фоностилістичні засоби та способи вираження експресивності, які дуже важко відтворити мовою перекладу, проте які можна компенсувати лексичними або граматичними засобами мови. У зв'язку з цим перспективним убачаємо подальше дослідження прийомів та способів перекладу німецькомовних лозунгів українською мовою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арапов М. В. Метаморфозы слогана. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.erudition.ru/referat/ref/id.32735_1.html
2. Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения: Английский язык [Текст] / Е. И. Беляева. – Воронеж: Международные отношения, 1992. – 168 с.
3. Михельсон М. И. Русская мысль и речь [Текст] / М. И. Михельсон. – М.: Высшая школа, 1994. – 527 с.
4. Самойлов Д. Книга о русской рифме [Текст] / Д. Самойлов. – М.: Время, 2005. – 400 с.
5. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ "Академія", 1997. – 928 с.

УДК 81'255.2:6

Світлана Радецька
(Херсон)

ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ БІЗНЕС-ПЛАНУ АНГЛІЙСЬКОЮ ТА УКРАЇНСЬКОЮ МОВАМИ: КОМПАРАТИВНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ

Головною метою статті є виявлення основних жанрово-стилістичних відмінностей у бізнес-планах, написаних українською та англійською мовами, та надання перекладачам конкретних порад щодо специфіки перекладу цього виду документа.

Ключові слова: *стиль, жанр, бізнес-план, специфіка відтворення.*

The article is devoted to the determination of the essential genre and stylistic differences of the business plans written in the Ukrainian and English languages. Concrete pieces of advice how to render this type of the document are given in the article.

Key words: *style, genre, business plan, specificity of rendering.*

Перехід економіки України до ринкових принципів господарювання, економічна і технологічна співпраця з розвинутими країнами – все це сприяє налагодженню ділових відносин між українськими та закордонними підприємствами, запозиченню досвіду ведення бізнесу. Через це виникає необхідність у перекладі угод, інструкцій, контрактів та іншої документації, необхідної для ділової співпраці.

Бізнес-план – є одним із найголовніших документів підприємства. Переклад бізнес-плану може бути необхідним для надання його потенційним інвесторам, кредиторам, партнерам або для запозичення ідей закордонних підприємств. Переклад бізнес-плану – це відповідальна річ, бо він повинен справити на потенційного інвестора гарне враження, запевнити його у необхідності вкласти гроші у запропоновану справу.

Актуальність проблеми, яка розглядається у статті, полягає в тому, що останнім часом з'являється все більше підприємств, які займаються різними видами діяльності, співпрацюють із закордонними компаніями, і необхідною умовою такої співпраці є переклад ділової документації, в тому числі бізнес-планів. Основним завданням статті є виявити основні жанрово-стилістичні відмінності у бізнес-планах, написаних українською та англійською мовами, та надати перекладачам конкретних порад щодо особливостей перекладу цього виду документів.

Офіційно-діловий стиль – функціональний різновид мови, основним призначенням якого є регулювання ділових стосунків у сфері державної політики, управління адміністративно-господарською діяльністю, громадському й економічному житті, законодавстві. Основним видом ділового мовлення є документ. Документ – це оформлений у заведеному порядку матеріальний носій інформації.

На формування стилю впливають як мовні, так і позамовні чинники. Сфера суспільно-виробничої діяльності мовців, форма суспільної свідомості, мета і зміст мовлення становлять позамовну основу функціонального стилю, а сукупність певним чином узгоджених інформативно значущих мовних одиниць, яка відповідає характерові, типові мислення в кожній сфері мовної діяльності, – його мовну основу [10]. Завдяки мовним та позамовним чинникам формуються лінгвістичні особливості кожного функціонального стилю.

Найчастіше стилі літературної мови зіставляються на основі аналізу їх словникового складу, так як саме в лексиці помітніше за все проявляється розрізнення між ними [1].

Специфіка офіційно-ділового стилю полягає в певних стильових рисах, що притаманні лише йому, а саме:

- точність і ясність висловлювання у поєднанні з лаконічністю, стислістю й послідовністю викладу фактів;
- документальність, наявність реквізитів, сувора регламентація розміщення тексту;
- високий рівень стандартизації мови (використання усталених мовних зворотів, кліше, частий повтор слів, конструкцій);
- здебільшого нейтральна лексика й емоційно-експресивна нейтральність вислову.

Кожний стиль реалізується у властивих йому жанрах. Під мовним жанром розуміється клас текстів, який традиційно використовуються для досягнення певних комунікативних цілей спілкування в конкретних умовах спілкування [8, с. 28]. Різнорідність мовних жанрів, як усних, так і письмових, дуже велика: від побутових мовних жанрів, які склалися в умовах безпосереднього мовного спілкування, до жанрів, які виникли в умовах складнішого і відносно високорозвиненого культурного спілкування – художнього, наукового, суспільно-політичного і т.д. Специфіка жанрів, як і стилю у цілому, визначається екстралінгвістичними факторами і створюється особливостями функціонування мовних засобів в конкретних умовах спілкування [6, с. 16]. Поняття “стиль” і “жанр” нерозривно пов’язані. Кожний текст на основі його змісту, композиції, специфіки відбору й організації в ньому мовних засобів можна віднести до певного стилю, підстилю й жанру.

Як відомо, належність тексту оригіналу до певного функціонального стилю відіграє неабияку роль у процесі перекладу, оскільки тексти різних стилів і жанрів мають свої мовні особливості, виконують різні функції, призначені для різних кіл реципієнтів, а отже, мають різні жанрово-стилістичні норми перекладу. Комісаров В.М. запропонував поділити переклад, залежно від жанрово-стилістичних особливостей оригіналу, на художній та інформативний [3, с. 95]. Переклад офіційно-ділової документації належить саме до інформативного перекладу, головною функцією якого є передача інформації, а не художньо-естетичного впливу на читача. Переклад офіційно-ділових текстів повністю орієнтований на передачу змісту, тобто носить інформативний характер. Але слід мати на увазі, що поділ на інформативний та художній переклад указує лише на основну функцію оригіналу, яка повинна бути відтворена в перекладі. В оригіналі, який загалом потребує художнього перекладу, окремі частини тексту можуть виконувати інформативні функції, і, навпаки, у перекладі інформативного тексту можуть бути елементи художнього перекладу [2, с. 77].

Бізнес-план – це документ, який описує всі основні аспекти майбутнього підприємства або проекту, аналізує проблеми, які можуть виникнути, та визначає способи рішення цих проблем [9, с. 29].

Бізнес-план може застосовуватися під час створення нового підприємства; пошуку інвесторів; об’єднання підприємств; купівлі або продажу підприємств; санації, реорганізації і раціоналізації підприємств, а також зміни позиціонування підприємства для завоювання нових ринків; кредитного, лізингового, інвестиційного і проектного фінансування; залучення

важливих клієнтів; залучення високопрофесійних керівників; інформування акціонерів про стан підприємства; а також слугувати провідником для діяльності адміністрації [4, с. 14].

Перед тим, як перекладати бізнес-план, необхідно вивчити вимоги до його написання і оформлення. Сьогодні в Україні не існує регламентованих правил щодо порядку розроблення, структури й оформлення бізнес-планів, проте в період з 1994 до 1997 рр. діяв наказ Фонду державного майна України "Про затвердження Положення про типовий бізнес-план", який і сьогодні може допомогти під час складання або перекладу такого типу документів [11]. Як і будь-який інший документ, бізнес-план має певні вимоги щодо стилю написання:

- бізнес-план має бути стислим, простим, але адекватно розкривати сутність підприємницького проекту;
- бізнес-план має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може зацікавити потенційних інвесторів;
- бізнес-план має бути легким для сприйняття, тому речення повинні бути переважно короткими, ясними, чіткими;
- бізнес-план повинен грунтуватися на реалістичних припущеннях;
- бізнес-план повинен забезпечувати охорону конфіденційної інформації про підприємство та його діяльність;
- дуже допомагає з'ясуванню положень бізнес-плану використання фотографій, діаграм, графіків, таблиць;
- бізнес-план повинен бути чітко структурованим: матеріал має бути розподілений на короткі, добре виділені параграфи;
- не варто обтяжувати основні розділи бізнес-плану різною об'ємною інформацією, яка не є необхідною для роз'яснення суті справи;
- потрібно особливо чітко виділяти основні пропозиції й висновки бізнес-плану;
- загальний обсяг бізнес-плану не повинен перевищувати 100 сторінок; зазвичай він складає 20-25 сторінок;
- за необхідності додаткова інформація може бути винесена в "Додатки" [5, с. 53].

Існують також і певні правила технічного оформлення бізнес-плану. Такі правила передбачають:

- наявність титульного аркуша;
- наявність сторінки змісту;
- розміщення резюме на початку бізнес-плану;
- розміщення в кінці бізнес-плану додатків;
- наявність приміток та посилань на джерела використаної інформації [7, с. 46].

Отже, бізнес-план – це документ, до написання й оформлення якого існують певні рекомендації, яких потрібно дотримуватися. Провівши компаративний аналіз бізнес планів, написаних англійською та українською мовами, ми можемо висновувати, що стиль написання бізнес-планів українською мовою більш офіційний, він характеризується великою кількістю мовних шаблонів, майже відсутніх у англомовних бізнес-планах, об'єктивністю, нейтральністю тону, яка досягається завдяки відсутності емоційно-забарвленої лексики, часто вживаної у бізнес-планах, написаних англійською мовою.

Існують лексичні та граматичні труднощі перекладу бізнес-планів. Лексичні труднощі перекладу, головним чином, пов'язані з передачею безеквівалентної лексики, термінів та власних назв. Термінологічна лексика бізнес-плану, за нашими підрахунками, складає приблизно 35% від загального обсягу слів. Труднощі під час перекладу викликають терміни-неологізми, або новоутворені терміни, які не мають словникових еквівалентів та полісемантичні терміни, переклад яких потребує глибоких знань у галузі перекладу та широкий контекст. Для подолання лексичних труднощів доводиться застосовувати лексичні перекладацькі трансформації, які традиційно поділяють на лексико-семантичні (конкретизація, генералізація, модуляція (смисловий розвиток) та лексико-граматичні

(антонімічний переклад, експлікація, компенсація). Особливу групу лексичних труднощів складає переклад власних назв, зокрема назв підприємств та організацій, географічних назв. Відтворювати власні назви можна способами транскрипції, транслітерації або калькування.

Граматичні труднощі перекладу пов'язані з розбіжностями у будові мов, відмінністю граматичних явищ однієї мови від відповідних граматичних явищ іншої мови; відмінною сполучуваністю слів тощо. Серед граматичних труднощів перекладу бізнес-плану ми виділяємо переклад безособових форм дієслів англійської мови, до яких належать: інфінітив, герундій та конструкції, утворені на основі цих форм, пасивний стан дієслів, дієприкметникові та дієприслівникові звороти; переклад формального підмета *there*; переклад дво- та більше компонентних словосполучень тощо.

Але на особливу увагу перекладача, на наш погляд, заслуговує специфіка відтворення саме жанрово-стилістичних особливостей тексту бізнес-плану.

Перше, що звертає на себе увагу, це недопустимі в текстах офіційно-ділового стилю скорочення. До них належать як скорочені форми допоміжних дієслів *there's/'re* замість *there is/are*, *they'll* замість *they will*, it's замість *it is*, так і скорочення таких слів, як *digital form* замість *format*, *ad* натомість *advertisement*, *Phoebe's* натомість *Phoebe's Photo Studio*. Скорочення такого типу належать до розмовної лексики і не мають місця у текстах офіційно-ділового стилю, тому при перекладі ми радимо надавати їх повні форми:

Newspaper display **ads** the first six months.

Ілюстративно-зображальна **реклама** у газетах перші півроку.

Phoebe's will grow at an annual rate of over 40 percent by targeting families of professionals with newborn babies for baby pictures and then developing a relationship with the client over the years for ongoing photographs.

Очікується зростання річного рівня продажів **"Фотостудії Фібі"** на 40% завдяки розвитку довготривалих ділових відносин із сім'ями ділових людей, особливо тими, які мають новонароджених малят і бажають мати якісні знімки своїх дітей.

Наступною характерною рисою бізнес-планів, написаних англійською мовою, є написання від першої особи, що також суперечить нормам складання бізнес-планів, прийнятим в Україні.

Під час перекладу ми рекомендуємо, за допомогою прийому граматичної заміни, трансформувати деякі речення, укладені від першої особи на речення, укладені від третьої особи для того, щоб надати виразам офіційності, об'єктивності, нейтральності тону:

We will open in an 800 square-foot studio at 100 Main Street, the heart of the commercial district with ample free parking.

Студія буде розташовуватися у приміщенні, площею 800 кв. футів, за адресою 100 Мейн Стріт, у самому серці торгівельного району міста з великою безкоштовною автостоянкою.

We do this by using a pricing structure that makes our digital photographs a household staple and by making it fun for them to come here or to have us in their homes.

Це досягається завдяки ціновій структурі студії, яка робить наші цифрові фотографії головним товаром у списку сімейних покупок і дарує кожній родині незабутні враження, приймаючи її у фотостудії або відвідуючи її вдома.

Our objectives are…

Цілі, що повинні бути досягнуті в результаті реалізації проекту

We see individual pictures, especially baby pictures, as gateway products for our programs of ongoing photography.

Ключовим товаром комплексної програми для постійних клієнтів **є портретні знімки, особливо фотографії з немовлятами.**

Лексика деяких бізнес-планів, написаних англійською мовою, містить багато розмовних слів та виразів, емоційно-забарвлених елементів, що суперечить морфологічним нормам ділового мовлення. Наприклад, слово *net*, яке має значення *мережа, сітка,* у

словосполученні *shop the net* означає всесвітню мережу Інтернет. Для того, щоб зробити речення зрозумілим для читача, доцільно застосувати лексичний прийом конкретизації:

The site will have information on our other programs for the growing number of middle-aged female professionals who **shop the net.**	На сайті буде розміщена інформація про наші програми, які привернуть увагу ділових жінок середнього віку, які **роблять покупки в Інтернет-магазинах**.

Про відхилення багатьох бізнес-планів, написаних англійською мовою, від стилістичних норм, загальноприйнятих для даного типу документів в Україні, свідчить також наявність художніх засобів, таких як метафора *(to enter the digital age – увійти до епохи цифрових технологій, a lot of memories are lost – багато спогадів втрачається)*, епітет *(they find it a burdensome expense – вони знаходять це обтяжливим у фінансовому плані)*, уособлення *(our website will offer free CDs – на нашому веб-сайті буде безкоштовно пропонуватися компакт-диск)*, порівняння (*Just as they appoint their homes with fine furniture and decorations, the photos on their walls need to exhibit their standards of quality. – Так само як меблі та інше оздоблення дому, фотографії на стінах повинні демонструвати високі стандарти якості).* Але слід звернути увагу на те, що головною метою бізнес-плану є привернення уваги інвестора до нової підприємницької діяльності, і зміст документа орієнтований на досягнення комунікативного ефекту реципієнта, тому при перекладі слід ураховувати цю особливість даного типу документа.

Таким чином, перекладачу, під час роботи над бізнес-планом, слід ураховувати стилістичні відмінності даного типу документа у двох мовах. Переклад потрібно робити відповідно до рекомендованих норм перекладу офіційно-ділової документації, але, в той же час, не слід забувати про особливу рису бізнес-плану як документа – орієнтацію на досягнення комунікативного ефекту на реципієнта.

Отже, зауважимо, що під час перекладу бізнес-плану слід ураховувати всі граматичні і лексичні відмінності даного виду документа у різних мовах та додержуватися загальних вимог щодо стилю написання документа в англійській та українській мовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алмазова А.А. Русский язык и культура речи [Електронний ресурс]: [учеб. пособ. для студ. высш. и сред. спец. учеб. зав.] / А. А. Алмазова. – М.: Владос, 2008. – Режим доступу до посіб.: http://www.kniga.com/books/preview_txt.asp?sku=ebooks311452
2. Зражевская Т. А. Трудности перевода общественно-политического текста с английского языка на русский / Т. А. Зражевская, Т. И. Гуськова. – М., 1986. – 243 с.
3. Комиссаров В. Н. Практикум по переводу с английского языка на русский / В. Н. Комиссаров, А. Л. Кораллова. – М., 1990. – 398 с.
4. Лудольф Ф. Бизнес-план. Профессиональное составление и убедительная презентация / Ф. Лудольф, С. Лихтенберг. – М.: ОЛМАПРЕСС, 2004. –224 с.
5. Македон В. В. Бізнес-планування: [навч. посіб.] / В. В. Македон. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 236 с.
6. Плещенко Т. П. Стилистика и культуры речи: [учеб. пособ.] / Т. П. Плещенко, Н. В. Федотова, Р. Г. Чечет; под ред. П. П. Шубы. – Мн.: ТетраСистемс, 2001. – 544 с.
7. Покропивний С. Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обгрунтування: [навч. посіб.] / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболь, Г. О. Швиданенко. – К: КНЕУ, 1998. – 208 с.
8. Сіндеєва Т. І. Деякі особливості композиційно-мовної організації жанру “Наукова рецензія” // Функціональні стилі у викладанні іноземних мов. – М.: Наука, 1982. – С. 28.
9. Ушаков И. И. Бизнес-план / И. И. Ушаков. – СПб.: Питер, 2005. – 223 с.
10. Чайковська Т. В. Стилі мови та їхні особливості [Електроннеий ресурс] / Т. В. Чайковскька. – Режим доступу до статті: http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Philologia/73909.doc.html
11. Наказ №301 “Про затвердження Положення про типовий бізнес-план”: за станом на 26.05.94 / Фонд державного майна України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1032.302.0