

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Факультет іноземної та слов'янської філології

Кафедра англійської філології та лінгводидактики

Вовчок Світлана Володимирівна

**ПРОФЕСІЙНО-МОВНА КАРТИНА СВІТУ ЕКОНОМІСТА
В СУЧАСНОМУ КАНАДІЙСЬКОМУ ДИСКУРСІ ТА ЇЇ
РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ**

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша
– англійська

Освітня програма Англійська та німецька мови (переклад включно)

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник

_____ О.В. Багацька,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської філології

та лінгводидактики

« ____ » _____ 20__ року

Виконавець

_____ С.В. Вовчок

« ____ » _____ 20__ року

Суми 2021

Sumy Makarenko State Pedagogical University
The Department of Foreign and Slavic Philology
The Chair of English Philology and Linguodidactics

Vovchok Svitlana Volodymyrivna

**The Economist's Professional Language Picture of the World
in Modern Canadian Discourse and its Representation in Ukrainian.**

Field of Study 03 The Humanities

Program subject area 035 Philology

Study program 035.041 Germanic Languages and Literature

(Translation Included), Major - English

Educational program English and German Languages (Translation Included)

Graduation Project

Supervised by

PhD, Associate Professor

Bagatska O.V.

Performed by

Vovchok Svitlana

Sumy 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ЛІНГВІСТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ В СУЧАСНИХ ФІЛОЛОГІЧНИХ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ СТУДІЯХ	8
1.1. Поняття про мовну картину світу та підходи до її вивчення	8
1.2. Статус професійної мовної картини світу у сучасних філологічних дослідженнях	14
1.3. Економічний дискурс у контексті вивчення професійно-мовної картини світу	18
1.4. Сучасні методи перекладу економічної лексики	22
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНО-МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ЕКОНОМІСТА В СУЧАСНОМУ КАНАДІЙСЬКОМУ ДИСКУРСІ	29
2.1. Концептуальна модель професійно-мовної картини світу сучасного економіста	29
2.2. Лексичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста	34
2.3. Граматичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста	39
2.4. Стилiстичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста	42
РОЗДІЛ 3. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОФЕСІЙНО-МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ЕКОНОМІСТА В СУЧАСНОМУ КАНАДІЙСЬКОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ	49
3.1. Способи перекладу лексичних особливостей	49
3.2. Способи перекладу граматичних особливостей	53
3.3. Способи перекладу стилістичних особливостей	56
ВИСНОВКИ	65

	3
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	72
СПИСОК ІЛЮСТРОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
SUMMARY	75

ВСТУП

Сучасна лінгвістика базується на принципі антропоцентризму та досліджує комунікативну діяльність людини у різних аспектах. Одним із напрямків лінгвістичних досліджень на сьогодні є лінгвоконцептологія, як одне з відгалужень когнітивної лінгвістики. Цей науковий напрямок досліджує такі явища, як концепти й концептосфери, фрейми, картини світу. Одним із перспективних напрямків дослідження мови у контексті лінгвоконцептології є аналіз професійно-мовних картин світу.

У той час як увага дослідників приділена вивченню професійної свідомості (О. Н. Азначєєва, С. В. Мискін, В. А. Цвик), мовної свідомості фахівців (Л. С. Антонова та ін.), професіоналізації мовної особистості (Г. В. Кубіц), професійної мовної особистості (Є. А. Алексєєва та ін.), професійної мови в структурі мовної особистості (М. І. Сонешкіна та ін.), цікавим та недостатньо невивченим на сьогодні об'єктом дослідження можуть слугувати мовні засоби репрезентації професійно-мовної картини світу.

Професійні картини світу різних спеціалістів розкриваються у рамках різних наукових та виробничих галузей. У цьому дослідженні ми звертаємося до економічної сфери та, відповідно, до вивчення професійно-мовної картини світу економіста.

Однією з характеристик сучасності є глобалізація, яка супроводжується взаємопроникненням економік різних держав. Економічні взаємодії вимагають подолання різного роду бар'єрів – не тільки політичних, юридичних, митних, але і комунікативних. Тому в сфері економіки виникає необхідність розробки прийнятого у міжнародному масштабі термінологічного фонду та створення лексикографічних джерел, що містять якісний переклад економічних термінів.

Незалежна Україна та Канада розвивають свої економічно-торгівельні зв'язки вже близько 30 років та на сьогодні цей вектор розвитку української міжнародної політики є перспективним та вагомим. Це обумовлює актуальність

вивчення особливостей перекладу економічної термінології англійської мови українською.

Економічна галузь постійно розвивається, її форми і зміст трансформуються. Ці процеси викликають зміни і в лексичному складі, який обслуговує мовленнєві взаємодії комунікантів економічного сектора. Таким чином, актуальність дослідження зумовлена також і постійним розвитком економічної галузі, а значить трансформацією обслуговуючих її фонд лексичних одиниць, необхідністю якісного перекладу економічних термінів, пошуку еквівалентних відповідників у мові оригіналу та мові перекладу текстів економічної тематики.

Особливості спеціальної термінології вивчали Н. Д. Бабич, К. Ф. Герман, М. В. Скаб, М. С. Скаб, А. А. Ковтун, К. М. Лук'янюк, Н. І. Рувьова, С. В. Гриньов, Т. Кияк, Н. А. Ковальська, В. М. Лейчик, Т. С. Пристайко, А. С. Рибаківа, Л. О. Симоненко, А. В. Суперанська, Н. В. Подольська, Н. В. Васильєва, В. Д. Шевченко, А. Д. Хаютін та ін. Специфіку перекладу термінології досліджували такі вчені, як В. С. Виноградов, І. В. Корунець, Л. К. Латишев, Ж. Г. Мацак, О. В. Сніговська, А. В. Федоров та ін.

Об'єктом дослідження виступає професійно-мовна картина світу економіста у сучасному канадійському дискурсі.

Предмет дослідження – мовні засоби репрезентації професійно-мовної картини світу економіста у сучасному канадійському дискурсі та особливості їх перекладу українською мовою.

Мета дослідження полягає у дослідженні професійно-мовної картини світу економіста в сучасному канадійському дискурсі та її репрезентація українською мовою.

Для досягнення окресленої мети дослідження необхідно виконати низку **завдань**:

- 1) уточнити поняття мовної картини світу та підходи до її вивчення;
- 2) визначити статус професійної мовної картини світу у сучасних філологічних дослідженнях;

- 3) розглянути економічний дискурс у контексті вивчення професійно-мовної картини світу;
- 4) виявити сучасні методи перекладу економічної лексики;
- 5) побудувати концептуальну модель професійно-мовної картини світу сучасного економіста;
- 6) проаналізувати лексичні, граматичні та стилістичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста;
- 7) дослідити особливості репрезентації професійно-мовної картини світу економіста в сучасному канадійському дискурсі українською мовою на лексичному, граматичному та стилістичному рівнях.

Новизна роботи полягає у тому, що вперше робиться спроба побудувати концептуальну модель професійно-мовної картини світу сучасного економіста в сучасному канадійському дискурсі, розглянути мовні засоби її репрезентації, а також особливості та труднощі перекладу українською мовою.

Теоретична значущість роботи полягає у тому, що її результати вносять певний вклад у термінознавство, можуть бути використані в узагальненнях фахівців з питань теорії перекладу. Також робота є внеском у лінгвоконцептологію, зокрема – у вивчення професійно-мовних картин світу англomовного дискурсу.

Практична цінність роботи полягає у тому, що її результати можуть бути використані у практиці перекладу текстів економічної тематики, а також можуть використовуватися у ході викладання теорії та практики англо-українського перекладу у вищих навчальних закладах.

У роботі використовувалися наступні **методи дослідження**:

- метод порівняльного аналізу, який застосовувався для зіставлення термінів та їх українськомовних еквівалентів;
- метод суцільної вибірки для відбору термінів у текстовому матеріалі;
- описовий метод для репрезентації мовних фактів, що включає етапи збору емпіричного матеріалу, спостереження, класифікації, узагальнення;
- метод лінгвістичного та перекладацького аналізу і спостереження;

- порівняльно-зіставний метод;
- метод моделювання для побудови концептуальної моделі професійно-мовної картини світу сучасного економіста в сучасному канадійському дискурсі.

Апробація роботи. Основні положення та результати дослідження було презентовано у доповіді на V Всеукраїнській науковій інтернет конференції: “Діалог мов і культур у сучасному освітньому просторі” 12 листопада 2021 року

Публікації. За темою магістерської роботи опубліковано 1 статтю та 1 тези доповідей у матеріалах науково-практичних конференцій.

1. Вовчок С.В. Статус професійної мовної картини світу у сучасних філологічних дослідженнях “Діалог мов і культур у сучасному освітньому просторі”: матеріали V Всеукраїнській науковій інтернет конф., м. Суми, 12 листопада 2021 р. Суми, 2021. С. 203-208.

2. Вовчок С.В. Концептуальна модель професійно-мовної картини світу сучасного економіста. Збірник статей студентів і магістрів “Актуальні питання філології та методології” , м. Суми, 2021 р. Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2021.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, списку ілюстративних джерел.

РОЗДІЛ 1. ЛІНГВІСТИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ В СУЧАСНИХ ФІЛОЛОГІЧНИХ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ СТУДІЯХ

1.1. Поняття про мовну картину світу та підходи до її вивчення

Зміна лінгвістичної парадигми, яка відбулася у середині ХХ ст. та спонукала науковців звернутися до антропоцентричного принципу вивчення мови і мовлення, спричинила виникнення багатьох нових галузей та напрямків мовознавчих досліджень. Одним із таких напрямків стала когнітивна лінгвістика, яка вивчає когнітивні процеси у свідомості людини, що забезпечують мислення та пізнання навколишнього світу [18, с. 35].

У рамках когнітивної лінгвістики мова постає центром усієї когнітивної діяльності людини, репрезентантом її когнітивних процесів та здібностей. Саме через мову відкривається доступ до світу інших людей, до структур їхньої свідомості. Об'єктом когнітивної лінгвістики є когніція, як сукупність психічних структур і процесів, що охоплює всю людську пізнавальну діяльність, у її мовному відображенні [38, с. 142].

Когнітивна лінгвістика сформувалася у США у другій половині 70-х років ХХ ст., однак інтерес вчених до питань взаємодії мови, мислення та культури привертала увагу вчених і раніше. Ідея взаємозв'язку пізнання і мови, а також мови і культури зародилася ще у ХVІІІ ст., однак більш детально її втілював у своїх наукових працях В. фон Гумбольдт на початку ХІХ ст. Саме цей вчений сформулював думку про існування особливого мовного світогляду людини та окремого народу. Саме В. фон Гумбольдт вважається також і родоначальником поняття картини світу та мовної картини світу. Ідею існування такого феномену вчений втілював у наступній тезі: «Кожна мова описує навколо народу, якому вона належить, коло, звідки людині дано вийти лише остільки, оскільки вона тут же вступає у коло іншої мови» [22, с. 380].

У ХХ ст. дослідження мовної картини світу продовжилося у рамках мовної гіпотези відносності такими вченими, як Е. Сепір, Б. Уорф, Л. Вайсгербер та ін. Ця гіпотеза полягає у тому, що структура мови визначає структуру мислення та спосіб сприйняття навколишнього світу. Відтак, люди аналізують світ, впорядковують його у поняттях та певним чином розподіляють цінності, оскільки вони є учасниками певної угоди, яка справедлива лише для цієї мови [8, с. 80].

Грунтовні дослідження мовної картини світу, спрямовані у лінгвокогнітивне та лінгвокультурне русло, розпочалися лише наприкінці ХХ ст. та носили переважно декларативний характер. Лише на початку 70-х років ХХ ст. у руслі когнітивної лінгвістики розпочалося цілеспрямоване дослідження цих «слотів» знання. Окрім когнітивної лінгвістики поняття мовної картини світу торкаються такі лінгвістичні та міждисциплінарні наукові галузі, як когнітологія, лінгвокультурологія, етнолінгвістика, етнопсихолінгвістика тощо.

Аналізуючи поняття мовної картини світу, звернемося до різних етапів її дослідження та підходів до визначення цього поняття. Як вже згадувалося, проблематика прямої взаємодії структури мови і ментального прояву лягли в основу лінгвістичної гіпотези відносності Сепіра-Уорфа. Не користуючись терміном «картина світу», Б. Уорф, став першим, хто сформулював думку про те, що мова визначає бачення світу, і прийшов до деяких кардинальних висновків про взаємовідносини мови і психічної, розумової сфери, практичної діяльності людей [46, с. 51-56].

Е. Сепір зазначав, що «мова не існує поза культурою, тобто поза соціально успадкованої сукупності практичних навичок та ідей, що характеризують наш спосіб життя» [44, с. 2]. У мові народу відбивається все його життя, вся історія його духовної і матеріальної культури. Мовна картина світу допомагає вивчати національну культуру.

Сам термін «картина світу» виник у фізиці наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. Одним із перших, хто використовував цей термін, був Г. Герц, який

трактував його як сукупність внутрішніх зображень зовнішніх предметів, з яких можна отримати інформацію про їхню поведінку [3, с. 65]. У зв'язку з антропологічною спрямованістю лінгвістичних досліджень наприкінці ХХ ст. цей термін став використовуватись у лінгвістиці.

Поняття картини світу як моделі світу, смислового моделювання світу відповідно до логіки світорозуміння останнім часом використовується у багатьох науках. Під картиною світу в найзагальнішому вигляді розуміється упорядкована сукупність знань про дійсність, що сформувалася у суспільній свідомості. Існують фізична картина світу, мовна картина світу, релігійна картина світу, поетична картина світу та ін. [11, с. 396].

Мовна картина світу фіксує сприйняття, осмислення і розуміння світу конкретним етносом не на сучасному етапі його розвитку, а на етапі формування мови, тобто на етапі його первинного, наївного, донаукового пізнання світу. Мовна картина світу – це зафіксована у мові та специфічна для цього колективу схема сприйняття дійсності. Це відображення у мові уявлень про світ, здійснюване людським менталітетом цього мовного колективу.

На сьогодні у розумінні терміну мовної картини світу існують значні розбіжності. Систематизуючи визначення і тлумачення цього поняття, можна виділити ряд точок зору з основних питань, зокрема – «вузьке» та «широке» тлумачення семантично організованого лексичного складу мови. «Вузьке» тлумачення не виходить за рамки лексикографії та всю семантично організовану лексику мови називає структурою словника цієї мови. Воно не розглядає лексику як фактор, що відображає, визначає або формує національне світобачення [7, с. 6].

Натомість, «широке» тлумачення семантично організованої лексики мови передбачає вихід за рамки чистої лексикографії та визнає за нею роль відображеної картини світу. Таку точку зору висловлює, зокрема, Ф. Дорнзайф, який пропонує розглядати лексику як словесне покриття для думки. Прихильники цього підходу стверджують, що картина світу звичайного носія

мови складена із зафіксованих у мові донаукових понять, а сам носій мови сприймає світ із так званим наївним реалізмом.

Прихильники об'єктивістського підходу вважають, що мова відображає реальний світ об'єктивно і адекватно. На їхню думку, вся мова загалом є власне людською формою іменування об'єктивного світу. Суть референції полягає у тому, що в основі цієї співвіднесеності лежить передумова кінцевої адекватності двох світів – світу речей та світу понять – об'єктивного світу та його відображення у мисленні людини [2, с. 17].

Визнаючи різне уявлення об'єктивної реальності у мовах світу, об'єктивісти вважають, що всі ці відмінності не є вираженням якогось особливого національного духу, нібито властивого кожному народу окремо. Суб'єктивісти ж, виходячи з антропоцентричності та етноцентричності мови взагалі та мовної картини світу окремої мови зокрема, проголошують множинність семантичних всесвітів: скільки мов – стільки і мовних картин світу [25, с. 116].

У нашому дослідженні дотримуємося суб'єктивістського підходу до розуміння природи мовної картини світу. На думку І. А. Живіцької, мова є найважливішим засобом формування і зберігання знань людини про об'єктивний світ, зафіксованих у слові. Сукупність цих знань, збережених у мовній формі, і називається «мовною картиною світу» [13, с. 20].

Мовна картина світу є суб'єктивним образом об'єктивної реальності, оскільки кожна людина по-своєму і неповторно відтворює світ. Мовна картина світу – це комплекс мовних засобів, у яких відображені особливості етнічного сприйняття світу, це сукупність уявлень народу про дійсність, зафіксованих в одинцях мови на певному етапі розвитку народу [32, с. 35]. Саме цим пояснюється те, що кожна національна мова – це універсальна система істин, знань, обумовлена своєю психологією народу. Мова, через значення слова, представляє той чи той предмет об'єктивної картини світу, у сукупності ж – концептуалізує її. Відтак, мовна картина світу відображає у вербальних формах дійсність, яка сприймається свідомістю [13, с. 21].

Доцільно звернутися й до питання практичної репрезентації мовної картини світу у мові. С. Я. Єрмоленко наголошує, що одиницями мовної картини світу є етнопсихолінгвальні явища, лінгвокультуреми [9, с. 95]. Лінгвокультурема, за визначенням О. О. Селіванової, є мовним знаком, який містить культурну інформацію [12, с. 303]. Лінгвокультурема не може відповідати певній лексемі, адже планом її змісту є культурна інформація, яка має чотири способи вираження у мові й мовленні: 1) культурна сема; 2) культурний фон; 3) культурний концепт; 4) культурна конотація.

Окрім того, мовна картина світу членується вченими на такі одиниці: концепти, фрейми, сценарії [9, с. 95]. Одиницями мовної картини світу також визначаються лексичні парадигми, побудовані за принципом організації тематичних груп лексики; лексико-синонімічні ряди; семантичні поля, що об'єднуються навколо ядерного слова-поняття; лексико-асоціативні поля тощо [9, с. 98].

Картина світу виконує дві основні функції: інтерпретативну (здійснювати бачення світу) і регулятивну (виступати орієнтиром у світі, бути універсальним орієнтиром людської життєдіяльності). Окрім того, можна виокремити наступні найбільш значні ознаки мовної картини світу (рис. 1.1.):

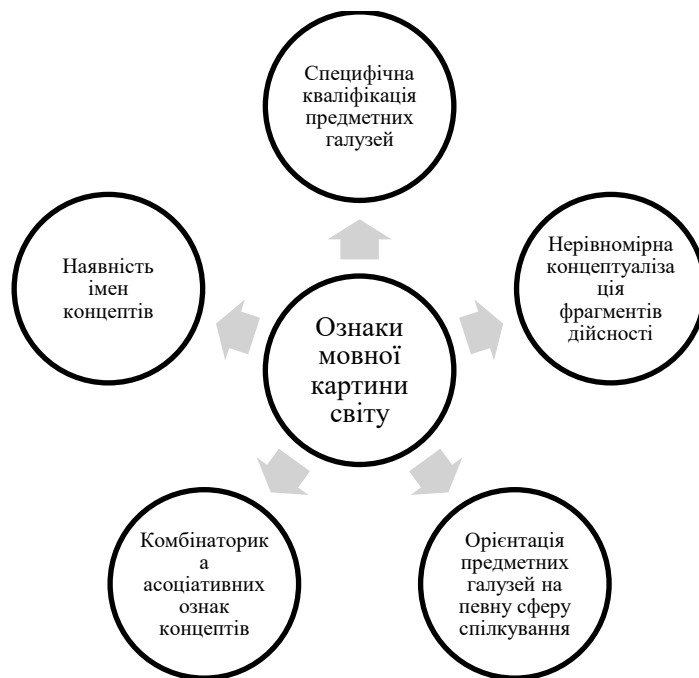


Рис. 1.1. Основні ознаки мовної картини світу

Особливу увагу у контексті нашого дослідження привертають такі ознаки мовної картини світу, як її здатність до кваліфікації окремих предметних галузей, а також орієнтація предметних галузей на певну сферу спілкування. Це означає, що у загальній мовній картині світу того чи іншого народу знаходять своє втілення і сфери мовного спілкування представників різноманітних галузей діяльності людини.

Мовна картина світу тісно пов'язана з картиною світу, яка відображає специфіку сприйняття людиною світу. Процес пізнання залежить від індивідуальних психічних та фізіологічних особливостей людини, її образу життя, умов існування, професійної приналежності [24, с. 36]. Відтак, логічним видається виокремлення й дослідження професійних мовних картин світу.

1.2. Статус професійної мовної картини світу у сучасних філологічних дослідженнях

Професійні картини світу є ментальними конструктами, які об'єктивуються мовою, адже професійне знання, як і будь-яке інше, формується й акумулюється тільки у процесі мисленнєво-мовленнєвої пізнавальної діяльності людини, а відтак мовним корелятом професійної картини світу є професійна мовна картина світу [31, с. 41].

Спираючись на дефініцію наукової картини світу, Л. А. Чернишова дає визначення професійної картини світу, згідно з яким вона виконує роль змістовного відображення наукової думки в конкретній сфері спеціальної життєдіяльності індивідуума [40, с. 15]. Окрім того, дослідниця акцентує фундаментальність поняття «картина світу» стосовно вивчення людини і її взаємодії зі світом, а також наголошує на принциповому розмежуванні понять «картина світу» і «мовна картина світу», «професійна картина світу» і «професійна мовна картина світу» [39, с. 98].

Цю ідею підтримує й Л. А. Кисельова, яка розуміє під поняттям «професійна картина світу» своєрідну «інформаційну комору» наукових знань у тій чи іншій спеціальній сфері, результат пізнавальної діяльності людини у певній галузі знання [21, с. 31–32].

Оскільки зміст професійної діяльності впливає на інформаційні структури відображення знань і досвіду людини у вигляді ментальних одиниць, то такі структури можна моделювати. Люди однієї професії бачать світ по-своєму, а професійне бачення світу відображається у професійній мові. Відтак, професійна мова є втіленням професійної моделі через систему спеціальних номінацій / термінів окремої галузі. Л. А. Кисельова, вслід за Л. А. Чернишовою, розуміє професійно-мовною картиною світу як «національну форму вираження єдиного змістового інваріанта професійного знання» [21, с. 33; 39, с. 100].

Н. М. Гончарова вказує, що у представників різних професій картини світу можуть відрізнятися не тільки залежно від епохи, віку, соціальної приналежності, галузей наукового знання. За способом мовної репрезентації мовної картини світу можна виділити такі, що відповідають компонентам загальнонаціональної мови: літературна мовна картина світу і територіально, соціально, професійно обмежені [6, с. 403].

Вслід за Е. Сепіром, дослідниця Л. А. Кисельова стверджує, що професійно-мовна картина світу – це мовна картина світу, обмежена професійною сферою [21, с. 31]. Із цього визначення слідує, що професійна картина світу виражається за допомогою ресурсів національної мови. Окрім того, дослідниця вказує, що професійно-мовна картина світу формується певними вимогами, які професія висуває до людини. Зокрема, фахівець повинен знати що, кому, яким чином і з якою метою говорити.

Професійна свідомість (мовна і немовна) протиставляється буденній свідомості і може включати як елементи наукової, так і наївної картини світу фахівців. Витоки появи професійної картини світу виявляються після появи поділ праці, неминучого при прогресивному розвитку будь-якого суспільства, яке робить спеціалізацію професіоналів обов'язковою і більш вигідною для функціонування складної та диференційованої соціальної системи. Спеціалізація досягає свого піку в індустріальному суспільстві, яке вимагало величезної кількості професіоналів, що володіють знаннями у досить вузькій сфері діяльності та вирішують технічні питання виробництва [31, с. 42].

Біологічною основою професійної диференціації є вузька спеціалізація нейронів кори головного мозку і морфологічні зміни її будови у залежності від особистого досвіду індивіда та професійних компетенцій, придбаних ним протягом усього життя. Люди, навчені різних речей, будуть відрізнятися один від одного, у тому числі, і на рівні морфології, і формування нового вдалого акту у процесі навчання може бути розглянуто як збільшення ступеня диференційованості співвідношення індивіда із середовищем [24, с. 36].

Крайнім вираженням подібної диференціації є професійна деформація особистості.

Професіоналізація ж мовної особистості є наслідком змін у нейронній структурі головного мозку – матеріального субстрату мовної свідомості, – і обумовлюється утворенням, професійним досвідом, а також психологічною установкою майбутнього фахівця [36, с. 232]. При складанні психологічних профілів різних професій, можна відзначити, що ті чи інші спеціальності заохочують такі якості, що складаються у бінарній опозиції: терплячість або швидкість реакції, підозрілість або довірливість, схильність до теоретизування або концентрацію на чомусь конкретному, прагнення до консенсусу або незалежність, оптимізм або песимізм, заклопотаність фінансами або абстрагування від монетизації результатів своєї праці, віра у людство або розчарованість у ньому і т. д.

Професійна мовна особистість відрізняється діяльністю у спеціальній сфері – полі для соціалізації такої особистості, соціальної поліфункціональністю (тобто актуалізацією кількох соціальних ролей) і наявністю наукової картини світу у рамках профілюючих дисциплін [31, с. 42].

Оформлена професійна мовна картина світу при цьому є одним із найбільш важливих показників сформованості професійної мовної свідомості. Вона полягає у наявності, актуалізації та постійному поповненні професійного тезаурусу, який складається із професійної лексики (термінів, професіоналізмів, професійних жаргонізмів та сленгу), а також системних зв'язків між його елементами. У сукупності зі стереотипами сприйняття, мислення і діяльності, професійна картина світу забезпечує успішне ведення професійного дискурсу [24, с. 36].

Зважаючи на функціонування галузевої термінології (як результату діяльності професійного мислення) у межах мовної картини світу окремої нації та її відповідність цьому мисленню, професійно-мовна картина світу вважається тим її складником, що визначається як національний спосіб експлікації загальної змістовної закономірності професійного мислення [21,

с. 32]. Це означає, що професійно-мовна картина світу організується навколо одиниць мови, стрижнем системного об'єднання яких є термінологія конкретної наукової галузі.

Успішність реалізації професійного дискурсу у рамках професійної картини світу визначається тим, що, при наявності загальних цілей і спільності професійної культури, представники однієї і тієї ж професії досягають єдності професійних свідомостей [24, с. 36]. Провідну роль у подібній синергії відіграє загальний мовний код, певною мірою непрозорий для представників інших професійних спільнот, завдяки вищезгаданим мовним (переважно лексичним) засобам репрезентації професійної картини світу.

Крім того, найважливішим елементом структури професійної свідомості є образ професії, що складається із: цілей професійної діяльності; засобів для реалізації професіоналами своїх функцій; професійна предметна область [36, с. 232].

На сьогоднішній день вченими вже досить широко вивчені особливості функціонування різних мовних концептів у професійній картині світу вчителів, лікарів, правоохоронців, лінгвістів, художників та ін. Зверталися до цього об'єкту дослідження такі вчені, як Г.А. Ястребова, Л. О. Ставицька, Т. Л. Масич, О. М. Квашніна, Ю. Л. Вторушина та ін. Е. Зеєр у своїх наукових працях досліджував ціннісно-мотиваційну структуру професійної картини світу. Дослідник виділив наступні її компоненти:

- професійна спрямованість – це мотиви (наміри, інтереси, схильності, ідеали), ціннісні орієнтації (сєнс праці, заробітна плата, добробут, кваліфікація, кар'єра, соціальний стан та ін.);
- професійна позиція (ставлення до професії, установки, очікування і готовність до професійного розвитку), соціально-професійний статус;
- професійна компетентність – це сукупність професійних знань, умінь, а також способи виконання професійної діяльності [6, с. 25].

Узагальнення думок науковців, які долучалися до вивчення явища професійно-мовної картини світу, дозволяє дійти висновків, що професійна

картина світу певного спеціаліста формується на основі концептуальної картини світу носіїв відповідної лінгвокультури, тому вона є частиною концептуальної картини світу. Це означає, що професійна картина світу об'єктивується у мовній картині світу.

С. А. Матвеева вказує, що характер мовної картини світу очевидніше за все репрезентується лексикою, можна підкреслити значущу роль термінознаків у формуванні професійної мовної картини світу людини. Фундаментальну основу професійної картини світу складають когнітивні терміноструктури як дискретні одиниці, що репрезентовані у вигляді термінознаків і служать для передачі професійного знання та визначають своєрідність професійної мовної картини світу [24, с. 38].

Таким чином, професійна мовна картина світу включає у себе насамперед певний термінологічний корпус – від загальнонаукових та узвичаєних, відомих та зрозумілих більшості мовців термінів до агнонімів, коректне використання та сприйняття яких вимагають спеціальних професійних знань. Тобто термінологічна система є одним із головних засобів мовної репрезентації фрагмента професійної мовної картини світу.

1.3. Економічний дискурс у контексті вивчення професійно-мовної картини світу

Досліджуючи особливості професійно-мовної картини світу економіста, слід звернути увагу на особливості економічного дискурсу, у тому числі – економічної терміносистеми англійської мови.

Вивчення дискурсу на сьогодні є одним із найактуальніших напрямків лінгвістики. Дискурс як мовна одиниця з'явився у лінгвістиці внаслідок зосередження уваги дослідників на людському факторі мовлення. Аналіз визначень дискурсу, наявних на сьогодні у сучасній лінгвістиці показав, що й досі немає єдиного підходу до цього питання серед науковців. Так, Б. М. Гаспаров співвідносить дискурс із комунікативним простором, що у

сукупності та взаємодії всіх своїх аспектів утворює цілісне комунікативне середовище, у якому мовці наче занурюються у процес комунікативної діяльності [5, с. 297].

На думку Ю. М. Караулова дискурс – це складне комунікативне явище, яке окрім тексту включає у себе також такі екстралінгвістичні фактори, як знання про світ, думки, установки та цілі адресата [15, с. 95]. Дискурс трактується як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, розглянутий в контексті подій; мовлення, розглянуте як цілеспрямований, соціальний акт, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості (когнітивних процесах) [43, с. 136].

У нашому дослідженні беремо за основу ситуативне розуміння дискурсу, запроваджене Н. Д. Арутюною [1]. Дослідниця визначає дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними й іншими факторами; текст, узятий в аспекті подій; мовлення, що розглядається як цілеспрямоване соціальне явище, дія, як компонент, що приймає участь у взаємодії між людьми і механізмах їх свідомості (когнітивних процесах). Дискурс – це мовлення, «занурене у життя» [1, с. 136-137].

Підтримав цю думку і В. І. Карасик [14], підкреслюючи той факт, що дискурс поєднує у собі зв'язний текст, цілу низку екстралінгвістичних параметрів та соціальний контекст, який створює уявлення про учасників комунікації, процеси створення та сприйняття інформації.

У сучасній прагмалінгвістиці виділяють різні типи дискурсів, зокрема теле- і радіодискурс, газетний, театральний, літературний, кінодискурс, дискурс у сфері публік рілейшнз, політичний, релігійний, публіцистичний, суспільно-політичний, авторитарний, спонукальний тощо [14, с. 11]. У цьому дослідженні звертаємося до питання особливостей англomовного економічного дискурсу.

В. І. Карасик також класифікує дискурси за особливостями дії та взаємодії індивідів у конкретному комунікативному середовищі та у суспільній сфері комунікації. Зокрема, дослідник виділяє інституційний дискурс, який

протиставляє персональному дискурсу. В. І. Карасик розвинув ідею поняття інституційного дискурсу, визначивши його як зразки вербальної поведінки, що склалися у суспільстві стосовно закріпленим сферам спілкування [14, с. 7].

На основі спілкування у рамках статусно-рольових відносин у сучасному суспільстві можна виділити різні види інституційного дискурсу: політичний, економічний, дипломатичний, педагогічний, медичний, юридичний та ін. В.І. Карасик [14] пропонує виділяти інституційний дискурс за двома ознаками: мета і учасники комунікації.

Метою економічного дискурсу можуть бути ділове листування, ведення переговорів, складання бізнес-планів і т. д. Учасниками інституційного дискурсу є представники суспільства, «агенти», і «клієнти» – люди, які звертаються до них.

Багато досліджень в області інституційного дискурсу на сьогодні пов'язані зі сферою економіки, яка є частиною загальнолюдської культури зі своїми закономірностями, сферою людської діяльності, що зазнає змін із розвитком історії, політики, науки і громадських норм. Економічний дискурс – це сукупність мовних актів, використаних при описі й характеристиці економічних реалій, усні і письмові тексти, що відображають економічну практику [17, с. 379]. Економічний дискурс є особливим типом дискурсу, у якому присутні й повідомляються знання про економічні явища, властивості та якості економічних феноменів.

Економічний дискурс залежно від базової пари учасників, жанру, тематики і текстів дискурсу має зв'язок із науковим, педагогічним, юридичним, медійним дискурсами і політичним, відповідно. Тексти економічної сфери спілкування можуть відповідати соціально-економічному або економіко-правовому дискурсам [23, с. 5].

Часто економічний дискурс і діловий дискурс вважають одним і тим же типом дискурсу. На наш погляд, економічний дискурс включає у себе діловий дискурс і має більш широке значення. Економічний дискурс крім спілкування представників бізнесу, ділових партнерів на зовнішньому ринку, міжурядових

комунікацій, виступів на економічних форумах, охоплює також і всю систему спілкування в області виробництва, обміну, розподілу, споживання товарів і послуг.

Серед комунікантів економічного дискурсу зустрічаються не тільки фахівці у сфері економіки, а й журналісти, політичні діячі й пересічні громадяни. Цим пояснюється особливий статус економічного дискурсу, оскільки в окремих випадках складно виявити кордон між політичним, дипломатичним і економічним дискурсами. Учасниками економічного дискурсу виступають юридичні та фізичні особи: держава, журналісти, вчені, наукові співробітники, викладачі та інші [17, с. 380].

Залежно від сектора економіки у рамках економічного дискурсу формуються й відповідні підвиди: фінансовий дискурс (фінанси і кредит), бухгалтерський дискурс (бухгалтерський облік і аудит), податковий дискурс (податкова справа і страхування), діловий дискурс (підприємницька діяльність і торгівля) [10, с. 130]. Варто відзначити також і жанрову розгалуженість економічного дискурсу. Залежно від мети, учасників та сфери спілкування інформація можна бути репрезентована у вигляді інтерв'ю, репортажу, економічних новин, лекції, дискусії, конференції, бесіди і т. д.

Економічний дискурс тісно пов'язаний із професійною картиною світу, адже він репрезентує одну з професійних галузей – економічну. Учасники економічного дискурсу мають професійно-мовну картину світу, сфокусовану на економічній діяльності. У якості типового учасника та представника економічного дискурсу розглядаємо економіста. Для економіста-професіонала, спеціаліста в галузі економічних наук, економічна культура означає знання економічного лексикону, вміле володіння ним, що є запорукою успішної діяльності у цій сфері [23, с. 7].

В цілому ж, економічна культура є комплексом уявлень, переконань, звичок, стереотипів поведінки, які реалізуються в економічній сфері суспільства й пов'язані з економічною діяльністю [17, с. 379]. Сфера економіки загалом є однією з найважливіших артерій формування і розвитку суспільства,

тому економічний дискурс надзвичайно бурхливо розвивається та розширюється і збагачується щодня. Особливо це стосується економічного дискурсу англomовних країн, особливо – Канади, яка є високорозвиненою індустріально-аграрною країною та рівнем економічного розвитку у світі поступається лише США.

Стабільність економіки як однієї з найголовніших ланок розвитку держави залежить від професійності економістів, від їх рівня володіння сучасним економічним лексиконом і вмінням правильно вести ділові переговори. Саме економічна термінологія є одним із провідних маркерів економічного дискурсу на невід’ємною складовою професійно-мовної картини світу економіста. Вивчення особливостей перекладу такої термінології потребує також визначення основних теоретичних підходів та методів перекладу економічної лексики.

1.4 Сучасні методи перекладу економічної лексики

Вивчення особливостей перекладу економічної термінології потребує, передусім, визначення особливостей та специфіки такої лексики. На сьогодні термін у мовознавстві досліджується як одиниця мови для спеціальних цілей з урахуванням досягнень функціональної стилістики, психолінгвістики, лінгвістики тексту з метою створення концептуальної моделі конкретної науки або галузі знань.

Саме слово «термін» походить від латинського *terminus* – «кордон, межа». У добу Середньовіччя це слово набуло значення «визначення, позначення», а в давньофранцузькій мові лексема *terme* мала значення «слово». Припускається, що саме у французькій мові вперше і виникло слово *terme* у сучасному його розумінні. Із французької мови воно було запозичене і в інші мови світу [41, с. 3].

У «Великому енциклопедичному словнику» термін (від лат. *terminus* – межа) визначається як слово або словосполучення, яке позначає поняття будь-

якої галузі знання чи сфери діяльності [42, с. 508]. Тобто, терміни здебільшого використовуються у тій чи іншій галузі функціонування мови (як правило, професійній), та не є частиною нейтрального повсякденного лексикону носіїв мови.

А. А. Реформатський визначає терміни «як однозначні слова, позбавлені експресивності» [30, с. 120], а О. В. Суперанська вказує, що термін – це «спеціальне слово (або словосполучення), прийняте у професійній діяльності, яке вживається в особливих умовах» [35, с. 10]. О. Д. Пономарів визначає термін як одиницю історично сформованої термінологічної системи, що визначає поняття та його місце у системі інших понять, виражається словом або словосполученням, служить для спілкування людей, пов'язаних єдністю спеціалізації, належить до словникового складу мови й підпорядковується її законам [27, с. 91].

Терміни відносяться до спеціальної лексики наряду з професіоналізмами та номенклатурними знаками. Зокрема, саме такі три класи спеціальної лексики виділяє Т. С. Пристайко [28, с. 38]. Окрім того, слід зауважити, що обсяг та межі класів спеціальної лексики на сьогодні залишаються не чітко визначеними та невиразними, що утруднює відокремлення термінів від, наприклад, професіоналізмів. Також існують деякі проміжні класи одиниць, які умовно можна віднести до кількох класів спеціальної лексики одночасно.

У класі наукових і технічних термінів розрізняють загальнонаукові, загальнотехнічні та вузько-спеціалізовані терміни, які в подальшому класифікують також відповідно до галузей знань і типів діяльності. Згідно з різними існуючими на сьогодні класифікаціями, терміни групують за змістом, мовною формою (структурними особливостями), функціями та за деякими іншими принципами.

Економічна термінологія займає на даний час одне з головних місць у соціально-громадському плані. Економічна термінологія охоплює інтереси широкого кола суб'єктів – від людей бізнесу до працівників ЗМІ і простих громадян. Сучасні економічні терміни є об'єктом дослідження, який привертає

увагу не тільки мовознавців чи фахівців у цій області знань, але й пересічних людей, які щоденно отримують значну кількість інформації економічного змісту.

Економічна термінологія обслуговує економічну галузь знань та напрямок діяльності людини. Вона охоплює різні підгрупи термінів, які входять до цієї терміносистеми та стосуються різних напрямків фінансово-економічної діяльності. Умовний розподіл економічної термінології на групи можна представити у вигляді такої схеми (рис. 1.2).

Фінансово-економічна галузь охоплює ринкову економіку, підприємницьку діяльність, податки, управління, маркетинг, аудит, бухгалтерію, фінансову справу, банківську справу та юриспруденцію. Всі ці галузі мають свою термінологію, яка становить тематичний розподіл економічної системи на підгрупи.

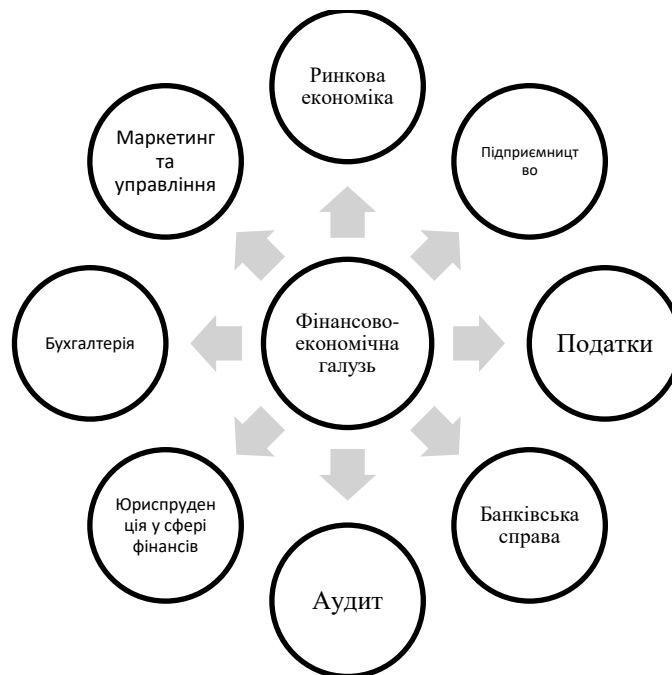


Рис. 2.2. Зміст фінансово-економічної галузі

Окрім такого розподілу термінів економічної сфери слід також звернути увагу й на наступні види економічних термінів:

1. Загальноживані терміни, які часто зустрічаються і у повсякденному мовленні. Такі терміни зрозумілі всім та можуть вживатися й у інших галузях науки, літератури, публіцистичних текстах тощо.

2. Спеціальні неекономічні терміни, які стосуються певної сфери спеціальних знань економіки, бізнесу тощо.

3. Спеціальні економічні терміни, які стосуються безпосередньо системи наукових фінансових знань і позначають поняття економіки [34].

Окрім того, економічна термінологія різних мов різниться у своїх властивостях, адже на неї впливають історія розвитку цієї галузі науки у тій чи іншій країні, мовні та позамовні фактори, які впливають на розвиток такої терміносистеми. Наприклад, економічний словник англійської мови є сталим та мало піддається змінам, він утвердився достатньо давно і в його основу лягли переважно слова латинського, грецького походження, а також питомі англійські слова.

Економічні терміни, як мовні знаки, позначають певні базові поняття, становлячи при цьому суттєву складову економічних текстів. У той же час, така термінологія є однією з головних труднощів перекладу, оскільки часто терміни є багатозначними, а також можуть не містити еквівалентів у мові перекладу. Переклад термінів економічної сфери вимагає від перекладача знання відповідної галузі, розуміння змісту термінів іноземною мовою та знання термінології рідною українською мовами.

Дослідниця О. В. Сніговська вказує, що економічна термінологія української мови на сьогодні залишається недостатньо розвинутою та потребує значного доопрацювання. Відтак, перекладачам, які працюють у цій галузі знань, доводиться напрацьовувати та асимілювати велику кількість термінів, поповнювати шар економічної лексики української мови [34].

Професійна підмова, яка використовується у фінансових документах, звітах, є особливою формою існування мови, має професійну спрямованість. Її найбільш рухомим компонентом є саме лексична підсистема, вона має

польовий характер, тобто її структура організована за принципом поля, у якому є центр з його ядром (термінологія) і периферія (субстандартна лексика).

Багатозначність термінів ускладнює їх правильне розуміння і переклад, адекватність якого повністю залежить від розуміння контексту і ситуації. Оскільки основною рисою мови офіційно-ділових відносин 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:

- 1) точність (усі положення оригіналу повинні бути викладені у перекладі);
- 2) стислість (усі положення оригіналу повинні бути викладені коротко й лаконічно);
- 3) ясність (стислість і лаконічність не повинні викривляти розуміння лексики);
- 4) літературність (текст перекладу повинен відповідати загальноприйнятим нормам літературної мови не застосовуючи при цьому синтаксичні конструкції мови оригіналу) [37, с. 15].

В цілому, переклад текстів економічної сфери є складною справою, яка потребує від перекладача не лише професійних знань, але й широкого кругозору. Значною проблемою, з якою зустрічається перекладач при перекладі таких текстів може стати спеціальна термінологія, стильові та стилістичні особливості. Шляхом отримання точного перекладу, який передавав би не лише форму, але також і зміст, прагматичні та імпліцитні елементи висловлювання є урахування принципів еквівалентності та адекватності перекладу.

При перекладі текстів економічної тематики важливо враховувати їх лексичні та граматичні особливості, а також важливим є вибір відповідного прийому перекладу. Існує кілька прийомів перекладу економічних термінів англійської мови: дослівний переклад (калькування), транскрипція та / або транслітерація, семантичний еквівалент або функціональний аналог,

експлікація [26, с. 45-49]. Також можливим є поєднання кількох прийомів перекладу.

Для виявлення перекладацьких трансформацій, які використовуються у процесі перекладу економічної термінології з метою забезпечення його адекватності та еквівалентності, опираємося на сучасні дослідження та класифікації перекладацьких трансформацій. Розглянемо наявні на сьогодні прийоми перекладу, які застосовуються й для перекладу термінів. Так, до граматичних прийомів перекладу відносять, передусім, граматичні заміни (члена речення, частини мови, форми слова: числа іменника, способу дієслова, типу речення і т. д.). Граматична заміна – це таке перетворення, при якому граматична одиниця в оригіналі замінюється на одиницю у мові перекладу з іншим граматичним значенням.

Більш численними є прийоми, застосовувані перекладачем при роботі з лексичним складом мов. Так, до лексичних прийомів перекладу можна віднести:

1. Транскрибування – це запис українськими літерами англійської вимови слова.
2. Транслітерація – спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом відтворення її графічної форми за допомогою літер мови перекладу.
3. Калькування – спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин, тобто морфем або слів (у випадку стійких словосполучень), їх лексичними відповідниками в мові перекладу.
4. Додавання (розширення) – використання у перекладі додаткових лексичних одиниць для передачі імпліцитних (які мають на увазі, але лінгвістично не виражені) елементів змісту оригіналу.
5. Опущення (скорочення) – відмова від передачі при перекладі семантично надлишкових слів, значення яких несуттєве або легко відновлюються у контексті.
6. Перестановка (переміщення) – використання найближчої відповідності перекладній одиниці мови в іншій частині висловлювання в

тексті перекладу, зміна порядку слідування одиниць перекладу в порівнянні з порядком слідування одиниць оригіналу [20, с. 45].

Окрім того, при перекладі економічної термінології перекладач може використовувати лексико-семантичні заміни (генералізація, конкретизація, логічна синонімія, модуляція). Лексико-семантична заміна – це спосіб перекладу лексичних одиниць оригіналу шляхом використання у перекладі одиниць мови перекладу, значення яких не збігаються зі значеннями вихідних одиниць, але можуть бути виведені з них контекстуально за допомогою логічних перетворень певного типу. Розглянемо деякі з видів лексико-семантичної заміни:

- генералізація – заміна одиниці вихідної мови, що має вужче значення, одиницею мови перекладу з ширшим значенням;
- конкретизація – лексико-семантична заміна одиниці вихідної мови, що має ширше значення, одиницею мови перекладу з вужчим значенням;
- логічна синонімія – заміна одиниці вихідної мови одиницею мови перекладу, що є для даного контексту її синонімом;
- модуляція (смысловий розвиток) – заміна слова або словосполучення вихідної мови одиницею мови перекладу, значення якої є логічним наслідком значення вихідної одиниці [29, с. 66].

Окремо необхідно підкреслити відмінність прийому конкретизації від прийому логічної синонімії. Різниця полягає у тому, що при конкретизації значення, що використовується при перекладі можна розглядати як окреме поняття, яке логічно включається до складу загального значення слова в оригіналі. При логічній синонімії значення слова у перекладі не є частиною поняття, яке замінюється – воно є рівним йому, але не завжди, а тільки у даному контексті.

Відтак, у ході перекладу термінів можуть використовуватися різноманітні перекладацькі прийоми та методи. Найбільш доцільними є такі прийоми перекладу економічної термінології, як еквівалентний переклад, дослівний

переклад, тоді як за відсутності можливості їх використання перекладач може вдаватися також до прийомів транскодування, описового перекладу тощо.

РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНО-МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ЕКОНОМІСТА В СУЧАСНОМУ КАНАДІЙСЬКОМУ ДИСКУРСІ

2.1. Концептуальна модель професійно-мовної картини світу сучасного економіста

Однією з характерних ознак професійно-мовної картини світу є наявність імен концептів, які складають зміст цієї картини світу. Відтак, можливою є побудова концептуальної моделі професійно-мовної картини світу економіста на основі сучасного канадійського дискурсу.

Концепт є однією з ключових одиниць картини світу. Передусім, доцільно виокремити базові концепти професійно-мовної картини економіста. Для цього, необхідно звернутися до словникового визначення поняття ECONOMIST. Відповідно до словника «Cambridge Dictionary», слово «economist» має таке тлумачення: «1) a person who studies or has a special knowledge of economics; 2) someone whose work is to study the way in which economies work, or who studies developments within a particular economy» [48].

Словник «Merriam-Webster Dictionary» визначає лексему «economist» як: «1) one who practices economy; 2) a specialist in economics» [51]. Відповідно до «Oxford Advanced Learner's Dictionary», «economist» – це «a person who studies or writes about economics» [52]. У «Longman Dictionary» дається таке визначення поняття «economist»: «someone who studies the way in which money and goods are produced and used and the systems of business and trade» [50].

Всі словникові дефініції мають спільні аспекти, які дозволяють виокремити ключові концепти, які утворюють поняття ECONOMIST в англійській мові. Передусім, економіст – це особа (*a person, someone*), а також це спеціаліст (*a specialist*) у певній галузі (економіці). Відтак, одним із ключових компонентів концептуальної моделі картини світу економіста є його ідентифікація як спеціаліста у економічній галузі (SPECIALIST). «Cambridge

Dictionary» трактує лексему «specialist» як «1) someone who has a lot of experience, knowledge, or skill in a particular subject; 2) someone who limits his or her studying or work to a particular area of knowledge, and who is an expert in that area» [48].

Відтак, спеціаліст – це людина, яка працює у певній галузі та має цілий набір спеціальних знань (KNOWLEDGE), навичок (SKILL) та має певний професійний досвід (EXPERIENCE). Спеціаліст – це або людина, яка здобуває знання (STUDY), або ж яка працює у відповідній галузі (WORK). Загалом, асоціативне поле понять SPECIALIST та ECONOMIST обертається навколо концептів «JOB» та «PROFESSION».

Відтак, узагальнюючим концептом, у рамках якого розкривається зміст професійно-мовної картини світу економіста є концепт «PROFESSION». Економіст – це професія, і як будь-яка інша професія, робота економіста включає у себе певні вимоги до людини – наявність відповідних знань та навичок, а також певні обов'язки, сферу діяльності тощо. Для виявлення цих змістовних елементів концептосфери професійної картини світу економіста у сучасному канадійському дискурсі, звернемося до опису професії економіста на веб-сайті уряду Канади [56].

Аналіз даних щодо професії економіста у системі банку професій (Job Bank) показав, що діяльність економіста розгортається у системі таких сфер діяльності, як «ECONOMICS», «FINANCE», «BUSINESS». Кожен із цих професійно-значущих концептів включає у себе низку периферійних концептів, які формують їхній зміст. Це, наприклад, такі підконцепти, як «TRADE», «BANKING», «FISCAL POLICY», «MONETARY POLICY», «INVESTMENTS», «TAXES» та ін.

Відповідно до опису професії економіста у маркетплейсі, його основними видами діяльності є: «conduct research, monitor data, analyze information and prepare reports and plans to resolve economic and business problems and develop models to analyze, explain and forecast economic behaviour and patterns» [56]. Відповідно, до концептуальної моделі професійної картини світу входять і такі

поняття, як «ANALYSIS», «DATA», «MONITORING», «RESEARCH», «PLANNING», «FORECAST» та ін. Ці види діяльності та поняття складають базис професійної діяльності економіста, є його основними навичками, як професіонала.

Аналіз вимог до професії економіста у контексті канадійського маркетплейсу також дозволяє виокремити такі концепти у концептуальній моделі професійно-мовної картини світу сучасного економіста, як «MANAGEMENT», «MATHEMATICS», «STATISTICS», «COMMUNICATION», «ADVISING», «CONSULTING» та ін. Всі ці концепти розкривають такі сторони діяльності економіста, як сфера, у якій він працює, його знання та навички, види діяльності, якими має володіти економіст.

Відтак, професійна картина світу економіста включає у себе як концепти, пов'язані з економічною сферою загалом, її галузями та напрямками знань, так і вузькоспецифічні концепти, які стосуються власне діяльності самого економіста як спеціаліста та працівника. Окрім того, професійна картина світу економіста включає у себе й концепти, що стосуються роботи економіста як професійної діяльності, репрезентують її представленість на ринку праці. Це такі концепти, як «CAREER», «WAGE», «PROSPECTS», «REQUIREMENTS» тощо.

На основі розглянутого концептуального змісту професійно-мовної картини світу економіста, побудуємо її концептуальну модель, у якій концепти розташовуються у залежності від їх більш загального, або навпаки більш вузького значення у контексті репрезентації професійної картини світу спеціаліста-економіста (рис. 2.1.).

Розроблена модель включає у себе три шари концептів. Перший (зовнішній) шар – це «ECONOMICS», який відображає загальну сферу діяльності економіста як фахівця – це окрема галузь знань та сфера діяльності, яка об'єднує різні напрямки («FINANCE», «BUSINESS», «TRADE», «BANKING», «FISCAL POLICY», «MONETARY POLICY», «INVESTMENTS», «TAXES»).

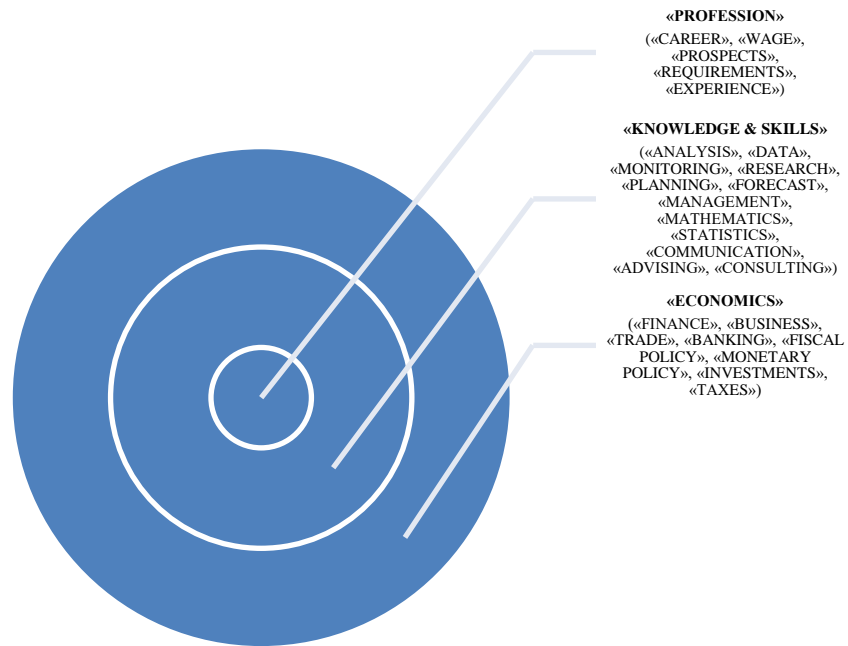


Рис. 2.1. Концептуальна модель професійно-мовної картини світу економіста

Другий шар концептуальної моделі – це «KNOWLEDGE & SKILLS», який об'єднує у собі практичні вміння, навички та види діяльності економіста. Ця група концептів вужча за попередню, периферійну, однак ширша за ядерну групу концептів, адже знання та навички, якими послуговується економіст, не є вузькоспецифічними – вони можуть використовуватися й представниками інших професій також. Ця зона концептуальної моделі включає до свого змісту такі концепти: «ANALYSIS», «DATA», «MONITORING», «RESEARCH», «PLANNING», «FORECAST», «MANAGEMENT», «MATHEMATICS», «STATISTICS», «COMMUNICATION», «ADVISING», «CONSULTING».

Нарешті, ядерною зоною концептуальної моделі є група концептів, об'єднаних під іменем концепта «PROFESSION». Сюди входять концепти «CAREER», «WAGE», «PROSPECTS», «REQUIREMENTS», «EXPERIENCE», які мають вузькоспецифічний зміст та стосуються саме професії економіста на ринку професій.

Відтак, концептуальна модель професійно-мовної картини світу економіста включає у себе кілька шарів – від найвужчого, пов'язаного

безпосередньо із самою професією економіста, до ширших, які розкривають зміст самих галузей економіки, напрямків діяльності та ін.

Кожен із цих шарів реалізується на мовному рівні через низку мовних засобів – лексичних, граматичних, стилістичних. Лінгвістичні маркери професійно-мовної картини світу втілюють її у дискурсі – у нашому випадку мова йде про канадійський економічний дискурс.

2.2. Лексичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста

Одним із найважливіших рівнів реалізації професійно-мовної картини світу економіста є лексичний рівень. У текстах економічної направленості здебільшого повідомляється інформація про фінансово-економічні події, про фондову біржову активність, про зміни цін та ін. У спеціальних текстах, які розкривають особливості професії економіста, надають професійний портрет представника цієї професії активно використовується спеціальна термінологія, яка і становить основний шар лексики, що маркує професійно-мовну картину світу економіста.

Загалом, в економічних текстах представлені економічні терміни, наприклад: *unemployment* – безробіття, *devaluation* – девальвація, *rating agency* – рейтингове агентство, *stock exchange* – фондова біржа, *profitability* – рентабельність. У наступному уривку використовується така вузькоспеціальна економічна лексика, як *finance* – фінанси, *monetary policy* – монетарна політика, *international trade* – міжнародна торгівля, *labour and industrial markets* – ринки праці та промисловості:

«You may also advise on matters such as finance, monetary policy, international trade, agricultural and natural resource commodities labour and industrial markets» [58].

З погляду морфології економічні терміни поділяються на прості (*deal*, *lease*, *tax*), похідні (*liquidity*, *hypothecation*), складні (*stockholder*, *creditworthiness*,

markdowns), терміни-словосполучення (*expiration date*), терміни-скорочення (*LLC – limited liability company*) [26, с. 32-34]. У залежності від кількості складових їх компонентів терміни-словосполучення можуть бути двочленними, тричленними та багаточленними.

Зустрічаються й економічні лексеми-реалії, які позначають явища, характерні для тієї чи іншої культури та яскраво висвічують економічні характеристики держави у певний період, наприклад: *market eye* – служба фінансової інформації, *blocked units* – акції, видані співробітникам підприємства як винагорода за роботу, *steel lobby* – лобі сталеливарних компаній, *blue chips* – термін, що означає акції будь-якого підприємства з великими активами, що володіють найбільшою вартістю, *parent holding* – акції у власності материнської компанії, *sweatshop production* – «потогінне виробництво» – підприємства у бідних країнах, зазвичай азіатських і американських, що виробляють для багатих країн товари та відрізняються жахливими умовами праці.

Реалії можуть бути також представлені аббревіатурами та скороченнями, наприклад: *GDP* – ВВП, *WTO* – СОТ, *NATO* – *North Atlantic Treaty Organisation*, *FOREX* – *Foreign exchange market* – валютний ринок, *IMF* – *The International Monetary Fund* – Міжнародний валютний фонд. Характерно, що у досліджуваних текстах використовуються й терміни та аббревіатури, які ще не зафіксовані в словникових статтях, іноді з дефініціями, наприклад: *ICO (Initial coin offering)* – форма залучення інвестицій у вигляді продажу інвесторам фіксованої кількості нових одиниць криптовалюти.

У канадійському дискурсі також присутні національно-специфічні реалії-аббревіатури, які конструюють професійно-мовну картину світу економіста, наприклад:

«*The median annual salary for economists in BC is \$80,662*» [58].

Тут використовується аббревіатура *BC* – скорочене від *British Columbia* (провінція у західній Канаді, столицею якої є місто Вікторія). Окрім того, тут

використовується термін *median annual salary* – середня річна зарплата, а також числівник \$80,662.

В цілому, у текстах канадійського дискурсу, які розкривають професійно-мовну картину світу економіста, часто зустрічаються власні назви, часто – географічні. Наприклад, зріз заробітних плат економістів у Канаді містить найменування міст та районів:

«*The majority of jobs are in Metro Vancouver and Victoria. Average annual employment growth in Greater Vancouver area is 1.3%*» [58].

У цьому уривку використовується власна назва *Metro Vancouver*. Відповідно до словникової дефініції, вона позначає «a Canadian political subdivision and corporate entity representing the metropolitan area of Greater Vancouver, designated by provincial legislation as one of the 28 regional districts in British Columbia» [53]. Також у наведеному прикладі використовується назва міста *Victoria* та позначення зони метро *Greater Vancouver* – «the metropolitan area with its major urban centre being the city of Vancouver, British Columbia, Canada» [53].

Зустрічаються й власні назви, які позначають компанії, організації, наприклад: *Job Openings for Economists (JOE) (American Economic Association)*, *BC Public Service*, *Canadian Association for Business Economics (CABE)* тощо. Використовуються найменування газетних видань, наприклад:

«*You can look at the Vancouver Sun & The Province at Vancouver Public Library for free. Check the job postings daily, the careers section in the Vancouver Sun on Wednesdays and Saturdays, and in The Province on Sundays*» [58].

Крім інформаційної функції канадійський економічний дискурс реалізує також оцінну та сугестивну функції. Ці функції знаходять вираження у використанні емоційно-оцінної лексики, яка в свою чергу може бути негативно або позитивно забарвлена. Наприклад, негативну оцінну конотацію виражає термін *sluggish economy* – застійні явища в економіці. Позитивна конотація виражена у такому термінологічному словосполученні: *significant increase in*

output in the agricultural sector – значне збільшення продукції в агропромисловому комплексі.

Так, економічна лексика канадійських інформаційних текстів представлена також значною кількістю неологізмів економічної галузі, наприклад: *cyberbusiness* – кібер-бізнес, *e-trade* – електронна торгівля, *business-to-business* – «бізнес для бізнесу» (взаємодія між підприємствами; схема організації такої взаємодії, у тому числі з залученням Інтернет-ресурсів), *money-man* – фінансист та ін.

Ще однією відмінністю канадійського економічного дискурсу, у якому конструюється професійно-мовна картина світу економіста, є транстермінологізація, тобто перехід термінів із однієї сфери вживання в іншу, наприклад: *recruiting* – підбір кадрів, *free-fall* – різке падіння цін на фінансовому ринку, погіршення стану економіки, *global economic meltdown* – глобальна економічна криза, *circuit-breaker* – форма контролю, яка запобігає різкій зміні ціни акцій, *brainstorming* – груповий метод вирішення складних проблем та ін.

Важливою особливістю текстів економічної тематики у рамках канадійського дискурсу є також велика кількість багатокomпонентних термінологічних словосполучень, що відповідає вимозі економії засобів вираження на одиницю змісту, наприклад: *economic cooperation committee* – комітет з економічного співробітництва, *international trade leading currencies* – провідні валюти світової торгівлі тощо.

Варто також згадати про лексико-фразеологічні одиниці, для яких характерна образність, наприклад: *bearish course* – курс на зниження цін, *smart money* – «розумні гроші», *seed money* – стартовий капітал, *price leader* – виробник, що встановлює найнижчу ціну на товар, та ін.

Відтак, основним лексичним маркером професійно-мовної картини світу економіста на лексичному рівні є термінологія. Узагальнимо отриманні знання про особливості лексичних засобів реалізації професійно-мовної картини світу

економіста в канадійському дискурсі та представимо отримані результати у таблиці 2.1.:

Таблиця 2.1.

Особливості лексичних засобів реалізації професійно-мовної картини світу економіста

Лексичні маркери	Кількісна представленість	Відсоткова представленість, %
Загальноживана лексика	60	33,33%
Економічні терміни	39	21,67%
Економічні лексеми-реалії	10	5,56%
Багатокомпонентні термінологічні словосполучення	18	10%
Абревіатури та скорочення	22	12,22%
Транстерміни	8	4,44%
Антропоніми, топоніми	11	6,11%
Назви компаній та організацій	6	3,33%
Неологізми	6	3,33%
Всього:	180	100%

Таким чином, у розглянутих нами текстах канадійського дискурсу професійно-мовна картина світу економіста реалізується через такі лексичні засоби, як загальноживана лексика (яка становить найбільшу частку лексики у таких текстах), а також термінологію. Терміни у дослідженні поділяється на підгрупи, з яких найбільшу частку (21,67%) становлять економічні терміни. Також високою частотністю вирізняються абревіатури та скорочення (12,22%).

Такі лексичні засоби конструюють картину світу канадійського економіста. Серед них зустрічаються як загальні економічні терміни, часто інтернаціональні, так і національно-специфічна лексика, як от економічні лексеми-реалії або власні назви, найменування різних географічних точок, компаній, організацій тощо.

2.3. Граматичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста

Граматичний потенціал економічних текстів канадійського дискурсу цілком прив'язаний до граматичних особливостей спеціальних текстів в цілому. Хоча й немає будь-якої науково-технічної чи економічної граматики, все ж тексти економічного дискурсу мають ряд закономірностей на граматичному рівні, які також можуть становити труднощі при сприйнятті або перекладі таких текстів українською мовою.

В економічних текстах використовуються такі ж синтаксичні структури та морфологічні форми, як і в інших функціональних стилях англійської мови. Проте ряд граматичних явищ відзначається у цьому стилі частіше, ніж у інших, а деякі явища, навпаки, зустрічаються у ньому порівняно рідко, або ж застосовуються лише у сукупності з характерним лексичним наповненням.

В англомовних спеціалізованих текстах переважають іменні структури, часто номіналізуються процеси та дії, наприклад: *to carry out calculation of losses* (замість *to calculate losses*). Номінативний характер офіційно-ділового або наукового стилів, у рамках яких переважно й функціонує економічний канадійський дискурс, не означає повної відсутності повнозначних дієслів у особистих формах. Однак особисті форми дієслова тут використовуються вдвічі рідше, ніж у художньому чи публіцистичному стилях.

Для англійських економічних матеріалів особливо притаманне визначення понять та опис реальних об'єктів шляхом вказівки на їх властивості. Це визначає широке використання простих двоскладових речень зі складним присудком, що складається з дієслова зв'язки та предикативу, наприклад: «*Profits is the revenue minus costs*». У якості предикативу часто виступає прикметник або прийменниковий зворот: «*These materials are low-cost*».

Прихованими визначеннями є й численні атрибутивні групи, які у великій кількості використовуються в економічних текстах, наприклад: *separation*

payments – грошові виплати при звільненні з роботи, *service establishment* – підприємство сектору послуг (обслуговування).

Однією з характерних рис сучасних економічних англомовних текстів стає часте використання причинно-наслідкових сполучників та логічних зв'язок на початку абзацу. Ці слова надають тексту логічності, пов'язуючи його окремі частини, й у деяких випадках несуть емоційне навантаження, тобто одночасно використовуються для виділення у тексті певної значущої інформації. Найчастіше у якості таких слів-зв'язок зустрічаються прислівники та сполучники: *firstly, secondly, also, still, consequently, nevertheless, moreover, however, likewise, yet* та ін., наприклад:

«Economists and economic policy researchers conduct research, analyze information and prepare reports and plans to solve economic and business problems. You may also advise on matters such as finance, monetary policy, international trade, agricultural and natural resource commodities labour and industrial markets» [58].

У цьому уривку зв'язність тексту забезпечується використанням сполучника *also*, який вказує на продовження думки, яка міститься у попередньому реченні.

Для економічних текстів характерна також заміна означальних підрядних речень прикметниками в постпозиції (особливо суфіксами *-able, -ive*), як у наступних випадках: *«The materials available excellent properties never before attainable»* або *«All factors important in the evaluation of...»*. Та ж мета може досягатися і використанням функції означення у формах інфінітиву, наприклад: *«the properties to be expected»*.

Ще однією особливістю економічних текстів є значне переважання пасивних форм і форм простого теперішнього часу. Наприклад, вживання пасивного стану замість активного несе певний сенс – фраза стає більш розгорнутою: *«The problem is being aggravated»*. Також пасивний стан дозволяє сфокусувати увагу на певній дії, а не на об'єкті, про який йде мова у тексті. Наприклад, у наступному реченні пасивний стан *are expected* наголошує на прогнозах, очікуваннях:

«*Job prospects for economists are expected to remain steady through 2025*» [58].

Поряд із вищезазначеними особливостями, слід відзначити і часте використання виразів з прийменником *of* для передачі видо-родових відносин, наприклад: «*forecast production and consumption of specific products and services*»; «*forecast production and consumption of renewable resources and supply, consumption and depletion of non-renewable resources*».

Зазначені граматичні особливості економічних текстів безпосередньо впливають на комунікативний характер таких матеріалів, який має бути відтворений при перекладі. Для виявлення мовної специфіки економічного перекладу необхідне визначення впливу цієї специфіки на процес перекладу, характер і способи досягнення еквівалентності при перекладі матеріалів цього типу текстів. Ступінь такого впливу залежить не лише від граматичних особливостей оригіналу, а й від їхнього співвідношення з аналогічними явищами у мові перекладу. Хід і результат перекладацького процесу багато в чому визначається тим, якими загальними та відмінними мовними рисами володіють аналогічні види матеріалів у мові перекладу.

2.4. Стилiстичнi засоби реалiзацiї професiйно-мовної картини свiту економiста

Хоча економічний дискурс і належить до наукового стилю та оперує термінологією та граматичними особливостями, притаманному цьому стилю, він також включає у себе і деякі стилістичні засоби. Такі засоби відіграють важливу роль у реалізації професійно-мовної картини світу економіста.

Передусім, засобами конструювання професійно-мовної картини світу економіста можуть слугувати емоційно-зabarвлені лексеми предметної сфери «Економіка». До такої лексики належать епітети, як у наступних прикладах: *a fragile global economy* – тендітна світова економіка, *moribund housing market* –

вмираючий ринок нерухомості, *a cut-throat competition* – безжальна конкуренція, *toxic assets* – «токсичні», проблемні активи.

Зустрічаються у економічному дискурсі й фразеологізми, багато з яких будуються на метафоричному перенесенні, наприклад: *fat cat* – багач, «грошовий мішок», компанія-інвестор; *roller-coaster stock market* – нестійкий стан фондового ринку (за аналогією з *roller-coaster* – американські гірки), *golden parachute* – «золотий парашут» (акції з високою процентною ставкою), *bulge bracket* – фірми з найбільшою часткою участі в акціонерному капіталі синдикату.

Терміни, пов'язані з ціноутворенням і конкуренцією, часто мотивовані агресивною стратегією компанії, що і відображено в метафоричній термінологічній номінації, наприклад: *kamikadze pricing*, *predatory pricing*, *destroyer pricing*, *cut-throat competition*, *marketing war*, *price warfare*, *flanking attack*, *guerilla marketing*, *ambush marketing* та ін. [54]. Залежний компонент двокomпонентного термінологічного словосполучення містить негативні образно-емотивні конотації, що створюють образний ефект агресії та сприяють кращому запам'ятовуванню терміну.

Терміни, що містять термінокомпоненти, які вербалізують вид емоційного на клієнтів мають у своєму складі залежний компонент, який вказує на емоційний вплив, що здійснюється на потенційного клієнта: *entertaining advertising*, *promotional advertising*, *persuasive advertising*, *incentive marketing*, *stimulating marketing*, *promotional marketing*, *imaginative campaign*, *teaser campaign* [54]. Емотивна сема є компонентом конотації і супроводжує денотативний компонент значення слова. Вживання подібних термінів вербалізує розуміння професіоналами конкретної емоційної спрямованості своєї повсякденної виробничої діяльності.

Окремо слід звернути увагу на терміни економічної сфери, утворені шляхом метафоричного терміноутворення, що відносяться до різних семантичних сфер. Метафоричне утворення – дуже поширений у багатьох терміносистемах вид семантичного термінотвору. Серед джерел формування та

поповнення економічних термінів англійської мови можна відзначити такі галузі як:

- військова справа (*flagship brand, fortress brand*);
- наука та техніка (*customer cloning, brand leverage, law of retail gravitation*);
- спорт (*price leader, advanced start*);
- флора та фауна (*cash cow, piggy-back commercial, leapfrog strategy, piggy-back promotion, purple cow*);
- побут (*envelope stuffer, umbrella pricing, hammer price, window dressing, umbrella promotion, window shopper*);
- фразеологія (*early-bird price, eye-catcher, cherry-picking, wordof-mouth advertising, lazy Suzan*);
- історія та міфологія (*hedonic pricing, halo effect, ghost shopper, nixie, phantom competition, phantom shopper*).

Аналізуючи терміни метафоричного характеру не можна не помітити наявності емотивних конотацій у значній кількості з них. Характер емоційного забарвлення та емоційної оцінки залежить від вибору об'єкта порівняння і часто виступає, разом з образністю, асоціативним перенесенням назви.

Окремо слід відмітити такий лексико-стилістичний засіб репрезентації професійно-мовної картини світу економіста, як колоративна лексика (тобто, найменування кольорів у складі економічної терміносистеми). Специфіка образного сприйняття навколишнього світу людиною, осмислення результатів пізнавальних процесів у її трудовій діяльності та їх втілення у мовній формі безпосередньо відображається у термінології різних професійних галузей.

Прикметники кольоропозначень як термінокомпонентів-колоративів використовуються для диференціації та вербалізації ознак, суттєвих для термінологічної номінації. На матеріалі англійської економічної термінології виділено десять основних кольорів, які застосовуються як термінокомпоненти: *red, orange, yellow, green, blue, purple, white, black, grey, brown*.

У тріаді термінів *red goods*, *orange goods*, *yellow goods* теплі кольори райдужного спектру «червоний», «помаранчевий», «жовтий» характеризують темп продажу товарів – чим вищою є інтенсивність попиту товар, тим швидше він розкупується і тим вищою є швидкість обігу товарів на складах і в магазинах. Наприклад, *red goods* – товари першої необхідності та короткого терміну служби, що потребують швидкої заміни.

Таким чином, червоний колір означає найвищу інтенсивність попиту, а зниження темпу обороту товарів супроводжується переходом до помаранчевого та жовтого термінокомпонентів. У більшості випадків червоний колір в англійській мовній картині світу має позитивні конотації, символізуючи життя, енергію, активне начало.

Кольори *red*, *orange*, *yellow* беруть участь у диференціації ознак, суттєвих для термінологічної номінації товарів різного типу, підкреслюючи відмінності у попиту на товари, тривалості їх використання, темпів обороту товарів. Сама термінологічна номінація у цьому випадку є однорідною, і тріада термінів *red goods*, *orange goods*, *yellow goods* є своєрідною градуйованою шкалою. Шляхом градації теплої частини спектру актуалізуються асоціації спадної інтенсивності.

Термінокомпонент *green* входить до складу численних термінів, пов'язаних із різними галузями економіки: екологічними проектами, фінансами, економікою праці, процесом отримання дозволу на будь-які дії, наприклад: *green marketing*, *green currency*, *green labour*, *green card*. Наявність однорідного кольору в термінах створює ілюзію однорідного принципу номінації, у той час як насправді термінокомпонент *green* при перекладі передається різними прикметниками: «екологічний», «енергозберігаючий» або «некваліфікований». Термінокомпонент *green* входить до складу термінів, що належать до різних категорій об'єктів. Видимість системності, заснована на формальній тотожності термінокомпонента *green*, не означає семантичної тотожності.

Фахівці використовують термінокомпоненти-кологоративи для узагальнення якоїсь якості до колірних асоціацій. При цьому економічні терміни краще запам'ятовуються і найчастіше розуміються професіоналами

інтуїтивно лише на рівні «здорового глузду». Очевидно, що колірне сприйняття людини має широкі можливості для концептуалізації та категоризації.

Терміни *blue chip* та *blue-collar worker* є елементами різних мікротерміносистем. Так, наприклад, терміни *blue-collar worker*, *white-collar worker* та *pink collar worker* поділяють на категорії всіх співробітників організації відповідно до характеру їхньої праці. Колірна тріада «комерційців» «синій-білий-рожевий» є цілісною класифікаційною мікротерміносистемою, причому термін *blue-collar worker* протиставлений *white-collar worker*, а термін *pink collar worker* у протиставленні не бере участі.

Таким чином, розглянуті приклади термінів показують, що блакитний чи синій колір в англійській економічній термінології не створює єдиного та універсального образу. Формальна тотожність термінокомпонента *blue* не означає автоматично семантичного тотожності термінів або їх приналежності до однієї категорії.

У разі терміна *blue sky* (*synectics*) термінокомпонент *blue* символізує свободу креативного мислення, відкритість процесу обміну думками та вироблення загального рішення у колективі. Отже, блакитність неба, яке для людства здавна означало мрію та свободу, простір і висоту, несе насамперед символічне значення.

Явище градуальності є багатим матеріалом для дослідження закономірностей конструювання та фіксації ієрархічних рядів термінів у областях спеціальних знань. Найпростішим способом вираження категорії градуальності є чисельна чи порядкова характеристика об'єктів. Залежні компоненти термінів містять безпосередню вказівку про пропорційну співвідносність між термінологічними одиницями, що мають тотожний головний компонент: *primary production* – *secondary production* – *tertiary production*; *primary industry* – *secondary industry* – *tertiary industry*.

Шляхом градуювання за допомогою термінокомпонентів *primary* – *secondary* – *tertiary* здійснюється репрезентація ролі різних типів виробництва

та промисловості в соціумі та ступеня їх віддаленості від первинних «дарів» природи», що надаються людині на землі.

Використання порядкових числівників як позиційних залежних компонентів дозволяє проводити характеристику якості обслуговування та формувати відповідні цінові категорії. Так, поштові відправлення до США поділяються на кілька класів: *first class – second class – third class – forth class* [54]. Необхідність конструктивізації обґрунтованих цінових категорій та забезпечення прозорості цін призводить до створення чотириступеневої впорядкованості класів поштових відправлень.

Категоризація градуювання здійснюється за рахунок залежних компонентів термінів з кількісними терміноелементами *semi-*, *half-*, і *non-* при тотожності основних компонентів термінологічних одиниць, наприклад: *durable goods – semi-durable goods – non-durable goods; finished goods – semi-finished goods – half-finished goods – unfinished goods; structured interview – semi-structured interview – non-structured interview*.

Партитивні елементи (частина / ціле) входять також у семантичну структуру наступних термінів: *part-time job, full-time job*, створюючи двоступінчастий порядок.

Триступінчасте градуювання здійснюється за рахунок головних компонентів при тотожності залежних компонентів в англомовних термінах маркетингу: *market follower → market challenger → market leader*. У даних термінах виражена частка ринку, що належить будь-якій компанії або конкретному товару. Семантична послідовність *follower → challenger → leader* ілюструє перехід від третього до першого місця компанії або продукту на ринку. Успішність попиту товарів компанії репрезентована не за допомогою порядкового числівника, а в основі опосередкованого та імпліцитного принципу градуювання.

Природа економічної термінології в цілому така, що терміни можуть значною мірою відрізнятися у багатьох відношеннях для різних гуманітарних та технічних дисциплін, що ускладнює отримання загальної несуперечливої

картини світу. Щодо абревіатур у галузевих термінологіях, то вони виступають як вторинні номінативні одиниці, що мають у своїй основі розгорнутий знак (складне слово або словосполучення) і є компресивною формою [4, с. 241].

Унікальність абревіації як способу словотвору полягає у тому, що абревіатури виникли не природним шляхом еволюційного мовного розвитку, а як штучні одиниці, що виконують певні функції у комунікації.

У термінології економіки широко представлена практика формування мікротерміносистем на основі формально-фонетичної тотожності й зустрічаються численні парадигми з формально-фонетичною системністю: *4 P's*, *4 C's*, *5 M's* та ін.

Наприклад, «комплекс маркетингу» (*marketing mix*) *4 P's* включає чотири основних елементи маркетингу – товар, ціна, просування, місце збуту (*product, price, promotion, place*). Родовий термін *4 P's* вербалізує саму концепцію комплексу маркетингу (концептуалізація), а чотири видових терміни *product, price, promotion, place* є категоризуючими.

Акронім *PEST* є ініціальним скороченням чотирьох термінів, що характеризують зовнішнє середовище: *political, economic, socio-cultural, technological forces*. *PEST*-аналіз використовується в економіці, щоб оцінити найважливіші фактори макрооточення підприємства, які можуть впливати на його діяльність. Виділені чотири групи факторів найбільш суттєві для стратегії підприємства: *political (government stability, spending, taxation)*, *economic (inflation, interest rates, unemployment)*, *socio-cultural (demographics, education, income distribution)*, *technological forces (knowledge generation, conversion of discoveries into products, rates of obsolescence)*. Відстеження змін зовнішнього макрооточення підприємства на основі *PEST*-аналізу дозволяє компаніям зменшити ймовірність небажаних впливів.

Таким чином, стилістичний потенціал економічного дискурсу в аспекті репрезентації професійно-мовної картини світу економіста оперує такими лексико-стилістичними засобами, як емотивна та оцінна лексика,

метафоризовані терміни, колороніми у складі термінів, а також деякі акроніми та абрєвіатури.

РОЗДІЛ 3. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОФЕСІЙНО-МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ЕКОНОМІСТА В СУЧАСНОМУ КАНАДІЙСЬКОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

3.1. Способи перекладу лексичних особливостей

Із мовних особливостей економічного дискурсу випливають і труднощі та способи його перекладу українською мовою. Розглянемо основні способи перекладу лексики як способу репрезентації професійно-мовної картини світу економіста у канадійському економічному дискурсі.

Основним лексичним засобом економічного дискурсу є термінологія, адже це вузькоспеціальний професійний дискурс, який обслуговує сферу діяльності професіоналів-економістів. Переклад термінології залежить від їхніх структурних та семантичних властивостей.

Усі економічні терміни поділяються на одноперекладні (мають лише один варіант перекладу) і різноперекладні (що мають кілька варіантів перекладу), а з урахуванням їхньої семантичної структури – однозначні та багатозначні.

Одноперекладними однозначними термінами є переважно терміни, що належать до міжнародної термінологічної лексики. До них відносяться:

а) прості терміни, утворені або на матеріалі лексики латинської, французької, італійської, німецької та інших мов (наприклад, *deficit* – «дефіцит» від лат. *deficit* – «бракує»), або на матеріалі лексики англійської мови (наприклад, *devaluation* – девальвація);

б) складні терміни, які, своєю чергою, поділяються на складні слова (*infrastructure* – інфраструктура, *taxpayer* – платник податків), прості словосполучення (*a letter of credit* – акредитив) і складні словосполучення (*interest-bearing deposit* – процентний вклад).

Одноперекладні однозначні терміни не складають особливих труднощів для перекладача, оскільки їхній переклад залежить від контексту, і від перекладача потрібно лише тверде знання відповідного еквівалента. Таким

чином, при перекладі термінологічної лексики економічних текстів виникають складності у доборі точної перекладацької відповідності, що є необхідною умовою адекватного перекладу, оскільки найменша помилка може призвести до спотворення сенсу вихідного матеріалу, який перекладається.

За допомогою терміна можна чітко і коротко передати суть і зміст предмета, що позначається. Для нього характерна співвіднесеність з точно визначеним поняттям і прагнення однозначності в межах однієї термінології, тому багато англійських термінів мають постійні лексичні відповідники в українській мові [26, с. 27]. Наприклад: *depositor* – вкладник, *income* – дохід.

Існує кілька прийомів перекладу термінів та термінологічних словосполучень: дослівний переклад (калькування), транскрипція та транслітерація, семантичний еквівалент або функціональний аналог, експлікація, поєднання кількох прийомів перекладу, повне копіювання англійського слова чи словосполучення [26, с. 45-49].

Дослівний переклад (калькування) полягає «у перекладі частинами слова або словосполучення з наступним з'єднанням цих частин» [26, с. 38]. Часто визначальна частина терміну може передаватися прикметником, також можлива зміна порядку розташування компонентів, а смислові зв'язки можуть передаватися за допомогою прийменників [26, с. 45]. Наприклад: *mortgage tax* – іпотечний податок, *acquisition price* – ціна придбання, *income statement* – звіт про доходи, *retail branch network* – мережа роздрібних філій.

Транскрипція є передачею англійського слова українською мовою шляхом відтворення за допомогою українських літер його звукового вигляду (фонемного складу), а транслітерація – це передача англійського слова українською мовою шляхом відтворення його графічної форми (літерного складу) за допомогою алфавіту української мови [26, с. 37]. Такі прийоми використовують під час передачі назв фірм, корпорацій та інших організацій. Наприклад: *Special Systems Industry* можна транслітерувати як «Спешел системз індастрі». Якщо в назві організації є загальноживані слова, вони можуть передаватися за допомогою транскрипції, транслітерації, калькування або

семантичного еквівалента [26, с. 47], наприклад, ту ж саму назву компанії можна перекласти як «Спеціальна Системна Індустрія», хоча такий переклад зустрічається дуже рідко. Зазвичай при перекладі найменувань компаній зберігається їх англійське написання. При повному копіюванні англійського словосполучення термін передається латиницею [26, с. 49].

Наступний спосіб перекладу термінів – це семантичний еквівалент або функціональний аналог. Цей прийом передбачає використання реально існуючих українських слів, що повністю або частково відображають значення англійського терміна [26, с. 47]. Наприклад, для словосполучення *capital productivity* в українській мові є термін «фондовіддача».

Експлікація (описовий переклад) використовується у тому випадку, якщо неможливо підібрати еквівалент у мові, якою здійснюється переклад. Цей спосіб полягає у передачі значення слова за допомогою його опису, пояснення. Словосполучення *market auction* можна перекласти за допомогою описового перекладу як «торгівля цінними паперами методом аукціону».

Можливе поєднання кількох прийомів перекладу одночасно: використовувати калькування та транслітерацію чи транскрипцію; транскрипцію та описовий переклад; транскрипцію, калькування та функціональний аналог; калькування, транскрипцію та описовий переклад [26, с. 48-49], наприклад: *quality control engineering* – «техніка контролю якості».

При перекладі багатокomпонентних термінів необхідно встановити ключове слово та внутрішні смислові зв'язки [26, с. 49]. Наприклад, якщо перекладати термін *immovable property gains tax*, то спочатку перекладаємо ключове слово *tax* – «податок», потім *gains* – «прибуток» та поєднання *immovable property* – «нерухоме майно». Відтак, отримуємо термінологічне словосполучення «податок з прибутку від нерухомого майна».

У якості рекомендації під час перекладу термінів необхідно спиратися на контекст. Тлумачний словник чи довідкове джерело можуть допомогти у проясненні значень терміна. Наприклад, слово *rate* означає «ставка» у

словосполученні *interest rate*, але у словосполученні *inflation rate* вживається у значенні «рівень» [33, с. 155].

Також необхідно враховувати географічні та країнознавчі реалії, вміти правильно підібрати лексичну відповідність терміну або скористатися калькою у тому випадку, коли еквівалент у мові перекладу відсутній, перевірити використання того чи іншого англійського терміна в оригіналі, перш ніж впроваджувати його в текст перекладу [33, с. 155-156].

Економічні тексти мають низку специфічних лексико-граматичних особливостей, до яких можна зарахувати такі:

1) наявність значної кількості економічної лексики, переважно – економічних термінів;

2) наявність у текстах стилістичних відхилень від загальнолітературного шару мовних дефініцій (особливо в економічних документах);

3) наявність скорочень та абревіатур, більшість із яких використовуються тільки в економічних текстах та документах (повідомленнях, рішеннях, звітах). У зв'язку з цим слід зазначити, що при перекладі більшості абревіатур перекладачеві необхідно консультиватися зі словниками, довідниками або пошуковими системами з метою розуміння значення цих скорочень;

4) група слів і термінів, що отримали назву «хибних друзів перекладача» (наприклад, «*figure*» – цифра, «*data*» – дані) та інші слова, транслітераційний переклад яких призводить до спотворень змісту тексту, що перекладається;

5) широке використання у текстах на економічні теми особливих ідіоматичних висловів і фразеологічних поєднань, які вживаються у загальнолітературному шарі мови. Під фразеологізмом (фразеологічною одиницею) слід розуміти семантично вільне поєднання слів, яке виробляється у мові як щось ціле з погляду змісту та лексико-граматичного складу [45, с. 65]. Основна трудність під час перекладу фразеологізмів полягає у тому, що жоден словник неспроможний надати всі можливості варіанти використання

фразеологізмів в економічному контексті. Слід зазначити, що фразеологічні одиниці в економічних текстах варто перекладати в нейтральному стилі.

Також в економічних текстах крім спеціальної лексики та термінів, зустрічається і загальноживана лексика, причому одна частина загальноживаних слів (таких як *provision, patent, discount*) не викликає труднощів при перекладі, а інша частина цього типу слів викликає певні труднощі, оскільки їх переклад залежить від контексту. До останніх можна віднести такі групи різновидів загальноживаної лексики:

1) службові слова (*before, since, as, after, for*), особливістю яких є те, що деякі з них мають різні значення у межах однієї частини мови та, крім того, вони можуть виконувати функції різних частин мови, наприклад: *arranged for finance*;

2) слова, які вживаються у значеннях, що відрізняються від повсякденного побуту. Наприклад, прикметник *red* у словосполученні *to be in the red* має різне значення на стилістичному рівні і перекладається як «збанкрутувати» або «мати заборгованість».

Таким чином, при перекладі термінів необхідно враховувати сферу їх застосування та контекст, а також смислові зв'язки між компонентами у термінах-словосполученнях. Основні прийоми перекладу термінів: підбір еквівалента, дослівний переклад (калькування), транскрипція та транслітерація, семантичний еквівалент або функціональний аналог, експлікація, поєднання кількох прийомів перекладу, повне копіювання англійського словосполучення.

3.2. Способи перекладу граматичних особливостей

Важливо також звернути увагу на граматичні особливості перекладу мовних засобів репрезентації професійно-мовної картини світу економіста у сучасному канадському економічному дискурсі. Звертаючись до граматичного рівня перекладу, передусім слід зауважити, що граматичні

труднощі можуть виникати при перекладі деяких термінологічних словосполучень.

Однією з таких проблем перекладу економічних терміносполучень може стати розбіжність граматичних форм одного з компонентів зіставляваних термінів іноземної мови та мови перекладу. Цей різновид розбіжностей спостерігається, насамперед, при перекладі англійських термінів, утворених поєднанням іменників.

При зіставленні внутрішньої форми термінів, що складаються з двох іменників (N+N) або іменника та іменної групи, спостерігаються такі види розбіжностей:

1. Зміна відмінкової форми визначального іменника (заміна форми називного відмінка на форму родового відмінка), наприклад: *risk figure* – показник ризику; *capital market* – ринок капіталу; *tax rate* – ставка податку; *purchase price* – ціна придбання.

2. Зміна відмінкової форми визначального іменника (загальний відмінок іменника у структурі терміна іноземної мови – непрямі відмінки іменника у структурі терміна мови перекладу) та введення прийменника, наприклад: *income tax* – податок на прибуток; *sales tax* – податок з продажу; *market position* – становище на ринку;

3. Зміна числа (однина – множина) одночасно із зміною відмінкової форми (у тому числі із введенням прийменника): *order inflow* – надходження замовлень; *share issue* – емісія акцій; *share turnover* – оборот акцій; *share subscription* – підписка на акції; *profit and loss account* – звіт про прибутки та збитки.

Терміни, що складаються із двох іменників, пов'язаних прийменником *of* (за моделлю N of N) перекладаються терміном зі структурою «іменник + іменник у родовому відмінку», як у наступних прикладах: *principles of consolidation* – принципи консолідації; *Board of Directors* – Рада директорів тощо. Інші прийменники, що пов'язують два іменники у складі термінів, як

правило, перекладаються відповідними прийменниками української мови, наприклад: *dividend per share* – дивіденд на акцію і т. д.

Морфологічно-синтаксична структура «іменник + іменник у непрямому відмінку (+ прийменник)» досить продуктивна у творення українських термінів. Саме за допомогою цієї структури, а також структури Adj+N здебільшого передається при перекладі значення англійських термінів зі структурою N+N.

У багатьох випадках і теоретично, і практично можливе співіснування українських та англійських термінів одного лексичного складу, але різної морфологічно-синтаксичної структури. Так, в українських складених термінах однаково широко представлені та узгоджені означення, виражені прикметником, і доповнення, виражені іменником у непрямому відмінку з прийменником. У таких випадках один з варіантів виявляється більш стійким і закріплюється у мові як термін, але іноді граматична структура не є настільки стійкою і допускає багатоваріантність перекладу, наприклад: термін *market factor* – «ринковий фактор», може бути перекладений і як «фактор ринку».

Загалом же, розбіжності у структурі термінів на граматичному рівні не перешкоджають досягненню еквівалентності перекладу економічних текстів, оскільки дозволяють висловити ідентичні категоріальні значення вихідної мови та мови перекладу. Цей факт можна розцінювати як доказ того, що у своїй когнітивній функції мова мінімально залежить від граматичної системи мови.

У деяких випадках лексико-граматична структура українського складового терміна відображає складний характер англійського терміна, утвореного шляхом додаванням двох слів, наприклад: *leaseback* – зворотний лізинг; або ж на основі складеного терміна (у результаті еліпсису), наприклад: *rentals* (від *rental expenses*, *rental payments*) – 1) витрати на оренду; 2) орендна плата; *nominee* (від *nominee shareholder*) – номінальний акціонер.

Одним із найпоширеніших способів перекладу граматичних особливостей англійських термінів економічного дискурсу українською мовою є така перекладацька трансформація, як перекладацька заміна. Заміна – різноманітний вид перекладацької трансформації. Говорячи про граматичні заміни, маємо на

увазі те, що в процесі перекладу заміні піддаються такі граматичні одиниці як форми слів, частини мови, члени речення, типи синтаксичного зв'язку та ін. Розглянемо на конкретних прикладах ті види граматичних заміні, які властиві економічним текстам.

У процесі перекладу може відбуватися заміна частини мови. Наприклад, заміна прикметника на іменник, як у наступному прикладі:

«Given how fast European economies are shrinking, nobody doubts that worse lies ahead» / Зважаючи на те, як швидко стискаються економічні системи в Європі, ніхто не сумнівається, що найгірше ще попереду.

Англійські прикметники у формі порівняльного ступеня можуть замінюватися віддієслівними іменниками при перекладі українською мовою, наприклад:

«The stoppage, which is in support of higher pay and shorter working hours, began on Monday» / Страйк, учасники якого вимагають підвищення заробітної плати та скорочення робочого дня, розпочався у понеділок.

Прагнення до номінативності призводить також до заміни прислівників прийменниково-іменними поєднаннями. Так, *accurately* – «точно» стає *with accuracy* – «з точністю до»; *very easily* – «дуже легко» стає *with the greatest ease* або *the easy way* – «з найбільшою невимушеністю», «легкий шлях».

Заміна членів речення (перебудова синтаксичної структури речення може бути необхідна при перекладі тому, що в українській мові порядок слів у реченні відрізняється від англійської. В українському реченні слова, що несуть інформацію, що вперше повідомляється, ставляться наприкінці речення, а слова, які несуть інформацію, вже відому реципієнту, ставляться на початку. У англійській мові переважно використовується прямий порядок слів у реченні, тобто підмет у переважній більшості випадків передує присудку, а додаток слідує за присудком. «Даним» у реченні виявляється переважно підмет, а «новим» – група присудка чи якийсь із членів групи присудка (наприклад, додаток). Це викликає необхідність синтаксичної перебудови речення.

Найпростіший приклад такого роду синтаксичної перебудови – заміна англійської пасивної конструкції українською активною, наприклад:

«The motives of invest and savings of the various participants of the economic relations are defined both by the factors of microenvironment» / *Мотиви для інвестування та збереження учасників економічних відносин визначаються як факторами мікросередовища.*

Загалом, для реалізації перекладу граматичних особливостей англійського економічного дискурсу необхідні певні навички виконання граматичного аналізу для правильного виділення тих чи інших членів речення або ж граматичних категорій, щоб уникнути помилок при перекладі речення чи словосполучення. Формально-структурний аналіз при перекладі з важливий з багатьох причин, у тому числі й через поліфункціональність лексичних одиниць, коли тільки аналіз позиції слова в реченні може дозволити віднести його до тієї чи іншої частини мови.

3.3. Способи перекладу стилістичних особливостей

Одним із найскладніших для перекладу мовних рівнів є стилістичний рівень, пов'язаний із експресивними засобами мови, які здатні передавати певні оцінні конотації, національно-специфічні та культурно-значущі сенси і т. д.

Перекладач користується способами передачі деяких стилістичних прийомів, використаних в оригіналі для того, щоб надати тексту більшої яскравості та виразності. У перекладача є наступний вибір перекладацьких стратегій: або спробувати скопіювати прийом оригіналу, або, якщо це неможливо, створити в перекладі власний стилістичний засіб, що має аналогічний емоційний ефект. Це принцип стилістичної компенсації. Для перекладача важлива як форма, атак і функція стилістичного прийому у тексті. Це означає певну свободу дій: граматичні засоби виразності можна передавати лексичними і навпаки; опустивши непереказаний елемент, перекладач поверне

цей «борг» тексту, створивши відповідний стилістичний ефект в іншому місці тексту – там, де зручніше [Комиссаров, с. 56].

Усі лінгвісти та перекладачі підкреслюють необхідність збереження образу оригіналу у перекладі, справедливо вважаючи, що, передусім перекладач має прагнути відтворити функцію прийому, а не сам прийом.

Використання метафори або метонімії у сучасних економічних текстах наближає їх за стилем до художніх, робить їх цікавішими і «живішими», проте, при перекладі образність найчастіше втрачається внаслідок розбіжності картин світу двох мов або через неможливість її збереження у рамках наукового стилю української мови [16, с. 10].

Метафора полягає у перенесенні значення, вживання вже відомого звичного слова у якомусь новому значенні. В економіці, як і в інших галузях науки, існує два основні джерела запозичень метафор – розмовна та літературна мова. Серед метафор є як короткі професійні терміни – односкладове слово чи поєднання з двох-трьох слів, так і розгорнуті висловлювання – від частини фрази до абзацу чи сукупності близьких за змістом фраз у різних частинах одного тексту. При створенні терміна використовується схожість одного предмета чи явища з іншим. У цьому випадку в основі термінологізації лежить метафора, іншими словами, відбувається перенесення найменування, і термін постає як метафора стосовно відповідного слова літературної мови [16, с. 14].

Розглянемо приклади перекладу метафоризованих термінів економічного дискурсу українською мовою. Наприклад, у наступному уривку використовується створений шляхом метафоризації термін *a bail-out*:

«He said that the money Bancorp took from the government “was a good investment, it was not a bail-out”» / Він сказав, що гроші, взяті в уряду Банкорп, були хорошим вкладенням, а не «стрибком з парашутом».

Словник «Cambridge Dictionary» надає таке тлумачення слову *bail-out*: «to jump out of an aircraft with a parachute because the aircraft is going to have an accident» [48]. Відповідно до словника економічних термінів англійської мови, поняття *a bail-out* означає дію, коли «a business, an individual, or a government

provides money and/or resources (also known as a capital injection) to a failing company» [49].

У наданому перекладі термін перекладається зі збереженням його прагматичного та експресивного потенціалу – «стрибок з парашутом». Для перекладу в цьому випадку використовується еквівалент. Однак, такий переклад, хоча й зберігає закладений у оригінальній метафоричній лексемі образ, не пояснює значення цього виразу у професійному економічному дискурсі економістів. Втім, український реципієнт тексту перекладу може здогадатися про значення, адже стрибок із парашутом є ризикованою дією і означає певну небезпеку.

Окрім того, при перекладі важливо враховувати контекст, а у наведеному прикладі метафоризований термін вжитий у позиції контрасту до висловлювання *a good investment*. Отже, *a bail-out* має негативну оцінку конотацію у висловлюванні, що підкреслено й самим контекстом речення. Це полегшує розуміння тексту перекладу читачем, який не знайомий з такими образними висловлюваннями професійної мови економістів.

Зустрічається у економічному дискурсі й такий метафоризований термін, як *a bridge-building exercise*:

«The meeting was a bridge-building exercise by the Obama administration after coming under fire last week for allowing huge bonuses to be paid to AIG executives» / Зустріч була спробою побудувати мости з адміністрацією Обами після того, як минулого тижня вони зазнали жорсткої критики за те, що дозволили виплатити співробітникам Американської міжнародної групи гігантські премії.

Вислів *bridge-building* не зафіксований у словниках, однак часто побутує в дискурсі економіки та менеджменту. Це поняття означає налагодження контактів (між певними компаніями або організаціями). Оскільки в українській мові також відомий та вживаний вислів «будувати / спалювати мости» у схожому значенні, переклад такого метафоричного звороту не становить труднощів. Вище наведений переклад, у якому вислів *a bridge-building exercise*

перекладений як «спроба побудувати мости». При цьому використовується перекладацька трансформація перестановки елементів висловлювання, а сам вислів перекладений за допомогою поєднання прийомів аналогу та дослівного перекладу. Зокрема, для передачі англійської лексеми *exercise* використовується слово «спроба», що є аналогом, а не точним еквівалентом оригінальної лексеми.

При такому перекладі також вдається зберегти ключовий метафоричний образ, який лежить в основі англійського термінологічного словосполучення, а отже зберігається і його експресивний та прагматичний потенціал у перекладі.

Варто зазначити, що метафори у текстах економічної тематики використовуються досить часто, що робить інформацію більш яскравою та зрозумілою, наприклад: *the jobs crisis – криза робочих місць*. У наступному уривку економічного дискурсу використовується термін *U-turn*:

«Over the next couple of years, politicians will have to perform a difficult policy U-turn; for, in the long term, they need flexible labour markets» / За кілька років політичним діячам доведеться представляти кардинально інакшу політику; бо в довгостроковій перспективі їм потрібні гнучкі ринки праці.

Відповідно до визначення «Cambridge Dictionary» лексема *U-turn* має таке значення: «1) a turn made by a car in order to go back in the direction from which it has come; 2) a complete change from one opinion or plan of action to an opposite one» [48]. У наведеному уривку цей вираз використаний у другому своєму значенні. В українській мові відсутній еквівалент такого терміну, тому при перекладі використовується описовий прийом – «кардинально інший». При цьому експресія та стилістичний ефект оригінального терміну не зберігаються. Тут варто також зауважити, що сам цей вислів та його метафоричний потенціал будуються на орфографії англійської мови, адже літера *U*, включена до складу цього терміну як буквенний елемент, ілюструє поворот, зміну напрямку через свій вигин. Відтак, такий і подібні до цього метафоризовані терміни не мають еквівалентів чи аналогів в українській мові, адже вони є національно-специфічною безеквівалентною лексикою.

Також до стилістичних особливостей перекладу економічних текстів належить і робота з фразеологізмами, які у незначній кількості, але все ж зустрічаються у текстах цієї тематики. Основна трудність при перекладі фразеологізмів полягає у тому, що жоден словник не надає повного переліку варіантів використання такої одиниці та можливих її сенсів у різних контекстах.

При перекладі фразеологічних одиниць необхідно дотримуватись стилістичної та жанрової однорідності з ФО оригіналу, шукати ФО, яка характерна для аналогічного оточення мови перекладу. Основною особливістю фразеологізмів є невідповідність плану змісту та плану вираження, що визначає специфіку фразеологічної одиниці, надає глибини та гнучкості її значенню. Ці можливості полягають, мабуть, у самій природі фразеологізму – замкнутого мікроконтексту, в якому реалізуються не тільки формальні зв'язки між планом вираження та планом змісту такого знака, а й асоціативно-семантичні, причому не обов'язково логічно виведені з мікроконтексту. Саме ця «невиводимість» і дозволяє фразеологізму позначати найскладніші явища та відносини дійсності у ємній та виразній формі.

Переклад ФО вимагає від перекладача значних знань, досвіду, уміння та у всіх випадках зняття образності у ході перекладу перекладач має право використовувати прийом компенсації, наприклад:

To make default – не виконувати обов'язки;

Meet claim – заперечувати позов;

Matter in use – предмет суперечки.

A melting pot for forging success – у цьому вислові *melting pot* – буквально означає «плавильний котел» та вживається у переносному значенні, як процес асиміляції США. Вперше поняття «плавильний котел» вжито англійським драматургом І. Зангуїлом в однойменній п'єсі про життя єврейських іммігрантів у США.

Практично у всіх розглянутих нами текстах зустрічаються вступні сталі звороти: *it is reported*, *due to*, а також стійкі поєднання: *generation gap* («конфлікт поколінь»), *government reshuffle* («перестановка в уряді»),

bridgebuilding exercise («миротворча діяльність»), *labour market* (ринок праці), *to lose job*, *the bare truth*, *financial market*, *global capital*, *financial crises*, *economical problems*, *economic bubble*, *central bank*. Як видно з прикладів, багато стійких виразів є запозиченими з англійської та функціонують і в українській мові (наприклад, «центробанк», «фінансова криза», «економічні проблеми» та ін.).

Generation gap – цей фразеологізм складається з двох слів. Враховуючи елемент образності його значення, можна перекласти так: «розбіжність у поглядах між поколіннями», «розбіжність думок (поглядів) молодого і старшого поколінь», «проблема поколінь», «проблема батьків та дітей». У даний час використання слова *gap* для вираження «нестачі», «відсутності чогонебудь» стало характерним для англійської мови. У текстах, які ми розбираємо, зустрілися такі приклади: *credibility gap* – криза довіри; *financial gap* – брак фінансів, фінансова криза; *development gap* – відмінність у рівнях розвитку; *dollar gap* – нестача доларів;

Communication gap – як і в попередньому випадку, у розумінні цього кліше труднощів не зустрічається: значення такого словосполучення можна легко вичленувати з його складових частин: *communication* + *gap*, тобто буквально «розрив комунікації». Але оскільки буквальна передача значення не відповідає вимогам літературного перекладу, перекладачеві необхідно виявити певну винахідливість і цілісно переосмислити це словосполучення. Користуючись прийомом смислового розвитку, можна запропонувати таку закономірну відповідність: «нездатність зрозуміти одне одного», «розбіжність (у поглядах)», «проблема розуміння», «відсутність розуміння», «некомунікабельність» та ін.

Певну трудність при перекладі можуть становити багатокомпонентні терміни, при роботі з якими необхідно спочатку встановити ключове слово і внутрішні смислові зв'язки [26, с. 49]. Слід зазначити, що при перекладі з англійської мови порядок слів у багатокомпонентних термінах, переважно, не зберігається, наприклад: *real estate income tax* – «податок на прибуток від

нерухомості». Відмінності у зв'язках слів у словосполученнях та реченнях української та англійської мов досить вагомі, тому при перекладі часто використовується перекладацька трансформація перестановки елементів вихідного висловлювання.

Також у якості рекомендацій при перекладі термінів економічної галузі можна вказати на необхідність спиратися на контекст. Тлумачний словник або інші довідкові джерела, при цьому, можуть допомогти при проясненні значень терміна. Також необхідно враховувати географічні та країнознавчі реалії, вміти правильно підібрати лексичну відповідність терміна або скористатися калькою у тому випадку, коли еквівалент у мові перекладу відсутній. Важливо й перевіряти використання того чи іншого іншомовного терміна в оригіналі, перш ніж впроваджувати його у текст перекладу [33, с. 155-156]. Відповідно, при перекладі економічних термінів необхідно враховувати сферу їх застосування і контекст, а також смислові зв'язки між компонентами у термінах-словосполученнях.

Окрім того, не розуміючи суті терміна неможливо зрозуміти смисловий його зміст, який вкладений у цей термін автором ідеї. При перекладі вузькоспеціальних текстів економічної сфери від перекладача вимагається загально-фінансова та економічна наукова грамотність, оскільки правильний вибір еквівалента терміна є одним із найбільш складних завдань перекладу.

Перекладачеві необхідно користуватися спеціалізованою літературою, спеціальними словниками, картотеками термінів, щоб адекватно і точно передати зміст оригіналу. Таким чином, переклад англійських економічних термінів українською мовою багато в чому залежить від загальноекономічної підготовки перекладача, від його компетенції у тій чи іншій галузі знань. Перекладачеві також слід пам'ятати про те, що термінологія у спеціалізованому тексті може включати також особливості оформлення спеціальних текстів, які важливо зберегти при перекладі [34].

Загалом, оскільки адекватність перекладу визначається відповідністю перекладу комунікативної інтенції відправника повідомлення, а ця інтенція

реалізується у тексті оригіналу в цілому, то використовувати поняття адекватності можна лише стосовно до тексту перекладу як такого. Відносини ж еквівалентності встановлюються між усіма частинами текстів оригіналу і перекладу, проте, на різних рівнях, тобто категорія еквівалентності відноситься до окремих сегментів тексту, а не до тексту в цілому.

Однак незважаючи на деякі відмінності у судженнях, більшість дослідників однак у тому, що обидва терміни – еквівалентність та адекватність, відображають одну з основних особливостей перекладу, а саме нерозривний і тісний зв'язок з оригіналом [26, с. 50].

Поняття еквівалентності найчастіше визначається як смислова спільність вихідного і кінцевого текстів, тобто орієнтована на результат, тоді як адекватність розглядається як якість перекладацького рішення як процесу. Адекватність забезпечує і повноту міжмовної комунікації у конкретних умовах, у той час як еквівалентність носить загальний характер, тут мова йде про вимогу максимальної відповідності між текстом мовою оригіналу та його перекладом.

Таким чином, однією з головних цілей перекладу економічних текстів є передача інформації на лексичному, граматичному, стилістичному рівнях, а також передача прагматичної функції тексту. Виконання цих цілей досягається за допомогою адекватності перекладу, що вимагає від перекладача вміння зробити різноманітні міжмовні перетворення, тобто перекладацькі трансформації. Також слід зазначити головне правило економічного перекладу: перекладений текст за всіма характеристиками та параметрами (точність перекладу, стиль, зміст) має бути ідентичним оригіналу та максимально точно адаптованим для оптимального сприйняття цільовою аудиторією.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження були вивчені основні поняття, такі як «картина світу», «мовна картина світу», «професійно-мовна картина світу», а також розглянуті методи перекладу економічної термінології. У практичній частині роботи вивчені мовні особливості репрезентації професійно-мовної картини світу економіста на лексичному, граматичному та стилістичному рівнях, а також особливості перекладу таких засобів українською мовою. Результати дослідження дозволяють сформулювати наступні висновки:

1. Мовна картина світу є суб'єктивним образом об'єктивної реальності, комплексом мовних засобів, у яких відображені особливості етнічного сприйняття світу, це сукупність уявлень народу про дійсність, зафіксованих в одинцях мови на певному етапі розвитку народу.

2. Професійна мовна картина світу включає у себе насамперед певний термінологічний корпус – від загальнонаукових та узвичаєних, відомих та зрозумілих більшості мовців термінів до агнонімів, коректне використання та сприйняття яких вимагають спеціальних професійних знань. Термінологічна система є одним із головних засобів мовної репрезентації фрагмента професійної мовної картини світу.

3. Економічний дискурс тісно пов'язаний із професійною картиною світу, адже він репрезентує одну з професійних галузей – економічну. Учасники економічного дискурсу мають професійно-мовну картину світу, сфокусовану на економічній діяльності. У якості типового учасника та представника економічного дискурсу є економіст.

4. У ході перекладу термінів можуть використовуватися різноманітні перекладацькі прийоми та методи. Найбільш доцільними є такі прийоми перекладу економічної термінології, як еквівалентний переклад, дослівний переклад, тоді як за відсутності можливості їх використання перекладач може вдаватися також до прийомів транскодування, описового перекладу тощо.

5. Концептуальна модель професійно-мовної картини світу економіста у канадійському дискурсі включає у себе три шари концептів. Перший (зовнішній) шар «ECONOMICS» відображає загальну сферу діяльності економіста як фахівця, яка об'єднує різні напрямки («FINANCE», «BUSINESS», «TRADE», «BANKING», «FISCAL POLICY», «MONETARY POLICY», «INVESTMENTS», «TAXES»). Другий шар «KNOWLEDGE & SKILLS» об'єднує у собі практичні вміння, навички та види діяльності економіста («ANALYSIS», «DATA», «MONITORING», «RESEARCH», «PLANNING», «FORECAST», «MANAGEMENT», «MATHEMATICS», «STATISTICS», «COMMUNICATION», «ADVISING», «CONSULTING»). Ядерною зоною концептуальної моделі є група концептів, об'єднаних під іменем концепта «PROFESSION». Сюди входять концепти «CAREER», «WAGE», «PROSPECTS», «REQUIREMENTS», «EXPERIENCE», які мають вузькоспецифічний зміст та стосуються саме професії економіста на ринку професій.

6. У розглянутих текстах канадійського дискурсу професійно-мовна картина світу економіста реалізується через такі лексичні засоби, як загальноживана лексика (яка становить найбільшу частку лексики у таких текстах), а також термінологію. Терміни у дослідженні поділяються на підгрупи, з яких найбільшу частку становлять економічні терміни, а також аббревіатури та скорочення.

7. Граматичні засоби реалізації професійно-мовної картини світу економіста включають іменні структури, процеси номіналізації, широке використання простих двоскладових речень зі складним присудком, використання причинно-наслідкових сполучників та логічних зв'язок тощо.

8. Стилiстичний потенціал економічного дискурсу в аспекті репрезентації професійно-мовної картини світу економіста оперує такими лексико-стилiстичними засобами, як емотивна та оцінна лексика, метафоризовані терміни, колороніми у складі термінів, а також деякі акроніми та аббревіатури.

9. Найбільш доцільними є такі прийоми перекладу економічної термінології, як еквівалентний переклад, дослівний переклад, тоді як за відсутності можливості їх використання перекладач може вдаватися також до прийомів транскодування, описового перекладу. Для адекватного підбору еквівалентів української мови необхідно, перш за все, враховувати контекстуального оточення термінів.

Перспективами подальших досліджень є визначення особливостей перекладу різних семантичних та структурних типів англомовної економічної термінології на українську мову, а також вивчення особливостей функціонування такої термінології у різноманітних стилях англійської мови (публіцистичному, офіційно-діловому, науковому) та специфіки їх перекладу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1999. I-XV. 896 с.
2. Белова А. Д. Вербальне відображення концептосфери етносу: сучасний стан вивчення проблеми. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ, 2001. № 5. С. 15–22.
3. Б'ялик В. Проблема категоризації неологічної картини світу. *Науковий вісник Чернівецького ун-ту*. 2004. Вип. 188–189. С. 62–72.
4. Вопяшина С. Н. Терминологическая аббревиация как лингвистическая и переводческая проблема (на примере перевода аббревиатурных терминов в сфере проката автомобилей с англ. яз. на рус. яз.) // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики и оптимизации преподавания иностр. языков. Тольятти: ТГУ, 2005. С. 241-244.
5. Гаспаров Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. Москва, 1996. 352 с.
6. Гончарова Н. Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания. *Известия Тельского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2012. № 2. С. 396–405.
7. Даниленко Л. Лінгвістика ХХ-початку ХХІ ст. у пошуках цілісної теорії взаємозв'язку мови, культури і мислення. *Мовознавство*. 2009. № 5. С. 3-11.
8. Драч І. Д., Миколенко А. З., Тишковець М. П. Мовна картина світу у процесі вивчення іноземної мови в медичних університетах. *Медична освіта*. 2019. № 4. С. 79-83.
9. Єрмоленко С. Я. Мінлива стійкість мовної картини світу. *Мовознавство*. 2009. № 3-4. С. 94-103.
10. Ільїн В. Метафізичний дискурс економічної теорії. *Філософська думка*. 2006. № 5. С. 127-142.

11. Заремська І. М. Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2011. Вип. 7. С. 396-402.

12. Жайворонок В. В. Проблема концептуальної картини світу та мовного її відображення. *Культура народів Причорномор'я*. 2002. №32. С. 51-53.

13. Живіцька І. А. Мовна картина світу як відображення реальності. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2010. Вип. 4. С. 20-25.

14. Карасик В. И. О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.

15. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: ЛКИ, УРСС Эдиториал, 2010. 264 с.

16. Кланцакова, А. Ю. Метафора в структуре экономического дискурса: опыт комплексного исследования (на материале английского языка). Иркутск, 2003. С. 55-86.

17. Ковальська Н. А. Релевантність експресивності в науково-популярних текстах економічного дискурсу. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. 2015. № 1. С. 376-385.

18. Ковбасюк Л. А. Сучасні лінгвістичні теорії: лекційні, практичні, самостійні модулі та тести. Київ, 2008. 96 с.

19. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. учеб. пособие. Москва: ЭТС, 2002. 424 с.

20. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця: «Нова книга», 2001. 448 с.

21. Киселева Л. А. Терминологическая репрезентация профессионально-языковой картины мира врача в немецком языке (на примере предметной области медицины «акушерство и гинекология»): дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2018. 153 с.

22. Кришко А. Ю. Рецепція ідейної спадщини Вільгельма Гумбольдта вітчизняними науковцями у контексті проблем розвитку української мови і мовної освіти XIX – початку XX століття: історіографія питання. *Педагогічний дискурс*. 2013. Вип. 15. С. 378-383.

23. Май Лікунь. Російський економічний текст у функціонально-стилістичному та соціолінгвістичному аспектах: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02. Сімферополь, 2008. 20 с.

24. Матвєєва С. А. Лінгвокогнітивне моделювання професійної мовної картини світу. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. 31 (70), № 1. Ч. 3. С. 34–40.

25. Мацьків П. В. Мовна картина світу в контексті суміжних наукових понять. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету ім. Івана Франка. Серія Філологічні науки (Мовознавство): Збірник наукових праць*. №7. Дрогобич, 2017. С. 115-119.

26. Мисуно Е. А., Баценко И. В., Вдовичев И. В., Игнатова С. А. Письменный перевод специальных текстов: учебное пособие. Москва: ФЛИНТА: Наука, 2013. 256 с.

27. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української літературної мови. Тернопіль, 2000. 276 с.

28. Пристайко Т. С. Лексико-номинативная организация специального текста: монографія. Днепропетровск: УкО ІМА, 1996. 200 с.

29. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода: 4-е издание. Москва: Валент, 2010. 244 с.

30. Реформатский А. А. Введение в языковедение. Изд. 5-е., испр. Москва: Аспект Пресс, 2005. 536 с.

31. Сальник І. В. Професійна картина світу американського вчителя природничих наук: визначення та ключові концепти. *Science and Education a New Dimension. Philology*, VI (53). Issue: 182. 2018. P. 40-42.

32. Селіванова О. О. Актуальні напрямки сучасної лінгвістики (аналітичний огляд). Київ: Фітосоціоцентр, 1999. 148 с.
33. Слепович В. С. Перевод (английский – русский): учеб. пособие. Минск: ТетраСистемс, 2009. 336 с.
34. Сніговська О. В. Фінансово-економічні терміносполучення в англійській і новогрецькій мовах та їх переклад. *Terminology and translation: Proceedings of the Remote International Conference*. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/9148/1/snigovska1.pdf>
35. Суперанская А. В. Подольская Н. В. Васильева Н. В. Общая терминология: вопросы теории. Москва: Либроком, 2009. 288 с.
36. Шамрай О. В. Професійна картина світу майбутніх лікарів-педіатрів. *Молодий вчений*. 2015. № 2(4). С. 231-234.
37. Шевченко В. Д. Когнитивные аспекты использования полифункциональных лексических единиц в сфере англоязычной деловой коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2003. 24 с.
38. Шевченко О. М., Шевченко Н. С. Когнітивна лінгвістика як напрям мовознавчого дослідження. *Молодий вчений*. 2020. № 7.1. (83.1). С. 142–146.
39. Чернышова Л. А. Профессиональная языковая картина мира: общее и национально-обусловленное. *Вестник МГОУ. Сер. Лингвистика*. Москва: Изд-во МГОУ, 2011. № 6. Т. 2. С. 98–102.
40. Чернышова Л. А. Отраслевая терминология в свете антропоцентрической парадигмы: монография. Москва: Изд-во МГОУ, 2010. 206 с.
41. Хаютин А. Д. Термин, терминология, номенклатура. Самарканд: Самарк. гос ун-т им. Алишера Навои, 1971. 129 с.
42. Ярцева В. Н. Проблема парадигмы в языке аналитического строя. Вопросы германского языкознания: материалы Второй научной сессии по вопросам германского языкознания. Москва: Изд-во Академии наук СССР, 1961. 308 с.

43. Jackendoff R. *Meaning and the Lexicon: The Parallel Architecture*. Oxford: Oxford University Press, 2010. 485 p.
44. Sapir E. The relation of American Indian linguistics to general linguistics. *Southwestern Journal of Anthropology*, 1947. P. 1–4.
45. Strutt P. *Longman Business English Usage*. Longman Group UK Limited, 1995. 321 p.
46. Whorf B., Carroll, J. B. *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. MIT Press, 1956. P. 51-56.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

47. Юнін О. С., Круглова О. О., Савельєва М. О. *Фінансово-економічний словник: словник-довідник*. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2018. 164 с.
48. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
49. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/>
50. Longman Dictionary. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/economist>
51. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/>
52. Oxford Advanced Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/economist>
53. Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/>

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

54. *Dictionary of Marketing Terms*. 3rd Ed. Barron's Educational Series. NY, 2000. 600 p.
55. Goddard Ch. *Business idioms international*. Phoenix ELT, 1995. P.17-23.
56. Government of Canada. *Economist in Canada*. URL: <https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/skills/15992/ca>

57. Longman Business English Dictionary. Pearson Education Limited, 2007.
135 p.
58. Skilled Immigrant Info Centre. Economists. URL:
<https://pwp.vpl.ca/siic/guides/economists/>

SUMMARY

Modern linguistics is based on the principle of anthropocentrism and explores the communicative activity in various aspects. One of the directions of linguistic researches today is linguoconceptology, as one of the branches of cognitive linguistics. This scientific direction explores the following phenomena as concepts and conceptospheres, frames, pictures of the world. One of the promising areas of language research in the context of linguocognitology is the analysis of professional language picture of the world.

Professional pictures of the world of various specialists are revealed within the framework of various scientific and industrial studios. In this study, we appeal to the economic sphere and, accordingly, to study of the professional language picture of the world of the economist.

One of the characteristics of the present is globalization, which is accompanied by the interpenetration of the economies of different states. Economic interactions require overcoming various kinds of barriers - not only political, legal but also communicative. Therefore, in the field of economy, there is a need to develop a terminology fund adopted on the international scale and the creation of lexicographic sources containing a qualitative translation of economic terms.

Independent Ukraine and Canada develop their economic and trade relations for about 30 years and today this vector of development of Ukrainian international policy is promising and important. This determines the relevance of studying the peculiarities of the translation of economic terminology in English.

The economic industry is constantly developing, its forms and content are transformed. These processes cause changes in the lexical composition, which serves the speech interaction of communicants of the economic sector. Thus, the relevance of the research is also conditioned by the constant development of the economic industry what accounts for the transformation of the functioning of its lexical units, the need for qualitative translation of economic terms, the search for equivalents in the source and target languages on economic topics.

The object of the research is a professional language picture of the world of the economist in the modern Canadian discourse.

The subject of the research - language means of representation of a professional language picture of the world of the economist in the modern Canadian discourse and the peculiarities of their translation in Ukrainian.

The purpose of the work is to study the professional language picture of the world of the economist in the modern Canadian discourse and its representation in Ukrainian.

To achieve the purpose of the study, we need to fulfill a number of tasks:

- 1) to clarify the notion of the language picture of the world and approaches to its study;
- 2) to determine the status of a professional language picture of the world in modern philological studies;
- 3) to consider economic discourse in the context of studying a professional language picture of the world;
- 4) to identify modern methods of translation of economic vocabulary;
- 5) to build a conceptual model of a professional language picture of the world of the modern economist;
- 6) to analyze the lexical, grammatical and stylistic means of representation of the professional language picture of the world of the economist;
- 7) to investigate the peculiarities of representation of a professional language picture of the world of the economist in the modern Canadian discourse in Ukrainian at lexical, grammatical and stylistic levels.

The novelty of the work is that for the first time an attempt is made to build a conceptual model of a professional language picture of the world of the economist in the modern Canadian discourse, consideration of the language means of its representation, as well as the peculiarities and difficulties of translation in Ukrainian.

The theoretical significance of work is that its results make a certain contribution to generalizations of specialists in the issues of translation theory and to linguoconceptology.

The practical value of the work is that its results can be used in the practice of translating the texts on economic topics, and can also be used in teaching the theory and practice of Anglo-Ukrainian translation in higher educational institutions.

The following methods of research were used in the work:

- the method of comparative analysis to compare Canadian terms and their Ukrainian equivalents;
- a continuous sample method for selecting terms in the text material;
- descriptive method to represent language data, which includes the stages of collecting empirical material, observation, classification, generalization;
- method of linguistic and translation analysis and observation;
- modeling method for constructing a conceptual model of a professional language picture of a modern economist in the modern Canadian discourse.

During the study, the basic concepts, such as "picture of the world", "language picture of the world", "professional language picture of the world", as well as the methods of translation of economic terminology, were studied. In the practical part of the work, the language peculiarities of representation of the professional language picture of the economist on lexical, grammatical and stylistic levels, as well as the peculiarities of translation of such means in Ukrainian were analyzed. The research results allow us to formulate the following conclusions:

1. Language picture of the world is a subjective image of objective reality, a set of linguistic means, which reflects the peculiarities of ethnic perception of the world, is a set of representations of the people about the reality recorded in the entities of the language at a certain stage of the development of the people.

2. Professional language picture of the world includes a certain terminological built-up - from the general scientific and customary, well-known and understandable to the majority of speakers to those, the correct use and perception of which require special professional knowledge. The terminology system is one of the main means of language representation of a fragment of a professional language picture of the world.

3. The economic discourse is closely linked to the professional picture of the world, because it represents one of the professional industries - economic.

Participants in economic discourse have a professional language picture of the world, focused on economic activity. As a typical participant and a representative of economic discourse there is an economist.

4. During translation of terms, a variety of translation techniques and methods can be used. The most expedient is the following techniques of translation of economic terminology, as an equivalent translation, word by word translation, while a translator may also resort to transcoding techniques, descriptive translation, etc.

5. The conceptual model of the professional language picture of the economist in the Canadian discourse includes three layers of concepts. The first (external) layer "Economics" reflects the overall scope of the economist as a specialist who brings together different directions ("finance", "business", "trading", "banking", "fiscal policy", "Monetary policy", "Monetary policy" investments", "taxes"). The second layer "Knowledge & Skills" combines practical skills, skills and activities of the economist ("Analysis", "Data", "Monitoring", "Research", "Planning", "Forecast", "Management", "Mathematics", "Statistics", "Communication", "Advising", "Consulting"). The nuclear node of the conceptual model is a group of concepts united under the name of the concept of "Profession". This includes concepts "Career", "Wage", "Prospects", "Requirements", "Experience", which have narrow-specific content and relate to the profession of economist in the market of professions.

6. In the Canadian discourse, the professional language picture of the world of the economist is realized through such lexical means as the commonly used lexis (which is the largest share of vocabulary in such texts), as well as terminology. Terms in the study are divided into subgroups, the largest of which is economic terms, as well as abbreviations and reductions.

7. Grammatical means of representation of the professional language picture of the economist include nominal structures, nominalization processes, widespread use of simple sentences with a complex predicate, use of causal and logical connectors, etc.

8. The stylistic potential of economic discourse in the aspect of the representation of a professional language picture of the world of the economist

operates with such lexical and stylistic means, as emotional and evaluative vocabulary, metaphorized terms as well as some acronyms and abbreviations.

9. The techniques for the translation of economic terminology are equivalent translation, word by word translation, while a translator may also resort to transcoding techniques, descriptive translation. For adequate selection of equivalents of the Ukrainian language, it is necessary, first of all, to take into account the context the terms are used.

The prospects for further research are the definition of the peculiarities of the translation of various semantic and structural types of English economic terminology into the Ukrainian language, as well as to study the features of the functioning of such terminology in a variety of English styles (publicistic, business, scientific) and the specifics of their translation.