

Перекладач, як правило, не має право змінювати часову форму дієслова, або ігнорувати наказовий спосіб.

Оскільки зміст рекламного тексту має завдання зацікавити покупця, повернути його увагу до товару та націлити його на купівлю товару, тексти німецькомовної реклами пронизані оригінальними, цікавими новоутвореннями, які добре запам'ятовуються. І хоча значну частку складають новоутворення-іменники, кількість новоутворень-прикметників, які характеризують продукцію, також не мала. Новоутворення-прикметники виконують сугестивну функцію, тобто функцію спонування. За допомогою таких прикметників «нав'язуються» принади товару, який рекламується, нав'язується думка, що купівля цього товару просто необхідна. Багато окказіоналізмів набуває широкого вживання після прослуховування реклами. Ці окказіоналізми належать до безеквівалентної лексики і завдають багато складнощів при перекладі, вагаючись, як краще зробити: замінити близьким за значенням словом у рідній мові, чи транслітерувати.

Складність перекладу реклами залежить ще й від того, що вона містить мовне маніпулювання, яке полягає у тому, щоб використати особливості мови і принципи її вживання з метою латентної дії на адресата у напрямку, необхідному для рекламодавця. Воно повинно бути латентним, щоб реципієнт цього не відчував. Ці таємні наміри, які використані за допомогою мовних засобів, мають завдання формування у реципієнта уявлення про дійсність, вироблення до неї такого ставлення та такої реакції, які здебільшого не співпали б з тими, які б він міг сформулювати самостійно. Мова у такому випадку використовується згідно з одним дослідників мовної маніпуляції Р.Блаккара, як «інструмент соціальної влади» [2: 78].

Таким чином, можна зробити висновок, що розуміння та переклад реклами потребує: по-перше, дуже добрих знань лексики та стилістики як мови оригіналу так і перекладу; по-друге, враховувати плюрицентричність німецької мови; по-третє, проникнутись самому емоційною дією реклами, щоб потім вірно передати її на рідну мову; по-четверте, враховувати міжкультурні та міжнаціональні особливості рекламного матеріалу, і, накінець, зберегти прагматичну направленість рекламного повідомлення.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Каратаева Л.В. Окказиональные словообразования в тексте рекламы. Дисс. ... канд. филол. наук. М.: МГУ, 2003. – 189с.
2. Картон Г. Эффективная реклама. – М.: Прогресс, 1991. – 159с.
3. Кохтев Н.Н. Реклама: искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов. – М.: МГУ, 1997. – 134с.
4. Sowinski B. Werbung in Deutschland. – Tuebingen: Niemayer, 1998. – 328S.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Людмила Пишна – доцент, кандидат філологічних наук, зав.кафедрою іноземних мов Запорізької державної інженерної академії.

Наукові інтереси: інтерпретація тексту, переклад.

ТЕРМІН ЯК ПРЕДМЕТ ОСОБЛИВОЇ УВАГИ ПЕРЕКЛАДАЧІВ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Світлана РАДЕЦЬКА (Херсон, Україна)

У статті розглянуті актуальні питання сучасного термінотворення, проблеми нормалізації та стандартизації термінологічних одиниць, які зустрічаються в науково-технічній літературі та деякі труднощі, з якими стикаються перекладачі при перекладі термінів.

The article deals with the current problems of termbuilding, standardization of terms, and some difficulties of their translation in scientific and technological texts.

Початок ХХІ століття характеризується глобальними змінами в усіх галузях науки і техніки, процесами їх інтеграції і міжнародного кооперування. Будь-які зміни в соціально-економічній та науково-технічній сферах супроводжуються певними змінами в мовній системі. Науково-технічна революція – одне з найважливіших явищ сучасності, яке вносить істотні зміни в лінгвістичну модель світу. Науково-технічна термінологія – це широкий шар лексики, що інтенсивно розвивається та активно взаємодіє з іншими шарами лексики [2: 5]. Відмінною рисою нашого часу є те, що нарешті після багатьох років утисків українська мова зайняла відповідне місце в усіх сферах життєдіяльності, і зокрема у науковій галузі. На

запити середньої та вищої освіти починаючи з 1990-х років з'явилася низка термінологічних словників, видано сотні різноманітних термінографічних праць, вийшло кілька посібників та монографій.

Уся ця продукція є наслідком живого діалогу між фахівцями-вченими, спеціалістами різних галузей та філологами, що відбувається постійно на регіональному, державному та міжнародному рівнях. На сьогодні в Україні є кілька термінологічних центрів, основні з яких знаходяться у Харкові, Києві та Львові. Сучасні українські термінологи глибше, ніж їх попередники, розробляють теорію терміна як мовного знака, теорію термінології як підсистеми загальнолітературної мови.

Серед головних проблем, які стоять перед термінознавцями в Україні, слід зазначити:

- проблему упорядкування існуючої науково-технічної термінології;
- проблему спадщини;
- проблему запозичень;
- проблему перекладу термінів;
- словотворчу проблему;
- правописну проблему;
- проблему транслітерації;
- проблему культури наукової мови.

Однією з найпоширеніших причин поповнення термінологічної лексики є переклад [5: 215], і саме перекладачі, стикаючись з проблематикою виявлення закономірностей утворення нових термінів, їх структури та семантики. Проблемами нормалізації та стандартизації термінології, інтенсифікації перекладацької діяльності, оптимізації навчання перекладу науково-технічної літератури займаються такі провідні фахівці як Д'яков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б., Квитко І.С., Білодід О., Нікітіна Ф.О. та інші. В даній статті ми розглянемо питання, які стосуються проблематики надання визначення, характеристик, функціонування та утворення термінів у науково-технічній літературі, та особливості перекладу деяких термінологічних одиниць.

Науково-технічний переклад має справу з:

- термінологічною лексикою;
- загальнонауковою лексикою;
- загальноповсякденною лексикою.

Наповнення термінами є однією з визначальних характеристик науково-технічного тексту. Дослідження вказують, що в науково-технічному тексті частина термінологічної лексики становить 25%, а загальнонаукова та загальноповсякденна – 75% [4: 21].

Через складність та дискусійність питання про надання дефініції такому поняттю як термін, в лінгвістиці існує чимало спроб визначення термінів. В нашій статті ми будемо оперувати визначенням терміну І.С. Квитко, який говорить, що термін – це слово чи словесний комплекс, що співвідноситься з поняттям певної організованої галузі пізнання (науки, техніки), що вступають у системні відносини з іншими словами та словесними комплексами й утворюють разом з ними в кожному окремому випадку та в певний час замкнену систему, що характеризується високою інформативністю, однозначністю, точністю та експресивною нейтральністю [3: 21].

Термін може існувати лише як елемент терміносистеми, якщо під останньою розуміти впорядковану сукупність термінів, які адекватно висловлюють систему понять теорії, що описують певну спеціальну сферу людських знань чи діяльності [2: 11]. Сьогодні під термінологією розуміють: науку про терміни; сукупність термінів, що обслуговують певну сферу знань, пов'язаних з системою понять; розділ лексикології, що займається загальнотеоретичними питаннями терміна (інша назва “термінознавство”).

У сучасній мові науки і техніки виділяють такі характеристики терміна:

- термін однозначний в межах однієї терміносистеми ;
- термін систематичний (деякі вчені вважають систематичність терміна подвійною: як елемента терміносистеми, та як елемента мовної системи);
- термін має чітку дефініцію;
- термін незалежний від контексту;

- термін повинен бути точним;
- термін повинен бути коротким (дана вимога не повинна досягатися за рахунок попередньої - точності, особливо зважаючи на те, що процес диференціації понять науки та техніки є об'єктивною передумовою використання багатослівних термінів з метою якнайточнішого позначення певного поняття).
 - термін експресивно нейтральний;
 - у терміна не повинно бути синонімів чи омонімів, що вочевидь може зашкодити взаєморозумінню;
 - термін повинен бути милозвучним та відповідати правилам і нормам певної мови.

Перерахувавши основні характеристики, які сучасні термінознавці висувують до термінів, необхідно зазначити, що ці характеристики є більш бажаними ніж обов'язковими для великої кількості термінологічних одиниць. Багато вчених вважають, що не можна вважати термінологічну одиницю неповноцінною чи непотрібною лише на тій підставі, що вона не має певної властивості, хоча і застосовується певний час користувачами [2: 13].

Термін, який функціонує в різних сферах науки і техніки може виявитися багатозначним. Перекладач науково-технічної літератури, який має справу з текстами по конкретній тематиці, повинен добре розуміти характер поведінки наукових і технічних термінів в текстах. Перед перекладачем стоїть завдання визначити приналежність того чи іншого терміна до певної галузі та знайти відповідний переклад цього терміна. Так, наприклад термін "storage" позначає «пам'ять» в обчислювальній техніці, а в інших сферах активно вживається у значеннях «склад», «сховище» та ін.. Технічний термін "frame" перекладається як: рама (у будь-якому пристрої), станина (у верстаках), каркас (у будівництві), кадр (у кіно та на телебаченні), конструкція, корпус, ферма та ін..

Ще одне явище, яке суперечить основним вимогам що висувуються до термінів, але має місце у сучасній термінології – це явище синонімії. Інколи одне і теж саме поняття (або предмет) може позначатися різними словами. Наприклад: cargo – freight (вантаж), radiation – emission (радіація), subscriber – user (абонент). В таких ситуаціях саме на перекладача покладається відповідальність не припуститися неправильного тлумачення терміна при описі певної предметної ситуації з конкретної науково-технічної сфери.

Але головна проблема яка постає на шляху перекладу науково-технічних текстів це відсутність у мові перекладу відповідних лексичних елементів. Саме тут постає питання про створення нових термінів, які б відповідали як відповідній галузі науки так і стандартам термінології.

Терміни можуть утворюватися в будь-якій мові трьома основними способами:

1. Використання внутрішніх ресурсів мови.
2. Вигадування штучних слів.
3. Пряме запозичення терміноелементів [2: 105].

У переважній більшості розвинених мов світу, таких як англійська, російська та інші, пряме запозичення не є головним способом творення нових термінів, це місце займають різноманітні способи творення нових термінів за рахунок використання внутрішніх ресурсів мови (надання наявним словам нових значень, побудова нових слів за допомогою деривативних афіксів, складання основ, складання словосполучень, утворення аббревіатур). Але в українській мові, на нашу думку, відсоток запозичень є дуже вагомим.

Будь-яка мова обов'язково зазнає іншомовного впливу або навіть впливає на інші мови. Запозичення бувають прямі (безпосередньо з мови-продуцента) та непрямі (через посередництво третіх мов). Одним з найбільших джерел поповнення інтернаціональної термінологічної лексики у минулому столітті стала англійська мова (особливо це стосується економічної та комп'ютерної термінології). А однією з найбільших проблем для перекладачів, особливо при технічному перекладі становлять так звані «фальшиві друзі перекладача», які виникають саме при прямому запозиченні іншомовних елементів.

В українській мові такі слова можливо умовно розділити на дві групи:

1. Слова, які мають подібне написання та вимову, але зовсім інше значення.
2. Слова, які лише в одному з значень співпадають з українським еквівалентом, але розрізняються в інших.

Слова, які входять до першої групи становлять меншу «небезпеку» для перекладачів. До таких слів можна віднести наприклад:

actual – дійсний, а не актуальний;
aspirant – претендент, а не аспірант;
decoration – прикраса, а не декорація;
fabric – тканина, а не фабрика;
prospect – перспектива, а не проспект;
rapport – добрі відносини, а не рапорт;
resin – смола, а не гума.

Набагато більші складності виявляються при перекладі слів, які відносяться до другої групи. Тут перекладачеві обов'язково необхідно виявити свою обізнаність не тільки в мовах які використовуються при перекладі, а й в тематиці тексту. До таких слів можна віднести:

balance – сальдо, а не тільки баланс;
cabinet – меблева секція, а якщо «кабінет» то «міністрів»;
element – стихія, а не тільки елемент;
legal – правовий, юридичний, а не тільки легальний;
momentum – інерція, поштовх, а якщо момент, то важливий;
panel – секція (на конференції), а не тільки панель;
session – зустріч, заняття, а не тільки сесія;
speculation – припущення (рідко – спекуляція).

Наявність різного роду семантичних невідповідностей можна пояснити тим, що міжнародний термін, засвоєний носіями тієї чи іншої мови, потрапляє під вплив національної культури, додаючи до вихідної сукупності значень нові значення [1: 77].

З метою позбавлення проблематики перекладу «фальшивих друзів перекладача» протягом останніх років все актуальнішою стає тенденція до зближення значень міжнародних термінів та поступове подолання семантичних розбіжностей. Міжнародна Організація Стандартів (ISO) розробила спеціальний документ – International Unification of Concepts and Terms, в якому зазначається необхідність надання технічним та науковим термінам однакового значення в усіх мовах з метою полегшення комунікації та збільшення контактів у сферах науково-технічної діяльності. Тому хоча і не можливо остаточно позбутися «фальшивих друзів перекладача», через усталеність деяких термінів у терміносистемах багатьох галузей науки і техніки в різних мовах, будувати нові терміни з оглядом на цю проблему цілком реально.

Національна термінологія української мови перебуває на стадії формування, і саме переклад наукової літератури з інших мов служить основним шляхом поповнення фахових терміносистем та їх стандартизації. Перекладачі мають можливість порівнювати та оцінювати вдалість застосування того чи іншого термінологічного елементу у мові оригіналу та перекладу. Крім того, саме від точності та адекватності перекладу залежить успіх науково-технічної комунікації між фахівцями різних країн. Тому, ми вважаємо, що розглядання термінів, як предмету особливої уваги при підготовці і практичній діяльності перекладачів науково-технічної літератури є безперечно актуальним питанням, яке потребує різнобічного дослідження.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Белодед И.К. Интернациональные элементы в лексике и терминологии. – Харьков: Вища школа, 1980. – 208 с.
2. Д'яков А.С. та ін.. Основи термінотворення: Семант. та соціолігвіст. аспекти / К.: Вид. Дім «KM Academia», 2000. – 218 с.
3. Квитко И.С. Термин в научном документе. – Львов: Вища школа, 1976. – 128 с.
4. Марчук Ю.Н. Вычислительная лексикография. – М.: ВЦП, 1976. – 184 с.
5. Galinski Ch., Budin G. New Trends in Translation-Oriented Terminology Management // Wright S.E., Wright L. (eds). Scientific and Technical Translation. – Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 1993. – P. 209-215.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Світлана Радецька – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу Херсонського національного технічного університету.

Наукові інтереси: перекладознавство, термінологія.