

### Джерела ілюстративного матеріалу

1. Boissard J. Bébé couple / J. Boissard. – Paris : Fayard, 1997. – 283 p.
2. Groult F. Le passé infini / F. Groult. – Paris : Éditions J'ai lu, 1984. – 224 p.
3. Pagnol M. Le temps des secrets. Souvenirs d'enfance / M. Pagnol. – Paris : Éditions de Fallois, 1988. – Т. 3. – 288 p.
4. Pennac D. La petite marchande de prose / D. Pennac. – Paris : Gallimard, 1989. – 372 p.
5. Schmitt É.-E. La tectonique des sentiments / É.-E. Schmitt. – Paris : Éditions Albin Michel, 2008. – 175 p.

### Анотація

У даній статті основну увагу зосереджено на семантико-прагматичному аналізі вказівних займенників *ça, cela, ce* в якості субститути теми сегментованого висловлення з метою визначення передумов вибору даного типу займенників з-поміж інших типів субститути, зокрема особових ненаголошених займенників. У роботі розглянуто референційне відношення, що встановлюється між темою і зазначеним типом субститути, особливості вживання кожного з вказівних займенників і відтінки значень, які виникають у сегментованому висловленні в разі використання даного типу субститути.

**Ключові слова:** тема, прономінальний субститут, вказівний займенник, актуальна й віртуальна референція, семантичний зміст, референційне відношення.

### Summary

The present paper focuses on the semantic and pragmatic analysis of demonstrative pronouns *ça, cela, ce (this)* as a substitute of the theme of the segmented sentence. The purpose of this study is to reveal the reasons of speaker's choice of a demonstrative pronoun among the range of other potential pronominal substitutes, particularly subject clitics. The author examines the referential relation between the theme and the substitute in question, the distinction in use of every demonstrative pronoun and the peculiarities of the meaning this type of substitute introduces to the segmented sentence.

**Keywords:** theme, pronominal substitute, demonstrative pronoun, actual and virtual reference, semantic meaning, referential relation.

УДК 81'38:82-92

Павлик Н. В.,

кандидат філологічних наук,

Бердянський державний педагогічний університет

pavlik.nellya@mail.ru

## ЛІНГВОСТИЛЬОВІ ПАРАМЕТРИ УКРАЇНОМОВНОГО ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСУ

Одним із провідних напрямів соціально-прагматичного аналізу різних типів дискурсу є дослідження особливостей конструювання його у певній соціокомунікативній ситуації, тобто ефективного використання мовних засобів для впливу на адресата залежно від його соціальної орієнтації. Вчені наголошують, що саме газетно-публіцистичний дискурс в останні десятиріччя вийшов на перше місце за своїм впливом на мову та її носіїв [6, 40]. Вважається, що дискурсивний підхід до вивчення газетної періодики є достатньо актуальним, оскільки дозволяє розглядати дискурс у двох аспектах: 1) як процес вербальної взаємодії глобальних суб'єктів комунікації, 2) як його результат, і зосередитися на деяких аспектах дискурсу, а саме: змістово-сислового, формально-структурного, семантико-синтаксичного,

жанрово-стилістичному тощо [1, 1]. Останнім часом публіцистичний дискурс, газетна комунікація вивчаються досить активно. Про неабиякий інтерес учених до цього питання свідчать наукові розвідки К. Серажим, О. Стишова, А. Загнітка, Н. Івкової, В. Кузьменка, Н. Озерової, М. Навальної, І. Стецули, О. Шатілової та ін.

У лінгвістичній літературі **публіцистичний дискурс** витлумачують як інформаційно зорієнтований різновид інституційного дискурсу, що реалізується через засоби масової комунікації і передбачає свідому та безпосередньо виражену авторську актуалізовану позицію [7, 5]. Цей тип дискурсу охоплює тексти газетних і журнальних статей, інтерв'ю, авторські телепрограми, призначені для широкої глядацької аудиторії тощо.

Головне завдання **газетного дискурсу** – привернути увагу до певних проблем якомога ширшого кола громадян, спонукати їх до дії, викликати відповідну реакцію на інформацію чи просто висловити свою позицію щодо важливих суспільних явищ. Основу змістової частини публіцистичного тексту становлять питання суспільного, соціального та громадського характеру. Він покликаний не лише інформувати, але й завдяки активному впливу на читача вирішувати нагальні проблеми суспільно-політичного життя. У зв'язку з цим актуальною, на наш погляд, видається проблема виявлення й опису **лінгвальної природи газетного дискурсу**. Для аналізу обрано загальнодержавні суспільно-політичні та інформаційно-публіцистичні газети “Сільські вісті”, “Україна молода”, “Голос України”, “Газета по-українськи”, “Дзеркало тижня”, “День”, “Київ” та інші.

Функціонально-стильова система газетної періодики використовує широку систему мовних засобів синтаксичного, морфологічного та лексичного рівнів. Лінгвісти наголошують, що “логізація й емоційна виразність викладу є основними вимогами в доборі та використанні мовних засобів у публіцистиці” [5, 16].

Синтаксична будова газетного дискурсу передбачає синтез нейтрально-стилістичних та експресивно-емоційних елементів. Сучасні дослідження доводять, що “граматичні вподобання сучасного суспільства найповніше, найоб'єктивніше, найяскравіше віддзеркалює мова преси, яка на сьогодні зазнала істотних змін, спричинених формуванням нових суспільно-економічних умов життя народу й держави і є осередком усіх мовних інновацій, а найбільше синтаксичних” [4, 3].

Передусім зазначимо, що нерідко синтаксис обстеженого публіцистичного мовлення зближується з науковим. У таких текстах функціонують складні (переважають складнопідрядні з підрядними означальними, причиновими та мети) речення, іноді ускладнені відокремленими членами у вигляді дієприслівникових зворотів, вставленими конструкціями тощо, наприклад: *Боротьба з корупцією безперспективна за нинішніх умов **через те, що** сама система влади побудована **так, що** людина прагне зайняти певну посаду саме через корупційні перспективи, а не заради виконання прямих обов'язків* (“Україна молода”, 10.11.2015); *Таким чином, **особливо зважаючи на досить упевнені й авторитетні прогнози щодо другої хвилі**, з тієї кризи варто було б зробити три основні висновки: відпустити у вільне плавання гривню, стабілізувати бюджет за рахунок його скорочення **(для цього достатньо було б навести лад із держзакупівлями***

*і пільгами*) і, головне, радикально поліпшити умови ведення бізнесу в країні не тільки для обраних, **щоб** підняти ефективність економіки (“Дзеркало тижня”, 2.11.2012). Такі синтаксичні структури характеризуються послідовним, логіко-предметним способом викладу, аргументацією висловлених думок, об’єктивністю, тобто зближенням з науковим стилем.

Газетна публіцистика має у своєму арсеналі чимало різноманітних засобів, що сприяють створенню емоційного забарвлення висловлення. Найбільш уживаними структурами у проаналізованих текстах є: 1) окличні та питальні (здебільшого риторичні) речення, в яких виражаються емоційні реакції на певні факти дійсності, актуалізується увага читача тощо, наприклад: *Та що там фізика – навіть правила арифметики, якщо “дуже треба”, можуть “злегка викривлятися”!* Зміг же Конституційний суд дійти висновку, що  $1+1=1$ , і другий термін Леоніда Кучми насправді перший? (“Дзеркало тижня”, 2.04.2010); 2) спонукальні конструкції, що містять накази, волевиявлення, заклики до дії, активної громадянської позиції, наприклад: *Всі ми не є праведниками, тому **молімося, каймося й терпімо**, але, водночас, самовіддано **працюймо, нарощуймо** духовну силу слова, велич національного ідеалу та інтелекту, головне, **шукаймо** Людину та **будьмо** **достойними** діянь, служіння і віри нашого великого Шевченка* (“Україна молода”, 26.02.2014); 3) вставні одиниці, які у публіцистичних текстах, крім традиційної, виконують спеціальну стилістичну функцію, а саме: забезпечують динамічність або конкретність викладу: ***На щастя**, “безлад”, тобто відсутність єдиного і незаперечного центру влади, трохи сприяв підвищенню конкурентності й без спеціальних заходів* (“Дзеркало тижня”, 2.11.2012); 4) нанизування однорідних членів речення, що сприяє увиразненню предмета мовлення, привертає увагу до поставлених проблем тощо, наприклад: *Завдання релігійного журналіста – **з’єднувати, будувати** діалог, **створювати** майданчик порозуміння, **руйнувати** власну систему стереотипів та інколи **виходити** поза власні межі, щоб подивитися на світ іншими очима* (“День”, 10.09.2015); 5) повтор, який належить до традиційних прийомів образного вираження та смислової актуалізації і в газетних текстах виступає засобом нарощення авторського впливу, посилення патетично-урочистого або емоційно-збудженого ефекту мовлення, допомагає закцентувати увагу читача на значимих елементах повідомлення тощо, наприклад: *Однозначно зрозуміло: учителі **втомилися** від експериментів в освіті, **втомилися** чути слово “реформа” – без жодного підкріплення діями* (“День”, 29.10.2015). Зрештою, ми згодні з думкою Т. Чернишової, яка зауважила, що відбір стилістично значущих елементів у сучасних газетно-публіцистичних текстах “орієнтований не стільки на виконання інформативної функції, скільки на боротьбу за розум і серця читачів та слухачів, тобто *на вплив*” [10, 39].

Отже, обстежений текстовий матеріал дозволяє стверджувати, що на синтаксичному рівні газетна публіцистика поєднує нейтральні та емоційно-експресивні форми впливу на реципієнта.

Морфологічна система досліджуваного газетного дискурсу відповідає літературному слововживанню і цілком підпорядкована досягненню комунікативного

завдання: інформуванню, аналізу, пропаганді, переконанню, агітації, впливу. Серед морфологічних засобів необхідно виокремити іменники у складі сегментних конструкцій, які широко використовуються в газетній практиці. Іменники знаходяться на початку речення і вказують на предмет мовлення, про який ідеться далі. Сегментні моделі є одним із елементів експресивності, що полегшують сприймання для читача, наприклад: **Про назву “Народний депутат”**. Чи не час уже змінити цей демагогічний атрибут, тим паче, що депутатів ненародних не буває?.. **Про владу**. У нас 5 влад... (“Україна молода”, 21.06.2000); **До речі про менеджмент**. В Україні хто тільки не говорив про рівень вітчизняного керування підготовкою до Євро-2012 (“Київ”, 27.06.2009).

Морфологічна структура аналізованого типу дискурсу позначена широким уживанням дієприслівників – одиничних чи у складі зворотів, наприклад: *Керівники партій “Батьківщина”, “Свобода” та Радикальної партії, **ще не вийшовши з окопів опору Януковичу**, перейшли на битву з Президентом Порошенком та Прем’єром Яценюком, **не розуміючи**, що революційна буря має перерости у спокійне русло наведення порядку, подолання корупції, створення умов для економічного зростання...* (“Україна молода”, 16.12.2015). Дієприслівники виступають традиційним засобом створення у публіцистичних текстах книжного характеру викладу.

Варто звернути увагу на такий засіб емоційного впливу, як нанизування прикметників, що в реченні виступають у ролі однорідних означень. Подібні конструкції допомагають усебічно змалювати предмет мовлення, дати детальну інформацію, підкреслити визначальну рису тощо, наприклад: *Тим більше коли загарбник із часів Івана Грозного постійно бреше, виконуючи місію постійного члена Ради Безпеки, але при цьому, за допомогою цивілізаційно-правового вето, блокує будь-яке, навіть **об’єктивно-справедливе, розумне та виважене її рішення*** (“Україна молода”, 08.10.2014); *Ось така вона, **співуча** родина. **Велика, дружна, невтомна*** (“Голос України”, 14.01.2016). Типовою ознакою газетної комунікації є також використання аналітичної форми порівняльного ступеня прикметників, наприклад: *У результаті за “обмеженого доступу” замість **більш-менш плавної** еволюції за епохою оманливої “стабільності”, як правило, настає **справжня, глибока і всеосяжна** криза* (“Дзеркало тижня”, 2.11.2012); *Арсеній Яценюк з **найбільш захищеної** фігури в українській владі став сьогодні **найбільш незахищеною*** (“День”, 10.12.2015).

Характерним структурним елементом публіцистичного тексту є імперативні форми. Вони несуть важливе смислове навантаження і виражають прагматичні настанови й вимоги авторів, що полягають у переконанні, спонуканні адресата до дії, зміни його світогляду тощо: *Студентам, котрі приходять до нас, я завжди говорю: **не ставайте** рабами технічного прогресу* (“Голос України”, 9.11.2012). Для відтворення модальних значень категоричності та необхідності виконання конкретних завдань автори звертаються також до стилістичного прийому ампліфікації інфінітивної форми дієслова, наприклад: *По-перше, треба **привести** до ладу пенсійну систему. **Зробити** вихід на пенсію в 65 років. На рік **збільшувати** тривалість життя і на стільки ж – пенсійний вік. Це був би стимул для*

держави **зменшувати** смертність. А її легко **довести** до стандартів Європи. **Побороти** дитячу смертність. А також **заборонити** спиртзаводи... Якщо **заборонити вживати** нашу горілку, то тривалість життя чоловіків збільшиться на шість років ("Газета по-українськи", 6.03.2015).

Таким чином, морфологічний рівень газетної публіцистики представлений вживанням іменників у складі сегментних моделей, що надають мові виразності, полегшують сприймання для реципієнта; дієприслівників, одиничних чи в складі зворотів, які обумовлюють книжний офіційний тон викладу; традиційним є також використання особових займенників у формулах особистого звертання до адресата; нанизування прикметників, що дозволяє всебічно охарактеризувати предмет мовлення, та імперативних форм, які виконують надзвичайну смислову та ідейну функцію.

Залежно від тематичної палітри та комунікативної настанови у газетному дискурсі вживаються різнопланові групи лексичної системи. Передусім, основний її прошарок становлять слова і словосполучення, що позначають суспільно-політичні та економічні процеси, термінологія з різних галузей науки, культури, освіти тощо, наприклад: *Коли експерти обговорюють імовірність **проведення позачергових парламентських виборів**, передумовою останніх бачать **розпад парламентської коаліції**... Все це – давно відомі факти, до яких поточний тиждень додав ще один: **розкол у лавах президентської фракції*** ("Україна молода", 25.11.2015); *Однак у **проекті Державного бюджету на 2016 рік не передбачено цільових субвенцій для місцевих бюджетів на покриття цих видатків*** ("Сільські вісті", 25.12.2015).

Необхідно зазначити, що в досліджуваних текстах широко залучені не лише лексеми, а й стійкі словосполучення, що виконують інтелектуально- або емоційно-впливову функцію. "Стандартизація, або наявність ємних, комунікативно-доцільних готових мовленнєвих формул" [3, 18] є типовим явищем для засобів масової інформації і, зокрема, для газетно-публіцистичної комунікації, наприклад: *Незважаючи на формальну перемогу БПП-**"Солідарність"**, **кредит довіри** людей до влади практично **вичерпаний*** ("Україна молода", 27.10.2015); *А нові виклики мають ще більше **спонукати до діалогу** та єднання в **пошуках компромісу*** ("Голос України", 5.01.2016).

Характерною ознакою газетної публіцистики є фіксація нових слів, зокрема іншомовних суспільно-політичних термінів, адже "динамічний розвиток соціального, політичного, ідеологічного життя в Україні та за її межами зумовив особливо активне оновлення суспільно-політичної підсистеми сучасної української мови" [9, 346], наприклад: *Усе настійніше звучать заклики не визнавати **легітимність** цих документів* ("Сільські вісті", 19.09.2014); *Дмитро Наталуха впевнений, що для розвитку цього напрямку потрібно використовувати **аутсорсинг** – запрошення сторонніх фахівців* ("Голос України", 5.01.2016). Запозичена термінологія стосується не лише процесів державотворення, а також економічної сфери, банківської діяльності, новітніх інформаційних технологій, юриспруденції, культурно-освітнього життя тощо.

Варто звернути увагу на те, що у сучасному газетному дискурсі простежується тенденція до активнішого використання книжних слів, одні з яких виконують номінативно-інформаційну функцію, інші надають текстам піднесеності, урочистості, пишномовності чи іронічності [5, 259]. Специфічне контекстуальне оточення сприяє трансформації формальних мовних засобів, набуття ними певних функціонально-стилістичних характеристик, смислових нюансів тощо, наприклад: *Лисенко в музиці – як Шевченко в літературі. Це не просто видатні постаті української культури – це носії національної ідеї, **поборники правди*** (“Київ”, 27.10.2010); *Щоб не було зловживань від **хитрих на видумку поборників “великого і могутнього”**, встановлено, що російська та інші мови національних меншин можуть отримувати спеціальний статус тільки за рішенням рад базової ланки місцевого самоврядування – громад – і застосовуватися завжди поряд із державною мовою* (“Дзеркало тижня”, 27.06.2014).

Типовим для газетної періодики є вживання лексики з оцінним значенням, наприклад: *А на цьому суспільство заощадить не тільки самі **хабарі** і навіть не тільки **(не)вкрадені** мільйони і мільярди: **корупція, як плододжерка**, з’їдає на грами, а псує при цьому тонни... Насправді **“дешевий” депутат, як і “дешевий” бюрократ**, обходиться суспільству дуже дорого, навіть без урахування ефекту відбору, про який нижче* (“Дзеркало тижня”, 14.11.2014); *Хто б міг подумати, що мине стільки часу, переживемо **сталінщину**, здобудемо незалежність, скинемо **злочинний режим** під час **Революції гідності**, аж раптом нова влада заходиться втілювати **найгірші плани “злочинної влади Януковича”** зі стирання пам’яті й культури українського народу* (“Сільські вісті”, 5.02.2015). Експресивна лексика, яка в розглянутому текстовому матеріалі здебільшого містить негативну емотивну оцінку (слова на позначення роздратування, незадоволення, зневаги, занепокоєння та ін.), співвідносна з внутрішніми емоціями та переживаннями їх авторів. Застосування експресивів дає дописувачу змогу викликати адекватну реакцію, спричинити емоційний ефект, переживання, що відповідають його намірам і змушують вдаватися до вибору тих чи інших мовних одиниць.

Категорію оцінки витлумачують як “сукупність різнорівневих мовних одиниць, що об’єднані оцінною семантикою і виражають позитивне чи негативне ставлення автора до змісту висловлення” [8, 139]. У проаналізованій газетній публіцистиці переважає суб’єктивна емоційна оцінка, що іноді супроводжується емоційно-експресивними частками, просторічними лексичними елементами та ін., наприклад: ***Продажні політики, зловорожі журналісти, різні астрологи та ворожки** вносять у свідомість іще політично не підготовлених громадян **брехню і наклепи**, викликають **недовіру** до державного керівництва, **вбивають** в українців **віру** в їхнє **щасливе майбутнє*** (“Україна молода”, 16.12.2015); – ***Я ненаситний, я одержимий**, а тому щоразу з’являється щось нове, – зізнався кореспондентові “Голосу України” майстер* (“Голос України”, 15.01.2016); ***Які ж, справді, дикуни! Імені свого не знати!*** (“Дзеркало тижня”, 5.02.2016).

Раціональна оцінка, в основі якої лежать традиційні соціальні стереотипи, репрезентується у газетних текстах усталеними оцінними формами, наприклад:

*Жарти жартами, а запровадження з 1 січня 2016 року Зони вільної торгівлі з ЄС для нас і справді подія епохальна, бо нарешті розпочинаємо складний, болючий, але необхідний процес переведення нашого господарства на європейські рейки* (“Сільські вісті”, 25.12.2015).

Виділені мовні структури вживаються дописувачами для вираження суб'єктивного ставлення до повідомлюваного, емоційних оцінок, реакцій, зумовлених певними ситуативно-комунікативними умовами. Варто підсумувати, що експресивні засоби у досліджуваних публіцистичних текстах репрезентують авторське бачення ситуацій, подій, осіб, є маркерами симпатії чи антипатії, тобто основою для відповідного сприйняття змісту повідомлення. Тому можна зробити висновок, що лексична система публіцистичного мовлення “характеризується реалізацією конотативних значень (периферійних чи одержаних за рахунок властивості інтенсифікації) і, значить, високим ступенем емоційної насиченості” [2, 34].

Отже, основне функціональне призначення газетного дискурсу полягає у залученні широкого кола громадян до проблем суспільного, соціального, політичного спрямування, спонуканні їх до суспільно-політичної діяльності, стимулюванні політичної активності, прагненні викликати адекватну реакцію на інформацію, переконанні, пропаганді певних поглядів тощо. У мовній структурі проаналізованого текстового матеріалу чітко простежується тенденція до поєднання нейтральних одиниць, що відповідають логіко-предметному способу викладу, та емоційно-експресивних засобів впливу на реципієнта.

#### Література

1. Бобровская Г. В. Газетный дискурс в проблемном поле коммуникативно-прагматической лингвистики [Электронный ресурс] / Г. В. Бобровская // Электронный научно-образовательный журнал ВГПУ “Грани познания”. – 2011. – № 4 (14). – Декабрь. – Режим доступа : [www.grani.vspu.ru](http://www.grani.vspu.ru).
2. Болгарева Н. А. Некоторые особенности реализации лексико-семантических средств в политическом дискурсе / Н. А. Болгарева // Семантические и стилистические проблемы текста. – М. : МГПИИЯ, 1983. – С. 21–35.
3. Загнітко А. П. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис / А. П. Загнітко // Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2007. – Т. 16. – С. 5–19.
4. Івкова Н. М. Фігури експресивного синтаксису в сучасній публіцистичній літературі : автореф. дис. ... к. філол. н. : 10.02.01 “Українська мова” / Н. М. Івкова. – Харків, 2007. – 19 с.
5. Навальна М. І. Динаміка лексики української періодики початку ХХІ ст. : [монографія] / М. І. Навальна. – К. : ВД Дмитра Бураго, 2011. – 328 с.
6. Озерова Н. Г. Міжмовна взаємодія в сучасному російському газетному дискурсі / Н. Г. Озерова // Мовознавство. – 2010. – № 4–5. – С. 40–46.
7. Пташник М. И. Система реноминативных приемов в современном публицистическом дискурсе (на материале русского, английского и испанского языков) : автореф. дисс. ... к. филол. н. : 10.02.19 “Теория языка” / М. И. Пташник. – Ростов-на-Дону, 2010. – 23 с.
8. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М. Н. Кожиной]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 696 с.
9. Стишов О. А. Динамічні процеси в суспільно-політичній лексиці й термінології сучасних мас-медіа / О. А. Стишов // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – К. : КДЛУ, 2000. – С. 341–347.

10. Чернышова Т. В. Некоторые подходы к стилистическому описанию языка современной газетной публицистики / Т. В. Чернышова // Человек. Коммуникация. Текст. – Барнаул : Изд-во Алтайского гос. ун-та, 1999. – С. 36–46.

#### **Анотація**

У статті характеризується лінгвостильовий аспект газетного дискурсу. Увага акцентується на особливостях побудови публіцистичного тексту в конкретній соціокомунікативній ситуації та специфічних засобах вираження синтаксичного, морфологічного та лексичного мовних рівнів.

**Ключові слова:** публіцистичний дискурс, газетний дискурс, публіцистичний текст, лінгвостильовий аспект.

#### **Summary**

Linguo-stylistic aspect of the newspaper discourse is characterized in the article. The author focuses on the peculiarities of the publicist text structure in a certain socio-communicative situation and specific means of syntactic, morphological and lexical language levels.

**Keywords:** publicist discourse, newspaper discourse, publicist text, linguo-stylistic aspect.

УДК 811.112.2'276.6(045)

**Слюсаренко О. В.,**

асистент,

Маріупольський державний університет

oxana.petrenko@outlook.de

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ ТЕРМІНІВ У ГАЛУЗІ РОБОТОТЕХНІКИ**

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями.** Переклад науково-технічної термінології вважається однією з найскладніших проблем у галузі перекладознавства та лінгвістики, бо терміни відносяться до лексики, яка постійно розвивається швидкими темпами, користується попитом у фахівців різних сфер і потребує особливої уваги. Науково-технічна лексика значно складніша за побутову і навіть ділову, вимагає достатнього рівня фахових знань, чіткості мислення та вмілого застосування. Тому виникають певні труднощі при їх перекладі, адже адекватний переклад є неможливим без додаткових знань, пов'язаних з походженням, класифікацією, функціонуванням та особливостями перекладу саме термінів. На сучасному етапі розвитку перекладознавства підвищена увага приділяється оптимізації перекладу термінологічних одиниць фахових мов. Добре знання та правильне володіння спеціальною технічною термінологією відкриває нові можливості поглибленого вивчення предмета, читаючи та сприймаючи фахову літературу. Зазначене вище зумовлює проблематику нашого дослідження.

#### **Аналіз основних досліджень і публікацій, присвячених даній проблемі.**

Протягом останніх років вітчизняними та зарубіжними лінгвістами активно розробляються питання проблеми утворення і перекладу (О. Білодід, Л. Білозерська, О. Вакуленко, А. Дяков, І. Квитко, Т. Кияк, О. Смирницький), проблеми перекладу термінів (Г. Агапова, Н. Александрова, О. Ахманова, І. Багмут, О. Баловнєва, А. Білецький, Л. Борисова, М. Брандес, О. Дуда, О. Іванова, В. Карабан, Б. Клименко,