

2. Колода, С. А. (2006) Особенности текстовой структуры романа А. Оза «Черный ящик» (в оригинале и переводе), *Сходознавство*, 33 - 34, 81 – 94.
3. Комиссаров, В. Н. (1990) *Теория перевода*. Москва: Высшая школа, 1990.
4. Комиссаров, В. Н. (2000) *Современное переводоведение*. Москва: ЭТС, 2000.
5. Которова, Е. (1998) *Межъязыковая эквивалентность в лексической семантике. Сопоставительное исследование русского и немецкого языков*. Frankfurt am Main, 1998.
6. Латышев, Л. К. (1998) *Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания*. Москва: Просвещение, 1988.
7. Нелюбин, Л. Л. (2003) *Толковый переводоведческий словарь*. Москва: Наука, 2003.

Тетяна Корольова

*доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»
м. Одеса, Україна*

Ірина Дмитрова

*здобувач вищої освіти 2 року навчання другого (магістерського) рівня денної форми
навчання факультету іноземних мов спеціальності
035 Філологія (Переклад з англійської, китайської українською)
Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»
Одеса, Україна*

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНОЛОГІЇ ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ

Ключові слова: *термінологічні одиниці, термін, термінологія, переклад.*

У сучасному світі процес економічного й політичного розвитку суспільства стає дедалі інтенсивнішим із року в рік. Міжнародні економічні відносини активно встановлюються і розвиваються. У контексті швидко зростаючої глобалізації збільшується інтенсивність міжнародних контактів з метою організації спільної роботи та обміну знаннями й досвідом. У всьому світі бізнес став одним з найпотужніших двигунів соціального розвитку, відіграючи все більшу роль в житті людей і створенні нових сфер суспільної думки. Бізнесова сфера потребує певної термінології, що служить її вербальним і комунікаційним потребам.

Дослідження бізнесової терміносистеми належить до однієї з найважливіших проблем сучасної лінгвістики. Останнім часом увага значної кількості мовознавців зосереджена на дослідженні специфіки бізнесової термінології. Дослідження в цьому напрямку проводили такі вчені: Н. В. Пілецька, О. Г. Коваленко, В. М. Дейнека, М. В. Белозьоров, Т. М. Тарасевич, М. Nelson, М. Ellis, С. Johnson та ін. Незважаючи на те, що бізнесова термінологія неодноразово ставала об'єктом вивчення в рамках лінгвістичних студій, питання визначення семантичних та структурних особливостей бізнесової термінології на матеріалі англійської та української

мов, а також врахування цих факторів під час перекладу потребує подальшої розробки.

Актуальність дослідження цієї роботи обумовлена необхідністю поглибленого вивчення бізнесових термінологічних одиниць у зв'язку з роллю, яку вони відіграють у період глобальних економічних перетворень. Сфера бізнесу активно розвивається, тому особливо важливими є напрями, пов'язані з вивченням бізнес-термінології загалом, а також у порівняльному та перекладацькому аспектах, адже, активізація ділових і комерційних зв'язків розширила комунікативні контакти носіїв української мови з носіями англійської мови як універсальної міжнародної мови бізнесу.

Матеріалом дослідження є 350 англійських та 350 українських бізнесових термінів, які було відібрано методом суцільної вибірки з лексикографічних джерел та джерел ілюстративного матеріалу, зазначених у списку використаних джерел (загалом 24 одиниці).

Мета дослідження полягає у визначенні впливу семантики та структурних особливостей бізнесової термінології в англійській та українській мовах на способи її перекладу.

Аналіз матеріалу дослідження надав можливість дійти до таких висновків. Наявність перекладацьких помилок обумовлюється двома факторами: професіоналізмом перекладача та складністю тексту, що перекладається. Із проведеного дослідження можемо зробити висновки про те, що бізнесова термінологія в англійській та українській мовах має низку семантичних та структурних особливостей, що, у свою чергу, впливають на вибір способу перекладу.

Семантичний аналіз бізнесової термінології в англійській та українській мовах засвідчив різноманітність змістовності бізнесової термінології та дозволив розподілити її за низкою семантичних критеріїв. Відтак, на підставі семантики основного компонента, ми виділили такі лексико-семантичні категорії бізнесової термінології: тваринний світ, флора, життя та розвиток, сільське господарство, медицина та здоров'я, побут та предмети побуту, одяг та мода, будівництво та архітектура, спорт та ігри, армія та військова справа, транспорт, подорожі, відносинами між людьми, особливості їх поведінки, релігія. Відмінною рисою бізнесової термінології є її динамічність, постійне поповнення і формування нової лексики за рахунок лексичних запозичень з інших мов, структурно-семантичне або семантичне калькування, міграція термінів із одного лексико-семантичного шару до іншого.

Проведений у рамках цієї роботи аналіз структурних особливостей бізнесової термінології показав, що за морфологічною структурою бізнесові терміни можна розділити на прості, складні та словосполучення, а відповідно до структурних типів — на монокомпонентну, двокомпонентну, трьохкомпонентну та багатоконпонентну. Бізнесові терміни побудовані за різними морфологічними та синтаксичними схемами. Морфологічний спосіб словотвору включає до свого складу: афіксацію (префіксальний, суфіксальний, префіксально-суфіксальний способи словотвору),

словоскладання, усічення та ущільнення. Використання абревіатур і скорочень є частим явищем серед бізнесової термінології англійської та української мов.

Структура англійських термінів має важливе значення при виборі способів та шляхів їхнього перекладу. Під час розгляду бізнесової термінології в перекладацькому аспекті, важливо враховувати її структуру, а саме, специфіку перекладу простих однокомпонентних, двох- та багатокомпонентних бізнесових термінів. Під час перекладу бізнесового терміну українською мовою ми не завжди спостерігаємо тотожність у структурному та морфемному складі терміну чи термінологічного словосполучення. Досить часто однокомпонентні англійські терміни передаються за допомогою двокомпонентного словосполучення. Під час перекладу однокомпонентних бізнесових термінів українською мовою спостерігається також різний структурний склад термінів вихідної та цільової мов. У перекладних словосполученнях часто відбувається зміна ролі ад'юнкта, що свідчить про морфологічні розбіжності між термінами мови оригіналу та перекладу. Особливі труднощі під час перекладу викликають багатокомпонентні складні терміни, адже перед перекладачем постає проблема встановлення внутрішніх смислових зв'язків. Калькування є основним прийомом перекладу англійських бізнес-термінів. Натомість, в під час перекладу українських термінів англійською найчастіше використовується транскрибування, адже більшість українських термінів бізнес-сфери є запозиченими. Прийом транскрипції і / або транслітерації під час перекладу англійських термінів застосовуються досить часто, як правило, під час перекладу однокомпонентних термінів або одного компонента у складі багатокомпонентного термінологічного словосполучення. Досить часто, як в англійській, так і в українській мовах, доводиться використовувати описовий переклад (експлікацію значення), проте найчастіше це трапляється під час перекладу англійських термінів. Рідше трапляються такі трансформації як лексичне додавання, конкретизація, генералізація та контекстуальна заміна.

Під час перекладу низки бізнесових термінів спостерігаємо наявність емоційного забарвлення та метафоричності, для збереження якої використовуємо такі способи перекладу: калькування, описовий переклад, пошук еквіваленту та аналогу. Існують випадки, коли перекладач вдається до пошуку неметафоричного відповідника у мові перекладу шляхом лексичної заміни, переосмислення та модуляції значення. Безеквівалентні бізнесові терміни можна перекласти шляхом калькування та експлікації значення.

Під час перекладу українських бізнес-термінів англійською мовою також дуже важливо враховувати структуру оригіналу. Серед віднайдених шляхів перекладу українських бізнесових термінів відзначимо: переклад за допомогою терміну с тотожною структурою, граматично-еквівалентних конструкцій; переклад за допомогою терміну с постпозицією (або препозицією) до відповідника, перегрупуванням лексичних компонентів;

переклад із використання граматичних трансформацій. Однокомпонентні україномовні терміни англійського походження здебільшого транскрибуються або транслітеруються, майже не зазнаючи морфологічних змін.

Розглядаючи особливості перекладу україномовних термінів з точки зору впливу семантики, зазначимо, що, зважаючи на те, що більшість з них є запозиченнями, вони, зазвичай, перекладаються за допомогою транскрипції, та калькування. Рідше використовується пошук еквіваленту та прямого графічного переносу.

Переклад, як інструмент міжмовного та міжкультурного спілкування, забезпечує адаптацію культур для мов, що взаємодіють, шляхом передачі фонових знань. Аудиторія таких текстів надзвичайно широка, тому перекладач таких текстів має орієнтуватися на «пересічного реципієнта», а не на тільки фахівця в галузі бізнесу.

Таким чином, маємо ще раз наголосити на нагальних потребах фахової мови бізнесу в словниках різних типів та тематики. Акцентуємо увагу перекладачів на необхідності постійно працювати над фаховою термінологією та фоновими знаннями, брати участь в лексикографічній роботі.

Перспективи подальшого дослідження проблеми ми вбачаємо у більш детальному дослідженні та всебічному вивченні семантичних та структурних особливостей перекладу бізнесової термінології в англійській та українській мовах в контексті дослідження особливостей перекладу бізнесової термінології на більшому обсязі матеріалу та з використанням складнішого дослідницького апарату.

Владислава Кулева

здобувач вищої освіти 2 року навчання другого (магістерського) рівня денної форми навчання факультету іноземних мов спеціальності 035 Філологія (Переклад з англійської, китайської українською) Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» Одеса, Україна

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ВІДТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО КОЛОРИТУ ПОЕТИЧНОЇ МОВИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА В ПЕРЕКЛАДАХ Е. Л. ВОЙНИЧ, В. РІЧ

Ключові слова: національний колорит, кореляція, ліричний твір.

Дослідження процесів взаємодії різних мов і культур на всіх рівнях на часі. Особливу увагу привертає проблема відтворення самотніх явищ культури вихідної мови у мові перекладу. Окреме місце посідає поезія, як співоча душа етносу, що віддзеркалює сутність його сприйняття світу. Співуча мова поезії Т. Г. Шевченка – це самотній національно-культурний феномен, який набув всесвітньої відомості. Саме в ліриці творів Кобзаря