особливого виразності, академічності або юридичної авторитетності. Аналіз стилістичних особливостей допоможе виявити, яким чином правничі терміни впливають на загальну комунікативну ефективність текстів, а також як їх можна використовувати для досягнення конкретних цілей комунікації.

Методологія нашого дослідження базується на аналізі економічної літератури різних жанрів, таких як наукові статті, юридичні документи, монографії та бізнес-документи.

Застосування лінгвістичних методів дослідження дозволить з'ясувати особливості використання правничих термінів у контексті економічної літератури, встановити лексичні зв'язки та семантичні переклади, а також проаналізувати стилістичні особливості їх використання.

Очікується, що результати нашого дослідження допоможуть краще зрозуміти лексичні та стилістичні особливості правничих термінів у контексті економічної літератури. Вони також сприятимуть поліпшенню комунікативної ефективності текстів, що містять правничі терміни, та розширенню нашого знання про взаємозв'язок між мовою та правом.

У нашому дослідженні виявлено наявність стилістичних особливостей у використанні правничих термінів у різних жанрах економічної літератури. Залежно від мети та аудиторії тексту, спостерігаються варіації в стилістиці правового мовлення. Наприклад, у наукових статтях частіше застосовуються формальні й абстрактні правничі терміни, водночас у популярних економічних статтях та документах для широкої аудиторії можуть використовуватися простіші й доступніші терміни.

Аналіз літератури з економіки також показав основні напрями використання правничих термінів, а саме:

1. Доступність термінології.

При написанні економічних текстів різних жанрів слід забезпечувати зрозумілість та доступність правничих термінів для широкої аудиторії. Важливо використовувати спрощену термінологію, пояснювати складні терміни та надавати контекстуальну інформацію.

2. Контекстуалізація термінів.

Правничі терміни повинні бути використані відповідно до контексту економічного тексту. Автори повинні бути уважні до того, як терміни використовуються у зв'язку з конкретними економічними поняттями та процесами.

3. Строгість термінології.

Правничі терміни мають точне визначення та специфічний смисл. Автори економічних текстів повинні дотримуватись

встановлених правил використання термінології та уникати некоректного або неправильного вживання термінів.

4. Сильова адаптація.

Залежно від жанру економічної літератури, автори повинні враховувати стилістичні особливості та побажання цільової аудиторії. У наукових статтях слід дотримуватись формальності та абстрактності, тоді як в популярних текстах можна застосовувати більш простий та доступний стиль.

5. Перевірка та редагування.

Автори економічних текстів повинні ретельно перевіряти використання правничих термінів у своїх текстах.

Одним із жанрів наукового стилю, за допомогою якого реалізується мовна функція повідомлення, є монографія. Під **монографією** в нашому дослідженні ми розуміємо працю, що містить наукову інформацію стосовно дослідження однієї теми, яку потрібно довести до різних верств суспільства. На лексичному та фразеологічному рівнях слід відзначити наявність великої кількості термінів з різних галузей знань, зокрема, монографії з економіки містять переважно економічну термінологію, можна також зафіксувати термінологію інших субмов, наприклад, юридичної.

Досліджуючи монографії та наукові статті «Modern Business Administration», «Financial Institutions and Markets in a Changing World», «Marketing Accounting Services», «Interpretation of Balance Sheets», «Investment», «Hotel and Food Service Marketing» та інші, ми дійшли висновку, що частотність вживання юридичної термінології у цих працях залежить від багатьох причин – від теми дослідження; мети, яку переслідує автор; мови, стилю науковця тощо. Водночас можна простежити і спільні тенденції – тенденції до поширеного вживання юридичної термінології. Продуктивними термінами, зафіксованими у проаналізованих нами монографіях, є: *bond, company, director, contract, law, tax, share, insurance, employment, employer, employee, mortgage, endorsement, rent:*

*These would include turnover, the profit, the **tax**, a note of any extraordinary items of significance and the directors' remuneration [15].*

*If the **company's** affairs are well run and the going concern basis is not in question, the liability as stated in the balance sheet can be accepted [15].*

*The **company's** resulting low working capital forced it to abandon its ambitious modernization programme and to find new sources of cash in an effort to stabilize operations [11].*

*Only £6 billion had been raised for the **contract** but over £1.5 billion of this was for the development contract for the EFA's radar [11].*

Приклади, які ми навели, взято із монографій, присвячених різним економічним проблемам, які швидше пов'язані з математичними розрахунками, ніж з юриспруденцією. Тому юридичні терміни, хоч і трапляються тут, але не так часто як в інших монографіях – в середньому 4–7 на всю працю.

Монографічні дослідження з економічних питань інвестування, маркетингу та менеджменту містять від 12 до 45 термінологічних одиниць правознавства:

*The question now arises as to how an investor, who accepts the above approach to risk, can assess the required return for a given **share** [6].*

*The overall aim is to minimise the impact of capital gains **tax** by realising just the right amount of net chargeable gain in a given year [6].*

*A growing number of companies now place restrictions on calls made by **employees** [16].*

*Also, such studies as those published in the «Wall Street Journal» reporting that surveyed **attorneys** on average attribute \$7 billings to every \$1 in advertising expense are other strong endorsements [17].*

*The former sell only their **employer's** products, are subject to contract of **employment** and are generally easier to direct and motivate [9].*

З прикладів бачимо, що всі терміни правознавства в економічній підмові монографій зберігають юридичне значення; вживаються без пояснень і входять у дискурс згідно з метою, яку переслідує автор та самим контекстом з правовим змістом. Отже, входження юридичної термінології в підмову економіки у монографічних працях є поширеним явищем, семантика тут зберігається.

Наукові статті з економіки також можуть містити терміноелементи юридичної терміносистеми. Як показав аналіз,

вживання юридичних термінів у статтях з теорії економіки, аналогічно до їх вживання у монографіях, залежить від багатьох факторів. Зазначимо, зокрема, що юридичні терміни в економічних статтях вжиті переважно там, де автор торкається питання комерційного права чи правових аспектів взагалі. Ми також простежили і ті випадки, коли юридичні терміни практично не вживаються, але юридичний дискурс присутній. У таких статтях питання економічних явищ та процесів розглядаються з точки зору економічної теорії з елементами теорії правознавства: *A formal contract may be prepared for senior staff. Only employees who work for more than 16 hours a week, etc. are entitled to this statement.*

Підручники належать до групи науково-навчальних видань, призначених для навчальних закладів різних типів. У нашому дослідженні під *підручником* ми розуміємо працю одного чи кількох авторів, присвячену висвітленню питання чи питань з певного предмета чи галузі науки, призначеного для учнів або студентів. Іноколи важко провести межу між підручником та монографією, адже і те, і інше служить джерелом знань для тих, хто вивчає конкретні питання, описані в цих працях. Ми розрізняємо переважно підручники двох категорій:

а) категорія 1 – підручники, пов'язані з такими галузями економіки, як бухгалтерський облік, аудит, банківська справа та ін. У таких підручниках вживаються в середньому 1 – 3 юридичні терміни на сторінку;

б) категорія 2 – підручники, присвячені юридичній основі економічних процесів. У них юридичні терміни вживаються частіше – можна зафіксувати від 3 до 11 юридичних термінів на сторінку. В більшості випадків терміни в контексті супроводжуються дефініціями, коментарями, поясненнями та прикладами для розкриття значення терміна та його місця в економічній підмові.

Для нашого дослідження ми користувалися підручниками, посібниками та методичними розробками зі США та Канади: «CPA Review. Business Law. A complete Study System», «Business Law», «The Accountant's Guide to Legal Liability and Ethics», «The Accountant's Handbook of Fraud and Commercial Crime», «Cost

Accounting. A Managerial Emphasis», «Auditing», «Fundamentals of Financial Management» та ін.

Розглянемо на конкретних прикладах популярне висвітлення юридичних термінів. Застосування та прагматичне значення терміна «contract» простежуємо в наступному контексті: *Contracts is a care area of business law and business transactions and, as such, will be of considerable interest to you as an accountant, auditor, and business person* [13]. Там же надалі подається дефініція: *A contract is a promise or a set of promises for the breach of which the law gives a remedy or the performance of which the law in some way recognizes as a duty* [13]. В літературі, яку ми розглядаємо, поруч зі означеннями термінів подаються і приклади для кращого розуміння того чи іншого юридично-економічного процесу. Далі у текстах простежуємо дефініції різновидів контрактів з відповідними прикладами: *A unilateral contract is one in which only one party makes a promise. The promisor expects the promisee to accept the offer merely by performance, not by making a return promise* [13].

В іншому підручнику зустрічаємо, наприклад, означення терміна *gift*, та пояснення його застосування у наступній життєвій ситуації: *A gift is a transfer of property by one party, acting voluntarily and without consideration, to another party. «I'll give you my piano» is far different from «I'll give you my piano if you pay me \$2,500 for it.» The former is interpreted as a stated intent to make a gift and needs much more to be legally binding. The latter, of course, is a contractual offer* [7]. Можна зустріти пояснення певних понять та юридично-економічних категорій за допомогою схем та малюнків. Наприклад, *assignment* входить у такий контекст: *Parties to a contract may transfer their rights and duties to others who were not original parties. Such a transfer of rights is termed an assignment* [7]. Далі фіксуємо схему-пояснення самого терміна і детальну її інтерпретацію. Інші терміни можуть подаватися у простих або порівняльних таблицях.

Юридичні терміни в проаналізованих нами економічних текстах з підручників, посібників та методичних рекомендацій можуть вживатися без супроводжувальних коментарів та прикладів. Наприклад, термін *penalty*, введений у контекст

економічного дискурсу, має суто юридичне значення, і подається без жодних пояснень та дефініцій: *The 1934 act imposes criminal penalties for willfully and knowingly making false or misleading statements* [14]. В аналогічний спосіб вжито також терміни *property*, *bailor*, *bailment* і *bailee*: *When a personal property is rented or loaned, the bailor makes an implied warranty that the property has no hidden defects that make it unsafe for use. If the bailment is for the sole benefit of the bailee, than the bailor is liable for injuries that result from defects in the bailed property only if the bailor knew about the defects and did not tell the bailee* [7].

Газетні/журнальні статті кваліфікуємо у дисертації як складові публіцистичного стилю, характерною ознакою якого є орієнтація на усне мовлення, елементи якого не лише виступають у ролі експресем, а й стають одним із прийомів зацікавлення читача. Якщо офіційно-діловий та науковий стилі прагнуть до найбільшої наукової інформативності, то публіцистика мусить бути водночас і впливовою, й інформативною. В досліджуваних нами газетних статтях з економіки, зокрема, з газет «Evening Standard», «Metro», «The Independent» та журналів «Newsweek», «Business Week», «Time», «The Economist», простежуємо вживання юридичних термінів переважно без дефініцій, okazіонально, в більшості випадків тоді, коли йдеться про правовий бік того чи іншого економічного явища.

У мові проаналізованих нами текстів статей частіше трапляються терміни *tax*, *contract*, *liability*: *New Zealand and Chile discovered that intractable unemployment problems melt away after the government cuts taxes on workers and passes labor-market reforms that increase the flexibility of companies in hiring and discharging employees. Redress is available even if a small company did not ask for or was denied an interest or payment-date provision in a contract or conditions of sale. Small firms need to give serious thought to how they can improve their credit management both to profit from their new legal rights now and to defend themselves against future liability* [10]. У цій статті вжито також інші терміни, наприклад *burden*: *The Late Payment Act is meant to help small firms stay afloat by forcing slow-*

*paying customer companies to settle up sooner, lightening a **burden** of overdue debt on small concerns now estimated to stand at 20 billion [10]. У тексті іншої статті вжито такі терміни, як *share, premium, trust, contract: In most markets, arbitrages swing between trading away discounts and **premiums** between index futures and the underlying shares. But, for most of the past year, index futures have traded at a **premium** to the stockmarket. The reason is that those Japanese institutions that have to own **shares**, such as investment **trusts**, saw index futures as the best way to invest in equities while tying up as little cash as possible. They should end the six-minute trading halts that take effect each time the futures contract moves by 30 Nikkei points [18].* Термін *premium* надає дискурсу економічного змісту, відповідного когнітивного потенціалу, але у поєднанні з іншою лексикою, зокрема політичною, країнознавчою, він надає стилю політичних ознак. Інші перелічені терміни є юридично-економічними терміноелементами, які зустрічаємо у літературі з економіки та юриспруденції.*

Ми зафіксували в статтях економічної тематики названих вище публіцистичних видань від 1 до 6 юридичних термінів на статтю. Це орієнтує на думку, що будь-який економічний процес чи економічна операція повинна спиратися, насамперед, на правові норми ділових і особистих контактів. Публіцистика, як і будь-який інший стиль, зокрема у економічній літературі, має відношення до етики та екології мови. Наскільки етичною є стаття, настільки ж вона є правовою. Тому в статтях на економічну тематику завжди присутній юридичний дискурс.

Документ є особливим видом ділового мовлення. Під *економічною документацією* ми розуміємо діловий папір, що юридично підтверджує якийсь факт в економічних процесах чи право на щось.

В економіці поширеними документами є угоди, контракти, чеки, векселі, акредитиви та ін. Як показав аналіз економічної літератури, юридичні терміни вживаються практично в усіх ділових паперах і будь-який економічний документ має юридичну основу

(якщо він не набуває юридичної сили і не може розглядатися в суді, то він не є документом взагалі).

Поширеними в економічних та юридичних угодах є підписання домовленостей між двома чи більше сторонами із зазначенням певних зобов'язань. Йдеться про ще один вид документа – контракт, який, як і всі раніше зазначені комерційні документи, може розглядатися у суді. Це один із документів, в яких вживається найбільше юридичних термінів. Водночас, контракти належать до документів юридичної практики, зокрема поширене їх використання фіксуємо у комерційному праві. Актуальними є сьогодні підписання угод між державами різних рівнів розвитку економіки, зокрема для нашої держави, яка налагоджує зв'язки з усіма державами світу. Тому важливим є дослідження юридичної термінології, яка входить у контекст контрактів.

Аналізуючи фактологічний матеріал, ми простежили, що в контрактах чи угодах продуктивними є такі терміни: *contract, agreement, employer, employee, law, term, validity, witness*. Ці терміни в контексті документів зберігають юридичне значення, є однозначними та точними, вживаються без пояснень та коментарів: *This **agreement** shall be construed and enforced in accordance with the laws of the State of Anystate. In addition, the Employee is entitled to receive benefits in accordance with the Employer's standard benefit package, as amended from time to time. The validity, interpretation, construction and performance of this **agreement** shall be governed by the Laws of the Province of Ontario.*

Терміноелементи юридичної терміносистеми *agreement* – «угода» та *contract* – «контракт» є невід'ємною частиною будь-якого контракту та угоди: *XYZ Associates agrees that, except as directed by Client, it will not at any time during or after the term of this **Agreement** disclose any Confidential Information to any person whatsoever and that upon the termination of this **Agreement** it will turn over to Client all documents, papers, and other matter in its possession or control that relate to Client. This **contract** is made between two parties: _____ the **Employee** and _____ the **Employer/the Institute**.* Наведені приклади доводять, що семантика термінів

економічного дискурсу контрактів відповідає семантиці тих самих термінів будь-якого юридичного дискурсу.

В економіці застосовують найрізноманітніші контракти. Окремим видом контрактів є контракт продажу певної продукції, майна і тощо. У одному з них фіксуємо терміни *purchase, indemnify, validity, contract, penalty*: *The Seller shall sell and the Buyer shall purchase the new technological line for food processing industry, Model ZX245. In the case if the Seller couldn't deliver the line in the mentioned above terms without any particular reason, the Seller should indemnify the Buyer all possible losses including 0,5% penalty every day of the shipment delay, and the Contract should be considered annulled. The Contract was done in duplicate.* Дискурсний аналіз наведених уривків, зокрема під кутом зору його соціологічних та правових реалій, дає підстави кваліфікувати термін *contract* як інтеркатегоріальний, інтердисциплінарний.

Таким чином, наведені приклади свідчать про все більше поширення юридичних термінів у різних жанрах економічної літератури. У підручниках та посібниках ці терміни використовуються з доданими коментарями, поясненнями та прикладами, іноді без викладених дефініцій. Вони також можуть зустрічатися в статтях газет або журналів, а також у правових угодах і документах, не завжди супроводжуючись повним визначенням. Юридичні терміни, що стосуються контрактів та угод, відзначаються своєю однозначністю, точністю і повною відповідністю юридичному значенню.

Аналізуючи дослідження юридичної термінології в різних жанрах економічної літератури, ми дійшли таких висновків:

1. Юридичні терміни входять в економічну літературу різних жанрів, що свідчить про існування правової сторони будь-яких економічних відносин та економічних теорій. Ми розглянули функціонування юридичних термінів у підручниках, у публіцистичних виданнях, у комерційних документах та контрактах. Переважну більшість терміноелементів можна зафіксувати у підручниках, присвячених юридичним основам економіки. Аналізуючи комерційні документи, ми дійшли

висновку, що юридичні терміни не у великій кількості, але вживаються там, оскільки будь-який документ є таким, що має юридичну основу і може розглядатися в суді.

Дискурсний аналіз літератури показав, що існують терміни інтеркатегоріальні та інтердисциплінарні (наприклад, *contract, bill, payment*). У контекстах певних видів комерційних документів ми не зафіксували використання юридичних термінів, хоча юридичний дискурс там присутній і відображений за допомогою економічної термінології. У монографіях, статтях з економічних питань, підручниках, посібниках та правових угодах і документації спостерігається взаємодія термінологій як засіб реалізації ділового стилю з юридично-економічним змістом.

Результати дослідження мають велике значення для наукової спільноти, практикуючих юристів, письменників та перекладачів, а також для всіх, хто займається написанням та редагуванням текстів з правовим контекстом. Розуміння лексичних та стилістичних особливостей правничих термінів допоможе покращити якість комунікації, уникнути непорозумінь та забезпечити точне та зрозуміле викладення правової інформації. Особливості використання правничих термінів у дискурсі з економіки можуть бути об'єктом досліджень в галузі правової стилістики, лексикології та перекладознавства.

Література

1. Балацька О. Л., Куц О. В., Педашев С. А. Особливості англо-українського перекладу багатокомпонентних термінів: лексичні трансформації. Молодий вчений. 2019. № 5.1 (69.1). С. 14–17.
2. Боричевська О. В. Правова стилістика: навчальний посібник. Київ: Юрінком Інтер, 2018. 352с.
3. Гузинець М., Козуб Л. Специфіка перекладу термінів в підмові аграрної галузі. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». 2015. Вип. 55. С. 73–74.
4. Кияк Т.Р. Функції та переклад термінів у фахових текстах. Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. 2007. Вип. 32. С. 104-108.

5. Сніговська О. В. Особливості перекладу англійських і новогрецьких Економічних багатокomпонентних термінів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». 2016. Вип. 61. С. 329–332.

6. Adamson J. Basic Law and the Legal Environment of Business. Chicago, 2016. 630p.

7. Anderson R. Business Law. South–Western Publishing Co., 2017. 760 p.

8. Appleby R. Modern Business Administration. London, 2016. 500 p.

9. Buttle F. Hotel and Food Service Marketing. London, 2016. 414 p.

10. Evening Standard. London, 9.02.1999.

11. European Cases in Strategic Management. London, 2017. 431 p.

12. Fraser D., Rose P. Financial Institutions and Markets in a Changing World. Homewood, Illinois, 2017. 697 p.

13. Gleim I., Ray J. CPA Review. Business Law. Gainesville, Florida, 2017. 682 p.

14. Horne J., Dipchand C., Hanrahan J. Fundamentals of Financial Management. Ontario, 2017. 810 p.

15. Hutchinson H., Dyer L. Interpretation of Balance Sheets. British Library Cataloguing in Publication Data, 2018. 77 p.

16. Lientz B., Rea K. Data Communications for Business. Toronto, 2019. 326 p.

17. Listman R. Marketing Accounting Services. Homewood, Illinois, 2019. 196 p.

18. The Economist. London, 2020.

РОЗДІЛ 4

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИМІРИ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОГО ПРОСТОРУ

4.1 Розвиток міжкультурної компетентності у навчанні студентів-перекладачів

Міжкультурна обізнаність є процесом усвідомлення та самим розумінням власної культури та у взаємозв'язку із іншими світовими культурами. Метою такого навчання є підвищення міжнаціональної та міжкультурної толерантності та розуміння. Це може відбуватись різноманітними способами, адже крос-культурне навчання жодним чином не обмежується вивченням мови, а проявляється у всіх галузях освіти.

Міжкультурна компетентність розглядається як одна зі складових іншомовної комунікативної компетентності. На думку прихильників цієї точки зору, культура є п'ятим вмінням, яке треба розвивати в процесі іншомовної підготовки разом із говорінням, читанням, аудіюванням та письмом. Звідси, міжкультурний компонент є органічним доповненням комунікативної компетентності. Він модифікує інші компоненти іншомовної компетентності, додаючи їм міжкультурного виміру.

Міжкультурна обізнаність у вивченні іноземної мови, як визначає Клер Крамш, є запорукою успішного володіння мовою. Культура не є п'ятою навичкою поряд із навичками говоріння, читання чи письма, мова визначається саме культурою. Ми не можемо бути компетентними у мові, якщо не розуміємо культуру, яка її сформувала, зазначає Клер Крамш. Неможливо вивчити мову, якщо не маємо розуміння її культури і того, як ця культура пов'язана із нашою власною культурою та мовою. Саме тому важливою є обізнаність не лише культурна, але і міжкультурна [5]. Звідси, як вона наголошує, міжкультурна обізнаність сама не є вмінням, а радше набором вмінь та ставлення, які можна назвати компетенцією.

На цьому наголошує О. Пасічник у своїй статті «Міжкультурна компетентність як складова іншомовної комунікативної компетентності» [3].

Як доповнення до цього І. Філіпова зазначає, що поняття міжкультурної компетентності є здатністю особистості пізнавати власну культуру, а також навчитись новій культурі, новій мові, іншим позитивним навичкам поведінки, вміти їх застосовувати у власному культурному просторі та ефективно взаємодіяти з представниками інших культур. У цьому зв'язку важливим і невід'ємним від поняття міжкультурної компетентності є, на її думку, розуміння толерантності, емпатії, національної ідентичності, але в той же час яскраве прагнення пізнання іншої культури, іншого народу [4].

На розвиток лінгводидактики, що стала останнім часом синонімом "методики", значним чином вплинули і продовжують впливати різноманітні психологічні школи. Огляд їх впливу видається актуальним у зв'язку з гуманізацією освіти в цілому і популярністю гуманістичної концепції Карла Роджерса в галузі навчання іноземним мовам за кордоном, зокрема.

Сформований до 40-50-х років біхевіоризм паралельно зі структуралізмом в лінгвістиці надав настільки серйозний вплив на методику, що аудіолінгвальний метод навчання, що виник в результаті цього впливу, домінував у навчанні іноземним мовам протягом двадцяти і більше років і продовжує залишатися, якщо не в чистому вигляді, то в багатьох його проявах і в даний час не тільки в зарубіжній, але і у вітчизняній практиці навчання. Відомо, що біхевіоризм, починаючи з його класичного представника І. Павлова і закінчуючи Б-Ф. Скіннер, концентрувався на зовнішньому прояві людської поведінки (звідси й назва), і зводив його до ланцюга стимулів-реакцій і вирішальної ролі так званого "підкріплення", наступного за кожною реакцією. Аудіолінгвальний метод аналогічним чином зводив оволодіння мовою до процесу формування навичок, в результаті закріплених реакцій за умови позитивного підкріплення.

Між тим, вже на початку 60-х років біхевіористичний підхід і заснований на ньому аудіолінгвальний метод зазнали серйозної критики їх опонентами-когнітивістами. На відміну від біхевіористів, що описують поведінку, в тому числі і мовне, в його зовнішньому прояві, когнітивна психологія зосередилася на глибинних розумових процесах, не підвладних зовнішньому спостереженню. Замість відповіді на запитання "що?" вони шукали відповідь на питання "чому?" Так, теорія пізнавального коду, що виникла в надрах когнітивізму, робила акцент на пізнанні мови за допомогою розумових процесів, із застосуванням різних стилів і стратегій навчання як пізнавальної діяльності. Засновником цієї теорії вважається Роберт Ганьє (Robert Gagne), який виділив 8 видів навчання – від сигнального і типу стимул-реакцію до рішення проблем (problem-solving) [1].

Інший представник когнітивізму – Осбель (Ausubel) в 1968 році запропонував когнітивні стилі, які характеризують поведінку людини в її пізнанні – рефлексивний, імпульсивний, полезалежний, полenezалежний, терпимий до невизначеності (tolerance of ambiguity).

Як встановили дослідники, когнітивні стилі породжують певні стратегії навчання. Вивчили ці стратегії стосовно навчання іноземним мовам Рубін і Стерн (Rubin and Stern 1975) і назвали 7 характеристик, необхідних для хорошого оволодіння мовою:

- Бажання здогадуватися і точність догадок;
- Сильна мотивація до спілкування;
- Розкутість;
- Увагу до мовної форми;
- Пошук партнерів по спілкуванню;
- Самоконтроль мовлення;
- Увагу до сенсу.

Британська дослідниця Кріс Роуз розглядає поняття культурної компетентності, пов'язуючи його передусім із мовою, адже, якщо мова розцінюється як соціальна практика, культура стає основою вивчення мови. Вербальне спілкування – це не тільки мета і кінцевий результат, але й одночасно засіб навчання.

Значення високої мотивації навчальної діяльності у концептуальному сприйнятті іноземної мови неодноразово відзначалось спеціалістами в області психології навчання і методики викладання [1]. Визнано, що вивчення ділової іноземної мови має бути головною характерною рисою навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах немовного профілю, бо воно ґрунтується на врахуванні потреб майбутніх фахівців і є запорукою успіху і вдалої кар'єри. Культурна обізнаність повинна розглядатись, за словами Роуз, як шлях до оволодіння мовою, ряд практик, що потребують обізнаності та власної точки зору, а не як п'яте вміння поряд із читанням, письмом чи говорінням. [6]

Вона наводить перелік вмінь та точок зору, що складають міжкультурну компетентність:

- Спостереження, визначення
- Порівняння і співставлення
- Обговорення значення
- Робота із двозначністю
- Ефективне інтерпретування повідомлень
- Визнання іншої точки зору
- Прийняття інакшості

Пізніші дослідження Майкла О 'Мейлі та ін (Michael O'Malley) виявили 24 стратегії вивчення іноземної як другої мови, які можна розділити на три великі групи:

- Метакогнітивні стратегії, які включають попереднє планування навчання, усвідомлення процесу навчання, оцінку результатів і т.п.;
- Когнітивні стратегії, пов'язані безпосередньо з оперуванням навчальним матеріалом (повторення, групування, дедукція, конспектування, запам'ятовування ключових слів і т.п.);
- Соціоафективні стратегії, які передбачають співпрацю, а також компенсаторні стратегії для з'ясування незрозумілого (перезапит, парафраз, приклади і т.п.).

Засновник сугестопедії болгарський лікар-психіатр Георгій Лозанов в 1979 виходив із припущення, що людський мозок здатний засвоювати набагато більші обсяги нового мовного

матеріалу за рахунок зміни умов навчання, зокрема створення сприятливої атмосфери релаксації шляхом включення музики бароко в навчальний процес. Саме подібна музика стимулює розумові процеси і робить студентів більш сприйнятливими до засвоєння нового мовного матеріалу. Незважаючи на багато практичних проблем, що виникають при реалізації даного методу, на основі сугестопедії виникли інтенсивні методи навчання іноземним мовам [2].

На відміну від сугестопедії "Silent Way" не знайшов будь-якого втілення у вітчизняній методиці, але широко відомий на Заході. Він характеризується проблемно-пошуковим підходом до організації навчання і був розроблений Калєб Гатєньо, відомим представником когнітивізму. Цей метод зазнає критики за нераціональну витрату часу на пошук рішення, яке вчитель може повідомити буквально за хвилину. Однак не можна не погодитися, що сама ідея більшої самостійності учнів і зменшення мовної активності вчителя актуальна і плідна [2].

Подальші психологічні та методичні дослідження показали, що успішність оволодіння іноземною мовою визначають не тільки розумові когнітивні процеси, пов'язані з розумом, розсудливістю, а й афективна сфера, що відноситься до емоцій і почуттів. У психології активно вивчалися так звані особистісні фактори, багато з яких виявилися релевантними для вивчення іноземної мови. Початок цьому було покладено Карлом Роджерсом (Carl Rogers), засновником гуманістичної психології, який, будучи лікарем-психіатром, ще в 1951 році у своїй монографії описав 19 принципів людської поведінки, згідно з якими людина – перш за все емоційне істота, залишаючись при цьому фізичним і суб'єктом, що пізнає. По-справжньому гармонійна людина "живе в мирі зі своїми почуттями та емоціями, він повністю реалізує свій потенціал, він позбавлений оборонних стратегій, він творить, створюючи себе заново в кожен момент кожної дії, в кожному прийнятому рішенні" [1].

Гуманістична концепція Роджерса стосовно до навчання іноземним мовам знайшла свій розвиток у працях Карран і багатьох

інших дослідників, які серед релевантних для вивчення іноземних мов характеристик називають мотивацію, рівень тривожності, рівень самооцінки, скутість (розкутість), схильність до ризику, емпатію, екстравертність.

Мотивація є, за результатами досліджень, найбільш незаперечним і вивченим фактором успішності навчання в цілому та вивчення іноземних мов, зокрема. Вона є запусковим механізмом будь-якої діяльності, будь то праця, спілкування чи пізнання. Крім широко відомої зовнішньої і внутрішньої мотивації, в зарубіжній психології розрізняють глобальну, ситуаційну та інструментальну мотивацію. Дослідження показали, що всі ці види мотивації необхідні при вивченні іноземних мов. Цікаво, що мотивація як задоволення потреб дуже тісно пов'язана з біхевіористською теорією підкріплення. Підкріплення відбувається всякий раз, коли задовольняється потреба, а це в свою чергу, посилює мотивацію. Мотивація є найбільш безперечним і вивченим фактором успішності навчання в цілому і вивченні іноземної мови зокрема. Вона є пусковим механізмом будь-якої діяльності, чи то праця, спілкування чи пізнання.

Існує багато сучасних підходів до проблеми мотивації, зокрема розглядається її зв'язок із культурою. Один з аспектів – вміння орієнтуватися в соціокультурному середовищі країни, мова якої вивчається. Найбільш цікаві в цьому плані роботи В. Сафонові, Є. Пасова, В. Кузовлева, Т. Тучкової, Б. Монка [1].

Психологи стверджують, що передача знань від вчителя до учня минаючи власну діяльність учня з оволодіння знаннями, є неможливою. Домінуючими мотивами навчальної діяльності учнів повинні стати мотиви пізнання навколишнього світу. При цьому важливо, щоб учні оволодівали діями й засобами цього пізнання, щоб на першому місці були мотиви їх реалізації себе як особистості. Тому необхідно наголошувати на мотивації, як результаті внутрішніх потреб людини, її інтересів й емоцій, цілей та задач, наявність мотивів, спрямованих на активізацію її діяльності.

Формування мотивів – це насамперед створення умов для проявлення внутрішніх стимулів до навчання, усвідомленням їх

самою людиною та подальший саморозвиток мотиваційної сфери. Між тим при оволодінні іншомовною культурою зовсім не байдуже, які мотиви стимулюють до здійснення діяльності. Найбільш цінні мотиви важливо довести до рівня повного усвідомлення, щоб надати їм спонукальної сили [1].

Соціально-психологічні умови, в яких існує реально діючий мотив, визначають формування мовленнєвих навичок і вмінь, необхідних для оволодіння іноземною мовою. Відповідаючи життєвим потребам, цей мотив співпадає з метою кожної конкретної навчальної дії. За теорією діяльності, тотожність мотиву і мети робить діяльність ефективною [1].

Існує зовнішня та декілька видів внутрішньої мотивації. Зовнішня мотивація, як правило, націлює людину на досягнення кінцевого результату вивчення. Внутрішня мотивація має сильний стимулюючий вплив на процес вивчення. А для цього необхідно будувати процес вивчення таким чином, щоб ті хто вивчають мову на кожному етапі відчували просування до визначеної цілі. Крім зовнішньої та внутрішньої мотивації в зарубіжній психології розрізняють глобальну, ситуаційну та інструментальну мотивацію. Дослідження показали, що усі види мотивації необхідні при вивченні іноземної мови [1].

Активізація та інтенсифікація навчання відбувається завдяки залученню психологічних, особистісних можливостей викладача і студента, а також соціально-психологічних можливостей, які закладені у характерній для розвинутого навчального колективу взаємодії та взаємостосунках.

Соціально-психологічні умови, в яких існує реально діючий мотив, визначають формування мовленнєвих навичок і вмінь, необхідних для оволодіння іноземною мовою. Відповідаючи життєвим потребам, цей мотив співпадає з метою кожної конкретної навчальної дії. За теорією діяльності, тотожність мотиву і мети робить діяльність ефективною [1].

Відповідно до дидактичної теорії, у руслі якої здійснюється процес навчання, визначаються особливості підготовки і проведення навчального заняття. Досить докладно описана їхня

специфіка в пояснювально-ілюстративному і проблемному навчанні (І. Лернер, А. Матюшкін, М. Махмутов, І. Черг та ін.). Його суть полягає у виході за межі сучасного світогляду, інтегруванні традиційного і нетрадиційного знання, у пошуку нестандартних шляхів вирішення професійних задач, посиленні суб'єктивної поведінки студента (С. Сисоєва, В. Рибалка, О. Піхота) [1, с. 18-20].

Активізація та інтенсифікація навчання відбувається за рахунок більш активного використання психологічних, особистісних можливостей, якими володіють викладач та студенти, а також соціально-психологічних можливостей, які закладені у характерній для розвинутого навчального колективу взаємодії та взаємостосунках. Мотивація учіння відіграє вагомую роль у засвоєнні знань, особливо тоді, коли воно здійснюється у порівняно стислий проміжок часу в умовах включення студента в різні види життєдіяльності.

Звідси, домінуючими мотивами навчальної діяльності студентів повинні стати мотиви пізнання навколишнього світу. При цьому важливо, щоб вони оволодівали діями й засобами цього пізнання, щоб на першому місці були мотиви їх реалізації себе як особистості. Тому необхідно казати про мотивацію, як результат внутрішніх потреб людини, її інтересів й емоцій, цілей та задач, наявність мотивів, направлених на активізацію її діяльності.

Не зважаючи на те, що ці вміння відточуються в ході інших видів діяльності, міжкультурна компетентність відрізняється підвищеною увагою до цих умінь, що робить його особливо досяжним завданням. Ба більше, хоч компетенція і виходить за межі простого набору знань, вмінь міжкультурної обізнаності можливо навчити, розробивши матеріали за темами, що стосуються культури та міжкультурних зв'язків як їх основи [6].

У зв'язку із цим Кріс Роуз розглядає питання особистості викладача у цьому процесі. Також вона ставить питання, чи у процесі міжкультурного навчання до звичних ролей викладача додається певний ідеологічний вплив на студента [6].

Таку думку вона заперечує, адже наголошує, що у процесі навчання викладач передусім допомагає дізнатись більше про навколишній світ та навчитись із ним взаємодіяти.

Крім того, саме викладачі іноземної мови завдяки своїй обізнаності в інших культурах, подорожам, досвіду життя та необхідній гнучкості в їх сприйнятті можуть бути унікальними медіаторами культурної відмінності.

Міжкультурна освіченість, як було визначено, включає різні перспективи бачення співпраці з іншою культурою. Крос-культурно компетентні студенти повинні бути здатними:

- бачити свою культуру з саме її точки зору (мати добре розуміння і усвідомлення власної культури)
- розуміти, як їх культуру сприймають інші країни чи культури
- бачити і розуміти, як її сприймають представники інших культур.

Крім того, Кріс Роуз пропонує ряд прийомів для розвитку міжкультурної компетентності. Серед них такі:

- розробити путівник, плакат чи інтернет-сторінку для гостей рідного міста, країни чи регіону. Вони можуть бути корисними не лише для пошуку мальовничих місць, гастрономічних чи інших родзинок, а також і надавати відвідувачам інформацію про особливості, що гостям можуть видатись незвичними чи дивними у їх рідній культурі чи звичаях
- підібрати статті чи уривки з книг, газет, журналів або веб-сайтів, написані людьми, що відвідали рідне для студента місто (країну, регіон)
- ознайомлювати студентів із джерелами інформації про цільову культуру. І знову, газети та веб-сайти можуть стати неоціненними джерелами інформації. Фільми та літературні тексти також яскраво зображають її.
- викладач, що не є носієм мови, яку викладає, теж відіграє значну роль, адже будучи представником одної культури, має уявлення та певний запас знань\досвіду про цільову культуру.

Якщо студенти долучились до цільової культури, вони можуть розповісти про свій досвід, підготувавши письмові чи усні презентації із порадами для інших студентів. Якщо немає такого джерела інформації, студентів можна залучити до цінної творчої письмової діяльності – уявної подорожі у цільову культуру і очікувань щодо можливих труднощів та непорозумінь, що можуть їх чекати, і креативних способів їх вирішення. І саме на цьому етапі студенти можуть оцінити свій рівень обізнаності у цільовій культурі на завершення пройденого курсу у порівнянні із початком– чи змінилось їхнє ставлення і сприйняття.

За словами педагога-практика, зазвичай видається, що міжкультурної комунікації можна навчитись без проблем. Багато вважають, що студенти одразу вивчають і культуру, якщо вона є невід’ємною частиною мови, що вчити окремо її неможливо. Та вона наголошує, що навчання міжкультурної обізнаності є життєво важливим, якщо сучасний педагог має на меті давати актуальні та значущі знання. У сучасній ситуації у світі це саме та робота, що неухильно доводить свою важливість.

Література

1. Зязюн І.А. Неперервна освіта: концептуальні засади і сучасні технології // Творча особистість у системі неперервної освіти. Харків, ХДПУ, 2002 р.

2. Пометун О., Пироженко Л. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання. К., 2004.–192 с.

3. Пасічник О. Міжкультурна компетентність як складова іншомовної комунікативної компетентності. *lib.iitta.gov.*: веб-сайт. URL: https://lib.iitta.gov.ua/725323/1/Pasichnyk_Intercultural_Competence.pdf

4. Філіпова І. Формування та розвиток міжкультурної компетенції як важливе завдання університетської освіти *inforum*: веб-сайт. URL:

<https://www.inforum.in.ua/conferences/12/8/5>

5. Kramsch Claire Context and Culture in Language Teaching OUP Oxford, 1993. 308 с.

6. Rose C. Intercultural learning *teachingenglish.*: веб-сайт. URL: <https://www.teachingenglish.org.uk/professional-development/teachers/understanding-learners/articles/intercultural-learning-2>

4.2 Міжкультурна комунікація і науково-технічний переклад у професійній діяльності IT-фахівців

Міжкультурна комунікація відіграє надзвичайно важливу роль у житті професійних спільнот в епоху інформатизації та глобалізації. У процесі міжкультурної комунікації здійснюється реалізація певних соціально значущих цілей у різних сферах професійної діяльності, а саме: обмін і передача інформації; розвиток професійних якостей; формування ставлення до себе зокрема та суспільства в цілому; обмін результатами професійної та наукової діяльності, інноваційними методами, засобами та технологіями; обмін емоціями. Для забезпечення ефективної комунікації необхідно, щоб учасники процесу спілкування розуміли один одного, використовуючи спільну мову, яка досить часто не є рідною мовою ні для адресата, ні для адресанта так звана «*lingua franca*». Такою мовою сьогодні є англійська як найбільш вживана мова міжнародного бізнесу, науки і співпраці професійних спільнот.

Сучасні дослідження міжкультурної комунікації базуються як на наукових розвідках лінгвістики, так і соціології, психології та культурології (Ф. Бацевич, Е. Голл, А. Вежбіцька, Дж. Кондон, Дж. Фаст).

Міжкультурну комунікацію розглядають як «спілкування носіїв різних культур, які послуговуються різними мовами» [1, с. 252] і відповідно мають сформовану свідомість на основі образів та уявлень, притаманних їхній культурі.

Саме через подолання культурної обмеженості свого сприйняття, способу мислення і дій можна досягти ефективної міжкультурної комунікації, вважає Е. Голл і трактує культуру як

сукупність цінностей, норм і переконань, які становлять систему смислів представників окремої етнокультурної спільноти, що визначають їх діяльнісні орієнтири та міжкультурні комунікативні процеси [5].

У сучасній зарубіжній науці дослідження міжкультурної професійної комунікації здійснюється у межах дискурсивного підходу до розгляду цього поняття. Дискурс (*франц. discourse – мовлення*) – процес та результат мисленнєво-мовленнєвої соціально-значущої інтерактивної діяльності. Згідно з таким підходом, увага зосереджується на процесах породження, оформлення та практичного використання мови дискурсивною спільнотою, групами людей, які об'єднані професійною діяльністю або сферами інтересів, у різних професійно-значущих ситуаціях, тобто увага акцентується не лише на кінцевому продукті, яким є текст, а й самому процесі його творення.

На основі дискурсивного аналізу досліджуються шляхи виникнення дискурсу, а також його інтерпретації, коли він переходить за межі певної дискурсивної групи.

Дослідження різних типів дискурсів дають змогу стверджувати, що процес комунікації є не просто сукупністю мовленнєвих дій, а значно складнішим явищем. У реальній комунікації окремі мовленнєві дії певним чином пов'язані, відбувається перехід однієї дії в іншу. Мовленнєві акти формують дискурс завдяки мовленнєвому жанру. Причиною того, що два тексти, навіть якщо вони створені представниками різних дискурсивних спільнот належать до одного жанру може бути спільна мета комунікативної діяльності.

Труднощі у процесі міжкультурної комунікації трапляються, якщо комунікація зводиться лише до двостороннього обміну між співрозмовниками лінгвістичними знаками. Досягнути порозуміння, адекватно розкрити смисл тексту (повідомлення) можна, якщо в ньому поєднуються лінгвістична, когнітивна та соціальна складові. Таким чином, розуміння соціокультурних концептів здійснюється завдяки функціонуванню тексту в контексті. У своїй денотативній властивості слова і висловлювання

викликають у нашій свідомості не лише речі, процеси чи явища, а також вказують на соціальні ролі учасників комунікації.

Мова є найважливішим засобом і носієм комунікативної функції культури. Мова виражає смисл культури через комунікацію. Культура, у свою чергу, є тим чинником, що спонукає зміни в мові, передусім у лексиці, яка відображає і фіксує їх. Культура окремої етнонаціональної спільноти відрізняється особливостями своєї лексики, що характеризує відповідну культурно-історичну епоху. В мовних системах різних культур одні й ті ж самі слова можуть виражати різні значення. Оскільки лексика є надзвичайно чутливим показником культури народу, то відповідно зміна значень, втрата одних слів, утворення і запозичення інших, залежить від історії та культури народу. Певні лексичні відмінності приймаються однією культурою і абсолютно ігноруються мовою іншої культури. Словниковий склад конкретної мови свідчить про рівень розвитку культури її народу, оскільки як змістова сторона мови, словник є набором символів, які відображають культурний фон даного суспільства.

Мова професійного спілкування окремої професійної спільноти, яка є носієм певної культури, характеризується своєю лексико-семантичною системою, що використовується представниками конкретної галузі з комунікативною метою в ситуаціях, які безпосередньо пов'язані з професійними, навчальними, виробничими та науковими аспектами діяльності. Відповідно до історичного і культурного розвитку мова професійного спілкування певної культурної спільноти зазнає впливу інших культур.

Якість і багатство лексикону фахівця підсилюють силу висловлювання, є показниками рівня розвитку його культури. Існують слова, які людина використовує постійно, і паралельно існують слова, які становлять частину її пасивного лексикону і практично не вживаються. Активний лексикон значною мірою свідчить про відношення людей до певної соціальної групи, території проживання, професійного статусу. У процесі відбору мовних засобів розкриваються особистісні якості фахівця, який

керується як соціальними лексичними нормами, так і власними вподобаннями. Пасивний словниковий запас, тобто слова, які містить пам'ять людини, становить від 30 000 до 50 000. Активний словник охоплює від 3000 до 12 000 слів, які використовуються під час спонтанного мовлення.

Одним із різновидів міжкультурної комунікації сьогодні є переклад, який виступає як засіб взаємодії культур, коли необхідно виразити засобами однієї мови те, що вже було сказано з використанням засобів іншої мови. Адекватність перекладу забезпечується лише тоді, коли у процесі комунікативної діяльності досягається порозуміння між представниками професійних спільнот різних культур.

Особливого значення у наш час набуває переклад науково-технічної літератури як форми міжкультурного спілкування, що сприяє поширенню передових досягнень науки і техніки і забезпечує адекватне порозуміння між науковцями і фахівцями різних країн. Передусім, це стосується ІТ-фахівців, оскільки галузь інформаційних технологій найбільше пов'язана з науково-технічним прогресом, що і призводить до появи великої кількості інновацій в цій галузі, а отже і великої кількості нових слів та термінів. ІТ-фахівці постійно працюють з текстами науково-технічної тематики, які досить часто написані іноземною мовою, і повинні забезпечити їх точний і адекватний переклад, особливо, коли це необхідно для командної роботи на міжнародному рівні.

Успішний переклад відіграє ключову роль для забезпечення ефективної комунікації між науковцями, розробниками програмного забезпечення, клієнтами та іншими учасниками. Для розробників програмного забезпечення та інших продуктів, які виходять на світовий ринок, сьогодні важливо щоб супровідна документація була адекватно перекладена на різні мови. Важливою умовою здійснення успішного науково-технічного перекладу є вміння перекладача зіставляти лексичні одиниці мовлення з їх денотатами у всіх галузях науки і техніки, які невпинно розвиваються сьогодні.

Вплив іншомовної культури на професійну комунікацію фахівців не обмежується лише лексичними нововведеннями та соціокультурними факторами, відображеними у науково-технічній літературі. Мова йде про алгоритм інтерпретації та перекладу текстів науково-технічної тематики, їх адаптацію до контекстуальних особливостей та прагматичної мети певної соціокультурної професійної спільноти. Співрозмовники, які належать до різних культур, по-різному утворюють та інтерпретують певні мовні структури, навіть, якщо мають спільні теоретичні знання. Цей процес залежить як від психологічних чинників, так і від сформованої системи цінностей фахівця, які пов'язані з його культурою і мовними нормами.

У процесі науково-технічного перекладу відбувається не лише ознайомлення представників однієї культури з досягненнями іншої культури, а і зіткнення двох культур. Під час вибору відповідного лексичного еквівалента необхідно знати не лише значення слова, а і розуміти поняття, явище чи процес, які ці слова означають в іншій культурі і мові. Особливо це стосується смислу галузевих та вузькогалузевих термінів, які повинні однозначно сприйматися представниками галузі різних культур. Крім того, залежно від сполучуваності з іншими словами термін може мати різні значення, наприклад, *on-board audio* – *убудоване аудіо*, *on-board modem* – *модем на системній платі*, *on-board programming* – *внутрішньосхемне програмування*.

Певні труднощі представляє і переклад слів загальнонародної мови, які можуть набувати спеціальних значень у терміносистемах різних галузей науки й техніки (*integer* – ціле число в математиці, *убудований тип даних* у програмуванні).

Саме тому, сьогодні під час вивчення філологічних дисциплін у вищій школі, зокрема тих, що викладаються англійською мовою («Іноземна мова», «Ділові комунікації») акцент ставиться не лише на оволодінні студентами знаннями системи мови, а і формуванні навичок міжкультурної професійної комунікації та науково-технічного перекладу.

У процесі вивчення іноземної мови майбутні ІТ-фахівці ознайомлюються з традиціями й особливостями англomовної культури, нормами та правилами поведінки представників цієї культури. Одним із основних методів формування навичок міжкультурної комунікації є використання мовленнєвих ситуацій, виконання ситуативних завдань, які максимально наближені до професійної реальності. Метою виконання означених завдань є оволодіння знаннями вербальної та невербальної комунікації, розвиток необхідних навичок проведення презентацій, формування умінь працювати в команді, формулювати завдання, знаходити компроміс в конфліктних ситуаціях.

Оснoву навчання перекладу становить система вправ, спрямована на формування умінь і навичок перекладу текстів науково-технічної літератури, до якої входять *підготовчі вправи*, які використовують для розвитку перцептивних здібностей і пам'яті, *операційні вправи*, спрямовані на формування навичок усного перекладу та власне *перекладацькі (інтерпретаційні) вправи*, метою виконання яких є розвиток умінь усного перекладу.

Участь ІТ-фахівців у міжнародних проектах, конференціях, навчальних програмах зумовлює необхідність пошуку нових форм, методів та засобів, спрямованих на формування навичок міжкультурної комунікації та науково-технічного перекладу студентів під час вивчення іноземної мови.

Одним із таких методів є метод проектів. В основі проекту знаходиться певна проблема, для вирішення якої студенти повинні володіти не лише мовними знаннями, а й уміти працювати в команді з партнерами, а також представляти результати своєї роботи у вигляді презентацій. Досить часто ІТ-фахівці мають ґрунтовні знання предметів професійного циклу, володіють аналітико-дослідницькими уміннями. При цьому, у них спостерігається недостатній рівень розвитку комунікативних навичок та таких особистісних якостей як толерантність та рефлексія. Толерантність передбачає уважне ставлення до висловлювань інших (колег, партнерів, клієнтів), уміння слухати і доносити смисл свого висловлювання до співрозмовника. Особливо

це стосується розмови з клієнтами чи замовниками, які не мають технічної освіти чи достатнього досвіду спілкування з ІТ-фахівцями і відповідно не розуміють деяких технічних деталей під час опису певних операцій чи процесів. Крім того, мовлення ІТ-фахівці характеризується великою кількістю не лише термінів, а і професійного жаргону, відповідно необхідно доносити смисл свого повідомлення зрозумілою для співрозмовника мовою, уникаючи технічних деталей і оперуючи спрощеними концепціями. Оскільки ІТ-спеціалісти часто співпрацюють з представниками різних культур та соціального статусу, важливою у спілкуванні є така особистісна якість як рефлексія тобто здатність «стати на місце іншого», того, хто представляє іншу культуру. Саме на ці якості розраховує партнер комунікації у процесі вирішення професійно-важливих питань, який хоче бачити не лише професійну майстерність співрозмовника, а й взаєморозуміння.

Сучасні ІТ-фахівці у процесі обговорення важливих професійних проблем повинні аргументовано відстоювати свою позицію та переконливо доносити її до опонента. У професійній діяльності ІТ-фахівця мовлення реалізується як в діалогічній, так і в монологічній формах. До найбільш поширених форм діалогічного професійного мовлення ІТ-фахівців відповідно до виконуваних ними функцій професійної діяльності (аналітичної, контрольної, дослідницької, експлуатаційно-технологічної, інформаційної, тощо) відносимо *дискусію, ділові переговори, професійну бесіду, розмову з клієнтом та замовником.*

З діалогічною формою спілкування пов'язані певні переваги, такі як: швидкість реагування на висловлювання партнера без попереднього обмірковування; лаконічність, чіткість реплік; ситуативна залежність реплік; особлива роль міміки, жестів; важливість інтонації, тембру, тощо. Мовна поведінка учасників діалогічного мовлення визначається як мовними нормами, якими вони оволоділи, так і особистісними якостями.

До монологічних форм професійного мовлення ІТ-фахівців можна віднести *аналітичну доповідь, звіт, публічний виступ (з презентацією).* Монолог, зазвичай, адресований групі людей чи

широкому загалу з метою впливу і переконання. Монологічне мовлення вимагає відповідної підготовки з метою його якісної реалізації не лише у випадку використання іноземної мови, а і рідної. Необхідно пам'ятати, що під час монологічного мовлення відбувається втрата вихідної інформації, що може сягати від 50% до 80%. Саме тому важливим є чітке формулювання думок, орієнтація в спілкуванні на співрозмовника, а не на себе.

Найбільш сильним інструментом переконання є голос. Виразність голосу сприймається партнерами не лише розумом, а й почуттями. Монотонність мовлення часто є причиною невдачі в професійній комунікації. Паузи переривають потік мовлення. Вони також виконують психологічні функції: підсилюють увагу, заспокоюють, підкреслюють сказане, дають можливість відпочити.

Одним із найважливіших аспектів міжкультурної професійної комунікації є *мовленнєвий етикет*, який регулює використання комунікантами певних мовленнєвих формул відповідно до ситуації спілкування. Система одиниць мовленнєвого етикету відображає національно-культурну специфіку спілкування певного суспільства, так як вона пов'язана з прийнятими в суспільстві правилами вербальної та невербальної поведінки, звичаями та традиціями носіїв мови. Етикетні відносини пронизують усі сфери суспільства, етикетна поведінка допомагає виявити певні відносини і зв'язки, які існують в суспільстві, оскільки мовою етикету виражається багато фактів, що вказують на різницю у віці, соціальному статусі та ін.

Важливе значення має знання так званих «безпечних тем». У англійців не прийнято питати про дохід, самопочуття чи здоров'я, можна говорити лише про загальні речі, наприклад, погоду. На початку знайомства не прийнято розпитувати про сім'ю, сімейний стан, вік, відносини на роботі, проблеми, тощо.

Знання полярних особливостей Західної і Східної ділових культур дозволяє оптимізувати процес професійної комунікативної взаємодії. Незалежність і внутрішня свобода американців може проявлятися в тому, що на ділову зустріч вони можуть прийти в джинсах. Японці вважають, що партнера не можна сприймати

серйозно, якщо він не одягнений у чорний діловий костюм. Американський вчений може залишити наукове зібрання ще до його завершення, якщо воно виявиться для нього не цікавим. Японець залишиться просто із ввічливості.

Ефективність міжкультурної професійної комунікації і перекладу значною мірою визначається культурологічними знаннями учасників спілкування. До культурологічних знань відносять історично-культурні знання (про становлення і розвиток певної етнічної спільноти, знання основних історичних подій, які визначають долю суспільства); соціокультурні знання (про соціальне розшарування суспільства, основні органи влади і управління, права, свободи і обов'язки громадян); етнокультурні знання (про спосіб життя певного етносу, національні свята, звичаї, традиції, риси національного характеру та ін.); семіотичні знання (символіка позначень, специфіка оголошень, вказівників). Ці знання допомагають співрозмовникам зрозуміти не лише соціокультурний статус партнера, а й специфіку його життя, досвіду, поглядів та досягнути взаємопорозуміння у процесі міжкультурного спілкування, а також ознайомитися з культурними цінностями іншої країни, збагатити свій культурний досвід.

Традиційні етикетні правила сьогодні доповнюються правилами електронного спілкування. Велика кількість жанрових утворень Інтернет-мережі (електронна пошта, відео конференції, соціальні мережі та ін.) є засобом не лише міжособистісного спілкування, а і використовується у професійній та науковій сферах комунікації. Стиль учасників Інтернет-спілкування визначається певними правилами мережевого етикету (*netiquette*), які передбачають використання жаргонної лексики, аббревіатур, скорочень, так званих «смайлів» (від англ. *smiley* – піктограма, що виражає емоцію), що надають емоційно-експресивне забарвлення тексту повідомлення та сприяють конкретизації його смислу.

Незнання особливостей і відмінностей різних культур може ускладнити командну роботу над міжнародним проектом і знизити її ефективність. У процесі опрацювання і перекладу іншомовних джерел ІТ-фахівцям необхідно пам'ятати, що існують відмінності

не лише у мові і культурі, а і в технічних стандартах. Сьогодні більшість країн світу використовують метричну систему вимірювання, США – імперську (Imperial System), тоді як у Великій Британії паралельно з імперською системою використовується і метрична. Отже, учасники міжнародної команди, які працюють над спільним проектом, повинні досконало володіти термінологією галузі, використовувати саме ті слова у процесі перекладу, які найточніше передають значення певних процесів чи явищ і однаково сприймаються представниками різних культур, адже непорозумінні у процесі комунікації, неправильне використання лексичних одиниць може завадити успішному вирішенню проблем.

ІТ-спеціалісти, які можуть сьогодні надавати свої послуги на міжнародному ринку праці, мають переваги у роботодавців. Багато великих ІТ-компаній відкривають свої відділення в різних країнах, в яких працюють ІТ-фахівці для виконання певного спектру роботи, який потребує комунікації з представниками в інших країнах. Діяльність цих компаній передбачає проведення конференцій, зустрічей, інтерв'ю з залученням професійних перекладачів. Відповідно, перевагою є можливість самих ІТ-фахівців здійснювати науково-технічний переклад на професійному рівні.

Сьогодні роботодавці з-поміж необхідних якостей і умінь, які вони хочуть бачити у претендентів на ту чи іншу посаду в ІТ-галузі окрім “hard skills” виокремлюють так звані “soft skills”: комунікативні навички, навички прийняття рішень, уміння працювати в команді, вміння ефективно спілкуватися і взаємодіяти з представниками різних країн.

Знання основних культурних відмінностей партнерів, причин і факторів їх поведінки запобігає культурному шоку та конфліктам, сприяє успіхові міжкультурної комунікації. Міжкультурна професійна комунікація – це діалогічна зустріч культур, яка означає рівноправну культурну взаємодію представників різних лінгвокультурних спільнот.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. К.: Академія, 2004. 343 с.
2. Шилінська І. Ф. Формування культури професійного мовлення майбутніх фахівців економічного профілю в процесі вивчення гуманітарних дисциплін: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2012. 218 с.
3. Шилінська І. Ф. Розвиток навичок міжкультурної комунікації у майбутніх ІТ-фахівців в процесі вивчення іноземної мови. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. Видавничий дім «Гельветика», 2017. № 10 (50). С. 583 – 586.
4. Cheney G., Lair J., Ritz D. Just a job? Communication, Ethics and Professional life. Oxford University Press, 2010. 298 p.
5. Hall E. T., Hall M. R. Understanding Cultural Differences. Intercultural Press Inc., 1990. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002194369202900408>
6. Professional Communication. Collaboration between Academics and Practitioners/ Edited by W. Cheng and K. C. Kong. Hong Kong University Press, 2009. 242 p.
7. Sales H. E. Professional Communication in Engineering. New York: Palgrave Macmillan, 2006. 254 p.
8. Searle J. Indirect Speech Acts. New York: Academic Press, 1975. 341 p.
9. Shylinska I. Developing the system of exercises for teaching translation skills to students of IT-specialties. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Перекладознавство та міжкультурна комунікація*. Херсон, 2018. Вип. 1. Т.2. С. 167 – 171.

4.3 Елементи навчання семантичних та структурних критерій розрізнення фразеологізмів як складова культури англомовної комунікації

Elements of learning semantic and structural criteria for distinguishing phraseological units as a component of communicating culture in english language

Having examined the terminology, status, classification issues, and etymology of phraseological units this research will focus on the investigation of semantic and structural criteria that distinguish phraseological units and free word groups. Based on the study of distinctive features of English phraseological units, an analysis will be conducted. This research, will trace the semantic coherence and structural invariability of phraseological. But to make grounded conclusions about the meaning, and importance of phraseological units and to investigate the basic principle of their classification the phenomena of different figures of speech in English phraseology will be examined. Special attention will be paid to the ways of translation of phraseological units.

Having analyzed the literary sources we have found out that the problem of distinguishing phraseological units from free word groups is probably the most discussed and the most controversial in the field of phraseology. The confusion in the terminology reflects the insufficiency of positive or wholly reliable criteria by which phraseological units can be distinguished from "free" word groups. Free word groups are so called not because of any absolute freedom in using them but simply because they are each time built up anew in the speech process whereas idioms are used as ready-made units with fixed and constant structures. [7].

The first thing that captures the eye is the semantic differences between the two-word groups consisting of the same essential constituents. In the second sentence the free word group is carrying coal is used in the direct sense, the word coal standing for real hard, black

coal, and carry for the plain process of taking something from one place to another. The first context quite obviously has nothing to do either with coal or with transporting it, and the meaning of the whole word group is something entirely new and far removed from the current meanings of the constituents [7].

Academician V.V. Vinogradov spoke of the semantic change in phraseological units as "a meaning resulting from a peculiar chemical combination of words." This seems a very apt comparison because in both cases between which the parallel is drawn an entirely new quality comes into existence [6, p. 229].

The semantic shift affecting phraseological units does not consist of a mere change of meanings of each separate constituent part of the unit. The meanings of the constituents merge to produce an entirely new meaning: e.g. *to have a bee in one's bonnet* means "to have an obsession about something; to be eccentric or even a little mad" (бути схибнутим на чомусь). The humorous metaphoric comparison with a person who is distracted by a bee continually buzzing under his cap has become erased and half-forgotten, and the speakers using the expression hardly think of bees or bonnets but accept it in its transferred sense: "obsessed, eccentric".

Most scholars today accept the semantic criterion of distinguishing phraseological units from free word groups as the major one and base their research work in the field of phraseology on the definition of phraseological units offered by Professor A.V. Koonin, the leading authority on problems of English phraseology in our country: a phraseological unit is a stable word-group characterized by a completely or partially transferred meaning [6, p. 231].

The definition suggests that the degree of semantic change in a phraseological unit may vary ("completely or partially transferred meaning"). The semantic change may affect either the whole word group or only one of its components.

The following phraseological units represent the first case: *to skate on thin ice* (to put oneself in a dangerous situation (ризикнути)); *to have one's heart in one's boot's* (to be deeply depressed

(душа в п'ятах, перелякатись); *to have one's heart in the right place* (to be a good, honest fellow (мати добрі наміри, мати серце); *a wolf in a sheep's clothing* (a dangerous enemy who plausibly poses as a friend (вовк в овечій шкурі).

The second type is represented by phraseological units in which one of the components preserves its current meaning and the other is used in a transferred meaning [7]: *to lose one's temper* – втратити самоконтроль, вийти із себе, *to fly into a temper* – розсердитись, *to fall in* – рушитись, крушитись, *to fall in love* – закохатися, *to stick to one's word* – тримати слово, дотримуватись обіцянки, *to arrive at a conclusion* – приходити висновку, *bosom friends* – близькі друзі, *small talk* – світська розмова.

Here, though, it is a dangerous ground because the borderline dividing phraseological units with partially changed meanings from the so-called semi-fixed or non-phraseological word groups (marginal cases) is uncertain and confusing [7].

Phraseological units are contrasted to free phrases and semi-fixed combinations. All these are but different stages of restrictions imposed upon the co-occurrence of words, upon the lexical filling of structural patterns, which are specific for every language. The restrictions may be independent of the ties existing in extra-linguistic reality between the objects spoken of and be conditioned by purely linguistic factors or have extra-linguistic causes in the history of the people. In free combinations, the linguistic factors are chiefly connected with the grammatical properties of words.

No substitution of any elements whatever is possible in the following stereotyped (unchangeable) set expressions, which differ in many other respects: *all the world and his wife* – усі без винятку, *the man in the street* – пересічна людина, *to and fro* – назад і вперед, туди сюди. These examples represent the extreme restrictions defined by probabilities of the co-occurrence of words in the English language. Here no variation and no substitution is possible, because it would

destroy the meaning or the euphonic and expressive qualities of the whole.

In a free phrase, the semantic correlative ties are fundamentally different.

The information is additive and each element has a much greater semantic independence [7]. Each component may be substituted without affecting the meaning of the other: *cut cheese*. Information is additive in the sense that the amount of information we had on receiving the first signal, i.e. having heard or read the word *cut*, is increased, the listener obtains further details and learns what is cut. The reference of cut is unchanged.

That is what is meant when phraseological units are said to be characterized by semantic unity. In the traditional approach, phraseological units have been defined as word groups conveying a single concept whereas in free word groups, each meaningful component stands for a separate concept [2, p. 220].

The problem of syntactic ties within a set expression is even more controversial. All the authors agree that set expressions for the most part represent one member of the sentence, but options differ as to whether this means that there are no syntactical ties within set expressions themselves. The number of words in a sentence is not necessarily equal to the number of its members.

Based on the carried out survey of works on lexicology the classification of phraseological meanings belonging to A.V. Koonin proves to be very efficient and valuable for the determination of the importance of semantic unity for phraseological units. His classification is based on distinguishing classes and subclasses of meanings depending on the structure of a unit. The author differentiates four types of meanings.

The first type is the whole meaning, which can be applied to the phraseological units with constant components: *to give the moon on the silver platter* – піднести щось комусь на блюдці у голубу смужечку; *never put your eggs in one basket* – ніколи не ризикуй усім, не став все на карту.

The second type is of no concrete meaning, which can be applied to the phraseological units, which do not have constant structure, and their changeable components can be used in their direct meaning: *not to know chalk from cheese* (not to know A from B) – не розбиратися в простих речах; абсолютно нічого не розуміти у якомусь питанні; *to change hands (change pockets)* – переходити з рук в руки; *to drop a line (drop a word)* – написати кілька слів.

The partial meaning composes the basis of the third type of unit. Phraseological units with this meaning have similar components with direct meaning: *to call names* – ображати, обзивати когось, *to look a thousand dollars* – мати чудовий вигляд.

The fourth type concerns phraseological units whose first component is used in direct meaning and others in indirect: *to take to one's heels* – утекти, «натиснути на каблук», *to stand in good stead* – виявитися корисним.

According to V.V. Vinogradov's terminology, these are "phraseological units" and N.N. Amosova regards them as "phrasemes", for instance, *husband's tea* (very weak tea) – дуже слабкий чай, *dressed up the nines (dressed to perfection)* – вишукано одягнений.

Analyzing the principles of classification of phraseological units as means of contrasting them to free word combinations it has been found that a semantic criterion is very important in distinguishing phraseological units from free word groups. Phraseological units are the word-groups, which convey a single notion whereas in free word-groups each meaningful component stands for a separate notion. We must admit that this feature makes phraseological units similar to words: both phraseological units and words possess their semantic unity. But semantic peculiarity is not sufficient for a thorough characterization of phraseological units as contrary to free word groups. Other criteria should be taken into consideration among which structural feature is very notable.

The structural criterion also brings forth pronounced distinctive features characterizing phraseological units and contrasting them to free

word groups. In this paragraph, the issue of rules of structural peculiarities of English phraseology will be raised.

Structural invariability is an essential feature of phraseological units. The structural invariability of phraseological units finds reflection in several restrictions which directly influence the general building and changeability inside the phraseological unit.

The second type of restriction is in introducing any additional components into the structure of a phraseological unit.

In a free word group, such changes can be made without affecting the general meaning of the utterance: "*This big ship is carrying a large cargo of coal to the port of Liverpool*". In the phraseological unit *to carry coals to Newcastle* no additional components can be introduced [7]. Thus, such examples prove that phraseological units mostly preserve their traditional structures and resist the introduction of any additional components.

The third type of restriction in phraseological units is grammatical invariability. For example, in the phraseological unit *to find fault with sb.* (придиратися до когось чи чогось) even in some particular situations, we cannot use plural from faults though it in this context is logically well-founded, it is a mistake in terms of the grammatical invariability of phraseological units [1, 233]. But there are also exceptions to the rule, for the substantive component of the phraseological unit *a skeleton in the cupboard* (сімейна таємниця; таємниця, приховування від усіх) is frequently and easily used in the plural form as in: "*I'm sure they have skeletons in every cupboard!*" [7].

The term "semantic inseparability" presupposes that the denotational meaning belongs to the word group as a single semantically inseparable unit. The individual member words do not seem to possess any lexical meaning outside the meaning of the group.

Proceeding from the assumption that phraseological units are non-motivated word groups functioning as word-equivalents under their semantic and grammatical inseparability, we may classify them into noun equivalents, verb equivalents, adverb equivalents, etc. but sharing

N.M.Shanskys opinion, we can state that a phraseological unit functioning in speech may be equivalent in distribution either to definite classes of words or to complete sentences. Therefore we can distinguish phraseological units that are nominal phrases: *the root of the matter* (суть справ); verbal phrases: *as old as Adam* (старий як світ), adverbial phrases: *from the bottom of the heart* (від щирого серця); interjectional phrases: *Holy Moses!* Stereotyped sentences also introduced into speech as ready-made formulas may be illustrated by their names is legion – they are beyond numbering: *Go to Jericho!* – Go to hell [1, p. 109].

The above classification takes into consideration not only the type of parts but also the functioning of the whole.

Within each of these classes, further subdivisions are necessary. The following list is not meant to be exhaustive, but to give the types we have managed to detect. There are groups of phraseological units, which have different functions; they function as nouns, verbs, adjectives, adverbs, etc.

a. Phraseological units functioning like nouns:

N+N: *maiden name* "the surname of a woman before she was married" (дівоче прізвище), *family jewels* shameful secrets of the CIA (ганебні секрети ЦРУ)

Ns + N: *ladies' man* one who makes a special effort to charm or please women (кавалер, бабій);

A+N+prep+A+N's: *new wine in old bottles*;

A+N+subordinate clause: *the little leaven that leavens the whole lump*;

N+prep+N+and+N+prep+N: *bone of the bone and flesh of the flesh* (своя плоть і кров, власні діти);

a. Phraseological units functioning like verbs:

V+ A + N: *to worship the golden calf* (); to turn the other cheek (підставити другу щоку);

V+N+Adv: *to put the clock back* (повернути колесо історії назад);

V+N+N: *to fight tooth and nail* (боротися до останнього, боротися не на життя, а на смерть);

V+N+N+prep: *to give lip service to* (пусті слова);

- a. Phraseological units function like adjectives;

A+and+A: *safe and sound* (цілий та неушкоджений) *high and mighty* (зарозумілий, гордовитий);

A+prep+N: *sick to death* (ситий по горло);

as+A+as +Ns: *as old as the hills* (старий як світ);

- a. Phraseological units functioning like adverbs:

As+Num+N: *as one man*;

Prep+A+N: *with a high hand* (зарозуміло; свавільно; зухвало);

Prep+A+Ns: *with clean hands* (чесний та бездоганний);

Prep+N +one's+N: *by the sweat of ones brow* (в поті чола);

- a. Phraseological units functioning as prepositions and conjunctions:

in the consequence of (внаслідок); *as well as* (так само); *by means of* (за допомогою); *as soon as* (як тільки); *in view of* (зважаючи на; беручи до уваги); *in spite of* (не дивлячись на, не зважаючи на); *in order to* (для того, щоб).

- b. Phraseological units functioning as interjections: *Bless you!* («Будьте здорові!»); *Hang it (all)!* («Пропади воно все пропадом!»); *Dear me!* (Боже мій!); *My stars!* (О зорі!); *Button it!* (Замовкни! Закрий пельку!).

- c. Phraseological units function like complete utterances.

The list of types enumerated above gives a clear notion of the contradictory nature of phraseological units: structured like phrases they function like words.

There is one more type of phraseological unit, also rigid and introduced into discourse ready-made but different from all the types given above in so far as it is impossible to find its equivalents among the parts of speech. These are formulas used as complete utterances and syntactically shaped like sentences. For example: *Keep moving!* (Проходьте! Не затримуйтеся!). *Take it easy* (Не хвилюйся! Дивися на речі простіше!). *How do you do?* (Як ся маєш? Як справи?) *I beg your pardon* (Прошу вибачення).

From the carried out investigation, the following conclusion can be made: phraseological units have their specific features, which enhance their

stability and cohesion. These are the degree of semantic unity and structural criteria distinguishing phraseological units from free word groups.

Semantically speaking phraseological units possess semantic invariability and normally convey a single notion. In a free phrase, each element has much greater semantic independence. On the structural level, phraseological units possess structural invariability which gains its reflection in several restrictions: restriction in substitution, in introducing any additional component, and grammatical invariability.

References

1. Баранцев К. Курс лексикології сучасної англійської мови. Підручник для студ. Пед. ін-тів іноз. мов. Київ. 1955. 34 с.
2. Мосієнко В. У глиб приказки. Київ. 1989. 221 с.
3. Коваль А. Пригоди слова. Київ. 1985. 213 с.
4. Подвойська О. Термінологія соціальної ринкової економіки в сучасній німецькій мові: номінативний та функціональний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : 10. 02. 04 "Германські мови ". Київ, 2008. 244 с.
5. Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія / за заг. ред. акад. І. К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1969. 438 с.
6. Чуєшкова О. Семантична структура терміносполук економічної терміносистеми. Вісник національного університету "Львівська політехніка". Львів, 2006. № 559. С. 156–160.
7. Sushko Z. Special Features of Etymology of Phraseological Units. VERBUM –vydavatel'stvo Katolickej university v Ruzomberku, 2015. S.121–133.

4.4 Культурологічний аспект перекладу англійських фразеологізмів українською мовою

Головним теоретичним положенням культурологічного напрямку в лінгвістиці постає відома «гіпотеза мовної відносності» Сепіра-Уорфа, яка полягає в тому, що «люди, які розмовляють різними мовами і належать до різних культур, сприймають світ по-

різному» [8]. Згідно з цією тезою, мовні одиниці можуть бути ключем до розуміння специфіки та унікальності певних людей у їхньому світогляді та сприйнятті. Якщо прийняти цю ідею, то всі носії мови є також носіями культури (в одній ментальності ці два явища корелюють), а певні мовні символи можуть виконувати функцію культурних символів і постають носіями мовної культури (яка відображає функцію мови). У зв'язку з цим постає питання про те, як мова співвідноситься з культурою.

Більшість сучасних лінгвістів наголошують, що етнокультурна специфіка втілюється на всіх рівнях мовної системи. Однак очевидно, що лексичний та прагматичний фрагменти мовної картини світу мають пріоритет у поясненні культурних явищ. Мова є не лише практичним засобом передачі інформації, а й інструментом мислення та скарбницею культури. Важливий взаємозв'язок між лексикою та культурою є загальновизнаним у сучасній лінгвістичній теорії. Тому, на думку багатьох науковців, варіації у лексиці та фразеології відображають культурні відмінності та є цінним інструментом для вивчення культури.

В англійській лінгвістиці питання про функції лінгвістично та культурно зумовлених лексичних одиниць залишається суперечливим у світлі сучасних лінгвістичних досліджень. Унікальна «мобільність» культурологічно зумовлених фразеологізмів і пов'язана з цим потреба в описі та розмежуванні суміжних понять призвела до появи цілої низки досліджень, пов'язаних з особливостями життя інших народів, що вербалізується безеквівалентними фразеологічними одиницями, культурно маркованими фразеологічними одиницями тощо.

Фразеологічна одиниця є цікавим і захоплюючим явищем у будь-якій мові, що привертало увагу багатьох лінгвістів: як сказав Ф. де Соссюр, батько лінгвістики ХХ ст.: «У першу чергу, існує багато виразів, які належать мові: це – сполучення слів, що не змінюються, навіть коли можна відокремити за змістом окремі значущі частини. Ці звороти неможливо імпровізувати, їх приносить традиція» [7].

Особлива роль фразеологізму визначається тим, що, будучи поєднанням різних типів слів, фразеологізм не утворюється вільно в процесі мовлення, а формується на більш ранньому етапі, природно виникаючи у розумі мовця і з'являючись в дискурсі як завчений та повторюваний блок, який однозначно інтерпретується співрозмовником. Ці стійкі словосполучення є частиною когнітивної схеми мовної спільноти, допомагають їй зрозуміти реальність свого мислення, життя, культури та соціальних відносин, а отже, становлять більш виразну частину мови. Фразеологізми посилюють «усний і письмовий дискурс будь-якої мови, є скарбом, який прикрашає та збагачує спонтанне, тісне та реальне мовне спілкування. У той же час вони є лупою, лінзою, яка дозволяє пізнати та зрозуміти соціальне надбання та світогляд представників певної культури» [6, с. 10].

Фразеологічна система мови – явище національне, і питання вивчення взаємозв'язку мови і культури стає дедалі актуальнішим для сучасного перекладознавства. Поряд із прислів'ями, приказками та афоризмами ідіоматичні фрази відображають семантику національної культури. У результаті фразеологічний матеріал як об'єкт дослідження є важливим культурологічним ресурсом. Мова живе самою культурою, тобто соціально успадкованою сукупністю ідей і навичок, характерних для способу життя певної культурної спільноти.

Інтерес народів один до одного, бажання збагатити власну культуру досвідом інших, різноманітні політичні та економічні причини породжують не лише обміни, а й етнічні міграції та переселення, які часто призводять до культурних конфліктів. У цьому контексті важливо спиратися на позитивні досягнення в царині міжкультурного обміну та зусилля людей доброї волі, спрямовані на досягнення взаєморозуміння, толерантності та взаємної поваги між учасниками міжкультурних обмінів.

Процес міжкультурного аналізу завжди потребує соціокультурного коментаря, який включає історизми, архаїзми, а в нашій роботі – фразеологізми, прислів'я та ідіоми. Переклад як

прийом міжкультурного аналізу фразеологічної одиниці слід розглядати з погляду впливу лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників у процесі трансформації смислу художніх текстів і формування умов соціокультурної та лінгвокультурної взаємодії, що сприяють ефективному відображенню авторського стилю та намірів.

Вчені, досліджуючи мову та переклад, визначають культуру як «спосіб та прояви життя, притаманні суспільству, яке використовує конкретну мову як засіб вираження», наголошуючи, що кожна мовна група володіє конкретними індивідуальними культурними особливостями [5]. Переклад – це діяльність, в якій щонайменше дві мови та дві культурні традиції є важливими елементами [2; 4]. Цей означає, що перекладач постійно стикається з проблемою, як підійти до культурних аспектів, присутніх у вихідному тексті, і знайти найбільш ефективні методи для успішного відтворення цих аспектів мовою перекладу. Такі проблеми можуть варіюватися залежно від ступеня культурного та лінгвістичного розриву між двома (або більше) мовами, що розглядаються.

Поняття культури є необхідним з огляду на її вплив на переклад, і хоча існують різні думки щодо того, чи є мова частиною культури, очевидно, що поняття культури і мови нероздільні. Коли йдеться про відповідність у перекладі, слід враховувати, що як лінгвістичні, так і культурні відмінності між мовою оригіналу та мовою перекладу є однаково важливими. Це пов'язано з тим, що відмінності між культурами можуть викликати більш серйозні труднощі для перекладача, ніж відмінності в лінгвістичних структурах. Крім того, культурна схожість часто призводить до спільного розуміння, незважаючи на значні формальні зміни в перекладі. Таким чином, культурний компонент перекладу є настільки ж важливим, як і лексичний.

Переклад з однієї мови на іншу є одним із засобів збагачення мови, літератури та культури народу. Під час перекладу необхідно враховувати не тільки вихідний (мова оригіналу), а й цільовий

(мова перекладу) тексти, а також екстралінгвістичні та етнолінгвістичні елементи. Підхід до дослідження текстів має бути цілісним. Складність такого виду діяльності, як переклад, полягає в тому, що, крім знання вихідної мови, культури, історії та звичок носіїв мови, перекладачеві доводиться оперувати всіма видами перекладацьких трансформацій, відповідників, замін тощо. Здатність вибирати найбільш підходящу і найбільш «природну» форму вираження для певної мови – це, по суті, те, що називається «лінгвістичною інтуїцією» [3].

Процес перекладу тексту з однієї мови на іншу різноманітний і неоднозначний через множину елементів, що його складають, наприклад, тексту (повідомлення, призначеного для відтворення), особи, яка передає повідомлення, одержувача, посередника і мови (вихідної та перекладу). Пошук максимальної семантичної та структурної близькості перекладу до вихідного тексту вимагає, щоб не тільки тексти, об'єднані в процесі перекладу, а й окремі та пов'язані речення, що містяться в цих текстах, а також складові одиниці мови оригіналу та мови перекладу були еквівалентними.

Спільність між одиницями вихідної мови та мови перекладу створює передумови для встановлення між ними відносин перекладацької еквівалентності, тобто регулярного використання однієї з них як перекладу іншої. Одиниці вихідної мови, які регулярно використовуються для перекладу одиниць мови перекладу, називаються перекладацькими еквівалентами. Найпоширенішими сталими значеннями є лексичні, фразові та граматичні одиниці іноземної мови, які використовуються в численних висловлюваннях. Поділ перекладацьких відповідностей на постійні та варіантні стосується здебільшого лексичних і фразових відповідностей.

Останніми роками спостерігається зростання інтересу до лінгвокультурологічних теорій мови у зв'язку з необхідністю більш точного й адекватного відтворення інформації про етнічну групу носіїв іноземної мови або про носіїв конкретної мови під час спілкування чи перекладу. Як відомо, у період тісних контактів між

народами відбувався процес дедалі більшого зближення мов і народів, але також і значних розбіжностей у значеннях, зумовлених соціальними структурами різних суспільств та особливостями історичної й сучасної дійсності. Зі свого боку, мова як соціальне явище фіксує унікальні смисли. Це робить її цікавим об'єктом дослідження не лише для лінгвістів, а й для етнографів, демографів, географів, соціологів та істориків.

Зазначене вище обґрунтовує той факт, що культурологічний підхід до мови фокусується на кумулятивній (накопичувальній) функції мови, тобто на її здатності діяти як сховище колективного досвіду, закріпленого в різних мовних формах. Кумулятивна функція мови, по суті, полягає в тому, щоб пов'язувати культуру з мовою і мову з культурою. Ця функція забезпечує фонові знання (*background knowledge*), тобто накопичення екстралінгвістичної інформації, знань про навколишню дійсність, які загалом відомі носіям мови. Фонові знання містять специфічну для нації «інформацію» (поряд з універсальними та локальними знаннями), що є доступною всім членам конкретної етнічної чи мовної спільноти. Саме ці знання, специфічні для кожної країни, становлять культурний елемент, що міститься в лінгвістичній одиниці.

Культурний елемент значення слова (словосполучення) – це та частина семантики, яка пов'язана з національною культурою, наприклад, особливості історії та сучасності, унікальність конкретної дійсності, традиції, звичаї, економіка, психологія та інші сфери національної діяльності. Виявлення й уточнення культурного елемента в семантиці іншомовних одиниць є одним з основних завдань під час перекладу. У своєму словниковому складі мова більш-менш точно відображає культуру, якій вона слугує; мова функціонує як накопичувач і хранитель людського досвіду; якщо ми маємо право говорити про національні культурні елементи, то шукати їх слід насамперед у словниковому складі. Навіть лінгвокраїнознавча теорія слова віддає перевагу слову як лінгвістичній одиниці з найбільшими культурними можливостями.

Згідно з цією перспективою, під час перекладу слід враховувати насамперед специфіку одиниць лексичного рівня.

Фразеологічні одиниці іноді називають у лінгвістичних роботах культурологічного характеру одиницями з національно-культурним компонентом (часто, коли лексику і фразеологію розглядають разом як єдину царину мовних явищ, у якій більш-менш безпосередньо виражається зміст культури самого народу) [2; 4; 5]. Однак фразеологічні одиниці, будучи ієрархічно складнішими елементами і маючи надскладну семантику, потребують особливої уваги та особливого підходу для виявлення їхніх унікальних лінгвістичних та екстралінгвістичних відомостей. Цей факт відзначається лінгвістами під час вивчення фразеологічного фонду конкретної мови.

Ще більше конкретизуючи сферу дослідження і обираючи об'єктом вивчення не весь масив англійської фразеології, а лише комунікативні фразеологічні одиниці, тобто прислів'я та приказки, це дослідження засвідчує що аналізовані специфічні одиниці є найбагатшим національно-культурним фондом в аспектах, які не притаманні жодним іншим одиницям мови та мовлення.

Таким чином, найяскравішою рисою, що вирізняє прислів'я та приказки з фразеологічних фондів тієї чи іншої мови, є те, що вони мають більшу національну забарвленість, ніж інші фразеологічні одиниці. Ця особливість зумовлена тим, що прислів'я та приказки є ієрархічно найскладнішими фразовими одиницями, що відображають не тільки предметно-логічні та фразеологічні значення, а й як загальнолюдські цінності, так і особливості національно-культурного обличчя конкретної країни, наприклад, Великої Британії. Англійські прислів'я постають лінгвістичною спадщиною, що відображає світогляд, національну культуру, традиції та звичаї, вірування, забобони, історію та реалії повсякденного життя.

Здатність англійських прислів'їв та ідіом передавати величезну кількість екстралінгвістичної інформації важлива не тільки в спілкуванні, а й під час перекладу з англійської мови на

українську. Перекладачам необхідно не тільки навчитися використовувати прислів'я та ідіоми в розмові відповідно до літературних норм, а й знати й засвоїти унікальний культурологічний матеріал, що міститься в них.

На жаль, більшість виданих або наявних у нашій країні іншомовних варіантів фразеологічних словників не відповідають таким вимогам. Це пояснюється тим, що вони часто обмежуються тлумаченням образності, що міститься в прислів'ях, підбором іноземних еквівалентів і не ставлять собі за мету акцентувати увагу на культурологічних аспектах фразеології.

Однак у світлі сучасних досліджень у галузі фразеології видається доцільним збагатити фразеологічний словник коментарями культурного характеру. Це не тільки значно збагатило б знання перекладачів на новій фразеологічній основі, а й дало б змогу дізнатися про культурні, історичні особливості та особливості сучасності носіїв тієї чи іншої мови.

Звісно, відповідь на питання про те, чи потрібно включати до фразеологічного словника інформацію про мову, залежить від планованого обсягу словника, а також від того, для чого й для кого його складають, але екстралінгвістичні параметри в англійських прислів'ях та приказках є цікавими та вочевидь потребують опрацювання. Можливо, пізніше, коли цей параметр буде вивчено глибше і накопичиться достатня кількість матеріалу на основі англійських прислів'їв та приказок, можна буде говорити про видання фразеологічного словника, який міститиме тільки комунікативні фразеологізми з культурним компонентом у їхній семантиці.

Для початку необхідно визначити, які аспекти англійських прислів'їв та приказок є важливими для культурології, і окреслити методи їх вивчення. Існує кілька культурологічно значущих аспектів англійських прислів'їв, кожен з яких заслуговує на окремий і глибший розгляд. Насамперед необхідно перелічити аспекти, закладені в природі англійських прислів'їв і приказок та в особливостях британського менталітету, які роблять комунікативні

фразеологізми унікальною скарбницею британської дійсності. Розглянемо деякі з них.

Прислів'я та приказки роблять значний внесок у загальну картину мовознавства в англomовному світі. Вони фіксують і зберігають значний обсяг інформації про навколишню дійсність, передаючись із покоління в покоління, а деякі факти, події та реалії, що лежать в основі певних прислів'їв та приказок, не знаходять відображення в лексичній системі англійської мови. У зв'язку з цим певний інтерес становить розуміння того, яка частка об'єктивних знань типового представника англійського суспільства зафіксована і зберігається в його пам'яті у вигляді стійких, легко відтворюваних, лаконічних і виразних фразеологічних виразів, особливо прислів'їв і приказок.

У цьому контексті національний характер англійських комунікативних фразеологізмів набуває форми категоризації в певні тематичні групи відповідно до соціальних цінностей та класової ієрархії, історичних фактів, трудової діяльності, географічних особливостей, економіки, побуту, а також сфери суспільства, в якій ці особливості зафіксовано, наприклад, звичаями, традиціями, віруваннями й легендами. Аналіз і систематизація екстралінгвістичної інформації, що міститься в прислів'ях та приказках, може значно розширити знання перекладачів про життя в англomовному світі.

Наступним важливим моментом є те, що особлива схильність англійців до використання в мовленні прислів'їв та приказок дає змогу припустити, що такі характеристики цих фразеологізмів, як їхня метафоричність, експресивність і дидактичність, є привабливими для англійців через особливості їхнього традиційного менталітету та світогляду. Таким чином, культурологічний аналіз англійських прислів'їв і приказок також надає пряму інформацію про самих носіїв мови. З огляду на суто дидактичну природу прислів'їв та оцінний характер приказок, фонд цих одиниць являє собою унікальний набір моральних засад і моральних цінностей англійського народу:

- патріотизм – *there's no place like home; East or West, home is best;*
- оптимізм – *never say never; never say die; it is a poor heart that never rejoices;*
- чесність – *a good conscience is a good pillow; honesty is the best policy; better speak truth rudely than lie covertly* та багато інших [1].

Перевага в англійській мові певних тематичних груп прислів'їв та приказок також дає змогу виявити відповідні етичні пріоритети цього суспільства, такі як:

- освіченість, компетентність – *it is never too late to learn; money spent on brain is never spent in vain; practice makes perfect; business before pleasure;*
- вихованість, стриманість – *all doors open to courtesy; manners and money make a gentleman; the king can make a knight but not a gentleman* та інші [1; 4].

Критерії формування й відбору англійських прислів'їв та приказок також визначаються на національному рівні. Це пояснюється тим, що для переходу з усної традиції до національного фонду, а тим паче в разі запозичення, прислів'я та приказки мають повністю відповідати вимогам, встановленим англійською мовою (стилість, ритм, дидактичність і запам'ятовуваність). Відомо, що прислів'я та приказки найчастіше з'являються в надрах фольклору на метафоричному та символічному ґрунті, у процесі когнітивної мовної діяльності членів мовної групи. Саме така діяльність відображає певний рівень і своєрідність матеріальної культури країни.

Саме внаслідок усвідомлення необхідності пошуку символів для представлення певних подій, ситуацій, фактів і реалій виникають національні фразеологізми. Так, прислів'я *good wine needs no bush* могло з'явитися й посісти повноправне місце тільки в англійському національному прислів'яному фонді, тому що мотивуючий елемент внутрішньої форми цього фразеологізму

(*bush*) приховує в собі унікальний культурний факт з історії Великої Британії, і зрозумілий тільки тим, хто обізнаний про давній звичай англійських трактирників вивішувати гілку плюща на знак того, що в них є вино [4].

Таким самим чином, прислів'я *schoolkeeper experience keeps a dear school* набуває особливого сенсу лише з огляду на те, що в ньому лінгвістично опосередковано відображено систему приватних шкіл, яка існувала на Британських островах, плата за навчання в яких була непомірно високою.

Система образів і символів, використовуваних у прислів'ях та приказках, безсумнівно, є етнічною специфікою, тому що вони репрезентують подібні явища і ситуації для різних етнічних груп. Це найяскравіший приклад етнічної специфіки позначення фразеологічної номінації: один і той самий смисл набуває різних мовних (образних) позначень у різних народів, залежно від етнічних особливостей їхнього життя й творчості. Наприклад,

1. *Creaking doors (gates) hang the longest.* – Скрипливе дерево скрипить-скрипить та й стоїть, а здорове, як вітер подме, то й переверне.

2. *Every family has a black sheep.* – Нема лісу без вовка, а села без лихого чоловіка / І між доброю капустою є (буває) багато гнилих качанів.

3. *Hawk will not pick out hawk's eyes.* – Ворон воронові (ворона вороні) ока не виклює / Собака собаці хвоста не одкусить [1].

Таких зіставлень безліч, оскільки формування мовних образів завжди тісно й органічно пов'язане з історією та культурою носія мови, специфікою їхнього світогляду.

Контрастні образи та символи у збірках прислів'їв різних мов є корисними для перекладацької діяльності, проте не слід забувати й про лакунарні фразеологізми. У цьому випадку саме унікальність денотата є предметом метафоричного переосмислення. Наприклад, сенс і мораль англійської приказки *in the right church, but in the wrong pew* (правильно в цілому, але неправильно в деталях) добре

розуміють носії української мови з елементарним логічним мисленням.

Лакунарною для англо-українського порівняння тут постає мотивуюча етнокультурна особливість: у католицьких і протестантських церквах церковна лава (*pew*) є невід'ємною частиною інтер'єру, але не в православних. Унікальним для прислів'їв та приказок у цьому аспекті є той факт, що референт, який переміщується в контексті фразеологічної одиниці, не може бути тільки якимось поняттям або об'єктом матеріальної культури, що лежить в основі номінативного значення.

Прислів'я – це фраза, що включає не тільки поняття або об'єкт матеріальної культури, що лежить в основі номінативного значення [4], а й подію, факт, явище або ситуацію позамовної дійсності, що надають прислів'ю або приказці національного колориту. Наприклад, у прислів'ї *Adversity makes strange bedfellows* культурологічним фактом, що мотивує, є те, що до середини XVII ст. окремі ліжка в Англії траплялися вкрай рідко, тому особи однієї статі спали разом [7, с. 68].

В іншому прислів'ї *Get the hair of the dog that bit you* мотивуючим культурологічним фактом є те, що за повір'ям, кілька волосинок собаки, що вкусила людину, можуть запобігти зараженню, якщо їх прикласти до рани [7, с. 69].

У прислів'ї *What will Mrs. Grundy say?* сполучення форманту *Mrs.* та антропоніму *Grundy* позначає популярного англійського літературного персонажа, що став загальним ім'ям для людей, схильних до пліток і пересудів [7, с. 71].

Водночас, приказці *I am a Dutchman if...* негативного значення надає компонент *Dutch*, тому що мається на увазі англо-голландська конкуренція на морях і війни в XII ст. [7, с. 75].

У таких прислів'ях та приказках особливо яскраво проявляється специфіка співвідношення загальних і специфічних національних аспектів їхньої семантики, що також необхідно враховувати в процесі перекладу. Як уже зазначалося, для глибшого і всебічного аналізу, вивчення й систематизації

фразеологізмів, що мають культурний потенціал, небажано обмежувати використовувані методи розглядом простих фразеологізмів. Незважаючи на відносно невелику кількість національно маркованих прислів'їв та приказок порівняно з лінгвістично і культурологічно нейтральними, їхню роль і значення для науки не слід недооцінювати.

Усі перераховані вище властивості англійських прислів'їв та приказок чітко вказують на те, що деякі комунікативні фразеологізми можуть містити багату культурологічну інформацію. Виявляючи й вивчаючи унікальні факти, що містяться в національно відомих прислів'ях й приказках, можна дізнатися не тільки безпосередньо про національний фонд англійських прислів'їв (лінгвістичні аспекти), а й про самих носіїв англійської мови, про особливості їхнього менталітету, культури, історії, географії, економіки та побуту, певною мірою збагатити знання перекладачів про реалії багатьох інших сфер життя носіїв англійської мови (культурологічні аспекти).

Отже, короткий огляд деяких цікавих аспектів семантики англійських прислів'їв та приказок з точки зору культурології засвідчує, що є аспекти, які ще недостатньо вивчені. Проте найважливішою та найкориснішою групою прислів'їв та ідіом є ті, чий внутрішній мотивований певними позамовними реаліями, характерними для англійського суспільства. Саме ці фразеологічні одиниці можуть стати незамінними об'єктами дослідження в галузі лінгвістики та культурології.

Література

1. Англо-український фразеологічний словник / Укладач К. Т. Баранцев. К.: Знання. 2005. 1056 с.
2. Fernando C. Idioms and Idiomaticity. URL: https://www.goodreads.com/book/show/124030.Idioms_and_Idiomaticity
3. Gibbs R. W. Speaker's Assumptions about the Lexical Flexibility of Idioms. URL: <https://link.springer.com/article/10.3758/BF03199557>

4. Gläser R. The Grading of Idiomaticity as a Presupposition for a Taxonomy of Idioms. URL:<https://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/72244>

5. Newmark P. A Textbook of Translation. New York: Prentice Hall, 1988.

6. Salcedo Martin J. Fraseología española en uso Brasilia. *DF: Consejería de Educación de la Embajada de España*, 2017. 108 p.

7. Tristán Pérez A. M. Fraseología y contexto. Cuba: Ciencias Sociales, 1988. 195 p.

8. Whorf B. L. Language, Thought and Reality : Selected Writings of Benjamin Lee Whorf. N. Y.: Wiley, 2006.

РОЗДІЛ 5

ХУДОЖНІЙ ПЕРЕКЛАД ЯК ПРОЯВ МІЖЛІТЕРАТУРНОЇ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

5.1 Художній переклад в контексті глобалізаційних викликів сьогодення

Художній переклад трактують як переклад прозових та поетичних творів іншими мовами. Це включає також і переклад літератури з давніх мов, і переклад сучасної художньої літератури, з метою охопити більшу аудиторію читачів. Отже, художній переклад – це вид перекладу, в якому вихідним документом є художня література.

Основною метою художнього перекладу є переклад творів мовою оригіналу (МО) на мову перекладу (МП). Це не обов'язково передбачає, що перекладач має бути носієм мови. Kohlmayer, R (1996) вважає, що критичною для художнього перекладача компетентністю є здатність набутти загального розуміння тексту та створити загальний план перекладу. Автор наголошує, що «перекладач художньої літератури повинен мати можливість не лише перекладати, але також писати пролог або епілог до свого тексту перекладу, надаючи до нього пояснення; тобто описати стиль оригінального тексту та техніку його перекладу; або, навпаки, обґрунтувати загальний план перекладу як реакцію на оригінальний текст» [6, с.187-205].

Більшість експертів вважає, що метою художнього перекладу є публікація. Перекладати для задоволення чи як інтелектуальну вправу – це добре, але відданий перекладач художньої літератури має на меті поділитися кінцевим результатом із читачами, для яких інакше твір назавжди залишився б недоступним. З усіх форм перекладу, таких як комерційний, фінансовий, технічний, науковий, рекламний тощо, лише художній переклад надає унікальну можливість брати участь у творчому процесі. Лише у цьому творчому процесі перекладач відчуває естетичне задоволення від

роботи з літературою. Інтелектуальні переваги перекладу численні. Для деяких важливим елементом є задоволення від можливості знайти еквівалент для каламбуру мовою оригіналу чи, до прикладу, правильно перекласти сленги, колоквиалізми, прислів'я, знайти певні культурні відповідності [5, с.4-5].

Переклад літератури принципово відрізняється від інших категорій, і особливості художнього перекладу творів численні. Це означає, що крім інформування читача художній переклад виконує ще й естетичні функції. Художній образ, створений у конкретному літературному творі (чи то образ персонажа, чи природи), неодмінно вплине на читача. З цієї причини художній перекладач повинен враховувати всі особливості оригінального тексту. Читаючи оповідання, вірш чи будь-який інший літературний твір, перекладений з іноземної мови, ми сприймаємо сам текст з його змістом, емоціями та героями. Досягти головної мети перекладу, а саме створити певний образ для читача, є доволі складним завданням. Тому художній переклад може мати деякі відхилення від загальноприйнятих правил, щоб показати, які риси письменник чи поет хотів донести до читача. Дослівний переклад не може відобразити глибину і зміст літературного твору. Вся справа в тому, як це бачить перекладач, адже прочитати фразу можна по-різному. Досвідчений перекладач зможе передати майстерність і гумор, які хотів відобразити в книзі автор, зберігши при цьому стиль та атмосферу.

Сфокусуємо увагу на основних характеристиках художнього перекладу:

- збереження стилю оригінального тексту;
- збереження авторського голосу та емоційності;
- творчий підхід до перекладу (якщо порівнювати машинний чи комп'ютерний переклад, де процес перекладу, як правило, дослівний);
- адаптація тексту перекладу мови оригіналу (МО) до культурних особливостей і менталітету країни перекладу (МП).

Зазначимо, що художній переклад допомагає сформувати наше розуміння навколишнього світу багатьма способами, а саме: допомагає побудувати розуміння історії, політики, філософії та багато іншого (деякі інші аспекти іншомовної історії і культури). Окрім цього, читання сучасних перекладів дає захоплююче розуміння життя в інших культурах та інших країнах, надає унікальну можливість обмінюватися знаннями і досвідом через культурні кордони.

Сьогодні, в умовах глобалізації, зростає попит на переклади, які вимагають унікального мультикультурного перекладу, адаптованого до кожної аудиторії. Ускладнення виникають особливо в літературній та медійній сферах. Завдяки прогресу комунікаційних технологій і засобів масової інформації світ змінився. Як наслідок, існує підвищений попит на переклади мультикультурних текстів, особливо в літературній сфері та ЗМІ. Це, у свою чергу, висуває нові вимоги до сучасних художніх перекладачів.

Останні дослідження показали зміну нової парадигми в перекладознавстві. Теорії припускають, що перекладачі повинні намагатися відобразити в тексті перекладу всі елементи оригіналу. Очікується, що перекладач буде максимально непоміченим, щоб оригінальний текст і оригінальний автор могли бути більш помітними для читачів [8]. Проте кожна діяльність має свою тематику, і переклад не є винятком. Перекладачі є суб'єктами перекладу, і їхня суб'єктивність заслуговує на увагу науковців. Слід розуміти, що весь процес перекладу не може бути повністю вільним від впливу перекладача. L. Venuti (1995) стверджує, що переклади можуть викликати непорозуміння, і ці непорозуміння можуть бути культурними, економічними чи політичними. Він також зазначає, що лінгвістичні підходи уникали таких непорозумінь, оскільки вони не враховували соціальних цінностей. Проте науковець уточнює, що ці підходи мають обмеження в перекладі, і такі обмеження здебільшого помітні саме в художньому перекладі. Результатом цих обмежень є те, що вони віддалені від культурного та соціального формування теми [8].

Глобалізація має також вагомий вплив на індустрію художнього перекладу. У художніх перекладах існує тісний зв'язок між мовою та культурою у різних аспектах: соціологічному, психологічному та лінгвістичному. Тому перекладач має враховувати перелічені вище аспекти при перекладі текстів з МО на МП.

Як вже зазначалося вище, переклад – це доволі динамічний і складний процес, під час якого перекладач виступає в ролі читача оригінального тексту та автора перекладеного тексту, неминуче додаючи щось суб'єктивне під час перекладу. Оскільки художній переклад має більше культурних і соціальних елементів, перекладач повинен обирати між лояльністю до порушень і свободою обмежень, коли має справу з конфліктними ситуаціями між культурою мови оригіналу та культурою мови перекладу, де на нього можуть впливати особисті фактори, пов'язані з його власним світоглядом.

На думку Сарраї (2012), одним із викликів для сучасного перекладача є переклад складних висловлювань, оскільки художній переклад відкриває безліч можливостей щодо перекладу. Автор наголошує, що не існує єдиного правильного перекладу на іншу мову. У результаті, перекладач повинен вибрати найбільш прийнятний варіант серед інших [3, с.11-29].

Виклики та перешкоди у літературному та медіа перекладах пов'язані з мовою та культурою між МО та МП. Зокрема, вони можуть зашкодити ефективному перекладу, оскільки це симбіотична діяльність, яка включає не лише тексти, що перекладаються, але й того, хто перекладає. Різні дослідження показують, що будь-які культурні чи інші перешкоди можна подолати шляхом компромісу чи маніпуляцій перекладача, але робити це потрібно з повною відповідальністю та об'єктивністю, без ідентифікації та надмірного втручання в оригінальний текст.

Безсумнівно, художній переклад – це стиль перекладу, який створює серйозні проблеми. Як і при інших видах перекладу, тексти не можна переписувати дослівно. Однак складніше зберегти творче та образне відчуття літературного тексту, одночасно

адаптуючи його до мови перекладу. На думку деяких зарубіжних дослідників, під час перекладу художніх текстів переклад повинен здійснюватися таким чином, щоб створити «баланс, що виражає почуття або в художньо-естетичному контексті», щоб «формально-естетичні риси, мовні ігри та індивідуальний стиль були представлені в перекладеному тексті» [1, с.351].

До викликів (проблем) у сфері художнього перекладу апелює низка закордонних учених. Ці виклики були розділені на три основні категорії: лінгвістичні, культурні та людські. Перший тип викликів (лінгвістичний) походить від природи самої дисципліни, оскільки він включає труднощі, пов'язані з фонологічними, синтаксичними, лексичними, семантичними, стилістичними та прагматичними проблемами, що виникають у художніх текстах, мова яких додатково характеризується своєю мовною девіацією від норми, особливо у використанні образної мови. Друге джерело викликів (культурне) пов'язане з тим фактом, що художній переклад пов'язаний насамперед з перекладом пов'язаних з культурою виразів і понять, які є одним із найскладніших завдань для перекладачів, котрі намагаються переказати їх іноземною мовою. Третій тип викликів (людських) пов'язаний із низкою проблем в індустрії художнього перекладу, зокрема, відсутністю державного фінансування, недостатньою фаховою підготовкою художніх перекладачів, мовною та культурною гегемонією, культурною замкнутістю і різницею у поглядах на перекладну літературу [7, с. 49].

Розглянемо детальніше кожен із перелічених вище викликів (проблем). *Лінгвістичні проблеми.* З усіх видів перекладу художній переклад є чи не найвибагливішим і найскладнішим. Причина цього полягає в тому, що мова літератури відрізняється від звичайної розмовної мови та включає різноманітні проблеми на фонологічному, синтаксичному, лексичному, семантичному, стилістичному та прагматичному рівнях. У художньому перекладі великого значення набувають формально-стилістичні особливості. На сенс художнього тексту впливає особливий органічний

зв'язок між складовими частинами, частинами і цілим. Найбільше ці риси виявляються в перекладі поетичних текстів і, певною мірою, драматичних текстів і навіть найрізноманітніших прозових художніх текстів [7, с.50].

Поезія є серйозним викликом для перекладачів з огляду на складність її формальних аспектів. Говорячи про поезію, зазвичай поет створює свій вірш, звертаючи увагу на звуки слів, ритми, рими, моделі строф, візуальне оформлення і вибір слів. Цей вибір має великий вплив на значення тексту. Такі характерні літературні та мовні особливості часто не піддаються перекладу через основні відмінності між різними мовами. Зазначимо, що йдеться про труднощі, пов'язані із перекладом кількох літературних засобів або стилістичних особливостей, таких як алітерація, алюзія, метафора, пародія, каламбур, рима, поетична дикція, стиль, регістр, жаргон, діалект тощо.

Деякі дослідники також виявляють інші проблеми перекладу, які виникають під час перекладу з періоду, віддаленого в часі, або з далекої культури. Однією з цих проблем є історичний стилістичний вимір, тобто мова та стиль періоду, в якому було написано оригінальний твір. Тут перед перекладачем постає дилема щодо того, чи використовувати поточні мовні вирази, чи спробувати знайти відповідні еквіваленти в мові перекладу, які можуть відобразити стилістичні особливості оригінального тексту. Проте експерти застерігають від використання другого методу, який, на їхню думку, ще більшою мірою віддаляє переклад від оригіналу. Перекладач поезії також стоїть перед складним вибором між віршованим чи прозовим перекладом. Таким чином, прозовий переклад вірша не має такого ж ефекту чи навіть такого ж значення, як переклад вірша мовою перекладу. Кожен переклад у прозі чи віршах є наближенням до оригіналу; він дуже близький до оригінального тексту, але не може бути таким самим [2].

Переклад драматичних текстів, мабуть, такий же складний, як і переклад поетичних текстів, хоча він створює для перекладача інші проблеми. Тут виникають питання висоти, тону, жестів, мови

тіла, культури та багато інших. Драматичні тексти, як правило, призначені для виконання, а не для читання, і це передбачає особливий вид обробки, який бере до уваги роль аудиторії чи читача або «виконавчу здатність» тексту. Перекладач драматичного тексту, як правило, також зобов'язаний усунути неоднозначність не лише слова “еси, а вчинки, жести і навіть ставлення героїв. Крім того, переклад драматичних текстів передбачає роботу з нетекстовими особливостями, такими як тон, регістр, діалект, стиль, костюм, жест, мова тіла, драматичні конвенції тощо. Завдання перекладача стає ще складнішим, коли йдеться про дублювання і субтитри, які вимагають відповідності між текстом і додатковими лінгвістичними ефектами звуку і жестів. Різні теоретики перекладу та перекладачі-практики прийняли різні стратегії перекладу для роботи з драматичними текстами: переклад, орієнтований на читача, переклад, орієнтований на виконання, переклад прози чи переклад віршів. У перекладі драматичного тексту важко відокремити текст від вистави. Отже, перекладач повинен визначити, які структури можна виконати і відповідно перекласти їх мовою перекладу. Це процедура, яка потребує внесення серйозних мовних і стилістичних змін [2].

Перекладач художньої прози чи художньої літератури також має труднощі щодо перекладу з МО на МП. Всупереч поширеній думці про те, що структура роману простіша за структуру вірша і, отже, її легше перекладати, мова літературної прози часто створює справжню проблему для перекладу. Особливо в модерністських і постмодерністських наративах мова часто має величезне значення. Іноді мова сучасного роману містить риси, які зазвичай асоціюються з поезією. Використання літературних і стилістичних засобів у таких текстах не може ігноруватися літературним перекладачем, який шукає правдоподібну еквівалентність між двома текстами. Крім того, перекладач має враховувати органічний зв'язок між формою та змістом, частинами та загальною структурою, а також функцію стилістичних та літературних засобів, що використовуються в оповідних текстах. Крім того,

романи та оповідання часто містять діалектизми та неологізми, що створює реальні труднощі для перекладача. Тут перекладач має вибрати найбільш відповідний діалект, на який він може перекласти оригінальний текст, і вирішити, який тип перекладу використовувати: дослівний, функціональний, формальний, ідейний тощо. Якщо перекладач змінює стиль або мову, це може призвести до спотворення оригінального повідомлення оригінального тексту. Під час перекладу діалекту перекладачі вибирають або взагалі ігнорувати діалект і натомість передавати його формальною/стандартною мовою, або перекладати його, використовуючи еквівалентний діалект у мові перекладу

Культурні виклики. Хоча традиційні теоретики художнього перекладу зосереджували свою критику та оцінку перекладу на основі прямої й точної відповідності між оригінальним текстом і перекладеним текстом, останні розробки в цій галузі вказують на подальший відхід від традиційного наголосу на передачі формальних аспектів оригіналу до концентрації на тексті перекладу мовою перекладу. Як зазначає Che Suh, J. (2002), «до середини 1970-х критика перекладу виходила з припущення, що цільовий перекладений текст має відтворювати оригінальний текст, а відхилення від оригіналу були неприпустимими» [4]. У традиційному лінгвістично-орієнтованому підході вчені розглядали художній переклад як процес передачі тексту, який має охоплювати синтаксичні, лексичні, стилістичні та прагматичні аспекти текстів, про які йде мова, і порівнювати між оригінальним текстом і перекладеним текстом. Однак у новій тенденції спостерігається відхід від порівняльного текстового аналізу та оціночної критики в бік прийняття перекладеного тексту як самостійного продукту. Отже, переклади встановлюються винятково в контексті культур, і, отже, у центрі уваги культурний обмін. Це зміщення акцентів призвело до зміни викликів, з якими зіштовхуються перекладачі літератури. Замість того, щоб бути обмеженими мовними та стилістичними проблемами, тепер перекладачі зіштовхуються з новими, іноді додатковими викликами, що впливають з

ідеологічних і культурних цінностей і норм культури/культур. Незалежно від того, чи є переклад художнього тексту орієнтованим на оригінальний текст чи перекладений текст, перекладач має справу з безліччю проблем, намагаючись передати просторові та часові аспекти оточення, стосунки героїв один з одним і мовну та паралінгвістичну інформацію.

Людські виклики. Третє джерело проблем в індустрії художнього перекладу пов'язане з тим, що можна назвати людським фактором, включаючи такі питання, як проблеми з публікацією, відсутність фінансової підтримки з боку урядів для перекладу й публікації літературних творів, низька оплата праці перекладачів художньої літератури, відсутність належної професійної підготовки перекладачів, утримання деяких країн від запровадження перекладів іноземної літератури своєю мовою та небажання деяких видавців публікувати переклади літератури. Звичайно, ці проблеми виникають як на місцевому, так і на міжнародному рівнях. Зазначимо, що сьогодні кількість нелітературних перекладів у світі значно перевищує кількість художніх перекладів. Очевидно, у багатьох секторах видавничої індустрії існує глибоко вкорінена тенденція розглядати літературні переклади як непридатні для продажу або неприбуткові. Тому не дивно, що технічний переклад та багато інших видів перекладу значно перевершують літературний не лише за фінансовими доходами, а й за обсягом. Загалом художній переклад зараз дещо маргінальний. Видавці часто орієнтуються на бестселери, твори відомих письменників. Іноді проблема полягає і в якості художнього перекладу. Мова та стиль деяких перекладів іноді мають недоліки. Часто не вистачає компетентних перекладачів, які б мали необхідну професійну та академічну підготовку. Такий фактор неминуче негативно позначиться на якості професійних художніх і якісних перекладів. Окрім адекватного та обґрунтованого врахування лінгвістичних, екстралінгвістичних і культурних аспектів тексту МО та МП, майстерність перекладача, його/її широке культурне походження та спеціальна підготовка, а

також людські фактори відіграють важливу роль у визначенні якості та характеру кінцевого продукту перекладу. Художній перекладач повинен мати дуже хороші знання двох або більше мов і культур на додаток до хорошого літературного досвіду і навіть таланту до творчого письма.

Проведене дослідження дає змогу констатувати про важливість та складність художнього перекладу, особливо в умовах глобалізації та зростанням попиту на інші види перекладу. Сфокусовано увагу й схарактеризовано основні виклики, згідно із теоретико-прикладними доробками зарубіжних учених у галузі художнього перекладу, перед якими стоять сучасні перекладачі художніх творів, та проблеми, з якими вони зіштовхуються в процесі художнього перекладу, які поділяються на три основні групи: лінгвістичні, культурні, людські. Ці виклики пов'язані із культурними та лінгвістичними відмінностями в мові оригіналу та мові перекладу. Перспективним для нашого дослідження вважаємо зосередження уваги на більш детальному обґрунтуванні й вивченні означених вище проблем та виокремленні низки інших викликів при перекладі художньої літератури, зумовлені сучасними глобалізаційними процесами.

Література

1. Abbas Ali Salehi Kahrizsangi & Mohammad Hossein Haddadi. An Inquiry into the Challenges of Literary Translation to Improve Literary Translation Competence with Reference to an Anecdote by Heinrich von Kleist. *Journal of Education and Learning*; Vol. 6, No. 3; 2017. 350-357p.

2. Bassnett-MacGuire, Susan. (1980). *Translation Studies*. London and New York: Routledge. – 192p. <https://doi.org/10.4324/9780203427460>.

3. Cappai, Gabriele. (2003). «Einleitung: Übersetzung zwischen Kulturen als interdisziplinäre Aufgabe». in *Sozialwissenschaftliches Übersetzen als interkulturelle Hermeneutik / Il tradurre nelle scienze*

sociali come ermeneutica interculturale, edited by A. Zingerle, G. Cappai. Milano, Berlin: Angeli/Duncker & Humblot, ss.11-29.

4. Che Suh, J. (2002). Compounding Issues on the Translation of Drama/Theatre Texts. *Meta*, 47(1), 51–57. <https://doi.org/10.7202/007991ar>.

5. Clifford E. Landers,. (2001): *Literary Translation. A Practical Guide*. Multilingual Matters Limited. – 224p.

6. Kohlmayer, R. (1996). Wissen und Können des Literaturübersetzers. In Kelletat (Ed.), *Übersetzerische Kompetenz* (Band 22, ss. 187-205).

7. Tawfiq Yousef. *Literary Translation: Old and New Challenges*. *International Journal of Arabic-English Studies (IJAES)* Vol. 13, 2012, pp.49-60.

8. Venuti, L. (1995) *The Translator's Invisibility. A History of Translation*. Routledge, London. <http://dx.doi.org/10.4324/9780203360064>

5.2 Роль художнього перекладу у процесі підготовки перекладача

Die rolle der künstlerischen übersetzung im prozess der vorbereitung der übersetzer

Die Übersetzung literarisch gestalteter Texte ist Gegenstand deskriptiver Untersuchung, wobei vorliegende Übersetzungen im Rahmen einer Kultur untersucht werden, was zur Beschreibung von typischem Übersetzerverhalten sowie von Wirkungen literarischer Übersetzungen führt. Ein spezielles Interesse gilt in den „Translation Studies“ der literarischen Übersetzung als Teil des Polysystems einer zielsprachlichen Literatur. Der SFB in Göttingen arbeitete an einer Kulturgeschichte der Übersetzung.

Literarische Qualität in Übersetzungen.

Während literarische Texte in der Vergangenheit vor allem unter ästhetisch und intuitiven Gesichtspunkten behandelt worden waren und

deren Übersetzung als eine „Kunst“ galt; hatte sich die Übersetzungswissenschaft im Blick auf Texte produktionsorientiert-präskriptiv am Ideal der inhaltlichen und formalen Entsprechung ausgerichtet, wie in den vorangehenden Kapiteln dargestellt wurde. Den Forschungsgegenstand bildeten dort weithin gebrauchssprachliche und fachsprachliche Texte, und man hatte auch früh schon die Untersuchung literarischer Texte ausgeklammert, denn:

Hier tritt an die Stelle sachgebundener übersetzerischer Neutralität das freie Spiel sprachgestalterischer Kräfte, aus dem Übersetzungsergebnisse hervorgehen, die sich zwar deskriptiv-explanatorisch, durch Nachvollzug der einzelnen Übersetzungsprozeduren erfassen lassen, die aber evaluativ u.U. eine sehr unterschiedliche Beurteilung erfahren können. Sie besitzen deshalb unter dem Äquivalenzaspekt nur begrenzten Aufschlußwert.

Literarische Texte zeichnen sich eben durch besondere Eigenschaften aus, deren Vorkommen und Wirkung auch in Übersetzungen analysiert werden kann, wobei es nicht um statische Bewertung der „Äquivalenz“, sondern um Beschreibung von dynamischen Übersetzungslösungen geht, wie auch schon die Rede vom „expressiven Texttyp“ andeutete. Bei der Frage nach den formalen Besonderheiten, die „Literarizität“ ausmachen, wird u. a. auf Jiri Levy verwiesen. Er isoliert und betrachtet bestimmte Oberflächenstrukturen an Texten, die diese als „literarisch“ im Gegensatz zu gewöhnlichen Texten auszeichnen, wie etwa Aspekte von Rhythmus, Klang, kreative Formen und Normabweichung.

Anfangs wurde die Forderung aufgestellt, dass ungewöhnliche, literarische Formen im Ausgangstext auch im Zieltext ihre Markierung bewahren müssten. Levy definierte die literarischen Merkmale als Elemente innerhalb eines semiotischen Systems, in Relation zu anderen Textsegmenten (synchronisch) und zu anderen Wörtern in Texten der literarischen Tradition (diachronisch), und gründete darauf seine Forderung nach Transfer der Literarität. Ob diese künstlerische Entsprechung gelingt, hängt allerdings in entscheidendem Maße vom literarischen Einfühlungsvermögen des Übersetzers, von seinen

Fähigkeiten zum Aufspüren und zur Wiedergabe der literarischen Qualitäten eines Textes ab. Aus diesem Grund sind für Levy „(...) die vergleichende historische Poetik und eine Analyse des Anteils des Übersetzers am übersetzten Werk die Voraussetzungen für die literaturwissenschaftliche Theorie der Übersetzung“, die für ihn eine „illusionistische“ ist:

Der illusionistische Übersetzer verbirgt sich hinter dem Original, das er gleichsam ohne Mittler dem Leser mit dem Ziel vorlegt, bei ihm eine übersetzerische Illusion zu wecken, die Illusion nämlich, dass er die Vorlage lese. In allen Fällen handelt es sich um eine Illusion, die sich auf ein Einvernehmen mit dem Leser oder mit dem Zuschauer stützt: Der Theaterbesucher weiß, dass das, was er auf der Bühne sieht, nicht die Wirklichkeit ist, er verlangt jedoch, dass es wie die Wirklichkeit aussehen soll; der Romanleser weiß, dass er eine gedachte Geschichte liest, aber er fordert, dass der Roman sich an die Regeln der Wahrscheinlichkeit hält. So weiß auch der Leser einer Übersetzung, dass er nicht das Original liest, aber er verlangt, dass die Übersetzung die Qualität des Originals beibehalte).

In solch einer Vorstellung sind Textveränderungen aufgrund der verschiedenen Sprachsysteme im Dienst der Illusion oft unumgänglich, wenn der Übersetzer ein Ausdruckselement durch ein anderes ersetzt oder eines erfindet. Nun unterliegen aber stilistische Eigenschaften im Laufe des historischen Wandels auch verschiedenen Interpretationen. Solche Normen wären zu berücksichtigen, will man Aussagen über die Deutungsfähigkeiten des Übersetzters machen. Entsprechende Untersuchungen unternimmt Anton Popovic und beobachtet Ausdrucksverschiebungen.

Derartige „Abweichungen“ wurden natürlich von jeher festgestellt, doch wurden sie früher als bewusste oder unvermeidliche Verzerrung gesehen oder der Inkompatibilität zwischen zwei Sprachen zugeschrieben. Popovic akzeptiert nun die Unmöglichkeit des Erreichens eines voll „äquivalenten Textes“ und entwickelt daher eher eine Theorie zur Erklärung solcher Nichtidentität, etwa anhand literarischer Normen der Empfängerkultur. Hier könnte man, wenn man

so will, auch einen Berührungspunkt zu Ansätzen im Sinne der Dekonstruktion sehen, wo ja auch Veränderungen in Übersetzungen thematisiert werden, allerdings mehr auf semantischer Ebene.

Es wird deutlich, dass literarische Übersetzungen nicht ausschließlich nach dem Äquivalenzmaßstab erörtert werden können, sondern dass hier ein neuer Blick auf die pragmatische Einbettung des gesamten Übersetzungsvorgangs notwendig ist.

Translation Studies.

In Belgien und den Niederlanden entstand in den 1970er Jahren eine übersetzungstheoretische Schule, die Übersetzungsforschung als Teil der Vergleichenden Literaturwissenschaft (*Comparative literature*) betreibt. Diese Richtung ist mit Theoretikern wie Andre Lefevere und Theo Hermans verbunden. Doch auch Forscher in England wie Susan Bassnett-McGuire, deren Buch (1980) *Translation Studies* einen guten Überblick liefert, gehören dazu. Anstatt Erkenntnisse bestehender literarischer Theorien nun auf Übersetzungen anzuwenden, wird der Betrachtungswinkel umgedreht: Zunächst sollen Übersetzungen, einfach so wie sie sind, anhand von Fallstudien analysiert werden, um daraus theoretische Rückschlüsse im Bereich von Literatur und Linguistik ziehen zu können. Damit ist dieser Ansatz rein deskriptiv ausgerichtet [1].

Zugleich tritt man mit dem Anspruch auf, eine ganz neue Forschungsrichtung durch einen Paradigmenwechsel zu begründen, weshalb diese Studien „Translation Studies“ genannt wurden. Zwar lautet deren niederländische Bezeichnung „vertaalwetenschap“, doch trotz der formalen Ähnlichkeit umfasst dieser Forschungsansatz etwas ganz anderes als die deutsche „Übersetzungswissenschaft“, oder die Übersetzungsforschung im Allgemeinen, denn er beschränkt sich praktisch auf die Deskription literarischer Übersetzungen.

Einige der lange Zeit kaum zugänglichen englischsprachigen Beiträge aus dieser Schule wurden von Theo Hermans in einer Anthologie unter dem Titel *The Manipulation of Literature: Studies in Literary Translation* veröffentlicht, sodass dieser Ansatz nun breiter diskutiert wird, und bald wurde die Gruppe die „Manipulation School“

genannt, und HERMANS schreibt auch in seiner Einleitung: „From the point of view of the target literature, all translation implies a degree of manipulation of the source text for a certain purpose“. Der Herausgeber wendet sich ausdrücklich gegen Einflüsse der Linguistik kennzeichnet die eigene Grundorientierung folgendermaßen.

In den Translation Studies werden literarische Qualitäten an Texten im Rahmen der sie umgebenden Kultur und Sprache wahrgenommen. So können beispielsweise übersetzerische Präferenzen oder historische Normen des Literarischen in einer Empfängerkultur verdeutlicht werden. Lefevere schlägt vor, die das Übersetzen als Neuschreiben (*rewriting*) beeinflussenden Faktoren zu untersuchen und führt dazu den Begriff „Patronage“ ein [2].

Es ergeben sich analytisch Regelhaftigkeiten des Übersetzerverhaltens, wie z.B. die Auslassung von Metaphern im Text als „Übersetzungslösung“, oder der kompensierende Umgang mit fremdkulturellen Gegebenheiten, wie mit entsprechenden Untersuchungen nachgewiesen wird. So können in diachronischer Perspektive Übersetzungstraditionen und -normen analysiert werden, während andererseits die Leistung von Einzelübersetzern auch als von deren Situation beeinflusst gesehen werden kann. Man beobachtet deskriptiv ein Nebeneinander von Äquivalenz und tatsächlich empirisch nachgewiesener Beziehung zwischen zwei Texten.

Texte werden als etwas Dynamisches und Produktives angesehen, wobei Veränderungen in Übersetzungen als gegeben hingenommen und dann in ihrer Eigenart analysiert werden, indem beispielsweise mehrere Übersetzungen eines Werkes miteinander verglichen werden, was breiten Raum für empirische Studien gibt. Auch kann etwa nachgezeichnet werden, wie eine Erstübertragung die nachfolgenden beeinflusst hat. Es gilt die Grundauffassung, dass es keine „Musterübersetzung“ eines literarischen Textes gibt und dass die (manipulierende) Interpretation der Übersetzung daher auf dem Vergleich der „Funktion“ des Textes als Original und als Übersetzung gründen müsse. Allerdings ist nicht sicher, ob die Frage der Evaluation

immer ganz ausgeklammert werden kann, oder ob nicht subjektive Vorstellungen des Übersetzungskritikers mit einfließen.

Beispiel:

Bassnett führt diese Auffassung praktisch vor. In einer Analyse der Übersetzungsgeschichte verschiedener Versionen von Catulls dreizehntem Poem wird beispielsweise eine sehr weite Definition von „Funktion“ verwendet, um die verschiedenen Versionen „objektiv“ beschreiben zu können. Allerdings scheint die Verfasserin sich selbst von der Übersetzung durch Sir Walter Marris zu distanzieren, wenn sie wertend anmerkt, er "has fallen into the pitfalls awaiting the translator who decides to tie himself to a very formal rhyme scheme", und neigt wohl mehr einer anderen Version voller Hip-Jargon und Rock and Roll-Lyrik Frank Copleys zu, die angeblich "closer to the Latin poem than the more literal version by Marris" sei. Bei der Besprechung einer Version Ben Jonsons, der das Sonett in ein Gedicht mit einundvierzig Zeilen übertrug, heißt es: "it comes nearer in mood, tone and language to Catullus than either of the other versions".

Hier werden inhaltliche Aspekte wie „Stimmung“, „Ton“ anstelle von Texteigenschaften betont, und dadurch der freie Umgang des Übersetzers mit sprachlichen Effekten und Hinzufügungen favorisiert, damit das Gedicht den modernen Leser anspricht. Wenn aber fast jede Veränderung als „functional equivalent“ bezeichnet werden darf, wird der Evaluationsmaßstab beliebig oder subjektiv.

Literatur als Polysystem.

„Translation Studies“ greifen also einen Perspektivenwechsel auf und untersuchen das Umfeld der Übersetzungen. Damit öffnet sich der Blick auch auf Auswirkungen, die von literarischen Übersetzungen in ihrer Zielkultur verursacht werden. Die Übersetzung wird nicht mehr nur als ein „produziertes“, sondern auch als ein „produzierendes“ Objekt gesehen. Gideon Toury diskutiert den Begriff der „literarischen Übersetzung“ neu und unterscheidet zwischen der Übertragung von Texten, die in der Ausgangskultur zum Literaturkanon gehören, und Übersetzungen, die in der Zielkultur als literarisch akzeptiert werden (sollen):

Damit ist ein neues Forschungsfeld eröffnet. Hauptanliegen ist es, die Wirkung von Übersetzungen innerhalb der Nationalliteratur einer der Zielsprache zu untersuchen, denn diese bringen immer ein fremdes Element mit sich und spielen daher auch eine innovative Rolle innerhalb dieser Literatur. Die Übersetzung wird so zu einer eigenständigen Textsorte. Nach Auskunft von Auskunft von Holmes wurde diese literarische Übersetzungstheorie in Tel Aviv von einer Gruppe um Itamar Even-Zohar entwickelt, und hat sich inzwischen mit den Translation Studies vereinigt. Sie sieht die Literatur in einer gegebenen Kultur als ein Polysystem, in welchem verschiedene Genres, Schulen, Strömungen und anderes ständig miteinander im Wettstreit um die Gunst des Lesers liegen. Und dann ist „Literatur“ nicht mehr der feierliche, statische Gegenstand der Kanoniker, sondern ein höchst „kinetisches Gebilde“, in ständigem Wandel begriffen. Literarische Übersetzungen haben in diesem hochdynamischen Makrosystem immer eine wichtige Rolle gespielt, wie die Verbreitung so verschiedenartiger literarischer Elemente wie des italienischen Sonetts, des französischen Klassizismus, oder von Dichtern wie Dostojewsky und Ibsen in ganz Europa zeigt. Die israelische Kultur, die sehr stark auf Übersetzungen angewiesen war und ist, bildete den Ausgangspunkt dieser Forschungsrichtung [3].

Die Übersetzung wird als historisches Objekt betrachtet, und zwar nur als Teil des zielsprachlichen Systems. Und dann muss es vom Wissenschaftler als integrierter Bestandteil des literarischen Systems angenommen werden. Auch die Rezeptionsgeschichte von Übersetzungen wird untersucht, wobei das Studium von Literatur mit sozialen und wirtschaftlichen Faktoren der Geschichte verknüpft wird. Die israelischen Forscher betonen, dass Übersetzungen oft sprachlich eine „innovative, primäre Rolle“ gespielt hätten (*primary translations*), indem sie ungewöhnliche neue Gedankengänge, Methoden, literarischen Geschmack und fremde Weltbilder in ein literarisches Polysystem einführten. Solche Elemente werden oft von einheimischen Autoren imitiert und in ihr eigenes Werk integriert.

Der Anfang der modernen nationalen Literatursysteme kann nicht selten auf Übersetzungen und Adaptierungen von Originalen prestigeträchtiger, z. B. „klassischer“ literarischer Systeme zurückverfolgt werden. Immer gab es komplexe Interaktionen zwischen Übersetzungen und der literarischen Produktion in der Empfängerkultur. Ein spezieller Fall solcher Beeinflussung liegt vor, wenn die Konventionen von Genre und Stil in der Zielkultur unsicher sind und damit offen für fremde Einflüsse, wie etwa in Israel nach der Staatsgründung.

Nicht alle Übersetzungen haben freilich eine solche „Primärfunktion“. Die meisten sind „sekundäre Übersetzungen“ (*secondary translations*), die sich den stilistischen Normen des zielsprachlichen Polysystems durchaus anpassen. Holmes merkt sogar ironisch an, dass wohl viele Übersetzungen mit innovativem Potential gar nicht erst entstehen, weil Verlage davor zurückschrecken würden. Jedenfalls bietet sich hier ein weites Feld für Untersuchungen zur Theaterübersetzung, für die Genre-Forschung, für das Sprachverhalten bestimmter soziologischer Gruppen sowie die Wirkungen von Texten in Kolonialsituationen.

Trotz der einseitigen Ausrichtung auf deskriptive Untersuchungen bietet die breit angelegte Betrachtung des literarischen Polysystems als Ganzes wichtige Impulse für die Übersetzungstheorie und vor allem auch die Übersetzungskritik, wenn dadurch die oft kurzsichtige Bildung an die Oberflächenstrukturen und Äquivalenznormen überwunden werden kann, indem soziale und kulturelle Gründe für Textveränderungen gefunden werden.

Meist wird angenommen, dass die Übersetzung eines literarischen Textes einer Ausgangskultur auch in der Zielkultur ein „literarischer Text“ sei, und dass sie möglichst genau die Vorlage wiederzugeben habe und die gleiche Wirkung entfalte. Das ist zwar häufig der Fall, doch es gibt auch andere Beispiele.

Gideon Toury nennt diesbezüglich die jüngste Übersetzung der Schriften Sigmund Freuds ins Hebräische. Kein Israeli würde die Übersetzung ernsthaft als einen wissenschaftlichen Beitrag zur

Psychoanalyse ansehen, sondern vielmehr als „a good piece of writing“. Der Übersetzer wurde für seine Leistung sogar mit dem höchsten Literaturübersetzer-Preis des Landes ausgezeichnet. Allerdings gelten Freuds Texte auch in Österreich als von besonderer literarischer Qualität.

Als fruchtbar erweist sich diese Übersetzungsauffassung auch beim Übersetzen fürs Theater, wo immer wieder neue Bearbeitungen von Texten vorgenommen werden. Sirkku Aaltonen fragt an Hand einer Analyse von Dramenübersetzungen, *wie* fremde sozio-kulturelle Textelemente in der Übersetzung „transplantiert“ wurden, *welche* Elemente transplantiert und *welche* kulturell adaptiert wurden, und schließlich *warum* dies, auch in diachronischer Perspektive, so geschah. Dabei wird auch der unterschiedliche Charakter eines Dramas als Lesestoff und als gespielter Text genannt. Während in Finnland Dramentexte praktisch nie den Bereich des Theaters verlassen werden, sie in England auch als Teil der Literatur gesehen und sogar im Schulunterricht verwendet.

Raquel Merino Alvarez untersucht, wie Arthur Millers Stücke von verschiedenen spanischen Übersetzern übertragen wurden. Diese hätten dabei seine Stücke „im eigenen Interesse“; im Rahmen des spanischen Theatersystems „manipuliert“. Solches geschieht aber wohl überall in den „Bearbeitungen“ durch die Regisseure [4].

Kulturgeschichte der Übersetzung (SFB Göttingen).

Der Beitrag der Übersetzung zur interkulturellen Bereicherung des literarischen Lebens lässt sich qualitativ wie quantitativ kaum überschätzen, doch ist diese Bedeutung der literarischen Übersetzung noch nicht tiefgreifend erforscht. Diesem Anliegen widmete sich seit 1983 ein Sonderforschungsbereich „Die Literarische Übersetzung“ an der Universität Göttingen, der sich insbesondere mit philologisch-historischen Untersuchungen von Übersetzungen ins Deutsche befasst. Dieser Ansatz ist aber nicht rein zielorientiert, wie bei der Betrachtung der Literatur als Polysystem. Vielmehr wird hier ein „transferorientierter Ansatz“ vertreten, denn:

In erster Linie geht es uns nämlich um die Erforschung der Übersetzung *als Übersetzung*, also gewissermaßen als grenzüberschreitender Verkehr zwischen zwei Sprachen, Literaturen und Kulturen. Die meisten der im Sonderforschungsbereich Zusammenarbeitenden teilen auch nicht die Auffassung der Literatur als eines Systems – und sei es nur deshalb, weil noch keine Nationalliteratur als System voll ausgearbeitet worden ist, so dass sich der Übersetzungsforscher eine kaum zu bewältigende zusätzliche Aufgabe aufladen müsste, wollte er in diesem Sinne vorgehen.

Das Hauptarbeitsmittel sind Fallstudien, die an einzelnen wichtigen oder besonders interessanten oder wirkmächtigen literarischen Texten im Vergleich mit ihren deutschen Übersetzungen angefertigt werden. Daraus entsteht allmählich eine Kulturgeschichte der Übersetzung, zumindest wird der Beitrag erhellt, den Übersetzungen zur Fortentwicklung der deutschen Literatur geleistet haben.

In diesem Arbeiten gilt meist die Grundannahme, dass die literarische Übersetzung notwendigerweise von ihrer Vorlage abweicht, und zwar aufgrund der verschiedenen Sprachsysteme, der verschiedenen Literaturen mit den ihnen jeweils eigenen Traditionen, der unterschiedlichen Kulturen mit ihren geistigen und materiellen Ausprägungen, der historisch und individuell verschiedenen Vorstellungen vom Literaturübersetzen, und nicht zuletzt von „dem historisch und individuell verschiedenen Verständnis des jeweiligen Werks“. Die in der Übersetzung implizierte Werkinterpretation wird als konstitutiv für die Übersetzung angesehen:

Literatur übersetzen heißt vielmehr, eine Interpretation eines literarischen Werks übersetzen. Nicht im Sinne einer Wesensbestimmung, sondern als heuristische Orientierung haben sich die im Sonderforschungsbereich Zusammenarbeitenden darauf verständigt, eine literarische Übersetzung grundsätzlich als integrale – wenn auch nicht unbedingt vorausbedachte und kohärente – Interpretation eines literarischen Werks in einer zweiten Sprache aufzufassen, allerdings nicht als metasprachliche, sondern als eine zumindest dem Anspruch nach literatursprachlicher Interpretation.

Deshalb nimmt sich diese besondere Art der Interpretation auch wie ein literarisches Werk aus, das – zumindest für den nur zielsprachigen Leser – das „übersetzte“ in der zweiten Sprache, Literatur und Kultur „ersetzt“ [5].

Das so verstandene Übersetzen spielt sich in einem institutionellen Geflecht von Verlegern, Herausgebern und literarischen Promotern/Kritikern ab. Die Tätigkeit der *Übersetzer* impliziert dabei deren Absicht „Äquivalenzen“ herzustellen, auch wenn sie Differenzen formulieren. Die Tätigkeit der *zielsprachigen Leser* impliziert, dass sie das Werk nur im Kontext der Zielliteratur aufnehmen. Die Tätigkeit der *Übersetzungskritiker*, *-forscher* und *-historiker* steht unter der Bedingung, dass sie die Übersetzung als Transaktion zwischen den beiden Sprachen und Kulturen beurteilen können. Und hier wird wieder an die Definition der „Kenner“ bei Schleiermacher erinnert, denen nämlich „die fremde Sprache geläufig ist, aber dennoch immer fremd bleibt“.

Die literarische Übersetzung wird vorwiegend deskriptiv untersucht. Das Literarische an Texten zeigt sich in einer besonderen, spielerisch gewonnenen Sprachgestalt, die vom Gewöhnlichen der gebrauchssprachlichen oder fachlichen Kommunikation abweicht und sich damit der wissenschaftlichen Objektivierung entzieht. Dargestellt werden Textveränderungen durch den Übersetzer die durch eine spezifische Interpretation, durch andere historische Übersetzungsnormen oder durch Übersetzer „schulen“ und Verlagstraditionen bedingt sein können. Dargestellt werden ferner Auswirkungen von literarischen Übersetzungen auf die sie umgebende Literatur in der Zielkultur, sowie deren Rückwirkungen auf den Ausgangskontext.

Solche Studien erbringen allerdings keine oder kaum Aussagen zu der Frage der Äquivalenz zwischen Textvorlage und Übersetzung, oder dazu, wie man adäquat übersetzen könnte.

Lektürehinweise

1. Andre Lefevere (1992): *Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Texts*. London, New York.

2. Jiri Levy (1969): Die literarische Übersetzung. Theorie einer Kunstgattung. Frankfurt.

3. John L. Austin (1972): Zur Theorie der Sprechakte. Stuttgart.

4. Susan Bassnett-McGuire (1980, 1991): Translation Studies. London, New York.

5. Theo Hermans (ed.) (1985): The Manipulation of Literature. Studies in Literary Translation. London, Sydney.

5.3 Відтворення текстової інтерференції в українському перекладі англомовних художніх творів (На прикладі роману Дж. Д. Селінджера «Над прірвою у житті»)

Літературна спадщина Джерома Девіда Селінджера (Jerome David Salinger) – класика американської літератури – стала потужним імпульсом для наукових досліджень у царині слова, які вилились у масштабну кількість статей і книг, а також дисертацій про нього та його творчість у світі. Проте читачі і дослідники художньої літератури продовжують нарощувати своєрідний дискурс про цього письменника. Україна у відкритому світі культури також не виняток, як свідчить ряд останніх розвідок за авторством

І. Гольтер, яка зосереджена на трактуванні твору як розповіді про нову генерацію у порівнянні з твором сучасного українського письменника Любомира Дереша «Культ» [1], Л. Козубенко опрацювала проблему екзистенції героя [5], Н. Ільїнської – розвідка компаративного характеру, присвячена типологічній схожості та відмінності творів Дж. Д. Селінджера «Над прірвою у житті», «Вище крокви, теслі» та роману Л. Дереша «Культ» [3] та багато інших вагомих наукових доробків, що будуть покликатися у процесі викладу нашої розвідки.

Той факт, що художній досвід американського прозаїка виконує далекосяжні функції, засвідчує постійна увага до зміщень і нових парадигм в культурі Америки. Цим досвідом Дж. Д. Селінджера постійно живиться літературознавство США. Це

підтверджує низка дисертацій у тій країні та відлуння, яке доходить і до наших гуманітаріїв як за колишнього СРСР, так і в самостійній українській державі.

Із праць американців (магістерських і докторських тез) особливої уваги заслуговують декілька, відомих в Україні тим фахівцям, що цікавляться Дж. Д. Селінджером. Зокрема, це погляд на свого класика – улюбленця: Стейнл Памели Луїз Хант (Steinle Pamela Louise Hunt 1987), Вільяма Гочмена (William Hochman 1994), П. Сюрейс (P. C. Surace 1996), Робін Дадлі (Robin Dudley 2004) тощо.

Не вдаючись до хронологічної послідовності і синхронності парадигматики, звернемо увагу на окремі фрагменти літературознавчого дискурсу заокеанських дослідників. Скажімо, Памела Луїз Стейнл 1987 року дисертацію на здобуття ступеня Ph.D зазначила, що твір Дж. Д. Селінджера зазнавав неоднозначних оцінок. У середині 1950-х років до кінця шістдесятих він був центральним пунктом літературної цензури – прикладом «роману протиріч» для молодих і дорослих людей. Після короткої перерви функціонування як суперечливого бестселера від початку 1970-х «Над прірвою в житті» знову привернув до себе пильну увагу громадськості як запальна гаряча книга. Дебати з приводу книги «The Catcher in the Rye» (назва спочатку перекладалася буквально як «Ловець у житті») часто починалися із скарг на брутальність лексики у мові книги. Голден Колфілд як протагоніст-герой твору допускав непристойності, що писали, вживали інші члени суспільства.

В цьому сенсі основне питання суперечок про твір Селінджера не було центральним. Презентація різноманітних способів текстуалізації статевого дозрівання підлітків, підкреслювала Памела Луїз Стейнл Хант, зумовлювала різне ставлення до процесу еволюції від «дитинства» до «дорослості» у приватному житті [13].

Вибірково простудійовані американські дослідження, породжені в контексті віддаленої культури, орієнтують сучасного українського дослідника на проблематику, яка може бути сумірно-

контрастною з українськими реаліями чи фікційними уподобаннями, що час від часу трансформуються, змінюються. І все-таки домінантними у читацьких очікуваннях, бодай прогнозованих реакціях виявляються перекладені тексти Дж. Д. Селінджера і ті методи їх відчитування, інтерпретації, які встановлювалися протягом другої половини ХХ століття. Є у цьому якась глибинна чи очевидна особливість функціонування читацької культури.

Явище текстової інтерференції трактується В. Шмідтом як змішання мови, яка наслідує та мови, яка зображає в тексті наратора та персонажа (переклад наш) [14, с.138]. В одному й тому самому уривку розповідного тексту можна зауважити ознаки, які свідчать про належність цього фрагменту до тексту наратора й до тексту персонажу водночас. В класичній наратології наратор, він же і оповідач розглядається як синтетичний конструкт, що використовується автором для організації розповіді. Оскільки мова наратора використовується автором в особистих наративних цілях і певним чином може замінити авторський текст доречно прирівнювати текст наратора до тексту автора. Але така явна рівноправність тексту та тексту персонажа не дає підстав нівелювати той факт, що ці тексти поєднані в розповідний текст організаторською потугою тексту наратора. Текст персонажу фігурує в розповідному тексті як цитата всередині тексту, що підхоплюється наратором. Звідома неспроможність автентичної передачі наратором тексту героїв призводить до виникнення текстової інтерференції. Текстова інтерференція – це наративне явище, в якому поєднуються дві функції – передача тексту персонажу і, власне, сама розповідь. Це явище характерне для художньої прози та проявляється у в різних формах, найрозповсюдженіші з яких – невласна пряма мова та непряма мова. Приклади текстової інтерференції були зафіксовані вже в античній літературі середньовіччя, в давньофранцузьких текстах. Однак текстова інтерференція як засіб, що свідомо використовується у західно-європейській літературі, розповсюдилася лише на початку

XIX століття. Поширення текстової інтерференції пов'язують із посиленою персоналізацією розповіді – а саме із зростаючим переміщенням точки зору з нараторського полюсу на персональний. У випадку із заявленим текстом, цей феномен є значимим.

Від так перед перекладачем постає завдання – притриматись цього явища, «обіграти» його чи вдатися до інших прийомів при спробі транслювати не лише текст, а й головну тему та ідею, що є головним завданням при перекладі художньої літератури.

Слід наголосити, що на українській мові маємо поважний корпус перекладних художніх текстів письменника та їх літературознавчих, історико-літературних і методичних інтерпретацій. Українському читачу спадок автора дістався завдяки перекладам, що здійснювалися О. Сенюк, О. Терехом, Ю. Покальчуком, Д. Кузьменком тощо. Заявлений роман став популярним у читацькій аудиторії стараннями українського перекладача Олекси Логвиненка. Його переклад стає об'єктом нашої розвідки, а саме – вивчення шляхів відтворення текстової інтерференції в українському перекладі в контексті реінтерпретаційного підходу, бо в епоху зміни парадигм доводиться поступово переосмислювати, по-новому тлумачити класичні твори крізь призму розширених горизонтів. При цьому порівняльно-реінтерпретаційні студії за умов глобалізації культури і звільнення її від догматизації за парадигмами соцреалізму диктують нові вимоги, увиразнюють теоретико-методологічні основи. Текстова інтерференція тісно пов'язана з посиленою персоналізацією оповідки та з наростаючим переміщенням точки зору з наративного полюсу на персональний. Персоналізація передбачає не лише інтроспекцію наратора в свідомості персонажу (котра, звичайно не виключена в наративі) але й перенесення персональної точки зору на рівень наратора, перш за все в плані перцепції. Таким чином, персоналізація інколи створює враження, наче наратор іде зі сцени, надаючи свою оповідальну компетенцію персонажу. І перекладачу слід бути дуже уважним у виборі технік та засобів при моделюванні трансляторного процесу на різних рівнях аби не прогавити важливі аспекти.

Отже, концепт текстової інтерференції надавався до проектування досвіду гомодієгетичної нарації (від першої особи будь-яких персонажів) на художню систему Дж. Д. Селінджера, що давно, ще з 50-х років ХХ ст., від так опинився у центрі зміни художніх парадигм на пограниччі реалізму – модернізму. І такі прийоми є інколи дуже викличними для перекладача і вивчення цього феномену передбачає передперекладацьку підготовку, яка полягає у ретельному опрацюванні глибоких наукових засад з різних точок зору. Таке зміщення мистецьких моделей, теоретично обґрунтоване Р. Козеллеком у праці «Часові пласти. Дослідження з теорії історії», дозволяє збагнути механізми прискорення історій, тобто скорочення або прискорення часу [4, 42-97], такі ідеї присутні і в наукових розвідках польської дослідниці Дороти Корвін-Пйотровської [6].

Оглянувши різні підходи до рецепції складних, суперечливих художніх творів, Памела Стейнл твердила: слід підтримувати суперечки про те, що змінювалася американська культура після Другої світової війни, оскільки трактування «значної відмінності» було не чітким, без зрозумілих аргументів «невизначеності». Авторка слушно заявляла, що інтерпретація тексту «Ловця в житті», простеження полеміки з приводу тексту цього твору може кинути світло на «етичну цінність і моральні засади», на новий період культури Америки середини ХХ ст.. На її думку, обнадійливою була тоді теза: щось значне може проявитися через конкурентний аналіз/інтерпретацію діалогу кожного товариства стосовно тексту в соціально-історичному контексті, здійснення спроби ідентифікації кожного учасника спілкування. Авторка вважала, що проникати у сутність твору треба від самого заголовку, бо щоб отримати повну насолоду від роману, треба володіти певними знаннями як про історію виникнення «Ловця в житті», так і про питання та проблеми, які цікавили Селінджера [13]. Вважаємо, що і текстова інтерференція, присутня у творі, теж є одним із факторів захоплення романом великою та різноманітною аудиторією цього твору.

Книга запам'ятовується якимись особистими уподобаннями і залишається в пам'яті найдрібнішими деталями. Люди всіх поколінь і різних світоглядів хотіли б розповісти, як і чому книга стала важливою для них.

Отже, інтерференція роману Дж. Д. Селінджера зумовила тривалу популярність у широких читацьких аудиторіях і знову привертає увагу, змінюючи звичний порядок у стосунках «читачі – критика», роблячи твір документом культури.

В рамках заявленої теми слушною є і думка професора Р. Гром'яка, висловлена у першому випуску річника «Літературна компаративістика» [2, 64-73]. Автор там твердив: «За умов зміни культурно-політичної атмосфери в пострадянських країнах актуальним є зіставлення принаймні трьох ракурсів міжлітературної рецепції <...>, що передбачає врахування особливостей критичної рецепції творчості з-поза меж України спочатку в їх рідному середовищі» [38, 71]. Простудіювавши щодо Дж. Д. Селінджера літературно-критичні та історико-літературні джерела, створені в США [9; 10; 11; 12;], ми спостерегли і зробили висновок, що літературознавці на батьківщині письменника в той період, коли творив і публікував свої тексти американський прозаїк, під час сприйняття та інтерпретації творів Селінджера застосовували різні літературознавчі школи, основи популярних свого часу концепцій, основні положення. По суті, тоді вони продемонстрували те, що літературознавці шукали ефективного способу зрозуміти смисл задуму прозаїка, його основного твору – повісті «The Catcher in the Rye» («Над прірвою у житті») (1951 року). В центрі їхньої уваги знаходилися такі категорії, як відчуження (альєнація), ідентичність, читацькі стратегії. У своїх дослідженнях вчені простежували, як складався цикл оповідань (новел) Дж. Д. Селінджера ще під час Другої світової війни, протягом 1946-49 років і згаданий популярний бестселлер. Зокрема, Стайнл Памела Луїз Хант ще 1987 року зазначила: «Ловець у житті» – це книга, яка стала віхою в повоєнний період завдяки безпосередній і тривалій популярності. Однак, публікації та надруковані оцінки самі собою

не обов'язково вказують на те, що літературний твір був частиною культурного життя. «Ловець у житі» дуже часто видавався завдяки його вивченню у школах.

Пізніше, 2001 року, Е. Демлер у магістерській дисертації «Сучасна подорож у пошуках власної ідентичності: п'ять героїв-утікачів Дж. Д. Селінджера» переконливо доводила свою тезу: «Образи п'яти юних героїв Селінджера пов'язані з фундаментальними проблемами і є втіленням відчуження та ізоляції, притаманними пошукам особистої ідентичності поза параметрами впорядкованого суспільства <...>. Фундаментальний конфлікт, який розглядає Селінджер, полягає в тому, що злиття суспільства і власної особистості, якщо таке насправді можливе, відбувається різними шляхами: через передачу щирості та простодушності дітей, через містичні трансформації і, почасти, через виявлення безроздільної (всеохопної) любові до людства» [9, 1].

Специфічний Селінджерів текст (із зосередженням на конфліктах юності, інтелекту та духу), а також невелика кількість його текстів можуть мати більш керований читацький відгук, ніж можна було очікувати.

Критики тяжіли до того, щоб скупчуватися більше на одній письменниковій повісті, ніж на його тридцяти п'яти новелах. «Ловець у житі» / «Над прірвою у житі» – текст, що має найширшого читача у школах, і він не перестає привертати велику увагу.

Один з найважливіших культурних контекстів даного дослідження є спосіб, у який воно може допомогти викладачам, що знайомлять із Селінджеровими текстами в процесі викладання курсу зарубіжної літератури на спеціальностях, де дозволено працювати з як з оригіналами, так і з перекладами.

Всі читачі можуть бачити, що вони здатні зростати як критичні мислителі завдяки розумінню попередніх читальних стратегій» [12, с. 215].

Нам у таких зіставленнях, інтерпретаціях імпонує позиція Робін Дадлі [11], що різні грані, аспекти характеру Голдена Колфілда «виражаються за допомогою того, що він говорить свідомо чи як повчання для читачів, так і за звичкою, ознайомлюючи читачів / слухачів зі своєю особистістю, яка є центром твору. Багато характерів і тем у його 20 окремих оповіданнях випереджають «голос» Голдена, і його первень заторкує мистецтво і природу людини, особливо те, як чутлива особистість може реагувати на них» [11, с. 1].

Таким чином, через інтерференцію головного творчого доробку Дж. Д. Селінджера розпросторюються вектори семантики художнього світу американського класика. Завдяки текстовій інтерференції відбувається формування багатопланової розповіді і послаблення ролі наратора як об'єктивної інстанції, багатоплановість розповіді створюється за рахунок «міксування» та поєднання різних точок зору у розповідному тексті.

У повоєнній культурі його творчість численними текстами увиразнювала сенсову панораму, моделюючи таку образну картину (фікціоналізацію), яка активізувала уявний світ, асоціативний потенціал читачів різних поколінь і культур. Особливо підлітків, націлених на дозрівання у дорослому середовищі [8, с. 157].

Серед тих пізнавально-когнітивних механізмів, які в антропологічному вимірі сприяють осягненню проблемного ядра художньої семантики (пафосу, головної ідеї) популярного твору Дж. Д. Селінджера, є нарація, наративні стратегії центрального персонажа, тестова інтерференція, діалоговий характер дискурсу протагоніста. Розглянемо на прикладі, як О. Логвиненко застосовує згадані вище студії в перекладацькому процесі. Там і в такий спосіб Голден у розмові з улюбленою сестрою Фібі згадує тільки один рядок з пісеньки Роберта Бернса. Але Голден і Фібі його по-різному тлумачать:

« – Знаєш таку пісеньку: “Коли хтось когось *піймає* у густому житі...»? То я б...

– Ні! Там так: «Коли хтось когось зустріне у густому житі...»!

– вигукнула каналія Фібі. – Це вірш Роберта Бернса.

– Я знаю, що Роберта Бернса.

Фібі правду казала. Там було: «Коли хтось когось зустріне у густому житі...» Я й забув.

– А я думав, що там «хтось когось піймає»! – кажу. – Принаймні я собі уявляв, як табунець малечі грається серед поля – кругом жито й жито, куди не глянь. Тисячі дітлахів, і довкола – жодної людини, тобто жодної *дорослої* людини. Крім мене, звичайно. А я стою на краю страшнючої *прірви*. Нібито я повинен ловити малюків, якщо вони підбіжуть дуже близько до *прірви*. Бо вони граються, гасають і не дивляться, куди біжать. А я повинен звідкись вискакувати й *ловити* їх, щоб не зірвались у *прірву*. Оце й усе, що я маю цілий день робити. Стерегти дітей над *прірвою* в житі. Дурниці, звичайно, я знаю, але це – єдине, чого мені хочеться по-справжньому. Дурниці, звичайно» [8, с. 141].

Аналізуючи цей уривок, можемо стверджувати, що перекладачу вдалося притриматись основних ідей зазначених студій та його варіант відповідає еквівалентності перекладу, притримано відповідність на морфологічному, граматичному та лексичному рівнях. Однією з притаманних рис Дж. Д. Селінджера є використання прямої мови, яка часто обрамлена у безособовий характер або не має жодних орієнтирів на суб'єкт свідомості, що ще більше розмиває відмінності між мовою наратора і мовою персонажу, робить їх такими, що складно розрізнити, але й одночасно надає більше можливостей для інтерпретацій.

Фактор американської підліткової культури чітко простежується у всьому текстовому матеріалі, вкладаючи в уста героїв та автора основний мотив твору, у якому упізнається багатовимірний концепт – образ *прірви*, який вдало обіграно перекладацькими техніками та донесено до читача. Притримані основні фактори текстової інтерференції, коли зміщуються акценти від наратора і передаються персонажам. Перекладачу вдалося зберегти задум, ідею, тему, «прожити і пережити» разом з героями

роману. Відслідковується вивчення перекладачем теоретичних інтерпретацій твору саме на його Батьківщині, оскільки перекладацька версія позбавлена ідеологічної забарвленості, що було характерним для тогочасної зарубіжної літератури.

Література

1. Гольтер І. М. Роман Дж. Д. Селінджера «Над прірвою у житті» в контексті американського літературного мейнстріму ХХ століття». І. М. Гольтер Від бароко до модернізму. 2013 Випуск XVII, том, 2 С. 86-94.

2. Гром'як Р. Т. Методика реалізації рецептивного підходу до літературних явищ у компаративних студіях . Р. Т. Гром'як Літературна компаративістика. К. : Фоліант, 2005. Вип. 1. С. 64–73.

3. Ніна Ільїнська «Інтертекст Дж. Д. Селінджера у прозі Любка Дереша». Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство). Вип. 8 2017. С.67-74

4. Козеллек Р. Часові пласти : пер. з нім. Р. Козеллек. К. : Дух і літера, 2006. 436 с.

5. Козубенко Л.М. «Проблема екзистенції героя у романі Дж. Д. Селінджера «Ловець у житті». «Young Scientist», № 1 (41) January, 2017. С. 281-285

6. Корвін-Пйотровська Д. Проблеми поетики прозового опису : пер. з польської / Д. Корвін-Пйотровська. Львів : Літопис, 2009. 208 С.

7. Котовська Т. Підліткова проблематика в повоєнній українській та американській прозі. дис. ... канд. філол. наук: 10.01.05. Тернопіль, 2010.171с

8. Селінджер Дж. Д. Над прірвою у житті: повісті, оповідання. Дж. Д. Селінджер. К. : Молодь, 1984. 272 С.

9. Demler, Eleanor. The Modern Identity Quest: Five Alienated Heroes of J. D. Salinger. California State University, 2001. 110 p.

10. Demler, Eleanor. The Modern Identity Quest: Five Alienated Heroes of J. D. Salinger. California State University, 2001. 110 p.

11. Dudley R. J. D. Salinger's Uncollected Stories and the Development of Aesthetic and Moral Themes in the "Catcher in the Rye" / Robin Dudley. [S. l.]: Idaho State University, 2004. 78 p.

12. Hochman W. S. Strategies of Critical Response to the Fiction of J. D. Salinger / William S. Hochman. [S. l.] : New York University, 1994. 344 p.

13. Steinle P. L. H. If a Body Catch a Body: J. D. Salinger's The Catcher in the Rye and Post. World War II American Culture. Pamela L. H. Steinle. Irvine : University of California, 1987. 346 p.

14. Schmid Wolf. Narratology An Introduction: (De Gruyter Textbook) GmbH&Co. KZ. – 2010 270 p.

АВТОРИ ПІДРОЗДІЛІВ МОНОГРАФІЇ

РОЗДІЛ 1 СУТНІСТЬ І ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Світлана Рибачок

1.1 Перекладацька компетентність та її складові

Тетяна П'ятничка

1.2 Мова і мислення у діяльності перекладача

Жанна Максимчук, Ірина Горенко

1.3 Навчання майбутніх перекладачів синхронного перекладу в соціальних мережах

Тетяна Юрчишин

1.4 Особливості перекладу ділової кореспонденції у сфері бізнес-комунікацій (на матеріалі польської мови)

РОЗДІЛ 2 КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Ольга Царик, Наталія Рибіна, Тетяна Паничок

2.1 Використання комунікативного підходу в підготовці перекладачів: інтерактивні методи покращення навичок мовлення та розуміння

Наталія Кошіль, Ольга Гирила

2.2 Фактори успішного комунікативного процесу у бізнес-середовищі : структура та функції

Оксана Ничко

2.3 Комунікативно-риторичний дискурс як компонент системи професійної парадигми майбутніх перекладачів

РОЗДІЛ 3 ПЕРЕКЛАД ГАЛУЗЕВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Людмила Крайняк, Олександра Дуда

- 3.1 Термінологізація іменникового корпусу бізнес-комунікації як перекладознавча проблема

Людмила Морозовська

- 3.2 Переклад термінів у фінансово-економічному та публіцистичному дискурсах

Марія Кузів

- 3.3 Переклад та структурно-семантичні особливості термінів у сфері бізнес-комунікацій

Ірина Гумовська

- 3.4 Стилiстичні та лексичні аспекти використання спеціальних термінів у бізнес-комунікації

РОЗДІЛ 4 СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИМІРИ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОГО ПРОСТОРУ

Лілія Штохман

- 4.1 Розвиток міжкультурної компетентності у навчанні студентів-перекладачів

Інна Шилінська

- 4.2 Міжкультурна комунікація і науково-технічний переклад у професійній діяльності іт-фахівців

Зоряна Сушко

- 4.3 Елементи навчання семантичних та структурних критеріїв розрізнення фразеологізмів як складова культури англomовної комунікації

Білогорка Ліліана

- 4.4 Культурологічний аспект перекладу англійських фразеологізмів українською мовою

РОЗДІЛ 5 ХУДОЖНІЙ ПЕРЕКЛАД ЯК ПРОЯВ МІЖЛІТЕРАТУРНОЇ ТА МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Ірина Стецько

5.1 Художній переклад в контексті глобалізаційних викликів
сьогодення

Алла Бичок, Ольга Боднар

5.2 Роль художнього перекладу у процесі підготовки перекладачів

Ірина Белінська, Таміла Котовська

5.3 Відтворення текстової інтерференції в українському
перекладі англомовних художніх творів
(На прикладі роману Дж. Д. Селінджера
«Над прірвою у житті»)

Наукове видання

**НОВІТНЯ ПАРАДИГМА СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ПРАКТИКИ У
МІЖКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ**

Колективна монографія

Підписано до друку 01.02.2023 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк офсетний. Зам. № 23-279
Умов.-друк. арк. 11,9. Обл.-вид. арк. 12,1.
Тираж 300 прим.

Видавець Західноукраїнський національний університет
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль 46009

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців ДК № 7284 від 18.03.2021 р.

Видавничо-поліграфічний центр «Університетська думка»
вул. Бережанська, 2, м. Тернопіль 46009
тел. (0352) 47-58-72
E-mail: edition@wunu.edu.ua