

подальших досліджень полягають у детальнішому вивченні прагматичних аспектів перекладу національно-маркованої лексики та розробці методики навчання перекладачів ефективним стратегіям відтворення культурно-специфічних елементів політичного дискурсу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Карабін, Т. (2021). Феномен політичної метафори в англomовних текстах. *Філологічні студії*, 9, 220-225.
2. Небелюк, Л.Р. (2021). Лінгвокогнітивні характеристики евфемізмів в американському англomовному політичному дискурсі (на матеріалах публікацій засобів масової інформації 2000–2020 рр.) [Дисертація кандидата філологічних наук]. Львівський національний університет ім. І. Франка.
3. Разумна, К. (2018). Типологія англійськомовної національно-маркованої лексики. *Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук*, 91-95.
4. Середа, О.І. (2018). Культурно-маркована лексика у перекладі: проблеми еквівалентності. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*, 21, 130-135.

Савенко Іван Віталійович

Київський національний університет технологій та дизайну (м. Київ)

Наукова керівниця – проф. Бойко Я.В.

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

УСТАЛЕНИХ ВИРАЗІВ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО ДИСКУРСУ

Офіційний переклад ділових документів набув широкого попиту в післявоєнну епоху, коли англійська мова стала міжнародною та визнаною мовою спілкування у багатьох країнах.

Попри те, що багато людей у світі володіють англійською мовою, для перекладу офіційних документів варто звертатися до професіоналів.

Актуальність теми дослідження зумовлена перш за все великим попитом.

Об'єкт – характерності українських та англійських документів офіційного рівня.

Предмет - специфічність перекладу угод.

Мета – продемонструвати специфіку перекладу документації офіційного рівня.

Термін «дискурс» уперше почав використовуватися в мовознавстві, де вчений Е. Бенвеніст надав французькому слову «discours», яке означало мовлення загалом, спеціального значення, позначаючи ним індивідуальне мовлення, тобто мовлення конкретного мовця [4, с. 139].

Діловий дискурс виступає специфічною формою комунікації, яка здійснюється в межах певних установ, організацій або професійних спільнот. Як зазначають дослідники, таких як В.І. Карасик, Т.О. Ширяєва та F. Bargiela-Chiappini, цей вид дискурсу є регламентованим і детермінованим певними вимогами соціальних та професійних контекстів. [3, с. 42].

Кожен тип ділового листування має свою мету та особливості. Листи можуть бути різними за формою – від коротких, стандартних повідомлень до більш детальних і формальних запитів чи пропозицій. Завжди важливо дотримуватись правильної структури, щоб комунікація була зрозумілою та відповідала бізнес-контексту.

Наприклад, внутрішнє комерційне листування (Internal Correspondence) включає такі мікротипи:

- Warrant Letters – листи, що підтверджують або підтверджують певні дії або рішення в межах компанії.
- Circular Letters (Direct Mail) – листи, спрямовані на інформування співробітників компанії про важливі питання, графік роботи чи зміни в організації.

Зовнішнє комерційне листування (External Commercial Letters) охоплює такі мікротипи, як: [1, с. 72].

- Inquiry Letter – лист із запитом, зазвичай для отримання інформації про товари, послуги або умови співпраці.
- Offer Letter – пропозиція товарів чи послуг потенційним клієнтам або партнерам.
- Order Letter – лист із замовленням товару чи послуг.
- Claim Letter – лист-претензія щодо якості товарів або послуг.

- Transmittal Letter – лист для супроводу документів або товарів, що відправляються.
- Cover Letter – супровідний лист до документів або посилок, що пояснює їх зміст або додаткову інформацію.

Таким чином з нашої точки зору переклад і складання документа іноземною мовою вимагає точного підбору термінів. Це важливо не тільки для збереження змісту, але й для адекватного відображення динаміки бізнес-відносин та специфіки ринку. Адже терміни в бізнес-комунікаціях мають не лише лексичне значення, а й виконують функцію регулювання і підтримки взаємодії між сторонами.

Однією з ключових тем є еквівалентність. Існують різні погляди на те, що саме означає еквівалентність у контексті перекладу. Це питання дійсно складне і залежить від того, що саме ставиться в основу перекладу – точність і адекватність чи функціональна відповідність та культурні особливості.

Деякі дослідники розрізняють поняття еквівалентності та адекватності. Зокрема, А.Д. Швейцер вважає, що еквівалентність означає відповідність тексту перекладу оригіналу, тоді як адекватність передбачає відповідність перекладу комунікативним умовам. Згідно з його думкою, адекватний переклад має відповідати меті та завданню комунікації. [2, с. 84].

Таким чином за результатами дослідження ми можемо дійти наступних висновків:

Переклад – це не просто заміна слів однієї мови на іншу, а й процес, який передбачає глибше функціональне перетворення культурних елементів. В наш час мовне навчання зосереджене на взаємодії мови і культури, а також на аналізі перекладених текстів як частини мовної культури.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гринько О.В. Англійська ділова мова. Практикум: International Business: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2021.- 216с.
2. Дорда, С. В. English for Business Communication Англійська мова для ділового спілкування : навч. посіб. Суми : Унів. кн., 2021. - 151 с.
3. Кобзар Е. И., Лешнева Н. А. Business English. Харків: «Вітрило», 2021. -152с.
4. Колот, Л. А., Англійська мова ділової кореспонденції : навч. посіб. К. :Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. - 164 с.