

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

**Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства на тему:**  
«Фразеологічні одиниці в професійному мовленні: перекладацький аспект»

Студентки групи Па 58-23  
факультету германської  
філології і перекладу  
освітньої програми  
Перекладознавство:  
професійноорієнтований переклад  
(англійська мова і друга іноземна  
мова) за спеціальністю 035  
Філологія  
Цюри Оксани Олегівни

Допущена до захисту  
«\_\_\_» \_\_\_ 2024 року

Завідувач кафедри теорії і практики  
перекладу з англійської мови

\_\_\_\_\_ доц. Мелько Х.Б.  
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:  
доктор філологічних наук,  
доцент Шутова М. О.

Національна шкала  
Кількість балів:

Оцінка: ЄКТС

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

Department of Theory and Practice of Translation from English

**Master Degree Thesis in Translation Studies  
under the title:**

**“Phraseological units in professional speech: translation aspect”**

Group Pe 58-23  
School of German Philology  
Translation  
Educational Programme  
Translation studies: professionally  
oriented translation  
(English and Second Foreign  
Language)  
Majoring 035  
Philology  
Oksana O. Tsiura

Research supervisor:  
M. O. Shutova  
Doctor of Philology,  
Docent

Kyiv – 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ.....	6
1.1 Проблематика дослідження перекладознавства як науки.....	6
1.2 Перекладацькі стратегії у відтворенні фразеологічних одиниць.....	15
1.2.1 Особливості та специфіка перекладу фразеологічних одиниць.....	25
1.3 Класифікація фразеологізмів у професійному мовленні.....	31
Висновки до розділу I.....	32
РОЗДІЛ 2. ТИПОЛОГІЯ, ФУНКЦІЇ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ.....	34
2.1 Семантична класифікація фразеологізмів у професійному мовленні.....	34
2.2 Матеріали та методи перекладу текстів професійного спрямування.....	42
2.3 Прагматичні функції фразеологізмів професійної тематики.....	51
Висновки до розділу II.....	62
РОЗДІЛ 3. ВІДТВОРЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПЕРЕКЛАДІ ТЕКСТІВ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ.....	63
3.1 Способи еквівалентного перекладу фразеологізмів професійної тематики.....	63
3.2 Застосування перекладацьких трансформацій для збереження образності та експресивності фразеологічних одиниць.....	68
3.3 Способи відтворення термінологічної складової в перекладах фразеологізмів професійного спрямування.....	80
Висновки до розділу III.....	81
ВИСНОВКИ.....	83
АНОТАЦІЯ.....	86

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ.....	92
ДОДАТКИ	
Додаток А. Приклади перекладу фразеологізмів професійного спрямування (100 прикладів).....	95
Додаток Б. Співвідношення частоти використання фразеологізмів залежно від способів словотвору.....	113
Додаток С. Частота використання прийомів переказу у відсотковому співвідношенні.....	113
SUMMARY.....	114

## ВСТУП

Перекладознавство є однією з найбільш досліджуваних галузей науки, яка вивчає процес та явища перекладу. Тому дослідження способів і засобів відтворення фразеологічних одиниць в професійному мовленні є досить актуальною як для перекладачів, лінгвістів, науковців, так і для досвідчених філологів та навіть вчителів.

Розкриття сутності професійних ідіоматичних зворотів сприяє розумінню процесів та особливостей професійного мовлення, що дозволяє покращувати якість перекладів. А вивчення різних аспектів перекладознавства допомагає розробляти ефективніші стратегії та методи перекладу. Перекладацький аспект є ключовим важелем перекладу текстів, адже він враховує особливості культури перекладу, лексичні складові, граматичні структури, збереження стилю та передачі загальної інформації з мінімальним застосуванням трансформацій.

Фразеологізми часто стають символами певної культури, адже підібрати точний еквівалент при перекладі фразеологічних конструкцій іноді не так вже й легко. Саме ця унікальність і відрізняє їх від звичайних словосполучень, хоча іноді й призводить до помилки перекладача, коли той перекладає фразеологізм як звичайний вислів. В таких випадках проявляється професіоналізм, ерудованість та обізнаність перекладача. Хоча, наразі кількість фразеологізмів в мовах зростає, на що вказує статистика корпусів таких, як English-corpora (14: URL). Це сталося з розвитком суспільства, змінами в культурі та технологічним прогресом.

Що стосується перекладу професійного мовлення, то це особливий вид перекладу, вимоги до якого надзвичайно високі. При перекладі професійного мовлення важливо врахувати особливості мовного дискурсу, наявність фразеологічних структур та професійної термінології. Варто враховувати контекст та призначення тексту, адаптуючи мовлення до вимог аудиторії та конкретної ситуації. При цьому, зберегти структуру тексту, врахувати культурні особливості та вимоги замовника. Дослідження фразеологічних одиниць в

професійному мовленні під призмою перекладацького аспекту, зумовлено особливостями перекладу фразеологізмів в професійному мовленні, а також пов'язане зі змінами в мовах, які постійно відбуваються через поширення нових технологій у житті людини, а також входження до мови нових, як правило англomовних термінів, які описують нові досягнення людини.

**Теоретичною основою** дослідження слугували роботи Скрипник Л. (1973), в яких розглянуто класифікацію фразеологізмів, їхню типологію та структурно-семантичні особливості. Якобсон Р. (1959), Найда Ю. (1978) – розробляли питання еквівалентності та адекватності під час перекладу образних виразів. Баран Я., Зимомря М. (1991) – вивчали когнітивні аспекти фразеології та образного мислення; Гаврилюк А. П. (2011) – розглядали фразеологізми крізь призму міжкультурної комунікації. М.П. Кочерган (2001), Л.Г. Верба (2008) – досліджували труднощі відтворення фразеологізмів українською мовою.

Попри значні напрацювання, деякі аспекти залишаються недостатньо вивченими, тому виявлення особливостей лінгвістичного аналізу; дослідження мовленнєвої поведінки в професійному середовищі через призму культурних, історичних та соціальних аспектів; розкриття специфіки професійної комунікації та розширення методологічних засад вивчення фразеології в контексті перекладу залишається й досі **актуальним**.

**Метою** даної роботи є дослідження особливостей перекладу фразеологічних одиниць в професійному мовленні, їх вплив на лексичну та граматичну структуру речень.

**Основними завданнями** даної роботи є:

- дослідження теоретичних підходів у фразеології та дотримання ключових аспектів перекладу;
- уточнення ролі фразеологізмів у формуванні професійного дискурсу та їхній переклад;
- аналіз специфіки відтворення термінологічних фразеологізмів у різних галузях застосування;

- психолінгвістичні аспекти сприйняття перекладених фразеологізмів.

Для виконання поставлених завдань було використано такі теоретичні та практичні **методи дослідження**: метод теоретичного аналізу та синтезу наукових спостережень у галузі фразеології, метод фразеологічної ідентифікації, метод функціонального аналізу, зіставний та компаративний методи, дескриптивний метод.

У роботі **вперше** розглядаються фразеологізми саме професійного спрямування, досліджуються особливості перекладу термінологічних складових в перекладах професійного мовлення та співвідношення частоти використання фразеологізмів залежно від способів словотвору.

Вивчення перекладацького аспекту допомагає виявити культурні відмінності між мовами, що може впливати на вибір перекладацьких стратегій та термінології.

**Теоретичне значення результатів** роботи полягає у поглибленні розуміння взаємозв'язку між фразеологією та професійним мовленням, виявленню особливостей використання фразеологізмів у специфічних контекстах, а також аналізі труднощів та особливостей їхнього перекладу на практиці. У результаті такого дослідження можна очікувати поглиблене розуміння взаємодії мовних структур у професійних текстах та розробку ефективних перекладацьких стратегій.

**Практичне значення** роботи полягає у можливості використання результатів роботи під час занять з англійської мови; дисциплін з теорії і практики перекладу; для вивчення комунікативної культури носіїв мови; удосконалення навичок розуміння контексту спілкування. Результати дослідження також можуть бути використані як матеріал для написання кваліфікаційних робіт.

Результати дослідження було апробовано на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Германські мови (англійська, німецька)» у 2023/2024 навчальному році та зайняла III місце в даному конкурсі.

А також було представлено на міжнародній науково-практичній конференції “Ad orbem per linguas. До світу через мови”, в м. Київ 16 травня 2024 р. (с. 536).

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (59 позицій) та списку ілюстративних джерел (18 позицій) – загальною кількістю 77 позицій. Загальний обсяг роботи становить 114 сторінок, з них основного тексту – 84 сторінок, додатків (19 сторінок).



**РОЗДІЛ 1.**  
**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ**  
**ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ**  
**ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ В ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ**

**1.1 Проблематика дослідження перекладознавства як науки**

Перекладознавство як наука виникла досить давно, його витoki датуються ще V ст. н. е. В ті роки перекладами займалися лише люди знаті, адже отримати освіту було не так вже й просто. І хоч вивчення мов було розповсюдженим в вельможних на той час сім'ях – перекладати могли не всі.

Наприклад, історики стверджують, що говорячи про початок перекладацької діяльності у Великобританії, зазвичай згадують ім'я першого англійського поета Кедмона, який переказав частини сакрального письма з латини давньоанглійською мовою. Про це згадує Беда Преподобний у його «Церковній історії народів Англії», яка була першим вільним віршованим перекладом деяких частин Біблії (The Guarsian, 2013: 56).

Звісно, перекладознавство розвивалося в усіх країнах, тому що люди намагалися налагодити торговельні, військові, економічні зв'язки між державами. Багато країн завойовувалось, у зв'язку з цим змінювалися й особливості мов, їх граматичних структур та лексичний склад.

Змін мова зазнавала й в періоди технічних революцій, адже з'являлися нові винаходи, яким потрібно було дати певну назву.

Перекладознавство теж трансформувалося певним чином. Перекладачі намагалися як найточніше підбирати еквіваленти, враховуючи особливості культури країн, особливості лексики, граматики та емоційного забарвлення тексту, не завжди це вдавалося, проте згодом майстерність перекладу ставала все кращою і інколи текст від мови оригіналу до мови перекладу відрізнити було не можливо.

Верст Р. визначає перекладознавство як науку, що вивчає проблематику сучасного перекладу; дає рекомендації щодо особливостей перекладу текстів

різних жанрів і оптимальних способів і прийомів роботи головним чином з лексичним матеріалом, що представляє найбільші труднощі для перекладу (Verst, 2021: 58).

Спробуємо систематизувати окремі теоретичні підходи до визначення цієї науки. Так, наприклад, Ентоні Берджесс (1972) вважав, що переклад – це не механічне перенесення тексту з однієї мови на іншу, а творчий процес розуміння та інтерпретації вихідного тексту. На його думку, перекладач повинен прагнути зберегти не лише буквальний зміст, але й стилістичні, ритмічні та асоціативні особливості оригінального твору. Берджесс підкреслював, що завдання перекладача полягає у відтворенні відповідну форму вираження в мові перекладу, оскільки він виступає посередником між культурами (Burgess, 1972: 45).

Едвард Гарнетт наголошував на необхідності глибокого вивчення оригінального твору та його історико-культурного контексту. Він вважав, що перекладачі повинні прагнути відтворити не лише буквальний зміст, але й «дух» оригінального тексту. Гарнетт наголошував на важливості творчості та інтерпретаційної природи перекладу (Garnett, 1999).

Девід Мабіус звернув увагу на роль перекладача як «культурного посередника». На його думку, перекладач повинен не лише вільно володіти мовою, але й мати глибоке розуміння культурного контексту вихідного та цільового текстів. Мабіус вважав, що переклад може бути успішним лише за умови врахування мовних і культурних відмінностей (Mabius, 2006: 37-51).

Бетані Гуттенбергер наголошувала на важливості збереження авторського стилю та індивідуальності в перекладі. Вона підкреслила, що перекладачі повинні знайти баланс між доречністю оригінального твору та прийнятністю тексту для цільового читача. За словами Гуттенбергер, завданням перекладача є не дослівний переклад, а створення «функціонального еквіваленту» (Гуттенбергер, 2018: 124 – 142 ).

Загалом, ці англійські перекладачі представляють різні підходи до перекладу, зосереджуючись на таких аспектах, як творчість, розуміння контексту, збереження авторського стилю та культурне посередництво. Їхні погляди відіграли важливу роль у розвитку сучасної теорії та практики перекладу.

Існує твердження, що сам процес перекладу включений у комунікацію і становить її центральне ядро. Тому спілкування двома мовами є предметом науки про переклад. Будь-яка модель двомовної комунікації, накопичення знань про неї є предметом перекладознавства. Чим точніші методи дослідження спілкування двома мовами, тим надійнішою є теорія. Тому важливо вивчати не лише лінгвістичну частину предмета перекладознавства, а й предмет загалом (6: URL).

Загалом, перекладознавство вплинуло на світ різними способами, особливо в сучасному глобалізованому суспільстві. Наприклад, дослідження перекладу сприяло взаєморозумінню між різними культурами та національностями.

Ця наука дала можливість для обміну ідеями, літературою, науковими досягненнями та культурними цінностями. Завдяки перекладу, стало реальним здійснювати міжнародну торгівлю, співпрацю, дипломатію та інші види міжнародної діяльності.

Переклад робить інформацію доступнішою та зрозумілішою для людей різних культур. У дослідженнях перекладу значна увага приділяється науковим аспектам мови та культури, сприяючи розвитку лінгвістики та інших наук.

Перекладачі та дослідники перекладу роблять важливий внесок у галузі освіти та досліджень.

Також, дослідження перекладу важливі для розширення ринку програмного забезпечення, ігор, веб-сайтів та іншого вмісту.

Перекладознавство має важливе значення для розвитку міжнародних соціокультурних і політичних відносин.

Дана галузь допомагає виявити погляди та ставлення різних країн і культур, тим самим сприяючи дипломатії та розвитку міжнародної спільноти. Адже перекладач відіграє дуже важливу роль в переговорах, бо якась мінімальна помилка перекладача може спричинити непорозуміння між співрозмовниками. Таких випадків не багато, проте вони є коли помилка перекладача могла навіть спричинити конфлікти між людьми.

Один із відомих прикладів хибного перекладу, який спричинив серйозні наслідки, відбувся під час холодної війни між США та СРСР. Цей приклад стосується виразу "*We will bury you*" (*Ми поховаємо вас*), який був виголошений секретарем ЦК КПРС Нікітою Хрущовим під час зустрічі з західними дипломатами в 1956 році (16: URL).

Хрущов використав цю фразу, щоб висловити ідею про те, що комунізм зрештою переможе капіталізм і що соціалістична система стане панівною. Однак саму фразу англійською мовою можна інтерпретувати як загрозу або обіцянку насильства, і її використання викликало напругу та страх у західних країнах.

Отже, підбиваючи підсумок, можна зробити наступні висновки: перекладознавство є досить багатогранною наукою, яку часто лінгвісти та перекладачі трактують по-різному. Визначено, що переклад є важливою ланкою в багатьох сферах людської діяльності. Різноманітні види перекладу застосовуються в різних галузях враховуючи їхні індивідуальні особливості.

Переклад поєднує в собі розуміння тексту мовою оригіналу, вибір відповідних еквівалентів і відтворення вмісту цільовою мовою таким чином, щоб він відповідав оригінальному тексту з точки зору змісту, стилю та контексту. Переклад також передбачає врахування культурних і мовних відмінностей між мовами.

При виборі еквівалентів слів або виразів з вихідної мови для передачі сенсу у цільовій мові застосовують лексичну стратегію. Для збереження граматичної структури речень та коректне використання частин мови використовують

граматичну. А для передачі точного значення та ідей, врахування семантичних нюансів та контексту користуються семантичною стратегією перекладу.

На вибір перекладацьких стратегій впливає: тип тексту, використання особливої термінології, фразеологізмів, зворотів тощо. Враховуючи всі ці деталі перекладач має чітко підібрати та застосувати необхідні перекладацькі стратегії для певного тексту.

Розглянемо, перекладацькі трансформації застосовували відомі англійські перекладачі, для передачі текстів з однієї мови іншою.

Ентоні Берджесс активно використовував лексичні трансформації (особливо це можна спостерігати в «Мертвих душах» Миколи Гоголя (1923) - один з його найвідоміших перекладів української класики.): конкретизація, генералізація, модуляція значення, компенсація. Також, граматичні трансформації: заміна частин мови, перебудова синтаксичних структур, зміна типу речень. Стилiстичні трансформації також були присутні при перекладі в його роботі: заміна стилістичного реєстру, зміна емоційно-експресивного забарвлення. Перекладач вживав додавання пояснювальних елементів для передачі культурно-специфічних реалій (Burgess, 1972: 45).

Едвард Гарнетт ( в перекладі твору «Записки мандрівника» Гоголя (1928)) часто вдавався до: смислового розвитку, коли він вільно інтерпретував та переосмислював окремі елементи першотвору. Опущення, коли він вважав за доцільне вилучати другорядні або надмірні деталі. Антонімічного перекладу, коли він замінював твердження на його заперечення. Цілісної трансформації, коли він повністю перебудовував структуру речень чи абзаців (Garnett, 1999).

Девід Мабіус схилявся до послідовного використання: транскрипції та транслітерації для передачі безеквівалентної лексики, а також - описовий переклад, коли він роз'яснював значення культурно-специфічних реалій. Калькування для збереження синтаксичної структури оригіналу. Компенсацію, коли він вводив додаткові пояснення в інших місцях тексту. Проте, Маріус був

теоретичним перекладачем, а не практикуючим, тому він вивчав переклад як науку, не практикуючись на літературних творах (Mabius, 2006: 37 – 51 ).

Бетані Гугенбергер ( при перекладі твору «Маленькі жінки» (Little Women) авторки Луїза Мей Олкотт) застосовувала: лексичні трансформації, такі, як конкретизація, генералізація, модуляція. Граматичні трансформації: заміну форм числа, роду, способу дієслова (Гугенбергер, 2018: 124 – 142 ).

Перебудову синтаксичних структур для досягнення природності мови перекладу. Стилiстичну адаптацію, щоб узгодити тон, регістр, емоційне забарвлення.

Таким чином, ці видатні англійські перекладачі демонстрували майстерне володіння широким спектром перекладацьких трансформацій, обираючи оптимальні стратегії відповідно до особливостей першотвору та комунікативних потреб цільової аудиторії.

Стратегія перекладу надзвичайно важлива в процесі перекладу з однієї мови на іншу. Вони допомагають перекладачам здійснювати повну та ефективну передачу інформації між мовами.

Ось деякі аспекти важливості стратегії перекладу. По-перше, це використання відповідної стратегії перекладу дозволить досягти максимальної точності та відтворення сенсу вихідного тексту. Правильне використання стратегій допомагає зберегти стиль, тон і виразність вихідного тексту в перекладі.

По-друге, стратегії перекладу враховують контекст тексту, який є важливим для розуміння та точного відтворення інформації.

Також, деякі стратегії спрямовані на врахування культурних відмінностей, що є важливим аспектом уникнення непорозумінь і забезпечення відповідності перекладу. Використання оптимальних стратегій сприятиме ефективній комунікації між різними мовами та культурами. Вибір правильної стратегії допомагає гарантувати, що переклад відповідає потребам і розумінню аудиторії

цільової мови. Знання та правильне використання стратегій допомагає перекладачу підібрати найкращі еквівалентні слова та вирази (17:URL)

Перекладацький аспект - це аспект перекладу, який відображається у всіх етапах перекладу і включає різні аспекти та аспекти перекладу. Роль перекладацького аспекту полягає у забезпеченні точного та адекватного передавання змісту оригінального тексту в перекладі. Для досягнення цієї мети перекладач повинен враховувати культурні, історичні, соціальні та лінгвістичні контексти обох мов, а також вміти користуватися мовними засобами та технологіями перекладу. Перекладацький аспект також включає розуміння й інтерпретацію тексту, визначення відповідного стилю й форми передачі інформації, а також орієнтацію на аудиторію, для якої виконується переклад. Усі ці аспекти перекладу допомагають перекладачу досягти максимально точного та адекватного перекладу.

Феномен перекладацького аспекту пояснюється вченими по-різному. Одним із пояснень є концепція О. Мазур локалізації в перекладі, яка підкреслює роль обробки інформації в процесі перекладу (Мазур, 2021: 15). Мазур стверджує, що робота з інформацією відіграє вирішальну роль у перекладі та вважається провідним фактором у загальному процесі перекладу (Мазур, 2021: 15). Інша перспектива полягає в тому, що перекладацькі трансформації, такі як перестановка речень, сприяють досягненню еквівалентності перекладу. Вважається, що ці трансформації допомагають підтримувати цілісність і зміст вихідного тексту мовою перекладу (21: 6 URL). Загалом, науковці пропонують різний погляд на аспект перекладу, підкреслюючи важливість обробки інформації та застосування трансформацій перекладу.

Перекладацький аспект поділяється на три підаспекти: текстологічний, лінгвістичний та соціокультурний. Текстологічний аспект охоплює аналіз структури, жанру та дискурсу джерелового тексту, розглядає різноманітні текстові особливості та їх переклад на цільову мову. Лінгвістичний аспект, натомість, фокусується на мовних та граматичних структурах обох мов,

розглядає подібності та різниці між джереловою та цільовою мовами й шукає найкращий спосіб передачі значення з однієї мови на іншу. Нарешті, соціокультурний аспект враховує культурні та соціальні контексти обох мов і культур, розглядає культурні цінності, переконання та норми, які впливають на інтерпретацію і переклад джерелового тексту та як їх можна передати або адаптувати до цільової мови та культури. У цілому, врахування всіх аспектів перекладацького процесу є важливим для досягнення високоякісного і точного перекладу, який передає задумане в джереловому тексті і підходить аудиторії цільової мови ( Мун, 2001: 36).

Застосовуючи аспекти перекладу, слід враховувати кілька характеристик, щоб правильно перекласти перекладений текст, перекладач повинен добре розуміти контекст, у якому буде використовуватися текст. Наприклад, юридичні документи вимагають точності та точності, тоді як літературні документи можуть вимагати більшої творчості.

Щоб якісно перекласти текст, перекладачі повинні враховувати деталі та потреби цільової групи. Наприклад, переклад для дітей вимагає спрощення формулювань і використання більш зрозумілої термінології. Перекладачі повинні адаптувати стиль вихідного тексту до мови перекладу, враховуючи стилістичні характеристики мови перекладу.

Переклади художніх творів мають відображати літературну естетику мови, якою вони перекладаються.

Перекладачі повинні бути знайомі з культурними особливостями як вихідної, так і цільової мови. Це дозволяє точніше передати емоційні аспекти оригінального тексту та уникнути культурно невідповідної або образливої лексики.

Інструкції щодо перекладу мають бути послідовними, щоб уникнути неузгодженості та суперечностей у тексті. Наприклад, терміни чи назви, що повторюються, слід перекладати однаково.



Ці функції допомагають перекладачам створювати високоякісні та точні переклади, які передають зміст і зміст оригінального тексту.

Аспект перекладу відіграє кілька важливих ролей, які сприяють досягненню високоякісних і точних перекладів.

Завдання перекладу включають розуміння та інтерпретацію вихідного тексту, вибір і застосування стратегій перекладу, враховуючи лінгвістичні та граматичні особливості мови, а також враховуючи культурні нюанси та соціальний контекст, їх вплив на сприйняття та ефективну комунікацію. Це гарантує, що переклад є чітким, легким для розуміння, ефективним для аудиторії та відображає зміст оригінального тексту.

Розгляд цих ролей аспектів перекладу може допомогти перекладачам досягти високоякісних і точних перекладів, гарантуючи, що сенс і наміри передані, зрозумілі та актуальні для одержувача перекладу.

Базуючись на вище сказаному, можна зробити висновок, що перекладацькі стратегії – це невід’ємний аспект в перекладі, який впливає на його якість та еквівалентність. Які перекладацькі стратегії застосовувати перекладач вирішує індивідуально, проте без їх застосування досягти бажаного перекладу – не можливо, адже всі мови різні і підібрати точний дослівний переклад без змін, майже нереально. Особливо це стосується перекладу фразеологізмів, переклад яких потребує зусиль, знань культурного середовища та особливостей мови.

До того ж, аспект перекладу є істотним і важливим елементом у процесі перекладу тексту. Це допомагає перекладачам перекладати зміст і емоції вихідного тексту на цільову мову, враховуючи лінгвістичні, граматичні та культурні особливості, забезпечуючи якість, точність і ефективність перекладу. Знання та вміння користуватися перекладом важливі для всіх перекладачів і допомагають забезпечити успішне спілкування між людьми з різним мовним і культурним походженням.

## 1.2 Теоретичні аспекти перекладацьких стратегій в відтворенні фразеологічних одиниць

Фразеологія - наука про вивчення лексичних одиниць, стійких слів або виразів, що набули власного значення, часто відмінного від свого безпосереднього значення (Баран, 1999: URL).

Фразеологія вивчає не лише самі вислови, а й їхнє походження, використання в різних контекстах і роль у формуванні мовлення. Це включає аналіз лексики слів, їх класифікацію та пояснення значення словесних одиниць. Він також розглядає зміни у значенні та використанні ідіом у різні історичні періоди та соціокультурні контексти.

Фразеологія є важливою галуззю лінгвістики, яка допомагає нам зрозуміти особливості мовного вираження, культурні нюанси мови та зв'язок між мовою та суспільством.

Вивчення фразеологізмів відіграє важливу роль в адекватному та еквівалентному перекладі, відображаючи національний колорит та передаючи смислові відтінки.

Фразеологія є важливою та важливою в професійному мовленні. Фразеологічні одиниці, такі як вирази, приказки, афоризми та ідіоми, не лише мають великий вплив на культуру та традиції певного народу, але й є життєво важливими для ефективного спілкування на робочому місці.

По-перше, фразеологічні вислови часто представляють тривалий досвід команди чи професійної групи. Вони постійно використовуються для передачі специфічних ідей, які можуть бути складними для передачі іншими мовними засобами. Наприклад, фразеологізми, такі як *купити на максимумі* або *продавати на мінімумі*, використовуються в фінансовій сфері для опису стратегічних підходів до інвестування (22: URL). Адекватним перекладом даної ідіоми англійською буде *'buy at the top, sell at the bottom'*.

По-друге, фразеологія полегшує професійне спілкування. Вона допомагає фахівцям спілкуватися, що підвищує точність і зрозумілість обміну

інформацією. Наприклад, лікарі в медицині використовують фразеологічні вирази, такі як *клінічна картина* – ‘clinical picture’ чи *діагноз за виключенням* – ‘diagnosis of exclusion’, щоб швидко описати стан хворого (CD: URL).

По-третє, фразеологія сприяє формуванню професійного іміджу та підкресленню професійних здібностей. Люди, які мають широкий спектр фразеологічних висловів, часто вважаються більш досвідченими та компетентними у своїй галузі. Вплив на колег, клієнтів або партнерів залежить від того, наскільки добре ви використовуєте фразеологію.

Таким чином, фразеологія відіграє важливу роль у формуванні спільної мовної культури, полегшенні спілкування та підвищенні професійної ефективності. Щоб досягти успіху в кар’єрі в будь-якій сфері діяльності, важливо мати вміння правильно використовувати фразеологічні вирази.

Професійне спілкування часто відбувається в обмеженому часі та вимагає точної та чіткої передачі інформації, тому використання фразеології стає особливо важливим. Замінюючи довгі пояснення короткими й зрозумілими фразами з великим семантичним обсягом, фразеологічні вирази дозволяють уникнути непотрібних пояснень.

Крім того, фразеологія професійного спілкування сприяє розвитку ділових відносин. Використання відомих фразеологічних виразів може позитивно вплинути на співрозмовника, оскільки це демонструє спільну мовну культуру та відповідає стандартам професійного спілкування (18: URL).

Фразеологія також може бути емоційною. Використання певних фразеологічних висловів може підкреслити важливість або невизначеність обставини чи додати мовлення кольору та емоційності. Наприклад, використання фраз, таких як *знайти спільну мову* – ‘find common ground’ або *завдати останній удар* – ‘deliver the final blow’, може допомогти підкреслити стратегічний характер розмови (CD: URL). Таким чином, фразеологія професійного спілкування відображає культурні, комунікативні та емоційні елементи спілкування, а не просто словосполучення щоденного вжитку. Щоб

досягти успіху в різних сферах діяльності, а також покращити якість спілкування, зміцнювати професійні зв'язки, необхідно уміти правильно використовувати фразеологію.

Фразеологія професійного спілкування також допомагає співробітникам стати більш обізнаними та об'єднатися в певному професійному колективі. Використання певних фразеологізмів чи термінів може бути своєрідним «мовним кодом», який відрізняє фахівців у конкретній галузі один від одного. Це стимулює внутрішнє спілкування, покращує корпоративну культуру та підвищує відчуття належності до спільного робочого середовища.

Фразеологія також може мати психологічний вплив на професійне мовлення. На настрій, мотивацію та емоційний стан співрозмовників можуть впливати слова, які вже мають певне значення та асоціації. Наприклад, під час обговорення складних ситуацій чи роботи над проектами використання позитивно забарвлених фразеологічних виразів може підняти настрій співробітників (Natim, 2004: 95).

Зрештою, фразеологія є важливим компонентом культурного, соціального та психологічного середовища професійного спілкування, щоб спілкуватися правильно та ефективно. Вміння правильно використовувати фразеологію не тільки допомагає досягати цілей, але й сприяє покращенню взаєморозуміння, підвищенню мотивації та створенню позитивного та продуктивного робочого середовища.

Фразеологізми відображають національний колорит і культуру мови. Тому, при перекладі важливо знайти відповідний фразеологічний еквівалент в цільовій мові.

Фразеологічні вирази в професійному мовленні мають потужний комунікативний потенціал, допомагаючи створити зрозумілі та компактні повідомлення. Крім того, вони відображають традиції та особливості певної професійної галузі, що сприяє формуванню корпоративного мовленнєвого стилю.

Перекладацька трансформація – це основне знаряддя втілення адекватного перекладу. Перекладацька трансформація – це спосіб перекладу, за допомогою якого перекладач перетворює форму вихідного тексту, зберігаючи його зміст, для створення точного і достовірного перекладу.

Ф. Хаузхольдер називає ідіому основною одиницею, з якої складаються речення. Ідіома - це слово, яке Ч. Хоккет використовує для опису таких синтаксичних і лексикографічних явищ, значення яких неможливо визначити з їх структури (22: URL). “Властивість мовних одиниць формувати цілісне значення не з суми значень їхніх складників або незалежно від них” означає ідіоматичність у найбільш загальному розумінні О. Селіванової. Тому, ідіоми є одиницями постійного контексту, які мають цілісне значення.

Саме тому в перекладі так важливо застосовувати різні перекладацькі стратегії для досягнення найкращого результату.

Дослідження перекладацьких стратегій привертає увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних лінгвістів. Так, Дж. Холмс у своїй роботі «Категорії перекладу: Порядок, контекст та стратегія» глибоко аналізує різні підходи до вибору стратегій у перекладі. Вона розглядає контекстуальні та когнітивні аспекти цього процесу, намагаючись визначити оптимальний спосіб відтворення змісту та інтонації в перекладі. В даній роботі, Холмс представляє своє бачення на різні види перекладу та вивчає стратегії їх використання (Холмс, 1988: 44).

В дослідженнях М. Бейкер актуалізовано культурологічний підхід до перекладу. Вона підкреслювала важливість врахування культурних відмінностей та контексту при перекладі. Особливо ця тема розкрита в її роботі “Поняття про переклад”, де Бейкер аналізує переклад як культурно зумовлений процес комунікації, а не просто лінгвістичну діяльність (Baker, 2018: 40) . Вона розглядає питання культурного перекладу та стратегій, спрямованих на досягнення взаєморозуміння між різними мовами та культурами. Роботи Бейкер сприяли усвідомленню того, що адекватний переклад потребує не лише мовної, а й міжкультурної компетентності перекладача (Baker, 2018: 40).

В своїй роботі «Культурний переклад та інтерпретація» питання стратегій в перекладі висвітлив також Ігнаціо Лоредано. Лоредано - іспанський перекладач та дослідник. Ця книга зосереджена на аспектах культурного перекладу та стратегіях взаєморозуміння між мовами та культурами (Лоредано, 2012: 45).

Як бачимо, перекладацькі стратегії – досить актуальна тема для вивчення, особливо серед перекладачів. То що ж таке поняття перекладацькі стратегії і як та коли вони застосовуються?

Стратегії перекладу - це методи, прийоми та підходи, які використовують перекладачі для вибору найкращого виразу цільовою мовою під час перекладу текстів вихідною мовою. Ці стратегії визначають, як перекладачі приймають рішення щодо вибору слів, структури речень, граматики та інших елементів мови ( Швачко, 2011: 79).

Стратегія перекладу розглядається Михайленком О. А. в статті «Поняття «перекладацькі стратегії» як складова стратегічної компетентності» як процесуальне явище: етапи та способи діяльності перекладача з вирішення конкретного перекладацького завдання для досягнення основної мети (тобто створення оригінального тексту), в якому функціональні переваги оригінального тексту полягають у збереженості, що вважається стандартним перекладним еквівалентом певного тексту (17:URL).

Такі науковці, як Матузкова О.П., Гринько О.С., Горбатюк Н.О. досліджували різні типи перекладацьких стратегій, вони зазначили, що серед них: лексичні, граматичні, синтаксичні, семантичні, контекстуальні, прагматичні, адаптація до певного культурного середовища і багато інших (16: URL).

Вважаємо, що адекватний переклад ідіом з мови оригіналу залишається найбільшою проблемою. Переклад є свідомою лінгвопсихоментальною діяльністю перекладача як рекреативна система, яка використовує дві фази

перетворення в одному перетворювальному процесі: аналіз оригінального тексту та створення тексту-перекладу на основі цієї аналізу.

У першому етапі перекладач повинен «рефлексивно розуміти світ смислів адресанта оригінального тексту, його програми інтерпретації для читача оригіналу, ступеня цінності текстової інформації та її зв'язку з вихідною культурою та буттям». Наступним кроком є порівняння внутрішньої думки перекладача з кодом мови, яку він використовує, з огляду на широкі межі культури та внутрішнє буття етносу (Гомзякова, 2005: 28).

Переклад - це тип мовного посередництва, який повністю зосереджений на оригіналі. Переклад є іншомовною формою існування повідомлення, у якому зберігається оригінальний текст. Перекладники прагнуть забезпечити такий рівень міжкультурної комунікації, при якому тексти, написані в мові реципієнта, можуть використовуватися як повна заміна оригіналу в комунікації, а реципієнти перекладу можуть ототожнюватися з оригіналом у змістовних, структурних і функціональних відношеннях (Коваленко, 2021: 34).

Отже, вибір перекладацьких стратегій перекладачем на пряму має залежати від особливостей фразеологічної одиниці, дотримуючись передачі адекватного перекладу ідіоми на іншу мову- важливо зосередитися на оригіналі тексту мови перекладу (31: URL).

Переклад, який є достатнім, має забезпечити як змістову, так і практичну відповідність, не порушуючи стандартів, є точним і не містить неприпустимих перекручувань змісту. Оцінка адекватного перекладу ґрунтується на ідеї повноцінності перекладу, яка передбачає створення функціональних відповідників у мові перекладу та передбачає рівновагу між змістом і формою. Неможливо дослівно передати окремі частини цілого як повну передачу (Бондаренко, 2011: 271). Для досягнення максимальної адекватності при перекладі ідіоматичних виразів з англійської на українську мову перекладач повинен вміти скористатися різними видами перекладу:

Еквівалент, тобто наявний в українській мові адекватний фразеологічний зворот, що співпадає з англійським за змістом і за образною основою.

Аналог, тобто такий український стійкий зворот, який за значенням адекватний англійському, але образно повністю або частково відрізняється від нього.

Розробка концепцій еквівалентності, визначення типів еквівалентності та факторів їхнього балансу при перекладі, визначення перекладацьких стратегій, аналіз методів прагматичної адаптації при перекладі, виявлення та помилок при перекладі, методи компенсації лакун тощо є основними проблемами сучасного перекладознавства.

Для вирішення цих завдань перекладознавство використовує загальнолінгвістичні методи, а також створює свої власні: трансформаційний і дистрибутивний аналіз, герменевтичний метод (метод тлумачення глибинного смислу текстів і їхніх перекладів шляхом дослідження структури й семіотичної природи мови, вивчення історичних, філософських, релігійних та інших даних, пов'язаних із конкретним типом літературного твору) (8: URL).

Переклади є творчими та інформаційними. Переклад ідіоматичних виразів вимагає творчості. Фонові знання перекладача мають вирішальне значення, оскільки переклад сталих виразів неможливий без достатньої ерудованості та знань у різних сферах життя людини. Відтворення єдності змісту та форми оригіналу іншою мовою називається адекватним перекладом.

Описовий переклад – передача сенсу англійського звороту вільним словосполученням. Він застосовується тоді, коли в українській мові відсутні еквіваленти та аналоги.

Антонімічний переклад – передача негативного значення за допомогою стверджувальної конструкції або навпаки.

Калькування – застосовується в тих випадках, коли перекладач хоче виділити образну основу фразеологізму, або коли англійський зворот не може бути переведений за допомогою інших видів перекладу.



Комбінований переклад. У тих випадках, коли український аналог не повністю передає значення англійського фразеологізму або ж має інший специфічний колорит місця і часу, дається калькований переклад, а потім йде описовий переклад та український аналог для порівняння (Карабан, 2004: 67).

Перекладаючи сталі вирази, важливо пам'ятати, що спочатку потрібно точно передати їхній сенс і стилістичну забарвленість. Принцип наявності або відсутності постійного поєднання слів вихідної мови в мові перекладу є методологічною основою більшості робіт, присвячених перекладу таких одиниць (6: URL).

Еквіваленти можуть бути відносними або абсолютними. У всіх аспектах граматики, лексики та стилю абсолютні еквіваленти сталих словосполучень збігаються з оригіналом. Відносні еквіваленти сталих словосполучень, які повністю збігаються за значенням і стилістичним маркуванням з першим словом, мають деякі розбіжності з першим словом. Ці розбіжності можуть бути лексичними або граматичними (категорія числа, порядок слів та ін.) (Бейкер, 2020: 14).

У процесі ознайомлення з ідіоматичними висловлюваннями можна використовувати два види семантизації: перекладні та безперекладні. Однослівний переклад, багатослівний переклад, пофразовий переклад, пояснення значення або пояснення ідіоми рідною мовою є кількома способами перекладу англійських фразеологічних одиниць. Наочна семантизація - це демонстрація малюнків, картин, жестів; мовна семантизація - це використання контексту, ілюстративних речень, зіставлення однієї ідіоми з іншою, яка відома раніше; дефініція - це опис значення фразеологічного виразу за допомогою уже відомих слів (Гутгунбергер, 2018: 124 – 142).

Поділяємо думку Зорівчак Р. П. щодо основних типів перекладу ідіом: Дослівний переклад (слово в слово, відповідає першоджерелу або мові оригіналові; абсолютно точний, буквальний). Це своєрідний влучний вислів, що

стисло та образно передає думку й став загальноживаним. Наприклад, *time is money* час – це гроші (Радзієвська, 2011: 273).

Під час вивчення ідіоматичних одиниць на заняттях англійської мови зі студентами закладів вищої освіти варто наголосити, що такий спосіб може бути застосований в тому випадку, якщо в результаті калькування отримаємо вираз, образність якого легко сприймається українським читачем та не створює враження непридатності загальноприйнятим нормам української мови.

Іноді при дослівному перекладі англійської ідіоми використовують вставні слова: як говориться, як кажуть; ніби підкреслюючи цим, що ідіома перекладена дослівно. Дослівний переклад не використовує готові ідіоми, які є у мові перекладу, а кожного разу створює нове образне сполучення зворот, чужий рідній мові, хоча і зрозумілий (Швачко, 2011: 78 – 83).

Еквівалентно-повний переклад. У мові перекладі наявний ідіоматичний вираз із таким самим значенням, як і у мові оригіналу. Тобто такий еквівалент, який повністю відповідає не лише значенню фразеологізму мови оригіналу, але і його внутрішній формі. Наприклад, *from rags-to-riches* – ‘з грязі в князі’; *a leopard cannot change its spots* – ‘горбатого могила виправить’; *whatever floats your boat* – ‘чим би дитя не бавилось, аби не плакало’.

На такий тип перекладу, як на найбільш адекватний, варто звертати увагу студентів закладів вищої освіти, що опановують англійську мову.

Серед типів існує еквівалентно-неповний – цей спосіб полягає у пошуку відповідного еквівалентного сполучення у мові перекладі з таким же значенням, але з іншою внутрішньою формою. Наприклад, *to jump down someone's throat* – ‘перебити, “заткнути” рота’; *put by for rainy day* – ‘відкласти на чорний день’; *break the ice* – ‘розрядити атмосферу’; *fire questions at sb* – ‘“закидати” когось запитаннями’.

Як свідчить наш практичний досвід у сфері перекладання ідіоматичних одиниць, кількість образних ідіом, які співпадають по змісту та образності в англійській та українській мовах, порівняно невелика. Значно частіше виникає

необхідність використовувати українську ідіому, аналогічну за змістом англійській, але в основі інший образ.

Що стосується описового перекладу, то даний тип використовується у тих випадках, коли вищеназвані способи неможливі, однак при ньому зникає своєрідність, образність та емоційність. Наприклад, *dark horse* – ‘невідомий раніше кандидат’; *piece of cake* – ‘щось дуже просте, що не вимагає зусиль’; *crunch time* – ‘найбільш напружений час перед складанням проєкту, екзамену’.

Якщо англійська ідіома не має в українській мові еквіваленту або аналогу, а дослівний переклад міг би привести до малозрозумілого буквалізму, перекладачеві необхідно відмовитись від передачі образності та використовувати описовий переклад – з поясненням змісту ідіоматичні одиниці за допомогою вільного сполучення слів (Радзієвська, 2011: 273).

Переклад ідіоматичних виразів залежить від контекстуальних замінів. Перекладач намагається знайти таку українську ідіому, яка точно передає зміст у певному контексті, незважаючи на те, що вона не відповідає значенням англійської (б: URL). Наявність або відсутність національного забарвлення також впливає на вибір методів перекладу ідіоматичних одиниць. Переклад англійських ідіом має враховувати образний, наочний, емоційний, стилістичний та етнічний аспекти.

У професійному оточенні фразеологія допомагає ефективно виражати концепції, уникати двозначностей та допомагає забезпечити високий рівень точності та зрозумілості в спілкуванні.

До того ж, ідіоми можуть підвищити авторитет і професійний статус оратора, демонструючи знання жаргону та мовних норм.

Отже, прагматика технічних термінів не лише виражає мовні особливості певного предмета, а й сприяє оптимізації спілкування, роблячи його ефективнішим і зрозумілішим, адаптуючи його до своїх вимог.

### **1.2.1 Особливості та специфіка перекладу фразеологічних одиниць**

Фразеологія - унікальне явище, своєрідна скарбниця будь-якої мови. Це образно-стійкі вислови, які надають мовленню неповторного колориту, емоційності та виразності. Вони роблять нашу мову барвистішою, яскравішою та цікавішою.

Мовознавство органічно пов'язане з побутом і народною мудрістю. Завдяки образним виразам, воно розвивається, збагачується, набуває оригінальності та неповторності. Фразеологія допомагає стисло й точно передавати думки та підсилює емоційний вплив сказаного.

Свій внесок в розвиток фразеології зробили такі видатні вчені, як, Л. Г. Скрипник, Г.М. Удовиченко, Денисенко, В.І. Лавер, О.П., Пророченко Л. Г. Скрипник, Р. Мун та інші. Відповідні дослідження цих науковців охоплюють різні аспекти фразеології. Дослідження мовознавців представлені у структурно-семантичному та функціонально-стилістичному аспектах.

Серед особливостей фразеологізмів дослідники, серед яких Р. Мун, в книзі виділяють такі: стійкість складу та структури - фразеологізм відтворюється у мовленні як готова мовна одиниця; цілісність значення - значення фразеологізму не виводиться зі значень його компонентів; образність - в основі фразеологізму лежить певний образ, який реалізує його внутрішню форму; експресивність - фразеологізми мають певне стилістичне забарвлення та емоційно-оцінне значення; відтворюваність - здатність фразеологізму повторюватися в мовленні, залишаючись єдиним за складом і значенням (Мун, 2001: 34).

Л.Г. Скрипник в своїй книзі "Фразеологія української мови" досліджує фразеологічні одиниці української мови, їхнє походження, значення, структуру та особливості вживання, тому його робота є важливим внеском в фразеологію як для мовознавців, так і для перекладачів. Скрипник застосовував Етимологічний аналіз для дослідження походження фразеологізмів, пов'язаних з історією, культурою, побутом українського народу. Адже, так важливо в перекладі ( з української на англійську і навпаки) правильне трактування тієї чи

іншої фразеологічної одиниці мови для створення найточнішого перекладу (Скрипник, 1973: 120 – 134 ).

Серед важливих мовознавчих аспектів діяльності такого науковця, як Г. М. Удовиченка було розроблення теоретичних засад фразеології української мови, а також її лексикографічної інтерпретації. Серед підходів до вивчення фразеології він застосовував структурно-семантичний аналіз, досліджуючи будову, моделі, семантику та внутрішню форму фразеологізмів (21: URL)

Відомий український лінгвіст, фразеолог та лексикограф Денисенко В. І. в своїй науковій діяльності при вивченні фразеологізмів використовував системний підхід, розглядаючи фразеологічні одиниці як цілісну системи з внутрішніми зв'язками, семантичними полями та структурно-граматичними моделями.

Серед іноземних науковців, які досліджували фразеологію варто виділити Майкла Генрісона, який став відомим завдяки своїй роботі у галузі англійської фразеології. Він досліджував походження та етимологію фразеологізмів, а також їхнє вживання в сучасній англійській мові.

Дослідження інтернаціональних фразеологізмів та їхні значення було проведене співавтором “Cambridge International Dictionary of Idioms”, Джоном Сімпсоном.

Хью Маккрей, відомий своїми дослідженнями у галузі семантики фразеологізмів та їх використання в англійській мові.

Те, як вчені підходять до формулювань, залежить від їхніх наукових інтересів і методів дослідження. Деякі дослідники прагнуть вивчити походження та етимологію ідіом і розкрити їх історію та еволюцію в мові. Інші зосереджуються на семантиці та значенні ідіом, розкриваючи їх відтінки та вживання в різних контекстах. Деякі вчені, аналізували роль ідіом у мовному спілкуванні та їхній вплив на розуміння та виразність мовлення. Дослідження фразеологізмів включає також вивчення їх використання в різних мовних жанрах і стилях. Загальний підхід включає аналіз фразеологічних одиниць як важливого

компонента мовлення, що сприяє збагаченню та розширенню їх мовних можливостей.

Розглянемо таке поняття, як експресія - це складна стилістична категорія, яка проявляється як інтенсифікація виразності повідомлюваного. Це більше, ніж просто емоційна якість мовлення, яка дозволяє йому набувати стилістичної маркованості та передавати нетривіальний зміст (Бондаренко, Радзівська, 2011). Вона також ґрунтується на різноманітних психічних, соціальних і лінгвістичних факторах. Як зазначає В. Колінз (35: URL), вивчаючи ідіоми, ви завжди стикаєтеся з двома найважливішими проблемами. У першу чергу виникає проблема походження. Піарсел Сміт стверджує, що навіть кваліфіковані фахівці не можуть пояснити значення численних ідіоматичних виразів (Halliday, 2013: URL). Також, існує проблема, пов'язана зі зв'язком між місцем походження та місцем використання. Часто стає необхідним визнати, що зв'язок між походженням і значенням не є відомим, коли вивчається ідіома, значення якої зрозуміло і широко використовується правильно (Мабіус, 2006: 45). Дж. Сейдл та У. Макмарді розділили ідіоми на три категорії: фіксовані ідіоми, які не можуть змінюватися зовсім; ідіоми, де деякі частини є фіксованими, але інші частини вільні; і ідіоми, де лише нефіксовані частини можуть змінюватися (Сейдл, Макмарді, 1983: 57 – 58).

До даних класифікацій можна додати ще класифікацію ідіоми за граматичною структурою, періодом виникнення, та за темою (Герцовська, Шпеник, 2021: 27 – 39).

Дана класифікація є досить обґрунтованою з точки зору лексикології та граматики. Для підтвердження даних даних було застосовані такі дослідницькі аналізи: дистрибутивний аналіз, герменевтичний метод, структурний, лінгвокультурний, етимологічний та інші.

Одним із поширених підходів до класифікації фразеологізмів є розгляд їхньої граматичної структури. Зазвичай виділяють субстантивовані (*busy as a*

*bee*), прикметникові (*easier say than done*), дієслівні (*to kill two birds with one stone*), прислівникові (*in the blink of an eye*) фразеологізми.

Фразеологізми можна також групувати за часом виникнення, виділяючи давні (*to show one's true colors*), сучасні (*couch potato*) або запозичені з інших мов (скільки від фр. *coup de grâce*) (3: URL). Це дозволяє простежити історичний розвиток фразеологічного фонду мови.

Фразеологічні одиниці часто групують у тематичні розряди, що відображають різні сфери людської діяльності та понятійні області. Наприклад, можна виділити фразеологізми, пов'язані з емоціями (*to have a broken heart*), особистісними характеристиками (*a square peg in a round hole*), міжособистісними стосунками (*to see eye to eye*) (3: URL).

Наприклад в даному дослідженні ми групуємо фразеологізми професійного спрямування на сфери їх вжитку: юридична, медична, економічна тощо. В цьому нам допомагає семантичний аналіз.

Фразеологізми яскраві та емоційно виразні, вони грають на образах та асоціаціях (*a dog's dinner* – 'хаос'; *sell like hot cakes* – 'швидко розходитися') (3: URL).

Крім того, містять культурну конотацію і відсилають до прецедентних явищ: висловів письменників, Біблії, історичних подій, фольклору (*the golden age* – 'період великого процвітання'; *Adam's apple* – 'виступ у горлі') (7: 403).

Ідіоми лаконічно виражають складні ідеї та поняття: *to add insult to injury* – 'ще більше погіршити ситуацію'; *once in a blue moon* – 'дуже рідко'.

Також, вони надають можливості для яскравої стилістичної характеристики, використовуються для створення комічного ефекту, гумору, сатири, іронії (*a bone of contention* – 'предмет суперечки'; *mutton dressed as lamb* – 'літня людина, яка намагається здаватися молодшою') (EC: URL).

Особливості вживання фразеологізмів у професійному спілкуванні англійською мовою є невід'ємною частиною ефективної взаємодії в різних сферах. Вони є надзвичайно важливими для професійного дискурсу з кількох

причин. Фразеологізми у професійному англійському дискурсі дозволяють точно передати значення чи концепції, які важко виразити іншими словами. Наприклад, у фінансовому секторі такі фразеологізми, як *cutting corners* (економія на якості) (9: 346) або *sharpening the edge* (досягнення бажаного результату) мають особливе значення для бізнесу (3: URL).

Крім того, фахівці з різних країн і культур краще спілкуються за допомогою фразеологізмів у професійному дискурсі. Багато фразеологізмів мають глибоке культурне коріння, тому їх використання може виражати спільні цінності та покращувати взаєморозуміння між носіями різних національностей.

Фраземи в англійському професійному дискурсі також можуть виконувати стилістичну функцію, надаючи мові професіоналізму та елегантності. Використання виразів, характерних для певної сфери або професії, може підкреслити досвід і знання мовця, покращити його імідж і стосунки з колегами.

Таким чином, фразеологізми в англійському професійному дискурсі відіграють важливу роль у полегшенні комунікації, точній передачі змісту та підвищенні рівня професійної взаємодії. Вони створюють спільну для всіх мовну культуру та дозволяють ефективно використовувати мовні ресурси для досягнення успіху в різних сферах.

Фразеологізми часто використовуються в англійському професійному дискурсі для створення образності та виразності мовлення. Вони роблять мову більш живою та цікавою, допомагають уникнути монотонності та нудьги під час спілкування.

До того ж, такі фразеологізми можуть відображати особливості певних професій або галузей. Багато виразів добре відомі завдяки тому, що вони використовуються в певних професійних контекстах. Це означає, що розуміння конкретних ситуацій є життєво важливим. Наприклад, у сфері інформаційних технологій часто використовується фразеологічний вираз, який означає *виправляти помилки програмного коду* – ‘debug the code’, що має особливе значення для інженерів і програмістів (Бондаренко, 2011: 271 – 277 ).



Використання фразеологізмів у професійному англійському мовленні також включає їх використання в професійних термінах і виразах. Багато фразеологізмів є важливою частиною термінології в певних областях, що дозволяє експертам зрозуміти одне одного без додаткових пояснень. Фразеологізми такого типу полегшують ефективніший обмін інформацією та гарантують, що фахівці мають однакове розуміння понять.

Фразеологізми, які використовуються в англійському професійному мовленні, також мають різні рівні формальності та стилістичного використання. Деякі фразеологізми є надзвичайно формальними і використовуються в офіційних документах, професійних презентаціях або звітах уряду. Наприклад, можна використовувати фразу *взяти до уваги* - 'take into account' (*брати до уваги*) у формальних контекстах. З іншого боку, існують вирази, які використовуються в розмовному стилі спілкування, які не такі формальні, як, наприклад, *думати про щось* - 'have something on your mind' (3: URL).

Крім того, важливо пам'ятати, що залежно від мовної культури та традицій фразеологізми можуть відрізнятися на місцевому або національному рівні. Фразеологізми в англійській мові можуть відрізнятися в залежності від країни чи регіону, оскільки англійська мова є міжнародною. Наприклад, у Великобританії можуть використовуватися різні вирази, ніж у США чи Австралії, що варто враховувати при професійному спілкуванні з людьми, які говорять у різних країнах, які говорять англійською мовою (30:URL).

Таким чином, фразеологізми в англійському професійному мовленні є важливими для забезпечення ефективної комунікації, відображення особливостей різних професій і галузей, а також збереження ідентичності та професійного статусу. Фахівці можуть ефективно спілкуватися в своїй галузі та вести ефективні розмови з колегами та клієнтами, якщо вони володіють фразеологізмами.

### 1.3 Класифікація фразеологізмів у професійному мовленні

Фразеологізми - це стійкі словосполучення, які мають цілісне значення, відмінне від буквальної суми значень їх компонентів. Їх можна класифікувати за різними критеріями ( 6: 15-17).

За семантичною цілісністю та мотивованістю Л.Г. Скрипник поділяла фразеологізми на ідіоми, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення. Ідіоми (наприклад, *to kick the bucket* – ‘померти’) - це абсолютно нерозкладні стійкі звороти з цілком переосмисленим значенням ( Скрипник, 1973 : 45 – 48 ). Фразеологічні єдності (*to shed crocodile tears* – ‘ прикидатися засмученим’) частково мотивовані компонентами. А у фразеологічних сполученнях (*to launch a campaign*) один компонент вжитий у фразеологічно пов’язаному значенні (Скрипник, 1973 : 45 – 48).

За походженням і сферою вжитку Р. Мун поділяла загальноновживані (*once in a blue moon*), професійні чи термінологічні (*to lose one’s bearings*) та діалектні фразеологізми ( Мун, 2001: 34 – 37 ).

За стилістичним забарвленням фразеологізми можуть бути розмовними і фамільярними (*not to have a clue*), а також книжними та літературними (*to tilt at windmills*).

За структурою П. Бейкер поділяв фразеологізми на фразеологічні зрощення (*kick the bucket*), абсолютно нерозкладні й немотивовані для сучасного мовця; фразеологічні єдності (*rain cats and dogs*), які частково мотивовані та можуть трансформуватися; фразеологічні сполуки (*white lie*) - стійкі структури з одним ідіоматичним компонентом; та фразеологічні вирази (*to kill two birds with one stone*) - аналітичні конструкції ( Baker, 2019: 46 – 51 ).

Дана класифікація допомагає глибше зрозуміти природу фразеологізмів, їх утворення, мотивованість, емоційно-експресивне забарвлення та сфери використання в різних функціональних стилях мови. Це необхідно для правильного добору і вживання фразеологізмів відповідно до контексту та мети спілкування.

Отже, фразеологія відіграє важливу роль в професійному мовленні, забезпечуючи точність, ефективність та виразність комунікації в різних сферах діяльності. Вона служить не лише засобом передачі конкретних смислових відтінків, але й сприяє створенню специфічного мовленнєвого середовища для професійних груп.

### **Висновки до розділу I**

Перекладознавство є ключовою наукою, що вивчає процес перекладу та його результати, забезпечуючи ефективну комунікацію між різними мовами і культурами. Вона охоплює аналіз методів і стратегій перекладу та вплив мовних і культурних особливостей на цей процес. Основні завдання перекладознавства включають розробку теорій для збереження сенсу та стилістичних особливостей оригіналу та визначення критеріїв якості перекладу.

Фразеологія, як частина лексикології, є важливою для розуміння мовного вираження і передачі культурних значень. Фразеологізми є стійкими словосполученнями з переносним значенням, які характеризуються фіксованою структурою. Класифікація фразеологізмів включає різні критерії, такі як структура, семантичні властивості й стилістичне призначення, що допомагає в їх організації та аналізі.

Згадані науковці, зокрема Матузкова О.П., Гринько О.С., та Горбатюк Н.О., акцентують увагу на важливості застосування різних типів перекладацьких стратегій, таких як лексичні, граматичні, синтаксичні, семантичні, контекстуальні, та прагматичні. Їхні дослідження демонструють, що ці стратегії допомагають перекладачам досягти точності та природності в перекладі, враховуючи культурні та національні особливості мови-оригіналу та мови перекладу (16: URL).

Таким чином, теоретичні засади перекладознавства і фразеології забезпечують основу для покращення процесу перекладу, зокрема складних

фразеологічних одиниць, і допомагають зберігати смислові й стилістичні особливості оригінального тексту.

## РОЗДІЛ 2.

### ОСОБЛИВОСТІ ТА ТРУДНОЩІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ

#### 2.1 Семантична класифікація фразеологізмів в професійному мовленні

Фразеологізми професійного спрямування - це стійкі словосполучення, які вживаються у певній професійній сфері. Вони відображають специфіку конкретної галузі та її термінологію.

Фразеологізми, які мають професійне спрямування в англійській мові, є важливою частиною мовлення в різних сферах діяльності. Вони відображають особливості певних професійних галузей і відображають термінологію, яка характерна для певних професій чи діяльностей. Такі фразеологізми можуть мати багато різновидів, які варто розглянути (20: URL).

По-перше, у професійному мовленні часто використовуються фразеологізми, пов'язані з певними професіями або галузями. Наприклад, фразеологізми, пов'язані з медичним середовищем, такі як *take someone's temperature* (виміряти температуру, оцінити стан людини) або *a bitter pill to swallow* (складна або неприємна ситуація, з якою треба змиритися), можуть використовуватися в медичному мовленні (3: URL).

Терміни та вирази, які стосуються конкретних дій чи процесів, пов'язаних із професією, складають другий тип фразеологізмів професійного спрямування. Наприклад, вирази *get to the bottom of the issue* (вирішувати проблему) або *debug the code* (виправляти програмний код) можна зустріти в технічному мовленні, щоб показати особливості технічних процесів (3: URL).

У третій групі фразеологізмів професійного спрямування є фразеологізми, які описують аспекти корпоративної культури та організаційного життя. Наприклад, фразеологізми, характерні для бізнес-середовища, включають *reach out to the base* (зв'язатися, обговорювати питання) або *think outside the box* (думати нестандартно) (3: URL).

У четвертому класі фразеологізмів професійного спрямування є вирази, які використовуються для опису певних концепцій чи стратегій у відповідних галузях професійної діяльності. Наприклад, *target the audience* (цілитися на аудиторію) і *brainstorm ideas* (генерувати ідеї) є двома фразами, які використовуються в маркетинговому мовленні, щоб описати стратегічні аспекти маркетингової діяльності (3: URL).

Таким чином, фразеологізми професійного спрямування в англійській мові мають широкий спектр типів і характеристик, і вони є важливою частиною мовленнєвої практики в різних професійних галузях. Вивчення цих фразеологізмів допомагає краще зрозуміти специфіку мовлення в певних професійних середовищах і ефективніше взаємодіяти в цих середовищах.

Фразеологізми англійської мови професійного спрямування повинні змінюватися з часом. Зміни в технологіях, соціальні та економічні зміни та зміни в корпоративних культурах можуть призвести до появи нових фразеологізмів або зміни значення чи використання існуючих.

Крім того, варто відзначити, що залежно від контексту фразеологізми професійного спрямування можуть мати різні ступені формальності та стилістичного використання. Наприклад, у формальних документах чи презентаціях можуть переважати більш офіційні та технічні фразеологізми, тоді як у неформальних обговореннях між колегами можуть переважати розмовні та загальнопрофесійні вирази (6: 15-17).

Розглянемо кілька неформальних фразеологізмів та їх значення:

*Turn the tables* – ‘вказує на зміни ситуації або перехід від оборони до нападу’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору столу, який можна обертати, щоб змінити положення. Лінгвістично, це підкреслює можливість зміни обставин або контролю над ситуацією в ході взаємодії.

*Break the ice* – ‘означає знищити напругу або створити атмосферу, сприятливу для спілкування’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору льоду, який потрібно розбити, щоб розпочати спілкування. Лінгвістично, він підкреслює важливість створення комфортної атмосфери для ефективного спілкування.

*Pull strings* – ‘вказує на використання своїх зв’язків або вплив для досягнення мети’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору маніпулювання маріонетками, які керуються за допомогою ниток. Лінгвістично, він відображає ідею використання впливу або зв’язків для досягнення бажаного результату.

*Turn a blind eye* – ‘означає ухилятися від чогось, намагаючись не помічати або не реагувати на це’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору нездатності бачити, щоб позначити свідомий вибір ігнорувати певні факти або події. Лінгвістично, він підкреслює важливість уважності та відповідальності в прийнятті рішень.

*Put all one’s eggs in one basket* – ‘вказує на ризик чимось, якщо це єдина можливість успіху’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору складання всіх яєць у одну кошик, щоб позначити ризик однозначного вибору або стратегії. Лінгвістично, він підкреслює необхідність розумного розподілу ризиків і ресурсів для досягнення успіху.

Ці фразеологізми відображають не лише використання мови для передачі професійних концепцій, а й виявляють особливості метафоричного мислення та сприйняття в професійних сферах.

*Close ranks* - має значення ‘об’єднатися або стати одним фронтом у важкий момент’ (3: URL) .

Цей вираз використовує метафору військової стратегії, коли військові формують тугу лінію для захисту або нападу. Лінгвістично, він підкреслює важливість єдності та спільної дії в умовах викликів чи загроз.

*Pick someone’s brain* - означає ‘запитати поради або інформації у когось, хто має більше знань або досвіду’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору витягування чогось цінного з мозку, щоб позначити процес отримання інформації або думок від когось. Лінгвістично, він підкреслює цінність обміну знаннями та досвідом у професійній спільноті.

*Pass the buck* - має значення ‘передати відповідальність або проблему іншій людині’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору карткової гри, де «бак» вказує на грошову одиницю, яку передають іншій особі. Лінгвістично, він підкреслює стратегію ухилення від відповідальності чи ризику.

*Get the hang of it* - означає ‘освоїти або зрозуміти щось після трохи практики або досліджень’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору майстерності або вміння керувати чимось, щоб позначити процес набуття навичок чи знань. Лінгвістично, він відображає ідею поетапного освоєння нової справи чи навички.

*Call the shots* - значить ‘мати контроль або приймати рішення’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору вогнепальної стрільби, де “виклик/call” вказує на призначення цілей. Лінгвістично, він підкреслює ідею влади або авторитету в процесі прийняття рішень.

Ці фразеологізми показують, як мова використовує різні метафори для передачі професійних концепцій та ідей, а також відображають певні аспекти професійних відносин і поведінки.

Таким чином, знати про особливості фразеологізмів, які використовуються в англійському професійному мовленні, дозволяє ефективно використовувати фразеологізми в спілкуванні, гарантуючи точність, стилістичну відповідність і розуміння інших культур. Вміння правильно використовувати фразеологізми демонструє мовні навички та досвід, які використовуються в міжнародному професійному середовищі.

Розглянемо кілька прикладів:

*on the back burner* – вказує, що ‘щось відкладено або не є актуальним в даний момент’ (3: URL).



Цей вираз метафорично відтворює картину кухонної плити, де гаряча зона передньої плити зайнята активним приготуванням, а “back burner” залишається холодною і забутою. Лінгвістично це відображає асоціаційний механізм між простором кухні та управлінням часом або пріоритетами.

*Get the ball rolling* – має значення ‘розпочати процес або ініціативу’ (3: URL).

Цей вираз метафорично використовує образ руху кулі, яка на початку лежить нерухомо, але після поштовху починає рухатися. Лінгвістично це може вказувати на ідею використання фізичних образів для опису абстрактних процесів.

*In the loop* – має значення ‘бути в курсі інформації або мати доступ до неї’ (3: URL).

Цей вираз має походження зі світу технологій, де “петля/loop” вказує на циклічний процес. Лінгвістично, це демонструє використання аналогії між структурою інформаційних потоків та абстрактним поняттям участі або відсутності участі в цих потоках.

*Hit the ground running* – означає ‘почати щось з великою енергією та ефективністю’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору миттєвого початку руху, який відбувається без затримок або медитацій. Лінгвістично, він передає ідею швидкості та безперервності дії, яка є ключем до успіху в бізнесі або професійній сфері.

*Think outside the box*” – значить ‘думати творчо та інноваційно, виходячи за межі стандартних рамок’ (8:URL) / (3: URL).

Цей вираз використовує метафору обмеження (ящика), щоб підкреслити необхідність виходу за межі цих обмежень. Лінгвістично це відображає потребу у стимулюванні творчості та новаторства, що є ключем до успіху в багатьох професійних областях.

Ці фразеологізми професійного спрямування ілюструють, як мова відображає специфіку та особливості певних професійних контекстів, а також використовує метафори та аналогії для передачі складних концепцій.

*Cutting corners* – має значення ‘робити щось швидко або ефективно, проте не завжди з повним дотриманням правил чи стандартів’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору вирізання (або обходу) кутів у геометричних фігурах, щоб позначити спробу зекономити час або зусилля. Лінгвістично, це підкреслює напруження між швидкістю виконання та якістю роботи, що є загальною проблемою у багатьох сферах діяльності.

*Stay on the same page* – означає ‘мати спільне розуміння чи узгодження з ким-небудь’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору книжної сторінки, щоб вказати на необхідність узгодження взаємного розуміння. Лінгвістично, це демонструє важливість комунікації та узгодження в будь-якому колективі або команді.

*Go the extra mile* – значить ‘робити більше, ніж очікується або вимагається’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору додаткової відстані, яку треба подолати, щоб підкреслити зусилля або працездатність. Лінгвістично, це показує вагу зобов’язаності та самомотивації у досягненні успіху в роботі чи професійному житті.

*In the driver’s seat* – має значення ‘бути в контролі або мати головну роль у справі’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору водія, що керує автомобілем, щоб підкреслити контроль або вплив. Лінгвістично, це може вказувати на владу або вплив особи в певній ситуації чи організації.

*Touch base* – означає ‘зв’язатися або оновити інформацію з кимось’ (3: URL).

Цей вираз використовує метафору спортивного дотику бази, щоб позначити коротку зустріч або комунікацію. Лінгвістично, це відображає необхідність узгодження або оновлення інформації в команді або організації.

Ці фразеологізми продовжують ілюструвати, як мова використовує метафори та аналогії для передачі професійних концепцій та ідеї, а також як вони відображають певні аспекти професійних відносин та діяльності.

Що стосується перекладу англійських ідіом та сталих виразів, то це є однією з найскладніших проблем перекладознавства. Адже, фразеологізми нерозривно пов'язані з історією, культурою та ментальністю народу. При їх перекладі часто виникають значні труднощі.

По-перше, не завжди існують сталі еквіваленти в мові перекладу. Особливо, це стосується ідіом із національно-культурною семантикою. Скажімо, ідіому *to tie the knot and have a wedding feast* в англійському перекладі (3: URL). Це вираз, який має глибоке культурне значення і відображає традиційні звичаї, пов'язані з весільною церемонією. Однак у багатьох культурах існують різні обряди і традиції, пов'язані з весіллям. Таким чином, знайти точний еквівалент цієї ідіоми в англійській мові може бути викликом, оскільки вона несе національно-специфічний контекст, який може бути неперекладним.

По-друге, один фразеологізм може мати кілька значень, які залежать від контексту. Це ускладнює правильне розуміння та вибір відповідника у перекладі. Наприклад, *keep one's eyes peeled*, що має як значення – 'важно, пильно дивитися', так і 'бути насторожі, обережним' (3: URL) .

По-третє, перекладачеві необхідно відтворити не лише значення фразеологізму, але й його стилістичне забарвлення, емоційне звучання, структурні особливості. Це також потребує навичок і досвіду.

Для адекватного перекладу англійськомовний текст потребує перевірки значення виразу в цьому контексті, оскільки один вираз може мати кілька тлумачень залежно від контексту. Також, необхідно застосовувати фразеологічні та перекладні словники, щоб знайти існування можливих еквівалентів або

аналогів цього виразу в мові перекладу. Якщо точного відповідника немає, виберіть найближчий вислів, який відображає не лише зміст, а й стилістичні особливості оригіналу. Серед порад, які надають Швачко С. О., Терехова С. І. в своїй роботі «Основи перекладознавства: Навчальний посібник» є використання фразеологічних словників в описовому перекладі або описові еквіваленти, щоб передати якомога більше значення та наслідків оригінального виразу. Переклад виділеного слова чи фрази слід звірити з усім реченням і загальним змістом тексту. Він повинен органічно вписуватися в текст перекладу ( Швачко, Терехова, 2011: 78 – 73 ).

Дотримання стилістичних та конотативних характеристик фразеологізмів при перекладі має важливе значення для адекватної передачі колориту оригінального тексту.

Фразеологізми можуть мати свій стилістичний відтінок та емоційно-оцінне забарвлення – бути розмовними, іронічними, книжними тощо.

Наприклад, англійський вираз *to kick the bucket* (*померти*) має розмовне походження (3: URL).

Його українським еквівалентом може бути розмовне «віддати Богові душу».

Так само фразеологізми містять конотативну, або супутню, інформацію, впливають на емоції, викликають певні асоціації у носіїв мови. При перекладі ці конотації мають бути збережені.

Переклад фразеологізмів є досить складним завданням для перекладача, оскільки фразеологія тісно пов'язана з культурою та світобаченням певного народу. Фразеологічні одиниці часто ґрунтуються на історичних подіях, легендах, культурних реаліях, які можуть бути незрозумілі носіям іншої мови. Тому підбір адекватних відповідників у мові перекладу потребує глибоких фонових знань і творчого підходу перекладача.

Існує кілька способів перекладу ідіоми, зокрема використання еквівалентного перекладу, аналогічного перекладу, калькувального перекладу

або описового перекладу. Вибір того чи іншого методу визначається змістом респондентів і наявністю стилістики в мові перекладу. Важливо не тільки передати зміст висловлювання, а й відобразити в тексті його зміст, емоційно-експресивне навантаження та функцію.

Таким чином, високоякісний переклад слів вимагає від перекладача ретельного аналізу слів, володіння багатими ресурсами слів обома мовами, а також творчих і культурних підходів для досягнення відповідності та еквівалентності перекладу. Взагалі якість перекладу багато в чому залежить від того, чи вдасться подолати виразні труднощі.

Вивчення фразеологізмів професійного спрямування також може бути важливим джерелом для створення технічної лексики, навчальних матеріалів і професійних курсів для студентів і фахівців у відповідних галузях. Розуміння та вивчення таких фразеологізмів допомагає покращити комунікативні навички та адаптуватися до вимог професійної роботи.

Таким чином, фразеологізми професійного спрямування в англійській мові є важливим компонентом мовлення в різних сферах діяльності. Ці фразеологізми відображають специфіку та особливості різних професійних галузей, відрізняються за формою та стилістичним вживанням і можуть бути предметом досліджень, щоб зрозуміти мовну практику та комунікаційні процеси сучасного світу.

## **2.2 Матеріали та методи перекладу текстів професійного мовлення**

Для практичного аналізу перекладу фразеологізмів професійного спрямування було відібрано матеріали з різних галузей, а саме: сфери бізнесу, економіки, торгівлі, рекламної діяльності. Джерелами дослідження слугували фахові статті, угоди, інструкції, звіти та інші професійні тексти англійською мовою, а також їхні переклади українською, виконані професійними перекладачами.

Переклад текстів професійного спрямування один із видів спеціального перекладу. Як і будь-який інший спеціальний переклад, переклад текстів професійного спрямування має свої особливості та нюанси, які безпосередньо впливають на результат. До них відносять обов'язкове знання професійних термінів та фразеологізмів. Найчастіше вони можуть мати кілька варіантів перекладу. У зв'язку з цим спеціальні терміни поділяються на одноперекладні (мають лише один варіант перекладу) та різноперекладні (мають більше одного варіанта перекладу).

До одноперекладних термінів відносять міжнародні слова, які зрозумілі у будь-якому контексті. До таких слів відносять, наприклад *product* – ‘продукт’, *inflation* – ‘інфляція’, *take over* – ‘поглинання однією компанією іншою’, *whole saler* – ‘оптова фірма’, ‘оптовий продавець’, *raw materials* – ‘сировина’, *a shift in demand* – ‘зміна у попиті’, *value added tax* – ‘податок на додану вартість’ (CD: URL).

До різноперекладних термінів відносять слова, значення яких залежить від контексту. Наприклад, *economy* може мати такі значення: ‘наука (політична економіка)’, ‘економіка (народне господарство)’, ‘економія (засобів)’. Приклад вживання даного терміна наведено в наступному реченні: “*This happens when an economy can produce something at a lower opportunity cost than other economies can.*” (31: URL). Воно перекладається як: «Це відбувається, коли економіка країни може робити щось за більш низьких витрат, упущених можливостей, ніж інші країни». В сфері фінансів та економіки найчастіше зустрічається застосування фразеологізмів професійного спрямування. Наприклад, *blue chip stocks*, що має значення ‘найприбутковіші акції’. Розглянемо дану ідіму в контексті: “*Most blue chip stocks are rising steadily and are considered stable/ In addition, they offer attractive dividend yields. They are different from speculative stocks, many of which are volatile and not yet profitable.*” (31: URL). Пропонованим перекладом є «Більшість блакитних фішок ростуть стабільно і вважаються стабільними/ В додаток, вони пропонують привабливі врожаї дивідендів. Вони

відрізняються від спекулятивних запасів, багато з яких є летючими і поки не вигідно».

Варто також відзначити конструкцію “іменник + іменник”. Вона часто є причиною розбіжностей у морфосинтаксичній структурі англійських термінів, що складаються з двох і більше іменників. Еквівалентом в українській мові є конструкція “прикметник + іменник”. Як приклад таких термінів наведемо такі фразеологізми: *trade balance* – ‘торговельний баланс’, *stock market* – ‘фондовий ринок’, *pension scheme* – ‘пенсійна схема’, *interest rate* – ‘відсоткова ставка’ (31: URL) .

Певні проблеми можуть виникнути під час перекладу таких службових слів, як “*as*”, “*for*”, “*while*”, “*but*”, “*since*” та інших. Їх особливістю є те, що вони можуть виконувати функції різних частин мови, і навіть приймати різні значення у межах однієї частини мови. Прикладом такого слова є “*since*”. Воно є граматичним омонімом. У реченні виконує роль союзу і може бути переведений наступним чином: ‘оскільки, тому що’ і ‘з тих пір, як після цього’. У випадку, коли “*since*” виконує роль прийменника, він має переклад: ‘з’, ‘від часу’. Наведемо приклад використання даного омоніма: “*Since it’s difficult to know where the lines are being crossed we draw bigger and bolder lines, inside the boundaryes of common sense.*” (46: URL). Переклад виглядає так: «Оскільки дуже важко дізнатися, де перейдуть межю, ми проводимо чіткіші лінії в межах здорового глузду». Прикладом застосування даного службового слова в ідіоматичному виразі може “*since the dawn of time*”, що перекладається, як ‘з давніх-давен’.

Ще одним прикладом службового слова є “*while*”. Воно має наступний переклад: ‘у той час, поки’ і ‘хоча, тоді як, незважаючи на’. При вживанні з дієприкметником не перекладається. Приклад використання слова “*while*” у контексті: “*While testing the engine they put down the results*’. Дане речення має наступний переклад: “Випробовуючи двигун, вони записували результати”. А

ідіома *while you're at it* – можна перекласти – ‘не відходячи від каси’ (поки ви все ще тут’.

Розглянемо граматичний омонім “*for*”. Складнощі його перекладу можуть виникнути через те, що він може грати роль сполучника “*бо*”, а також роль прийменника ‘*за*’, ‘*заради*’, ‘*для*’, ‘*протягом*’, ‘*із-за*’. Наведемо приклад його використання: “*We won't take risk, for it will have irreversible consequences*”. Дане речення перекладається: «*Ми не ризикуватимемо, оскільки це може мати незворотні наслідки*». Вираз *for all intents and purposes* може мати переклад – ‘*для досягнення мети.*’

Ще одним граматичним омонімом, який часто використовується в будові фразеологізмів є “*as*”. У реченні він може грати роль сполучника і мати наступний переклад: ‘*коли*’, ‘*у той час як*’, ‘*бо*’, ‘*як*’. При використанні з прикметником він має поступове значення і перекладається як ‘*хоч*’, ‘*як не*’. Також може виконувати функцію прислівника. У такому разі його переклад буде: ‘*як*’, ‘*як наприклад*’. Ще омонім “*as*” може одночасно використовуватися і з прикметником і з прислівником: “*as to (for)*” – ‘*що стосується*’, “*as if*” – ‘*ніби як би*’. Наведемо приклад його використання у реченні: “*As he wasn't ready, we decided to go to the conference without him*”. Виконаємо переклад: «*Оскільки він не був готовий, ми вирішили піти на конференцію без нього*». Вираз *as luck would have it* – має антонімічний переклад ‘*як на зло*’.

Розглянемо наступний граматичний омонім – “*but*”. Він також, залежно від контексту, може мати різний переклад. У ролі прийменника він перекладається як ‘*крім*’, ‘*за винятком*’. Наприклад, словосполучення *anything but* перекладається: ‘*далеко не*’, ‘*все що завгодно, тільки не*. Як сполучник, “*but*” приймає такі значення: “*але*”, “*а*”, “*проте*”, “*якщо не*”, “*як не*”, “*щоб не*”. У поєднанні з іншим омонімом “*but for*” перекладається ‘*якби не*’. Він може бути використаний як прислівник і перекладатись ‘*тільки*’, ‘*лише*’. Наприклад, ідіома *all good things must come to an end, but...* – може мати переклад – ‘*все має свій кінець.*’ В даному випадку слово *втрачається з контексту в мові перекладу.*



Прикладом використання “*but*” в контексті є наступне речення: “*I solemnly declare that I will speak the truth, whole truth and nothing but the truth*”. Маємо наступний переклад: «*Клянусь говорити правду, тільки правду і нічого, крім правди*».

Артикли також можуть бути використані для передачі смислового навантаження: “*Certainly, a performer or speaker knows about audience energy*” – «*Безперечно, будь-який промовець знає про енергетику аудиторії*».

Як видно з прикладів, службові слова, залежно від контексту, можуть мати безліч різних перекладів. Це важливо враховувати під час перекладу текстів професійного спрямування, оскільки у них потрібна виняткова точність.

Не менш важливим аспектом перекладу текстів професійного спрямування та документів є переклад заголовків, адже саме в ньому міститься основна інформація, яка може дати уявлення про вміст статті чи документа. Правилом гарного тону вважається, що заголовок повинен містити ключові слова з самої статті. Вони мають бути обрані з тією умовою, щоб недвозначно точно виражати зміст закладених у них понять. При цьому заголовок не повинен містити більше 5 – 6 слів і в ньому не повинно бути складних конструкцій. Короткий, ємний заголовок краще сприймається та запам’ятовується. Досить часто у заголовках статей трапляються фразеологізми. В даному випадку перекладачеві важливо не тільки правильно перекласти заголовок, але й зробити це з великою точністю, зберігши при цьому експресивну функцію. Одним з рішень у такому випадку може бути переклад тексту статті, лише потім заголовка. Даний підхід дозволить не допустити помилок у разі різноперекладних фразеологізмів. Наведемо приклад заголовка з журналі Financial Times: “*China growth: still up in the air*” (28: URL). Він перекладається як: «*Економічне зростання Китаю: все ще велике питання*». Ще один приклад: “*The Jobs Crisis*” – «*Криза робочих місць*» (34: URL).

Сучасна англійська активно розвивається. У ній постійно з’являються нові слова та висловлювання. Більшість термінологічних фразеологізмів в

англійській утворюється шляхом використання скорочень. Особливо це стосується термінології професійного спрямування. Такі терміни, як правило, перекладають прийомом транскрипції і транслітерації, або підбираючи переклад для кожного елемента абrevіатури окремо. Приклад перекладу абrevіатур прийомом транслітерації є таке слово: “UNESCO” – «ЮНЕСКО». Прикладом перекладу кожного елемента абrevіатури є такі слова: VAT – *Value Added Tax* – ‘податок на додану вартість’ (ПДВ), GDP – *Gross Domestic Product* – ‘валовий внутрішній продукт’ (ВВП) (31: URL).

За морфологічною ознакою терміни поділяються на кілька категорій:

- прості терміни;
- складні терміни;
- терміни-словосполучення;
- терміни-скорочення.

До простих термінів відносять, наприклад: *deal* – ‘угода’, *lease* – ‘оренда’, *tax* – ‘податок’. Прикладом похідних термінів є такі слова: *liquidity* – ‘ліквідність’, *hypothecation* – ‘іпотечна застава’. Прикладом складних термінів є: *stock holder* – ‘акціонер’, *credit worthiness* – ‘кредитоспроможний’, *mark-downs* – ‘зниження цін’ (31: URL). До термінів-словосполучень відносять наприклад *expiration date* – ‘термін придатності’. Залежно від кількості складових їх компонентів терміни-словосполучення можуть бути двочленими, тричленими та багаточленими (Сніговська, 2016: URL). Приклад терміна-скорочення є *LLC* – *Limited Liability Company* – ‘Компанія з обмеженою відповідальністю’. Часто дані терміни використовуються в будові фразеологізма професійного спрямування. Наприклад, *to sweeten the deal*, що означає - ‘зробити пропозицію привабливішою’, *покрацити умови угоди*, *to get a raw deal* – ‘отримати несправедливе ставлення’, ‘потрапити в не вигідне становище’.

Важливою навичкою для перекладача є вміння вибрати оптимальний варіант перекладу між перекладацьким буквалізмом та перекладацькою вільністю. Для його розвитку існують вправи, суть яких полягає у виборі

оптимального варіанта перекладу з ряду наданих та визначення надмірно буквальних та вільних рішень. Основою даних вправ, зазвичай, є тексти ділових листів. Це пов'язано з тим, що вони складені з великим включенням загальноприйнятих кліше і фраз. У зв'язку з цим занадто вільний або буквальний переклад тут практично неможливий, оскільки дані вирази мають чітко сформульовані еквіваленти мовою перекладу. Цей етап розвитку вміння вибору оптимального варіанта перекладу є передперекладацький. Він передбачає розвиток необхідних умінь, власне, не виконуючи сам переклад (Білозерська, 2010: 78).

Часто в лексичній структурі ідіоми використовуються слова, які взагалі не відносяться до сфери вжиття даної ідіоми. Наприклад, назви тварин, кольори часто можна зустріти в фразеологічних виразах в сфері бізнесу та економіки: *bear market* (ринок, на якому ціни падають), *bull market* (ринок, на якому ціни зростають), *blue chip stocks* (найприбутковіші акції).

В сфері медицини та юриспруденції часто використовуються фразеологізми запозичені з Біблії, це зв'язано з тим, що ці сфери праці досить давні. Наприклад, *Adam's apple* (адамове яблуко) – в медицині цей термін має значення випуклості на шиї, утвореної щитоподібним хрящем, *fruit of the poisonous tree* (плід отруйного дерева), що в юриспруденції має значення - докази, отримані незаконним шляхом (3: URL).

В сфері інформаційних технологій можна зустріти такий фразеологізм: *spaghetti code* (спагеті-код) , що означає заплутаний і важкий для розуміння програмний код, хоча зі сферою кулінарії дана ідіома абсолютно не пов'язана.

Досить важливою галуззю перекладу є військовий переклад, тому варто взяти до уваги такі ідіоми : *boots on the ground* (військова присутність на місцевості), *loose cannon* (непередбачувана людина або ситуація), *friendly fire* (дружній вогонь/ ненавмисний обстріл своїх військ), *batten down the hatches* (задраїти люки/ підготуватися до складної ситуації) (3: URL).

Наступний етап складається із вправ змішаного типу. Як правило, це вправи, в яких необхідно перефразувати вихідні фрази мовою оригіналу, а потім виконати переклад, або навпаки – перекласти вихідні фрази, а потім перефразувати мовою, що перекладається. Подібні вправи допомагають навчитися знаходити альтернативні варіанти досягнення мети, коли якась частина виразу не піддається прямому перекладу. Основою даних вправ є тексти, що містять найбільш уживану професійну лексику та кліше.

Перекладний етап розвиває вміння вибирати оптимальний варіант перекладу є заключним. Суть його вправ зводиться до застосування конкретного перекладацького прийому на відрізку тексту.

Насамкінець, слід зазначити, що найважливішим аспектом перекладу економічних термінів є контекст. Так, при перекладі статей що мають заголовки необхідно насамперед здійснити переклад основного тексту, а потім заголовка. Це дозволить визначити специфіку та спрямованість тексту, адже часто значення терміна сильно змінюється залежно від контексту. Наприклад, слово “rate” у виразі “interest rate” матиме значення ‘ставка’, а словосполучення “inflation rate” – ‘рівень’.

У своїй роботі Л.І. Черноватий виділяє три типи перекладацьких рішень (Черноватий, 2007: 14 –16):

- зберігаючий тип – дозволяє зберегти мовну багатозначність у перекладі;
- елімінуючий тип – виключає мовну багатозначність;
- компенсуючий тип – дозволяє зберегти мовну багатозначність у перекладі, але потребує перетворення її основи.

Розглянемо типи перекладацьких рішень багатозначності на прикладах. Скористаємося уривком з бізнес-журналу “Entrepreneur”: “*Over the years, I’ve been approached by many Irish whiskey brands asking me to endorse their product. I have nothing against endorsement deals...*” (48: URL). У цьому реченні переклад виразу “endorsement deals” є важким. Широко відомий електронний словник «Мультитран» (М: 16: URL) перекладає цей вислів таким чином: «реклама за

участю зірок, відомих артистів, спортсменів, політиків тощо». У літературній українській мові немає такої фрази, яка б задовольнила умову збереження багатозначності в контексті всієї пропозиції, проте в рекламній сфері є вираз: *“рекламні контракти”*. Вона є окремим випадком перекладацького рішення, яке відноситься до елімінуючого типу. Використовую цей вислів отримаємо наступний переклад: *«Протягом довгих років до мене зверталось багато ірландських брендів віскі з рекламними пропозиціями, я нічого не маю проти рекламних контрактів...»*

Розглянемо наступний фрагмент тексту: *“McGregor turned to a distillery with a proven history of quality whiskey making. He met his master distiller and together they took painstaking measures to bring the whiskey to fruition”* (38: URL). Тут неоднозначність перекладу виникає у словосполученні *“master distillery”*. Цей вираз може бути перекладено як *«генеральний директор»* чи *«експерт»*. У контексті йдеться про те, що МакГрегор із представником заводу виконували купажування. Оскільки переклад цього висловлювання у значенні *«генеральний директор»* не застосовано, оскільки це може виконати лише кваліфікований співробітник, можемо зробити висновок у тому, що правильним перекладом буде *«експерт»*. Таким чином ми використовуємо тип перекладацького рішення, що зберігає. У результаті отримуємо наступний переклад: *«МакГрегор звернувся до винокурні з перевіреною історією виробництва якісного віскі. Він зустрівся зі своїм експертом і разом ретельно відібрали проби, щоб довести віскі до готовності»* (38: URL).

Далі розглянемо наступний уривок: *“Many new entrants to the market, including McGregor purchase whiskey from already mature stocks held by the existing distillers and label it under their own branding»* (38: URL). Неоднозначність перекладу має вираз *“mature stocks”*. По-роздільності *“stock”* перекладається як *‘товарні запаси’*, а *“mature”* – як *‘зрілий’*. У словнику *“Cambridge Dictionary”* (CD: URL) цей вислів пояснюється як: *“Amount of money that a company has through selling shares to people”* – *«кількість грошей, які компанія має від*

*продажу акцій людям*». І тут перед нами постає питання: або знехтувати значенням, яке дає словник, але зберегти контекстуальний зміст, або перекласти поєднання, згідно з словником, але втративши при цьому контекстуальний зв'язок. Скористаємося компенсуючим типом перекладацького рішення і отримаємо, що *“mature stock”* – це успішний гравець на ринку. Отже, уривок має переклад: *«Багато новачків на ринку, включаючи МакГрегора, звертаються вже до успішних виробників і випускають на їх базі віскі під власним брендом.»* (38: URL).

На прикладі цих уривків тексту було розглянуто застосування трьох типів перекладацьких рішень. Вибір кожного конкретного типу залежить від контексту вживання термінів та потребує ретельного аналізу пропозицій, а також екстралінгвістичних знань.

### **2.3 Прагматичні функції фразеологізмів професійної тематики в перекладі**

Для аналізу способів відтворення перекладу фразеологізмів у текстах різних професійних сфер нами було обрано 100 фразеологізмів у словниках: *“Cambridge Dictionary”* та *«Англо-українського фразеологічного словнику»* Баранцева К.Т., які відображають специфіку висловлювання у сферах економіки, бізнесу та торгівлі.

У текстах професійної спрямованості особливої уваги заслуговують образні фразеологізми. Їхня поява обумовлена потребою суспільства позначити нові явища або дати назву новому предмету в сфері бізнесу та економіки. Ця потреба відносить дані фразеологізми до категорії номінативних. Вони, зазвичай, не мають синонімів. Образні фразеологізми виникають і використовуються для образної характеристики предметів, привернення уваги. Окрім цього, однією з причин їх вживання є економія лексичних засобів. Вони широко використовуються у публіцистичних текстах. Також вони можуть виконувати екстралінгвістичну функцію. Їх вивчення та аналіз найчастіше виявляється

необхідним для виконання перекладу. У цьому дослідженні розглянемо класифікація фразеологізмів, запропоновану Луї Гілбертом і представлену у посібнику Л. І. Черноватого (2007). За способом створення фразеологізми поділяються на:

- фонологічні;
- запозичення;
- семантичні;
- синтаксичні.

Синтаксичні фразеологізми утворюються контамінацією – злиттям елементів двох форм чи виразів. Цей спосіб словотворення становить близько 30% від усіх англомовних фразеологізмів. Розглянемо приклади даного словотвору.

Фразеологізм *Brexit* утворений парою слів “*Britain*” – ‘Британія’ та “*exit*” – ‘вихід’. У словнику (Cambridge Dictionary) цей фразеологізм має таке трактування: *an act of leaving by the United Kingdom from the European Union* – ‘Вихід Великобританії з Європейського Союзу’ (CD: URL). Розглянемо наступний фрагмент тексту, де вживається цей фразеологізм: “*UK UK 23:00 GMT on 31 January, but that is not the end of the Brexit story*” (41: URL).

В українській мові немає аналогічного ємного терміна, а дослівний переклад є повторенням змісту пропозиції. У даному випадку скористаємося образним фразеологізмом, визначеним прийомом транслітерації: «*Велика Британія вийшла з Європейського Союзу 31 січня о 23:00 за Грінвічем, але це не кінець історії про Брексит*».

Наступним за поширеністю способом словотвору образних фразеологізмів є словоскладання. Воно є складанням двох чи кількох основ до створення нового слова. Фразеологізми утворені даним способом у текстах професійної спрямованості становлять близько 23% від загальної кількості. В англійській мові словоскладання вважається одним із найбільш універсальних, продуктивних та поширених способів словотвору. Словоскладанням зручно

користуватися ще й тому, що образні фразеологізми, утворені даним способом, залишаються семантично насиченими, а також економлять мовні засоби. Прикладом фразеологізмів, утворених словоскладанням, є “*Bitcoin*”. Дане слово утворено від “*bit*” – “*біт*”, “*шматочок*” і “*coin*” – “*монета*”. У словнику (CD: URL) дається таке визначення: “*Bitcoin – a virtual currency created for use in online transactions*” – «*Bitcoin – віртуальна валюта, створена для використання в онлайн-транзакціях*». Наведемо вживання даного слова в контексті фразеологізму: *bitcoin maximalist*, що значить – людина, яка вірить, що біткоїн є єдиною життєздатною криптовалютою.

Ще одним способом словотвору є афіксація. При цьому підході слова утворюються шляхом приєднання префіксів та/або суфіксів. Фразеологізми утворені даним способом становлять близько 18% від загального їх числа. Знання цього способу словотвору, а також суфіксів та префіксів дозволяє перекладачеві швидко і дуже точно зробити переклад. Прикладом слова, утвореного афіксальним прийомом, є “*Bankable*”. Воно утворено шляхом приєднання до *bank* суфікса *-able*. У словнику “*Cambridge Dictionary*” (CD: URL) дається таке визначення даного фразеологізму: *likely to make money* – ‘свідомо прибутковий’. Наведемо приклад використання цього новоутворення у контексті речення: “*Pop star glamour is an increasingly bankable asset for movie producers, with biopics of David Bowie, Keith Moon and others coming in the wake of Bohemian Rhapsody*” [31: 16]. Дане речення перекладається таким чином: «У зв’язку з виходом біографічних фільмів про Девіда Боуї, Кіта Муна та інших кінокартин, які вийшли слідом за Богемською Рінсодією, поп зірки стають все більш прибутковим придбанням для кінопродюсерів».

Ще одним прикладом слова, утвореного префіксальним способом є “*Rebrand*”. Воно складається з приставки *re-* та основи *brand*. Наприклад, ідіома *to get a renrand*. У словнику “*Cambridge Dictionary*” (CD: URL) дається таке визначення даного фразеологізму: “*to change the way that an organization, company, or product is seen by the public*” – “змінити те, як громадськість



сприймає якусь організацію, компанію чи продукт”. Наведемо приклад використання цього новоутворення в контексті речення: “*The services had already been rebranded with a lower case acknowledgment of their parent company*” (42: URL) – «Послуги вже були перейменовані із зазначенням назви їхньої батьківської компанії дрібним шрифтом».

Також одним із дієвих способів словотвору в англійській мові є скорочення. Фразеологізми, отримані даним способом, становлять близько 12% від загальної кількості фразеологізмів в текстах професійного спрямування. Як і за словоскладанням, новостворені слова способом скорочення дозволяють економити мовні засоби. Зазвичай скорочення поділяють на три види:

- усічення;
- акроніми;
- аббревіатури.

Прикладом фразеологізму утвореного цим способом є аббревіатура “*SRI – Socially Responsible Investment*”. У словнику (CD: URL) дається таке визначення даного образного фразеологізму: “*an investment in a company whose business is not harmful to society or the environment*” – “інвестиції в компанію, діяльність якої не завдає шкоди суспільству або навколишньому середовищу”. У контексті речення вживання даної аббревіатури виглядає наступним чином: “*Fans of Socially Responsible Investment (SRI) hope that millennials, the generation born in the 1980s and 1990s, will drag these concepts into investment mainstream.*”(Sustainable investment joins the mainstream). Ця пропозиція перекладається як: «Прихильники соціально відповідальних інвестицій (СВІ) сподіваються, що міленіалі – покоління, народжене у 1980-х, 1990-х роках, будуть вдаватися як до цих принципів інвестування, так і до традиційних».

Значно меншою мірою під час створення нових слів використовується спосіб конверсії. Частота, з якою зустрічаються фразеологізми отримані даним, способом становить лише 7% від загальної кількості. Значення новоутворення можна зрозуміти, ґрунтуючись на значенні вихідної лексичної одиниці. Приклад

виразу, отриманого способом конверсії, є: *to zero in on*, що, згідно з словником (CD: URL), позначає: “*to start to give all your attention to a particular person or thing*” – ‘*приділяти всю свою увагу конкретній людині або речі*’. Наведемо приклад використання даного словосполучення в контексті: “*With all of the technology choices around, perhaps Mazur’s biggest challenge is zeroing in on the technology that will be most valuable for the company down the road*” (50: URL). Дане речення має наступний переклад: «*При всій різноманітності вибору технологій, можливо, найскладніше завдання Мазури полягає в тому, щоб зосередитися на технології, яка буде найбільш цінною для компанії в майбутньому*».

Іншими за способом створення є семантичні фразеологізми. Їх обсяг від загальної кількості становить лише 6%. Даним новоутворення характерні нові, додаткові значення. Наприклад, звичне слова “*massage*” в економічному підтексті, згідно з словником (CD: URL), набуває несподіваного значення: “*to try to make facts or numbers appear better than they really are in order to deceive*”, що перекладається як ‘*маніпулювати даними, щоб отримати найбільш прийнятний результат з метою обману*’. Наведемо приклад використання цього слова в контексті статті журналу “The Guardian”: “*Jay-Z’s Tidal music service denies reports it may be massaging figures to increase revenues for certain artists*”. Переклад цього речення: «*Музичний сервіс Джей-Зі Тідал спростовує повідомлення про те, що він спотворює цифри з метою збільшення доходів деяких виконавців*» (56: URL).

Ще одним прикладом семантичних фразеологізмів є слово “*Meltdown*” – “*a situation in which an industry, economy, etc. is badly affected by a lot of problems within a short period of time*”, що перекладається як ‘*ситуація, при якій сторонні проблеми негативно впливають на промисловість або економіку за короткий проміжок часу*’. У контексті статті журналу “The Guardian” слово “*Meltdown*” вживається наступним чином: “*Past crashes spawned new thinking and reforms but nothing has changed since 2008 banking meltdown, says former Bank of England boss*” (49: URL), і перекладається як «*У минулому економічні спади*

*породжували нове мислення та реформи, але з часів банківської кризи 2008 року нічого не змінилося, заявляє колишній голова Банку Англії».*

В текстах професійного спрямування спосіб запозичення для визначення нових слів в англійській мові використовується дуже мало. Частка фразеологізмів утворених цим способом становить лише 3% від їх загальної кількості. Це пов'язано в першу чергу з тим, що англійська мова на сьогоднішній день є першою світовою універсальною мовою. Вона має офіційний статус у 62 країнах світу. Більшість термінів і понять насамперед з'являються англійською мовою, що робить її джерелом запозичень для інших мов. Саме тому в англійській мові частка фразеологізмів, отриманих способом запозичення, така мала. Прикладом новоствореного слова, отриманого даним способом, є *"Galleria"*. Воно було запозичене з італійської мови та у словнику (CD: URL) має таке визначення: *"a roofed i usually glass-enclosed promenade or court (as at a mall)"*, що в перекладі означає *'критий і, як правило, застелений балкон або майданчик (у торговому центрі)'*. Ідіома *going Galleria* означає витратити багато грошей на дорогі покупки в елітному торговому центрі. Використання даного запозичення можна зустріти в контексті однієї зі статей економічного бізнес-журналу *"The Guardian"*: *"Dior and Fendi will pay record breaking rents for coveted shop space in Milan's renowned 19th-century Galleria Vittorio Emanuele II shopping arcade after winning an unprecedented auction"* (43:URL). Переклад цього речення має такий вигляд: *«Діор і Фенді заплатять рекордно високу орендну плату за бажане місце в магазині в Мілані у знаменитій торговій галереї 19 століття Віктора Еммануїла II»*. А в реченні використовується ідіома *breaking rents*.

Найменшого поширення в текстах професійного спрямування набули фонологічні фразеологізми. Це легко пояснюється, виходячи з їх визначення. Як зазначено в *"Merriam Webster Dictionary"*, фонологічні фразеологізми – це слова, утворені в результаті імітації звуків природи, тварин або людей (15: URL). У ході роботи вдалося знайти кілька фразеологізмів зі словом – *"Tweet"*. Згідно з словником (CD: URL) дане слово має таке визначення: *"to publish a short mark or*

piece of information on “Twitter”– ‘опублікувати коротке повідомлення або розмістити невелику інформацію у Твіттері’. Наприклад, *to tweet your heart out* має значення ‘висловлюватися дуже активно в Twitter, публікуючи багато твітів’, а *caught in a tweet* означає – ‘втрапити у незручну або складну ситуацію через свій пост в соціальних мережах’.

У результаті нашого дослідження було встановлено переважання одних механізмів словотворення в англійських текстах професійного спрямування над іншими. Поширеність фразеологізмів за способом їх одержання наступна (методи в порядку зменшення поширеності):

- контамінація (30%);
- словоскладання (23%);
- афіксація (18%);
- скорочення (12%);
- конверсія (7%);
- семантичні фразеологізми (6%);
- запозичення (3%);
- фонологічні запозичення (1%).

У відсотковому співвідношенні частота використання фразеологізмів, залежно від способу їх отримання, представлена на діаграмі рис. 2.3. (Додаток Б)

З діаграми видно, що найбільшого поширення в текстах професійної спрямованості англійською мовою мають фразеологізми створені способами контамінації, словоскладання і афіксації. Значно рідше зустрічаються терміни та вирази утворені способами скорочення, конверсії та семантичні фразеологізми. Практично не зустрічаються слова, утворені фонологічним способом та запозичення з інших мов.

Вище нами було розглянуто такі прийоми перекладу безеквівалентної лексики:

- транслітерація;
- транскрипція;

- описовий переклад;
- калькування;
- функціональна заміна;
- прийом прямого включення.

На сьогоднішній день основним способом перекладу термінів професійної спрямованості є прийом транскрипції та транслітерації. Кількість термінів, перекладених цими способами становить 31% від загальної кількості аналізованих. Це пов'язано з наступними чинниками:

- дані прийоми мають стислість викладу і можливість передачі оригінальної новизни терміна;
- прийоми транскрипції та транслітерації дозволяють швидко виконувати переклад із збереженням первісного образу слова;
- дані прийоми перекладу дозволяють спростити обмін інформацією при міжмовній взаємодії, оскільки перекладені цими прийомами слова зберігають оригінальне звучання.

Однак, незважаючи на очевидні переваги, застосування транскрипції та транслітерації може призвести до небажаних наслідків. Часте застосування цього способу при перекладі українською мовою може ускладнювати розуміння тексту.

Також одним із найефективніших прийомів перекладу є описовий. Близько 24% фразеологізмів перекладається саме цим способом. Його суть полягає в описі явища або значення мовою, що перекладається. Таким чином, під час перекладу безеквівалентної лексики виключається непорозуміння. Однак описовий прийом не позбавлений недоліків: переклад виходить громіздким. Компромісом є комплексне використання прийомів транслітерації та опису. При такому підході суть явища наводиться у коментарі чи виносці. Прикладом слова, перекладеного описовим прийомом є *break the ice*. У словнику (CD: URL) дається таке визначення: “ *to make people who have not met before feel more relaxed with each other* ” – “щоб люди, які раніше не зустрічалися, почувалися один з одним

більш спокійно'. Приклад використання даного терміна в контексті: *"Someone suggested that we play a party game to break the ice."* (55: URL). Це речення перекладається як: *«Хтось запропонував нам зіграти в групову гру, щоб покращити атмосферу в колективі»*.

Крім описового та прийому транслітерації, близько 27% фразеологізмів перекладаються за допомогою прийому калькування. Він полягає у перекладі частин слова або словосполучення з подальшим їх об'єднанням. До переваг даного прийому відноситься стислість і тривіальність перекладу, а до недоліків можлива втрата інформаційної функції при частому застосуванні. Прикладом професійного терміну, переклад якого здійснюється прийомом калькування, є слово *"commodification"*. У словнику (CD: URL) дається таке визначення: *"the fact that something is treated or considered as a commodity (a product that can be bought and sold)"* – *‘процес, під час якого щось розглядається як товар (продукт, який можна купувати і продавати)*. У журналі *"The Guardian"* даний термін використовується в наступному контексті: *"I have never desired to buy into the commodification of Frida's image," says Saxton* (Valentish, 2018: URL). Переклад цього речення виглядає наступним чином: *«Я ніколи не хотів брати участь у товарифікації образу Фріди, повідомив Сакстон»*. А чи можна перекладати методом калькування саме фразеологізми? Звісно, прикладом цього може бути вираз *to jump on the bandwagon* – *‘приєднатися до популярної тенденції або руху’*, проте важливо пам'ятати, що не для всіх фразеологічних одиниць підходить даний метод перекладу.

Менш поширеним способом перекладу фразеологізмів є функціональна заміна. Вона використовується приблизно у 15% випадках. Суть даного прийому полягає в тому, що перекладач знаходить аналогічний за функцією та викликаною реакцією термін (слово). Цей прийом перекладу перестав бути абсолютно точним, оскільки перекладений фразеологізм та його переклад можуть означати різні речі чи явища. Крім цього, при перекладі даним прийомом у більшості випадків накладається відбиток культури мови перекладу.

Перевагою даного прийому є те, що завдяки його використанню вдається зберегти своєрідність оригінального тексту, передати сенс у повному обсязі, а також зберегти вплив на читачів. При якісному перекладі даним прийомом виходить досягти такого ефекту, що слово у свідомості реципієнта сприймається так, ніби він читає першоджерело. Недоліком прийому функціональної заміни є втрата експресивності. Прикладом фразеологізму, що перекладається зазначеним прийомом, є слово *to mine data*. У словнику (CD: URL) для вживання в контексті даного слова наводиться таке визначення: “*transforming large batches of raw data into usable information*” – ‘аналізувати (базу даних) для отримання нової інформації’. Приклад даного фразеологізму можна зустріти в журналі “The Guardian”: “*We mine data to uncover insights that lead to data-driven decisions.*” (McGregor, 2019: URL). Маємо наступний переклад цього речення: «Ми збираємо дані, щоб отримати інформацію, яка веде до прийняття рішень на основі даних.»

Прийом прямого включення не дуже непоширений. На його частку припадає лише 3% всіх перекладених фразеологізмів. Його суть полягає у використанні мови першоджерела. Його перевагою є мінімальні трудовитрати, а недоліком – відсутність варіанта перекладу, зрозумілого читачеві. Наприклад, прийом прямого включення використовується при перекладі фрази «*HR-director*». У словнику (CD: URL) дається таке визначення: “*Highest-ranking HR position in a company and typically has overall responsibility for three areas: culture, capabilities and talent*” – ‘людина, що обіймає найвищу посаду в кадровій службі компанії і, як правило, несе загальну відповідальність за три області: культуру, потенціал та можливості персоналу’. Використання даного терміну можна зустріти в журналі “The Guardian”: “*Tony Hall, the BBC director general who said the corporation «lost the plot» on payouts, backed the HR director during her previous appearance before MPs in July*’ (Halliday, 2013: URL). Це речення перекладається так: «Тоні Холл, генеральний директор Бі-Бі-Сі, який сказав, що корпорація

*«програла змов» про виплати, підтримав HR-директора під час її попереднього виступу перед депутатами у липні».*

У результаті було встановлено переважання одних прийомів перекладу текстів професійного спрямування над іншими. Поширеність фразеологізмів за способом їхнього перекладу наступна (прийоми перекладу в порядку зменшення поширеності):

- транскрипція та транслітерація (31%);
- калькування (27%);
- описовий (24%);
- функціональна заміна (15%);
- пряме включення (3%);

У відсотковому співвідношенні переважання одних прийомів перекладу над іншими показано на діаграмі рис. 3.2. (Додаток С).

З рис. 2.3(1) видно, що основними прийомами перекладу є транскрипція, транслітерація, калькування та описовий прийом. Їх застосовують у 82% випадків. Набагато рідше застосовується прийом функціональної заміни, використання якого становить лише 15% від загальної кількості перекладів. Це пов'язано з тим, що істотним недоліком даного способу є зниження точності перекладу, за рахунок використання слів, що позначають інші поняття. Фактично не використовується прийом прямого включення. Частота його використання становить лише 3%. Справа в тому, що відсутність варіанта перекладу зрозумілого читачеві є серйозним недоліком для документів та текстів професійної спрямованості, оскільки в цій сфері діяльності важлива виняткова точність та розуміння термінів. Слід зазначити, що для досягнення необхідної точності перекладу прийоми перекладу можна використовувати, зокрема і комплексно.



## Висновки до розділу II

У результаті аналізу особливостей перекладу фразеологізмів у текстах різних професійних сфер було встановлено, що:

- фразеологізми позначають нові предмети, поняття та явища;
- основним способом створення фразеологізмів у текстах різних професійних сфер є контамінація;
- найпоширенішим прийомом перекладу фразеологізмів у текстах є транслітерація та транскрипція.

Таким чином, вивчення лексичних новоутворень дозволило виявити тенденції у словотворі в англійській мові та деякі перекладацькі стратегії. Отримані результати дослідження можуть бути використані при вивченні фразеологізмів у текстах різних професійних сфер, а також при розробці та/або доповненні словників нової лексики.

## **РОЗДІЛ 3.**

### **ВІДТВОРЕННЯ ЕКВІВАЛЕНТНОГО ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ**

#### **3.1 Способи еквівалентного відтворення перекладу професійної тематики**

Перекладач часто стикається з труднощами в перекладі фразеологізмів професійної тематики через їхню специфічну природу та потребу зберегти термінологічну точність поряд з образністю та експресивністю. Серед основних труднощів та стратегій перекладу фразеологізмів розглянемо основні:

При перекладі ідіоматичних виразів, перекладач повинен подбати про збереження образності та експресивності, адже фразеологізми (професійної тематики) часто містять яскраві та влучні образи, пов'язані з певною сферою діяльності. Труднощі виникають при спробі зберегти ці образи під час перекладу без втрати їхнього емоційного забарвлення та експресивності.

Для вирішення даного завдання, перекладачу варто докласти зусиль для пошуку повного еквівалента у мові перекладу, або частково еквівалентного фразеологізму з близьким значенням та образністю.

Ще одним викликом для перекладача може стати описовий переклад з поясненням образності (16: URL).

У такому випадку варто зберегти термінологічну складову, адже фразеологізми у професійному мовленні часто містять термінологічну лексику або посилаються на специфічні поняття певної галузі. Збереження правильного термінологічного значення під час перекладу є критичним.

Тому, варто ретельно вивчити контекст та понятійний апарат галузі в якій здійснюється переклад. Інколи варто проконсультуватися з експертами в цій сфері (за потреби). В такому перекладі можливе створення пояснювальних зносок чи доповнень.

Відсутність повних еквівалентів Внаслідок різниці між культурами та реаліями часто не існує повних фразеологічних еквівалентів у мові перекладу для специфічних професійних фразеологізмів (Бондаренко, Радзієвська, 2011: 271 – 277 ).

При перекладів фразеологізмів професійного мовлення можуть виникати певні труднощі:

- відсутність еквівалента в цільовій мові;
- багатозначність деяких фразеологізмів;
- наявність професійного сленгу, жаргону;
- неправильна інтерпретація значення через брак фонових знань.

Труднощі виникають особливо тоді, коли у перекладі є переносні слова, часто пов'язані з незвичним вживанням слів або незвичним словотвором.

Розглянемо приклади перекладу фразеологізмів в англійському професійному мовленні разом з їх значеннями:

*to be in the loop* – значить – ‘бути в курсі подій або інформованим про важливі аспекти проекту, справи або ситуації’ (3: URL). Наприклад: “Make sure to keep me in the loop regarding any updates on the project about Earth.”

*To touch base* – має значення – ‘зв’язатися або поспілкуватися з кимось для оновлення інформації або статусу’ (3: URL). Наприклад: “Let’s touch base next week to discuss the details of the presentation in the office.”

*To think outside the box* – ‘думати творчо або інноваційно, використовуючи незвичні або нестандартні підходи’ (3: URL). Наприклад: “We need to think outside the box if we want to solve this problem effectively”.

*To hit the ground running* – ‘почати працювати ефективно і продуктивно з самого початку’ (3: URL). Наприклад: “Our new employee really hit the ground running and has already made significant contributions to the team.”

*To be on the same page* – ‘мати спільне розуміння або погодженість щодо певної ситуації або плану’ (3: URL). Наприклад: “It’s important that everyone is on the same page before we move forward with the project.”

*To get the ball rolling* – ‘розпочати процес або ініціативу’ (3: URL).  
Наприклад: “Let’s get the ball rolling on this new marketing campaign.”

*To be on the back burner* – ‘бути відкладеним або призупиненим на поточний момент.’ Наприклад: “Due to budget constraints, the project has been put on the back burner.” (CD: URL).

Ці фразеологізми не лише допомагають зрозуміти специфіку професійного мовлення, але також надають можливість виразно висловлювати ідеї та інструкції в межах певного професійного середовища.

Вони є важливим інструментом спілкування у професійному англійському мовленні, який допомагає досягти різних цілей, включаючи точне передавання значень, створення емоційного забарвлення та підвищення ефективності спілкування. Володіння багатьма фразеологічними виразами дозволяє людям у будь-якій професійній сфері виявити свої сильні сторони та навчитися ефективно взаємодіяти з іншими людьми.

Іноді фразеологізми перекладаються еквівалентно , якщо є повні відповідники в обох мовах. Наприклад, англійське *to cry over spilt milk* перекладається українською як ‘горювати за чимось невинним’ ( ‘скоїти щось невинне’ ) .

Якщо немає еквівалента, фразеологізм можна перекласти описово, пояснивши його значення.

До прикладу, англійське *to be a couch potato* перекладається українською як ‘бути ледарем’ (Бондаренко, Радзієвська, 2011: 271 – 277 ) .

Професійна фразеологія – це важливий показник кваліфікації та інструмент ефективної комунікації фахівців.

Також, сприяє засвоєнню та використанню експертних знань і термінології в галузі. Володіння професійним виразом є ознакою професіоналізму і може виділити людину як експерта в певній галузі. Фразеологія, до того ж, пріє обізнаності та розумінню професійного спілкування серед професіоналів. Вона робить мову більш виразною, образною та емоційною.

Наприклад, у медичній сфері широко використовуються такі фразеологізми: *acute abdomen*, *acute respiratory failure*, *acute respiratory distress syndrome*, тощо.

Фразеологізми дозволяють стисло і точно називати різні стани і захворювання.

Переклад фразеологізмів в професійному мовленні – це складний процес, адже переклад фразеологізмів потребує від перекладача не тільки мовних знань, але й здатності зануритися в культуру народу, творчого підходу і кмітливості.

Розглянемо переклад фразеологізмів в різних сферах професійної діяльності.

Наприклад, медичні фразеологізми повинні мати чітко визначене значення, щоб уникнути непорозумінь. Перевага надається стандартизованим медичним термінам латинського чи грецького походження. Варто уникати скорочень. Аббревіатури можуть мати різні значення в різних мовах.

Важливим аспектом є збереження та відтворення змісту та стилістики.

Розглянемо кілька прикладів перекладу медичних фразеологізмів, серед них: *on the brink of life and death* – ‘на межі життя і смерті’; *health is the greatest wealth* – ‘здоров’я – найбільше багатство’; *treatment to the fullest* – ‘лікування на всі сто’ ( Сейджл, Макморді, 1983: 57 – 58 ).

Медичні фразеологізми часто мають стислий, формальний стиль викладу думки. Краще використовувати в мові сталі медичні терміни.

При перекладі юридичних документів особливу увагу необхідно приділяти мовній точності. В професійному мовленні – це надзвичайно важливо. Зокрема, юридична термінологія суворо формалізована і має певні особливості вживання термінів.

Розглянемо приклади перекладу фразеологізмів, які можуть використовуватися в текстах, які стосуються юриспруденції: *obscure the law* – ‘to circumvent the law’, *to set a precedent* – ‘створити прецедент’, *to uphold the law* – ‘дотримуватися закону’, *to violate the letter of the law* – ‘порушувати букву закону’ – ‘to violate the letter of the law’.

*law*’, *landmark decision* – ‘*прецедентне рішення*’, *letter of the law* – ‘*буква закону*’, *мати зв’язки в судах* – ‘*to have connections in courts*’ (Коваленко, 2021: 34 – 53 ).

Зважати варто на кілька факторів, наприклад, в юридичних документах зазвичай використовуються шаблонні фрази латинського походження. Вони є міжнародними та мають аналоги в більшості мов.

Їх переклад має точно відповідати змісту оригінального перекладу.

До того ж, важливо підтримувати формальний і логічний стиль викладу та уникати розмовних чи емоційних виразів. Юридична мова повинна бути чіткою, нейтральною, без можливості подвійного тлумачення.

Часто доводиться пристосовувати фразеологізми до граматичних норм мови перекладу чи стилістики конкретного жанру тексту.

Головне при цьому – зберегти змістове ядро виразу.

Досить відомою та затребуваною сферою діяльності, в якій переклад відіграє далеко не останню роль є ІТ-сфера. Переклад фразеології в ІТ-сфері потребує не лише фахових знань, а й креативності, розуміння мовних та культурних контекстів, володіння жаргонною лексикою галузі.

Інформаційні технології – це галузь, що швидко розвивається, і характеризується різноманітністю нових термінів і понять. Це створює певні труднощі при перекладі лексичних одиниць у сфері ІТ. По-перше, багато англійських ідіом є жаргоном або сленгом, і їх важко перекласти іншими мовами. Наприклад, “*to fork a repo*”, “*UX unicorn*” (11: 56-76). Часто доводиться підбирати описовий переклад чи створювати неологізми.

До того ж, вирази ІТ часто містять посилання на поп-культуру та гру слів. Ці наслідки важко передати в перекладі. Наприклад, “*careful with that axe Eugene*” (з пісні “Pink Floyd”) – дана ідіома використовується, ‘щоб застерегти когось від чогось’.

До речі, багато ІТ-фраз швидко застарівають і замінюються новішими. Тому перекладачі повинні постійно стежити за мовними трендами в цій сфері. Прикладом може бути ідіома *to throw a spanner in the works* – раніше вона

використовувалася для ‘опису ситуації, коли щось йде не так через непередбачену проблему в комп’ютерній системі’. Сьогодні частіше вживають “*to disrupt*” або “*to derail*”.

В українській мові ще не склалися сталі відповідники до багатьох англomовних ІТ-фразеологізмів. Це вимагає від перекладача творчого підходу.

На прикладах розглянемо переклад фразеологізмів в даному професійному мовленні: *build a better mousetrap* – ‘створити кращі сіми’; *drink the kool-aid* – ‘прийняти ідею’; *in Layman’s terms* – ‘пояснити щось в особливій манері’ (Мун, 2001: 34 – 37 ).

Як бачимо, професійні фразеологізми часто перекладаються еквівалентними термінологічними словосполученнями в цільовій мові. Головне – передати сенс та не втратити змістове наповнення.

Отже, фразеологізми професійного спрямування - це важлива частина термінології будь-якої галузі, що відображає її специфіку. Їх переклад вимагає знання предметної сфери.

Загалом, успішний переклад фразеологізмів професійної тематики потребує міцних фонових знань перекладача в конкретній галузі, розуміння культурних контекстів, тонкого відчуття образної мови та майстерності у застосуванні перекладацьких трансформацій (19: URL).

### **3.2 Застосування перекладацьких трансформацій для збереження образності та експресивності фразеологічних одиниць**

Перекладацькі трансформації (за В. Н. Комісаровим) поділяються на кілька основних, а ті в свою чергу на другорядні. Існують лексичні, граматичні, лексико-граматичні та стилістичні перекладацькі трансформації.

Лексичні трансформації – це заміна лексичних одиниць вихідної мови одиницями мови перекладу. Наприклад, конкретизація, генералізація, модуляція.

Граматичні трансформації – це заміна граматичних категорій: зміна частин мови, членів речення, типів речень.

Лексико-граматичні трансформації – це опущення, додавання слів, зміна порядку слів.

Стилістичні трансформації – це заміна стилістичних прийомів: метафор, порівнянь, фразеологізмів (19: URL).

Застосування трансформацій дозволяє відтворити зміст і стилістику оригіналу засобами мови перекладу, при цьому важливо збереження образності та експресивності фразеологічних одиниць. Це важливий інструмент у роботі перекладача без якого не обходиться жоден вид перекладу ( Мабіус, 2006: 37 – 51 ).

Дані трансформації необхідні, адже кожна мова різна по-своєму, і тому так важливо при перекладі максимально точно відтворити не лише лексико-граматичне, а й семантичне та емоційне забарвлення тексту.

Розглянемо приклади перекладу фразеологізмів з використанням перекладацьких трансформацій: *(like) a bull in a china shop* – ‘як слон в крамниці (незграбний)’ (WC: 17: URL).

Приклад вживання фразеологізму *(like) a bull in a china shop*: “*He upset everybody at my birthday party, he was like a bull in a china shop*” – «Він засмутив усіх на моєму дні народження, він був таким незграбним».

В даному випадку була використана лексико-граматична трансформація. Конкретно, фразеологізм *like a bull in a china shop* був перекладений за допомогою аналогічної ідеї “незграбний”, що є лексичною трансформацією, оскільки зберігається сенс та образність виразу, але використовується інша лексична одиниця.

В той же час, стилістична трансформація також може враховуватися, оскільки фразеологізм в оригіналі може містити специфічні стилістичні прийоми, які можуть бути замінені або адаптовані в перекладі.

Розглянемо наступний приклад: *(like) water off a duck's back* – ‘як з гуски вода’ (WC: 17: URL).



Приклад вживання фразеологізму (*like*) *water off a duck's back*: “*She scolded her son again and again for his laziness, but her words were water off a duck's back*” – «Вона знову і знову сварила сина за його лінощі, але її слова були пустими».

У даному випадку вжито лексико-граматичні трансформації:

“*Her words were water off a duck's back*” перекладено як “*Її слова були пустими*”. Тут відбувається заміна фразеологізму “*water off a duck's back*” на еквівалентний за змістом вираз “пустими”.

Лексична трансформація спостерігається в заміні виразу “*scolded*” на “сварила” для передачі ідеї докору та невдоволення.

Стилістичні трансформації відображаються в виразі “*water off a duck's back*” містить метафору, що вказує на те, що критика або настанови не впливають на когось. У перекладі використано вираз “були пустими”, який може вважатися менш експресивним, але передає схожу ідею стосовно “невпливовості” слів на сина.

- *a bad business* – ‘погана справа’ (WC: 17: URL).

Приклад вживання фразеологізму *a bad business*: “*In the train he was robbed all his money; a bad business!*” – «У поїзді у нього вкрави всі гроші, тож справи кепські!» (WC: 17: URL).

Лексично-граматична трансформація в цьому випадку спостерігається в заміні англійського виразу *a bad business* українським виразом ‘справи кепські’, що відображає схожий сенс, але з врахуванням лексичних особливостей мови перекладу.

А лексична трансформація спостерігається в додаванні українського слова “тож” – сполучника, який вказує на логічну залежність між діями, подіями чи фактами. Використовується для вираження результату, логічного висновку або обґрунтування, лексичної зв’язності речення.

Варто розглянути й приклади граматичних трансформацій, оскільки при перекладі вони вживаються навіть частіше.

Наприклад, в реченні: “*My boss drives me up the wall with his demands.*” (дієслово) - «Мій бос своїми вимогами доводить мене до білої гарячки». (іменник) – в даному випадку, спостерігається зміна частини мови в мові перекладу.

Зміна структури речення також може спостерігатися в перекладі: “*She let the cat out of the bag about their relationship.*” - «Про їхні стосунки вона пробовкнулася.» Просте речення змінюється на безособове речення.

Однією з частих трансформацій, яку застосовують перекладачі при перекладі фразеологічних одиниць є додавання, чи опущення членів речення: “*We will cross that bridge when we come to it*”- «Ми будемо думати про це, коли дійде до справи.» (додано вираз «думати про це»)

В наступному наведеному прикладі спостерігається зміна порядку слів в реченні: “*He was caught between a rock and a hard place.*” – «Він опинився між молотом та ковадлом.»

Стилістичні перекладацькі трансформації можна спостерігати при перекладі наступних речень: “*He was a fish out of water at the fancy reception.*” – «Він почувався білою вороною на цій елітній вечірці.» В даному прикладі відбувається заміна метафори при перекладі. Заміна метонімії спостерігається в даному реченні: “*Wall Street is in panic over the news.*” - «Фінансові кола перебувають у паніці через новини.» Таку трансформаційну зміну, як компенсація зображено в даному прикладі: “*Don't look a gift horse in the mouth.*” - «Дарованому коню в зуби не дивляться, та оцінюють уважно.» Для кращого розуміння сенсу додано другу частину прислів'я в перекладі. Ще однією розповсюдженою трансформацією є антонімічний переклад: “*Tom was in seventh heaven after getting the job*”. – «Після того, як Том отримав роботу, він був на сьомому небі від щастя.»

Як бачимо, перекладацькі трансформації відіграють вирішальну роль у процесі перекладу. Це важливий інструмент, який допомагає перекладачеві

подолати лексичні, граматичні та стилістичні відмінності між мовами і створити відповідний переклад.

Лексичні, граматичні та стилістичні трансформації не лише передають точне значення вихідного тексту, але й відтворюють стилістичні та експресивні особливості та уникають буквалізму. Трансформації значно полегшують роботу перекладача, оскільки надають набір способів вирішення перекладацьких проблем, викликаних відмінностями між двома мовами.

Тому, оволодіння перекладацькими трансформаціями є важливим фактором забезпечення професіоналізму перекладача та успіху перекладацького процесу. Це важливий інструмент для створення якісних перекладів.

Розглянемо такі основні типи фразеологізмів професійного спрямування:

Термінологічні фразеологізми - це багатоконпонентні терміни, що складаються з двох або більше слів. Наприклад, у юридичній сфері – *ownership rights, restraining order* ('право власності', 'запобіжний захід') (24:17); в економіці – *gross domestic product, supply and demand* ('валовий внутрішній продукт', 'попит і пропозиція') (17: URL).

Номенклатурні фразеологізми - одиниці, що називають об'єкти та явища професійної сфери. Наприклад, у медицині – *delirium tremens, iron deficiency anemia* ('біла гарячка', 'залізодефіцитна анемія') [23: 89] ; в інженерії – *steam boiler, turbine engine* ('паровий котел', 'турбінний двигун'.) (20: URL).

Комунікативні фразеологізми - стійкі вислови, які використовуються фахівцями певної галузі у професійному спілкуванні. Наприклад, у програмуванні – *reboot the computer, delete file* ('перезавантажити комп'ютер', 'видалити файл'); у військовій справі – *platoon, attention* ('взвод, струнко') (20: URL).

Фразеологічні терміни-символи – "*allegro*", "*vivo*", "*moderato*" у музиці (20: URL).

Професійні жаргонізми – слова і вирази, типові для певної професійної групи. Наприклад, у лікарів – *scrubbing in, fleshing out* [23: 90].

Кліше – шаблонні мовні звороти, що часто вживаються у професійному мовленні. Наприклад, *as per your request, please find attached* (20: URL).

Професійні метафори – переносне вживання слів на позначення професійних понять. Наприклад, у програмуванні – *memory leak, multithreading* (Ребрій, 2021).

Перекладачу слід дотримуватися певних порад щодо перекладу фразеологізмів професійного спрямування. Найкраще знаходити еквівалентний фразеологізм в цільовій мові, який передає те саме значення. Наприклад, *fleshing out* – ‘прописати детальніше’ (20: URL).

При вивченні фразеологізмів професійного спрямування також важливо враховувати їхню роль у вирішенні комунікаційних завдань і досягненні мети спілкування. У професійному середовищі фразеологізми часто використовуються для забезпечення чіткості, ефективності та точності мовлення. Вони можуть служити важливими інструментами для передачі інформації, вираження авторитету та експертизи, а також вираження погодження або непогодження з думками.

Наприклад, фразеологічний вираз *to be in the red* (‘бути у збитку’) часто зустрічається в публікаціях, які стосуються фінансів. Цей вираз чітко описує фінансовий стан компанії або особи. Це не лише економить час і місце, але й дозволяє чітко визначити фінансову проблему без додаткових пояснень.

Крім того, використання фразеологізмів, пов’язаних із професією, може вплинути на психологічний аспект спілкування, оскільки вони сприяють взаєморозумінню, спільній ідентичності та підтримці професійної спільноти. В певній галузі терміни, які добре відомі та широко використовуються, можуть служити своєрідним кодом професійної спільноти, що сприяє формуванню спільності та ідентичності серед тих, хто працює там (12: URL).

Таким чином, фразеологізми професійного спрямування мають багатофункціональність, ефективність і соціокультурний аспект, що робить їх важливими компонентами мовлення в різних професійних галузях. Вивчення та

розуміння фразеологізмів дає можливість покращити розуміння професійних спільнот, розвинути кращі навички спілкування та ефективно взаємодіяти в відповідних професійних середовищах.

Фразеологізми професійного спрямування також можуть створювати відчуття авторитету та довіри, а також формувати професійний образ. Розмовник може отримати позитивне сприйняття своєї професії за допомогою фразеологізмів. Використання виразів, специфічних для певної професії, може допомогти підкреслити досвід і експертність співрозмовника.

Наприклад, фразеологізми, такі як *to stand up for (a cause)* ('захистити справу') або *to settle out of court* ('домовлятися позасудовим шляхом'), використовуються в юридичному мовленні, щоб створити враження, що людина має необхідні знання та досвід у цій галузі.

Наведемо кілька прикладів англійських фразеологізмів професійного спрямування з аналізом з точки зору перекладацьких стратегій.

*Think outside the box* – цей фразеологізм означає 'думати творчо та інноваційно, виходячи за межі стандартних рамок' (Герцовська, 2021: 38).

Переклад цього виразу може бути викликаний труднощами, оскільки метафоричний образ «коробки» може бути важко передати в іншій мові. Перекладачеві потрібно знайти еквівалентний вираз або метафору, яка передасть ідею творчого підходу і виходу за межі стандартного мислення. Наприклад, "думати нестандартно" або "розглядати питання з неочікуваних ракурсів".

*Hit the ground running* – цей фразеологізм означає 'почати щось з великою енергією та ефективністю' (Герцовська, 2021: 39).

Переклад цього виразу може бути проблематичним через наявність ідіоматичного виразу *hit the ground running*, який може бути важко зрозуміти в іншій мові. Перекладачеві потрібно знайти еквівалентний вираз або вільний переклад, який передасть ідею енергійного початку. Наприклад, 'почати з розгону' або 'запустити проект на повну потужність'.

*Cutting corners* – цей фразеологізм значить – ‘робити щось швидко або ефективно, проте не завжди з повним дотриманням правил чи стандартів’ (9: 234).

Цей вираз може бути складним для перекладу через його метафоричний характер. Перекладачеві потрібно знайти еквівалентний вираз або переклад, який передасть ідею обходу чи уникнення деяких етапів чи процедур. Наприклад, ‘обхідні шляхи’ або ‘прискорене виконання’.

Переклад фразеологізмів професійного спрямування може бути викликаний не лише лексичними аспектами, а й культурними реаліями та метафоричними особливостями виразів. Ефективний переклад вимагає глибокого розуміння обох мов та контексту вживання виразу.

Наприклад, *get the ball rollin* – цей вираз означає ‘розпочати процес або ініціативу’ (9: 126).

Переклад цього виразу може бути проблематичним через наявність ідіоматичного образу *get the ball rolling*, який може бути важко передати в іншій мові. Перекладачеві потрібно знайти еквівалентний вираз або метафору, яка передасть ідею початку процесу або стимулювання активності. Наприклад, ‘почати рух’ або ‘почати рух іде’.

*On the back burner* – має значення, що ‘щось відкладено або не актуальне в даний момент’ (8: URL).

Цей вираз також може бути складним для перекладу через його метафоричний характер. Перекладачеві може знадобитися знайти еквівалент або вираз, що передасть ідею того, що деяке питання відкладено на потім або відведено на другий план. Наприклад, ‘на задньому плані’ або ‘у режимі очікування’.

*In the loop* – цей вираз означає ‘бути в курсі інформації або мати доступ до неї’ (8: URL).

Переклад цього виразу може залежати від контексту вживання. Деякі можливі варіанти перекладу включають ‘у зв’язку’ або ‘у курсі подій’.

Перекладач повинен врахувати специфіку контексту, щоб забезпечити правильне розуміння.

*Pull strings* – цей вираз означає ‘використовувати свої зв’язки або вплив для досягнення мети’ ( Баран, 1999: URL).

Переклад цього виразу може бути складним, оскільки він містить ідіоматичний вираз, який важко буквально перевести. Можливий варіант перекладу – ‘тягнути за ниточки’, однак, це може не передати точно всю семантику та нюанси оригінального вислову. Перекладач повинен знайти компроміс між літеральністю та передачею суті виразу.

*Stay on the same page* – цей вираз означає ‘мати спільне розуміння чи узгодження з кимось’ ( Баран, 1999: URL).

Переклад цього виразу також може бути викликаний ідіоматичним характером. Можливий варіант перекладу – ‘залишатися на одному місці’, проте це може не відтворити точно всю семантику виразу. Перекладач повинен розуміти контекст і знайти спосіб передати ідею спільного розуміння або узгодження.

Розглянемо наступний приклад: *break the ice* – цей вираз означає ‘знищити напругу або створити атмосферу, сприятливу для спілкування’ (Baker, 2018: 22).

Переклад цього виразу може бути викликаний метафоричним характером. Можливий варіант перекладу – ‘пробивати лід’, однак, важливо зберегти семантику розриву напруги та ‘створення комфортної атмосфери’. Перекладач повинен вибрати відповідний вираз, який передасть ці значення.

*Turn the tables* – цей вираз означає ‘змінити ситуацію або перехід від оборони до нападу’. (CD: URL)

Переклад цього виразу може бути викликаний метафоричним характером. Можливий варіант перекладу – ‘повернути ситуацію’, однак, важливо передати семантику зміни положення чи переходу до активної позиції. Перекладач повинен обрати вираз, який відображає цю ідею.

*Turn a blind eye* – цей вираз означає ‘ухилитися від чогось, намагаючись не помічати або не реагувати на це’ (CD: URL).

Переклад цього виразу може бути складним через ідіоматичний характер. Можливий варіант перекладу – ‘закрити очі на щось’, але важливо передати семантику ухиляння від чогось неприємного чи проблемного. Перекладач повинен знайти вираз, який точно відобразить цю ідею.

Переклад фразеологізмів вимагає не лише лінгвістичних навичок, але і знання культурних особливостей та вміння вибрати вираз, який найкраще передасть семантику оригінального вислову в іншій мові.

*Go the extra mile* – що має значення ‘робити більше, ніж очікується або вимагається’ (CD: URL).

Переклад цього виразу може бути викликаний метафоричним значенням. Можливий варіант перекладу – ‘піти додатковий крок’, проте важливо передати не лише буквальне значення, а й ідею зусиль, вкладених в дію. Перекладач повинен врахувати це, щоб забезпечити відтворення семантики виразу.

*Touch base* – означає ‘зв’язатися або оновити інформацію з кимось’ (CD: URL).

Переклад цього виразу також може бути викликаний його ідіоматичним характером. Можливий варіант перекладу – ‘зателефонувати’, ‘зв’язатися’. Важливо обрати вираз, який передасть ідею контактування або оновлення інформації без втрати семантики.

*Stay on the same page* – цей вираз значить ‘мати спільне розуміння чи узгодження з кимось’ (CD: URL).

Переклад цього виразу може вимагати уваги до контексту та культурних особливостей. Можливий варіант перекладу – ‘бути на одній хвилі’, проте варто врахувати, що цей вираз може бути неоднозначним в різних культурах. Перекладач повинен обрати вираз, який зрозумілий та адекватний для цільової аудиторії.



Переклад фразеологізмів вимагає уважності до контексту, культурних особливостей та семантики вислову для забезпечення точного та адекватного перекладу.

*Call the shots* – цей вираз означає мати контроль або приймати рішення (ECCL: URL).

Переклад цього виразу може бути викликаний метафорою “вибивати кульки” і може вимагати пошуку відповідного еквіваленту. Можливий варіант перекладу – ‘визначати умови’, ‘віддавати команди’, проте важливо зберегти семантику контролю або прийняття рішень.

*Hit the ground running* – цей вираз означає ‘почати щось з великою енергією та ефективністю’ [12: 56].

Переклад цього виразу може бути викликаний метафорою ‘ударити у землю біжучи’ і може вимагати пошуку еквіваленту, який передасть ідею ефективного початку. Можливий варіант перекладу – ‘почати роботу на повний оберт’, проте важливо передати семантику енергійного початку.

*Keep someone in the loop* – цей вираз ‘означає утримувати когось в курсі подій або інформованим (Коваленко, 2021: 52).

Переклад цього виразу може вимагати уваги до метафори “комунікативного кола” та може бути викликаний потребою передати семантику відомостей або інформування. Можливий варіант перекладу – ‘утримувати когось в курсі’, проте важливо передати семантику залученості у процесі спілкування.

Переклад фразеологізмів професійного спрямування вимагає ретельного аналізу кожного вислову та контексту його вживання для забезпечення точного і адекватного передачі смислу в іншій мові.

*Get the ball rolling* – цей вираз означає ‘почати процес або ініціативу’ (3: URL).

Переклад цього виразу може викликати труднощі через його метафоричний характер. Можливий варіант перекладу – ‘відкрити справу’, але

важливо зберегти семантику початку дії або ініціативи. Перекладач повинен обрати вираз, який передасть цю ідею ( Коваленко, 2021: 32).

*Play hardball* - цей вираз означає ‘діяти рішуче або агресивно для досягнення мети’ ( Коваленко, 2021: 33).

Переклад цього виразу може вимагати уваги до його ідіоматичного значення. Можливий варіант перекладу – ‘грати в тугу гру’, але важливо передати семантику рішучості та агресивності у діях. Перекладач повинен знайти вираз, який точно відображає цю ідею.

*Think on one's feet* – цей вираз означає ‘швидко думати та приймати рішення в непередбачених ситуаціях’ (CD: URL).

Переклад цього виразу може бути викликаний його метафоричним значенням. Можливий варіант перекладу – ‘думати на льоту’, але важливо зберегти семантику швидкості та реактивності у прийнятті рішень. Перекладач повинен обрати вираз, який передасть цю ідею.

Переклад фразеологізмів потребує уваги до метафоричного змісту та контексту їх вживання для забезпечення точного розуміння в іншій мові.

Використання фразеологізмів, які стосуються професійної сфери, також має бути обґрунтовано соціальним контекстом. Коли людина використовує певні вирази, вони можуть викликати певні почуття або реакції. Ці вирази можуть мати зв'язки з певними соціальними чи культурними контекстами.

З розглянутих прикладів можна зробити наступні висновки: фразеологізми професійного спрямування мають значний соціальний і психологічний вплив на співрозмовника, оскільки вони не лише збагачують мовлення та допомагають у правильному та ефективному вираженні думок, але й роблять їх більш ефективними. Вони сприяють взаєморозумінню та сприйняттю, допомагають змодельовати відповідний професійний образ і в цілому відображають складну природу професійного мовлення в англійській мові.

Якщо немає еквівалента, можна перекласти дослівно або описово. Наприклад, *scrubbing in* – ‘підготовка хірурга до операції ( Сейдж, Макморді,

1983: 57 – 58 ). Слід уникати буквального перекладу, який може бути незрозумілим. Краще пояснити значення.

Варто перевірити наявність відповідника у галузевих словниках або глосаріях.

Для отримання адекватного перекладу потрібно добре розуміти значення фразеологізму в професійному контексті.

### **3.3 Способи відтворення термінологічної складової в перекладах фразеологізмів професійного спрямування**

При перекладі фразеологізмів у професійному мовленні одним з ключових аспектів є збереження термінологічної складової. Це допоможе зберегти точність і спеціалізований контекст висловлювань. Ось кілька прикладів і рекомендацій:

Перекладачам слід застосовувати еквівалентні фразеологізми в цільовій мові, якщо вони є в наявності й повністю відтворюють термінологічну специфіку:

- *to take the bull by the horns*”(взятися за справу рішуче) – ‘взяти бика за роги’ (Герцовська, Шпенік, 2021: 27 – 39 ); (CD: URL).
- *to break the bank* – ‘спустошити банківський рахунок’. (CD: URL)

Якщо прямого еквівалента немає, переклад здійснюється описово, зберігаючи термінологічні елементи:

- *barking up the wrong tree* (‘йти невірним шляхом’) – ‘розслідувати справу в хибному напрямку’ (CD: URL);
- *to cook the books* – ‘фальсифікувати бухгалтерську звітність’ (CD: URL).

При перекладі, можливе й застосування фахових метафор чи порівняння, характерні для певної термінологічної сфери:

- *to open a can of worms* (викликати нові проблеми) – ‘розкрити коробку Пандори з бідами’ , ‘втрапити в халепу’ (8: URL) , (CD: URL).

Також, можливий підбір функціональних аналогів при перекладі:

- *to hit the bull's-eye* – ‘влучити в яблучко цільового ринку’ (CD: URL)

Проте, є випадки, коли варто перекласти дослівно, після чого – пояснити значення фразеологізму:

- *to bail out* – ‘надати фінансову допомогу’ (дослівно можна перекласти: ‘вичерпати воду з човна’) (CD: URL).

Для формування найбільш адекватного перекладу, допустимим є й формування нових виразів, що поєднують образ і термінологічну точність:

*to navigate the digital maze* – ‘блукати в цифрових лабіринтах’. (CD: URL).

Фразеологія постійно розвивається, особливо в професійному мовленні, тому з'являються нові фразеологізми. Перекладачам варто надавати контекстуальні пояснення нових фразеологізмів під час перекладу для збереження зрозумілості термінології. Враховуючи стилістичні особливості мови перекладу – деякі фразеологізми можуть бути занадто розмовними для професійної термінології ( Бондаренко, Радзієвська, 2011: 271 – 277 ).

Якщо фразеологізм є надто специфічним чи незрозумілим для цільової аудиторії, краще перекласти його нейтрально, не втрачаючи термінологічного значення. Загалом, вдале поєднання термінологічних складових фразеологізмів з їх образністю та експресивністю при перекладі дозволить зберегти професійний характер мовлення та зробити його яскравішим для сприйняття.

### **Висновки до III розділу**

Переклад фразеологізмів у професійному мовленні вимагає ретельного врахування контексту та культурних особливостей, адже значення й функція фразеологізмів можуть суттєво змінюватися в залежності від цих факторів.

Метафоричний зміст і специфіка професійної лексики додають складності перекладу, що потребує точності у збереженні термінології та виразності. Відсутність точних еквівалентів може вимагати використання описового

перекладу або адаптації виразу, щоб зберегти його функцію. Зловживання фразеологізмами може ускладнити сприйняття, тому важливо знайти баланс між образністю та зрозумілістю.

Окрім цього, фразеологізми мають соціальний і психологічний вплив на аудиторію, що потрібно враховувати для формування правильного професійного іміджу. Успішний переклад фразеологізмів потребує знання специфіки галузі, розуміння культурного контексту і вміння зберігати образність висловлювань.

## ВИСНОВКИ

У висновках до даного дослідження важливо підкреслити роль перекладацьких трансформацій, які забезпечують адекватність та повноту відтворення змісту оригіналу. Дослідження доводить, що переклад є складним процесом, що вимагає глибокого розуміння лексичних, граматичних та семантичних аспектів обох мов.

Теоретичні підходи, як от: необхідність застосування різних типів перекладацьких стратегій; важливість контекстуальних замінів та уваги до національного забарвлення під час перекладу ідіом; послідовне використання транскрипції, транслітерації, описового перекладу та калькування для збереження синтаксичної структури оригіналу, а також на компенсації через введення додаткових пояснень у тексті забезпечують глибше розуміння процесу перекладу та підвищують якість його виконання.

Зазначимо, що переклад фразеологізмів у професійному мовленні є складним та багатограним завданням, яке вимагає глибоких лінгвістичних та культурних знань. Нами було підкреслено унікальні виклики, з якими стикаються перекладачі при роботі з ідіоматичними виразами в професійному контексті, де точність і ясність є першочерговими.

По-перше, акцентується увага на важливості розуміння культурних та професійних нюансів як мови-джерела, так і мови перекладу. Фразеологізми часто несуть специфічні конотації, що глибоко вкорінені в культурному контексті, що ускладнює їхнє пряме відтворення.

По-друге, у тексті розглядаються різні стратегії перекладу, такі як дослівний переклад, заміна еквівалентним фразеологізмом у мові перекладу та описовий переклад. Кожен підхід має свої переваги та обмеження залежно від конкретного контексту та аудиторії, на яку спрямований переклад. Наприклад, дослівний переклад може зберегти структуру оригіналу, але призвести до непорозуміння, якщо фразеологізм не існує у мові або культурі перекладу.

Також проаналізовано роль професійного жаргону в процесі перекладу. У таких галузях, як право, економіка або технології, фразеологізми часто переплітаються зі спеціалізованою термінологією, що вимагає від перекладача не лише лінгвістичних навичок, але й експертизи у відповідній професійній сфері.

Крім того, у тексті підкреслюється важливість контексту під час перекладу фразеологізмів. Один і той самий вираз може мати різні значення залежно від його використання, й успішний переклад має враховувати оточуючий текст та загальну мету комунікації.

Практичний аналіз перекладу фразеологізмів професійного спрямування довів, що переклад спеціальних текстів вимагає глибокого розуміння професійної термінології та контексту. Особливості та складнощі перекладу фразеологізмів зумовлені багатозначністю термінів і варіативністю перекладу в залежності від контексту. Важливим аспектом є правильний вибір перекладацьких рішень, що забезпечує точність й адекватність переданого змісту. Тому в перекладі професійних текстів необхідно враховувати специфіку фразеологізмів, що використовуються в різних сферах професійної діяльності.

Проаналізовано переклади фразеологізмів, що зустрічаються в текстах різних професійних сфер, зокрема в економіці, бізнесі та торгівлі. На основі 100 фразеологізмів, відібраних із “Cambridge Dictionary”, проведено дослідження різних методів їх формування, включаючи синтаксичні конструкції, афіксацію, словоскладання, скорочення, конверсію, семантичні зміни та запозичення.

Результати нашого аналізу демонструють, що фразеологізми відіграють ключову роль у професійних текстах, оскільки вони не лише відображають специфіку мовлення в певних галузях, але й забезпечують образність, економію мовних засобів та виконують екстралінгвістичну функцію. Особливо значущими є синтаксичні та афіксаційні фразеологізми, які становлять значну частину від загальної кількості фразеологізмів у текстах професійного спрямування. Також важливо зазначити, що більшість фразеологізмів, утворених способом конверсії

та запозичення, мають невелику частку, що підкреслює відносно обмежене використання цих способів у професійних текстах.

Таким чином, знання різних способів утворення фразеологізмів та їх специфічного використання в текстах професійного спрямування дозволяє перекладачеві адекватно відтворити зміст та стилістику вихідного тексту, забезпечуючи тим самим точність та відповідність перекладу. Це дослідження підкреслює важливість розуміння фразеологічних одиниць у межах професійної комунікації та їхньої ролі в міжмовному обміні, що особливо актуально у сучасному глобалізованому світі.



## АНОТАЦІЯ

У роботі було розглянуто питання особливостей перекладу фразеологічних одиниць у професійному мовленні.

Проаналізовано базові поняття перекладознавства як науки, розглянуто сутність перекладацьких стратегій та аспектів, що визначають підхід перекладача. На конкретних прикладах представлено випадки перекладу ідіоматичних виразів у текстах професійного спрямування, визначено оптимальні стратегії перекладу фразеологічних одиниць для досягнення адекватності. Досліджено роль фразеології в професійному мовленні, виокремлено основні особливості перекладу фразеологізмів та охарактеризовано перекладацькі трансформації, що застосовуються при роботі з фразеологічними одиницями.

Результати дослідження дозволили систематизувати основні підходи до аналізу та перекладу фразеологізмів у професійному мовленні, що може слугувати теоретичною та практичною базою для подальших наукових розвідок у цій царині.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баран, Я., Зимомря, М. (1999). Теоретичні основи фразеології. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Zymomria\\_Mykola/Teoretychni\\_osnovy\\_frazeolohii.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Zymomria_Mykola/Teoretychni_osnovy_frazeolohii.pdf)
2. Бейкер, М. (2020). Поняття про переклад / Вступ до студій перекладу; Пер. з англ. М. Гарцунського. Харків : Вид-во Ранок,
3. Білозерська, Л. П. (2010). Термінологія та переклад: Навчальний посібник для студентів філологічного напрямку підготовки. Вінниця : Нова книга.
4. Бондаренко, О. М., Радзієвська О. В. (2011). До проблеми перекладу англійських фразеологізмів. *Система і структура східнослов'янських мов : зб. наук. праць*. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова. (3), 271–277.
5. Вест, Р. (2021). Найпопулярніші бухгалтерські ідіоми та фрази. *Бухгалтерський Вірш*.
6. Гаврилюк, А. П. (2011). Соціокультурні особливості англійських та німецьких фразеологізмів та способи їх перекладу українською мовою. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/288816037.pdf>.
7. Герцовська, Н., Шпеник, Т. (2021). Підходи до класифікації англійських ідіом: тематичний аспект. *Сучасні дослідження з іноземної філології. Збірник наукових праць*. Відп. ред. Фабіан М.П. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика». 1(19), 27 –39.
8. Гомзякова, О. Ю. (2005). Основні шляхи перекладу англійських фразеологізмів. URL: <https://www.int-konf.org/uk/2013/nauka-i-zhittya-suchasni-tendantsiji-integratsiya-u-svitovu-naukovu-dumku-23-25-05-2013/303-%20gomzyakova-o-yu-osnovni-shlyakhi-perekladu-anglijskikh-frazeologizmiv>.
9. Гуггенбергер, Бетані. (2018). Збереження авторського голосу: Виклики для перекладачів художньої літератури. *Журнал перекладознавчих досліджень*. (16), 124 – 142.
10. Задорожна, А. (2019). Перекладацькі трансформації як забезпечити досягнення еквівалентності. *Мовознавство. Літературознавство*. 57 – 58.

11. Карабан, В. І. (2004). *Переклад англійської наукової і технічної літератури*. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова книга. 67 – 80.
12. Коваленко, А. В. (2021). Переклад фразеологічних одиниць в художньому тексті. 34 – 53. URL:  
[http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1\\_2021/part\\_2/48.pdf](http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_2/48.pdf)
13. Лоредано, І. (2012). *Культурний переклад та інтерпретація / Переклад як міждисциплінарна практика; Пер. з італ. М. Джованні*. - Рим: Видавництво Сапієнца. 45 – 60.
14. Мабіус, Д. (2006) Роль перекладача в міжкультурній комунікації». *Збірник матеріалів конференції «Переклад на перетині культур»* (Берклі, 2005). Видавництво Каліфорнійського університету, 37 – 51.
15. Мазур, О.; Кучів, С. (2021). Локалізація як явище перекладу. URL:  
[http://aphn-journal.in.ua/archive/35\\_2021/part\\_7/17.pdf](http://aphn-journal.in.ua/archive/35_2021/part_7/17.pdf)
16. Матузкова, О.П., Гринько, О.С., Горбатюк, Н.О. (2020). *Стратегії та аналіз в усному та письмовому перекладі : метод. посіб.* Одес. нац. ун-т імені І. І. Мечникова. Одеса : ОНУ, URL:  
[https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/rgf/theory\\_practice\\_translate/MethodichniVidania/STRATENII\\_V\\_USNOMU\\_TA\\_PYSMOVOMU%20PEREKLADI.pdf](https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/rgf/theory_practice_translate/MethodichniVidania/STRATENII_V_USNOMU_TA_PYSMOVOMU%20PEREKLADI.pdf)
17. Михайленко, О. А. (2014). Поняття «Перекладацькі стратегії» як складова стратегічної компетенції. 67 – 68. URL:  
<https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11792/Mykhailenko.pdf;jsessionid=C03ACFC949A8B0EC8F765D426B3BB799?sequence=1>
18. Мун, Р. (2001). *Фразеологія англійської мови / Пер. з англ. Н. Орлової*. Кембридж: Видавництво Кембриджського університету. 34 – 37.
19. *Перекладознавство як самостійна наука*. 74 – 75. URL:  
[https://stud.com.ua/162338/literatura/perekladoznavstva\\_samostiyna\\_nauka](https://stud.com.ua/162338/literatura/perekladoznavstva_samostiyna_nauka)

20. Прокопенко, А. В. (2018). Історія перекладу та перекладацької думки: Англія, Німеччина, Америка, Україна. 85 – 88. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/67755/1/Prokopenko\\_pereklad.pdf;jsessionid=A61939DE725A2D278F8E749C4B302979](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/67755/1/Prokopenko_pereklad.pdf;jsessionid=A61939DE725A2D278F8E749C4B302979)
21. Прядко, І. (2010). *Григорій Михайлович Удовиченко*. Інститут української мови НАН України (Київ), 6. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/72801/15-Priadko.pdf?sequence=1>
22. Ребрій, О. (2021). Вступ до перекладознавства. Конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» факультету іноземних мов». 23 – 24. URL: <https://foreignlanguages.karazin.ua/resources/df8048d597ab4174434ed96e9c8ee59b.pdf>
23. Сейдл, Дж., Макморді, У. (1983). Ідіоми англійської мови та їх вживання / Дж. Сейдл. – М. 57 – 58.
24. Скрипник, Л. Г. (1973). Фразеологія української мови : [монографія] ; АН УРСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. Київ: Наук. думка. 45 – 48.
25. Сніговська, О. В. (2016). Особливості перекладу англійських і новогрецьких Економічних багатокомпонентних термінів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. (61), 329–332.
26. Тернікеєва, С. В. (2010). Фразеологічна одиниця як перекладацька проблема. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. 89(3). 573 – 476.
27. Холмс, Дж. (1988). Категорії перекладу: Порядок, контекст та стратегія. Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи». 71 – 85.
28. Черноватий, Л. І. (2007). Переклад англійської економічної літератури. Вінниця. Нова книга. 36 – 39.

- 29.Швачко, С. О.; Терехова, С. І. (2011). Основи перекладознавства: Навчальний посібник. Вінниця : Нова книга. 78 – 83.
30. Яцьків, М.Ю (2011). Здобутки сучасної української фразеології у контексті новітніх парадигм лінгвістичних досліджень. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9913/1/40.pdf>
31. Adam Hayes, (2024). What Is Comparative Advantage? URL : <https://www.investopedia.com/terms/c/comparativeadvantage.asp>
- 32.Baker, M. (2019). Researching Translation in the Age of Technology and Global Conflict: Selected Works of Mona Baker. Taylor and Francis. 46 –51.
- 33.Baker, P. (2018). Metaphor and Idioms. London: Routledge. 23 – 25.
34. Cardiff Garcia, Stacey Vanek Smith,. (2020). The Jobs Crisis. URL : <https://www.npr.org/2020/04/03/826919059/the-jobs-crisis>
- 35.Collins, V. H., (1958). A Book of English Idioms with Explanations, Longmans, Green and Co., London. 27 – 29. URL: <https://www.livelib.ru/book/1001384224-a-book-of-english-idioms-viktor-h-kollinz>
- 36.Collins, V.H.. (1961). A Book of English Idioms with Explanations. London: Green and Co. 52 –59.
- 37.Conor McGregor. (2019). Data mining: how can small arts organisations benefit? URL: <https://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2012/oct/01/data-mining-arts-organisations-finance-money>
- 38.Conor McGregor. (2019). Proper No. Twelve Irish Whiskey Launches in Canada. 453 – 525. URL : <https://www.prnewswire.com/news-releases/conor-mcgregors-proper-no-twelve-irish-whiskey-launches-in-canada-300893692.html>
- 39.Dave Simpson. ( 2019). Rocketmen and stardust: why music biopics dominate the film industry. URL : <https://www.theguardian.com/music/2019/feb/01/rocketmen-and-stardust-why-music-biopics-dominate-the-film-industry>
- 40.Donne, J. (1999). Air and Angels. URL: <https://www.poetryfoundation.org/poems/44091/air-and-angels-56d2230aa341c>

41. Edington T. Brexit: What is the transition period? URL :  
<https://www.bbc.com/news/uk-politics50838994>
42. Geoff Earle, (2024). Secret Service director gives bizarre reason why an agent wasn't on the roof where gunman Thomas Matthew Crooks opened fire on Trump as she rejects calls to resign. URL : <https://www.dailymail.co.uk/news/article-13639613/Secret-Service-director-wasnt-roof-gunman.html>
43. Giuffrida, A. (2020). Dior and Fendi to pay record rents for spac in Milan's Galleria mall. URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/feb/18/dior-fendi-pay-record-rents-milan-galleria-vittorio-emanuele-auction>
44. Halliday, J., (2013). BBC payouts row: HR-director faces calls to quit over "sweetener" allegation. URL :  
<https://www.theguardian.com/media/2013/sep/11/bbc-payouts-hr-director-sweetener>
45. Hatim, B. and Munday, J. (2004). Translation: An Advanced Resource Book. Routledge. 95 – 96.
46. International Standard Industrial Classification of All Economic Activities. United Nations New York, (2008). URL :  
[https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_4rev4e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4e.pdf)
47. Jenny Valentish. (2017). Sustainable investment joins the mainstream. URL :  
<https://www.economist.com/finance-and-economics/2017/11/25/sustainable-investment-joins-the-mainstream>
48. Jenny Valentish. (2018). The commodification of Frida Kahlo: are we losing the artist under the kitsch?. URL:  
<https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/dec/29/the-commodification-of-frida-kahlo-are-we-losing-the-artist-under-the-kitsch>
49. Larry Elliott, (2019). World economy is sleepwalking into a new financial crisis, warns Mervyn King. URL:  
<https://www.theguardian.com/business/2019/oct/20/world-sleepwalking-to-another-financial-crisis-says-mervyn-king>

50. Mazur, S. (2011). URL: <https://evolution.skf.com/an-inquisitive-mind/>
51. *On Censorship* есе з книги “The Novelists Today” (1963), 55.
52. Patrick Carone. (2018). From MMA Champ to Whiskey Entrepreneur: a Conversation With Conor McGregor (2018). URL : <https://www.entrepreneur.com/article/323170>
53. Rabinovitch, S. (2012). China growth: still up in the air. (2022). URL : <https://www.ft.com/content/84b0f55d-2d0e-3c13-bb3e-0290a0093839>
54. Susanne Gerdin, (2016). The making of a smart industry. URL : <https://evolution.skf.com/the-making-of-a-smart-industry/>
55. Sweney, M. (2020). Bitcoin bounces back over \$10,000 amid coronavirus concerns. URL : <https://www.theguardian.com/technology/2020/feb/12/bitcoin-back-over-10000-dollars-amid-coronavirus-concerns>
56. The Guardian. (2013). Are streaming giants like Tidal faking their numbers? URL : <https://www.theguardian.com/music/2023/may/11/tidal-streaming-accusations-figures-kanye-west>
57. Venuti, L. (2004). *The Translator’s Invisibility*. London, New York. 56 –59.
58. Venuti, L. (2010). Genealogies of Translation Theory: Jerome. *Boundary*, 37, 5 – 28. <https://doi.org/10.1215/01903659-2010-014>
59. Will, Martin. (2017). The 36 best European economists to follow on Twitter. URL: <https://www.businessinsider.com/the-best-european-economists-to-follow-on-twitter-2016-1>

### **СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Англо-український словник фразеологізмів і сталих словосполук / під ред. І.М. Головань. 2008. 195 – 756.
2. Англо-український фразеологічний словник (2006). / уклад. К. Т. Баранцев. 3-тє вид., стер. Київ : Знання, КОО. 665 – 754.

3. Баранцев, К. Т. (2005). Англо-український фразеологічний словник. К. : Т-во «Знання». URL: [https://archive.org/details/enukrfr/page/n69/mode/2up/443 – 968](https://archive.org/details/enukrfr/page/n69/mode/2up/443-968).
4. Зорівчак, Р. П. (1983). Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Л. : Вища школа. 56 – 93.
5. Новий українсько-англійський словник. (2016). Є.І. Гороть, С.В. Гончарук, Л.К. Малімон, О.О. Рогач. 105 – 123.
6. Свешнікова, О. В. (2014). Особливості перекладу фразеологічних одиниць англійської мови на українську. *Прикладна лінгвістика 2014: проблеми та рішення*. Київ, С. 15–17.
7. Є. І. Гороть, О. В. Василенко, Н. В. Єфремова. (2014). Українсько-англійський словник ділової людини.
8. Фразеологізми англійської мови та їх переклад на українську мову. URL: [https://supermif.com/frazeologizm/england/england\\_ukr\\_fraz\\_a\\_d.html](https://supermif.com/frazeologizm/england/england_ukr_fraz_a_d.html)
9. Andrusyshen K., Kudla L. (2014). A Dictionary of Finance and Banking. English-Ukrainian phraseological dictionary .
10. Cambridge Dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/>
11. Dictionary of Computing, Internet and New Media English. (2009).
12. English for Contract and Company Law. (2014).
13. English Idioms and Expressions for Healthcare Professionals. (2019).
14. English-Corpora.org URL: <https://www.english-corpora.org/>
15. Merriam webster dictionary. URL: [https://www.google.com/search?q=merriam+webster+dictionary&oq=Merriam+Webster+Dictionary&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUqDAgAECMYJxiABBiKBTIMCAAQIxgnGIAEGIoFMgcIARAAGIAEMgcIAhAAGIAEMgcIAxAAGIAEMgcIBBAAGIAEMgcIBRAAGIAEMgcIBhAAGIAEMgcIBxAAGIAEMgcICBAAGIAEMgcICRAAGIAE0gEHMTQ3ajBqNKgCALACAQ&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=merriam+webster+dictionary&oq=Merriam+Webster+Dictionary&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqDAgAECMYJxiABBiKBTIMCAAQIxgnGIAEGIoFMgcIARAAGIAEMgcIAhAAGIAEMgcIAxAAGIAEMgcIBBAAGIAEMgcIBRAAGIAEMgcIBhAAGIAEMgcIBxAAGIAEMgcICBAAGIAEMgcICRAAGIAE0gEHMTQ3ajBqNKgCALACAQ&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
16. Multitran. URL : <https://www.multitran.com>



17. WorldCat. URL: <https://www.worldcat.org/title/english-ukrainian-phraseological-dictionary/oclc/21499594720>
18. 25 idioms you should know for software development. URL: <https://hackernoon.com/idioms-you-should-know-for-software-development-ea221363235d>

## ДОДАТОК А

### Приклади перекладу фразеологізмів професійного спрямування

1.	buy at the top, sell at the bottom	“купити на максимумі” або “продавати на мінімумі” (Ребрій, 2021)
2.	on the brink of life and death	на межі життя і смерті (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.674/8468)
3.	знайти спільну мову	find common ground (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.647/947)
4.	завдати останній удар	deliver the final blow (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.357/8477)
5.	easier say than done	легше сказати, ніж зробити (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с. 298/22)
6.	busy as a bee	дуже зайнятий; метушливий, клопіткий

		(Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.177/3034)
7.	to kill two birds with one stone	мати подвійну користь; 2 убити двох зайців (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.576/380)
8.	in the blink of an eye	не звертати уваги (на щось), = і оком не повести; (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.690/139)
9.	діагноз за виключенням	diagnosis of exclusion ((English-Corpora.org))
10.	not to show a spark of interest (in)	Не виявляти ніякого інтересу (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.707/ 654)
11.	couch potato	Ледар ( переклад наш) (English-Corpora.org)

12.	proprietary rights	права власності (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.777/1098)
13.	a square peg in a round hole	Людина не на своєму місці (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.826/718)
14.	to see eye to eye	зійтися у поглядах, поділяти погляди, цілком погоджуватися, бути одної думки (З кимсь); (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.842/314)
15.	a dog's dinner	Хаос (Переклад наш) (English-Corpora.org)
16.	sell like hot cakes	швидко розходитися (English-Corpora.org)
17.	the golden age	період великого процвітання (English-Corpora.org)
18.	once in a blue moon	коли-не-коли, вряди-годи (Англо-

		український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.722/409)
19.	a bone of contention	предмет суперечки
20.	mutton dressed as lamb	літня людина, яка намагається здаватися молодшою) (English- Corpora.org)
21.	cutting corners	економія на якості (A Dictionary of Finance and Banking, 2014)
22.	sharpening the edge	досягнення бажаного результату (A Dictionary of Finance and Banking, 2014)
23.	виправляти помилки програмного коду	debug the code (English- Corpora.org)
24.	взяти до уваги	take into account (A Dictionary of Finance and Banking, 2014)
25.	думати про щось	have something on your mind (A Dictionary of Finance and Banking, 2014)
26.	to kick the bucket	Померти (English- Corpora.org)

27.	to shed crocodile tears	прикидатися засмученим (English- Corpora.org)
28.	to launch a campaign	для запуску компанії(English- Corpora.org)
29.	once in a blue moon	коли-не-коли, вряди- годи (Англо- український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.222/409)
30.	to lose one's bearings	поставити когось на своє місце; присадити когось; (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.166/ 2737)
31.	not to have a clue	Не мати підказок (English-Corpora.org)
32.	kick the bucket	померти, дуба врізати (вважають, що bucket тут має значення перекладина, на яку підвішують забиту свиню на бойні) (Англо- український фразеологічний

		словник, Баранцев К.Т., 2005, с.575/353)
33.	rain cats and dogs	лити як з відра (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.947/3746)
34.	white lie	невинна брехня, брехня заради порятунку (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.1007/655)
35.	to kill two birds with one stone	мати подвійну користь; 2 убити двох зайців (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с. 576/380)
36.	from rags-to-riches	з грязі в князі (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с. 457/8754)
37.	a leopard cannot change its spots	горбатого могила виправить (Англо-український

		фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с. 357/1466)
38.	whatever floats your boat	чим би дитя не бавилось, аби не плакало (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с. 568/2933)
39.	jump down someone's throat	перебити, "заткнути" рота (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.468/3467)
40.	put by for rainy day	відкласти на чорний день (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.379/305)
41.	break the ice	розрядити атмосферу (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.7893/935)
42.	fire questions at sb	"закидати" когось запитаннями (Англо-український



		фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.849/543)
43.	dark horse	невідомий раніше кандидат (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.945/3746)
44.	piece of cake	щось дуже просте, що не вимагає зусиль (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.490/2971)
45.	crunch time	найбільш напружений час перед складанням проєкту, екзамену (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.443/330)
46.	get to the bottom of the issue	вирішувати проблему (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.321/847)
47.	take someone's temperature	виміряти температуру, оцінити стан людини

		(Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.758/377)
48.	a bitter pill to swallow	складна або неприємна ситуація, з якою треба змиритися (Cambridge Dictionary.org)
49.	get to the bottom of the issue	вирішувати проблему (Cambridge Dictionary.org)
50.	debug the code	виправляти програмний код (Cambridge Dictionary.org)
51.	reach out to the base	зв'язатися, обговорювати питання (Cambridge Dictionary.org)
52.	think outside the box	думати нестандартно) (Cambridge Dictionary.org)
53.	target the audience	цілитися на аудиторію(Cambridge Dictionary.org)
54.	brainstorm ideas	генерувати ідеї (Cambridge Dictionary.org)
55.	Pull strings	збільшити видатки, витрати, не

		скупитися, розщедритися (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.626/1253)
56.	Turn a blind eye	Закривати очі, не звертати уваги (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.968/2135)
57.	Turn the tables	1) заст. помінятися з супротивником місцями у якійсь настільній грі; 2) перен. помінятися ролями з супротивником, бити когось його ж зброєю (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.971/2241)
58.	Put all one's eggs in one basket	не ризикуй усім, будь обачним (с.280/594)
59.	Close ranks	об'єднатися (Cambridge Dictionary.org)
60.	Pick someone's brain	стати цілком

		ясним, дійти до свідомості (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.873/1445)
61.	Pass the buck	1) карт. передати іншому гравцю марку, яка вказує на Те, що його черга здавати (у покері); 2) амер. перен. звалити на когось відповідальність, обов'язки, турботи, піклування, 2: звалити щось з хворої голови на здорову (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.749/134)
62.	Get the hang of it	оволодіти чимсь, збагнути щось, розібратися в чомусь (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.384/521)

63.	Call the shots	Керувати (Cambridge Dictionary.org)
64.	On the back burner	На другий план (Cambridge Dictionary.org)
65.	Get the ball rolling	розпочати процес або ініціативу (Cambridge Dictionary.org)
66.	In the loop	бути в курсі інформації або мати доступ до неї (Cambridge Dictionary.org)
67.	Hit the ground running	зробити посадку, приземлитися (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.496/1430)
68.	Stay on the same page	Не розвиватися, не рухатися вперед (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.595/346)
69.	Go the extra mile	Докласти додаткових зусиль (Cambridge Dictionary.org)
70.	In the driver's seat	Бути на чолі чогось (керувати чимось)

		(Cambridge Dictionary.org)
71.	Touch base	вийти на зв'язок, зв'язатися (Oxford Learner's Dictionaries)
72.	to tie the knot and have a wedding feast	1) одружити; відправити шлюбний обряд, поженити (про священика); (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.951/1542)
73.	keep one's eyes peeled	бути уважним (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.570/175)
74.	blue chip stocks	акції блакитних фішок (Oxford Learner's Dictionaries)
75.	найприбутковіші акції	cash cow (Oxford Learner's Dictionaries)
76.	since the dawn of time	з давніх-давен (Oxford Learner's Dictionaries)
77.	while you're at it	не відходячи від каси (поки ви все ще тут) (Oxford Learner's Dictionaries)

78.	for all intents and purposes	для досягнення мети (Oxford Learner's Dictionaries)
79.	as luck would have it	як на зло (Oxford Learner's Dictionaries)
80.	“China growth: still <b>up in the air</b> ” (28: URL).	«Економічне зростання Китаю: все ще <b>велике питання</b> ». (Переклад наш)
81.	to sweeten the deal	зробити пропозицію привабливішою, покращити умови угоди (Oxford Learner's Dictionaries)
82.	to get a raw deal	отримати несправедливе ставлення, потрапити в невігідне становище (Oxford Learner's Dictionaries)
83.	bear market	ринок, на якому ціни падають (Oxford Learner's Dictionaries)
84.	порушувати букву закону	to violate the letter of law (Oxford Learner's Dictionaries)
85.	blue chip stocks	найприбутковіші акції (Oxford Learner's Dictionaries)

86.	Adam's apple	(адамове яблуко) – в медицині цей термін має значення випуклості на шиї, утвореної щитоподібним хрящем (Oxford Learner's Dictionaries)
87.	fruit of the poisonous tree	плід отруйного дерева, що в юриспруденції має значення - докази, отримані незаконним шляхом (Oxford Learner's Dictionaries)
88.	one way and (або or) another	так або інакше; одначе; (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.725/519)
89.	boots on the ground	військова присутність на місцевості Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.377/334)
90.	loose cannon	непередбачувана людина або ситуація Англо-український фразеологічний



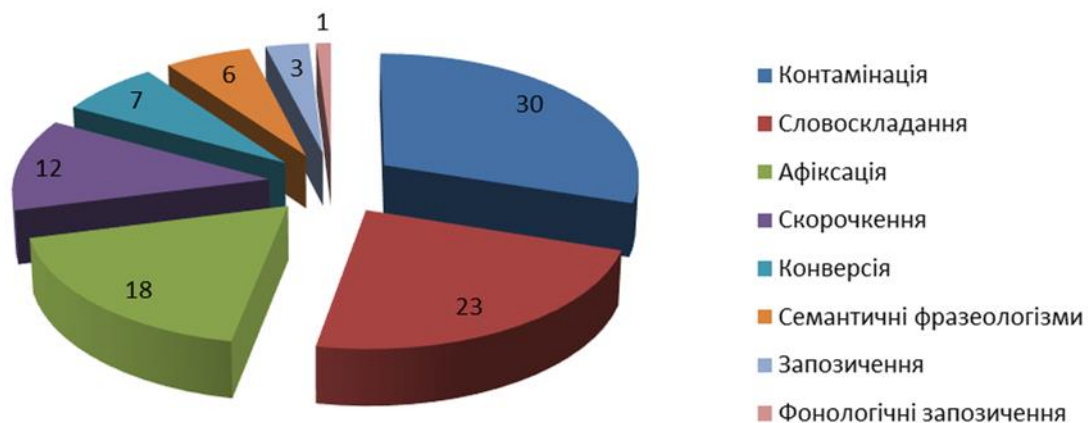
		словник, Баранцев К.Т., 2005, с.886/3670)
91.	friendly fire	дружній вогонь/ ненавмисний обстріл своїх військ Англо- український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.995/23)
92.	batten down the hatches	задраїти люки/ підготуватися до складної ситуації (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.775/325)
93.	bitcoin maximalist	людина, яка вірить, що біткоїн є єдиною життездатною криптовалютою (якості (A Dictionary of Finance and Banking, 2014)
94.	likely to make money	свідомо прибутковий (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.234/5356)

95.	“The services <b>had</b> already <b>been rebranded</b> with alower case acknowledgment of their parent company” (50: URL)	– «Послуги вже <b>були перейменовані</b> із зазначенням назви їхньої батьківської компанії дрібним шрифтом». (Переклад наш)
96.	to zero in on	приділяти всю свою увагу конкретній людині або речі (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.665/1287)
97.	going Galleria	витрачати багато грошей на дорогі покупки в елітному торговому центрі (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.553/775)
98.	“Someone suggested that we play a party game <b>to break the ice.</b> ” (The making of a smart industry).	“Хтось запропонував нам зіграти в групову гру, <b>щоб покращити атмосферу в колективі.</b> ” (Переклад наш)

99.	to jump on the bandwagon	зістрибнути на повозку (що має значення - приєднатися до популярної тенденції або руху) (Англо- український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.885/1522)
100.	To be on the back burner	бути відкладеним або призупиненим на поточний момент (Англо-український фразеологічний словник, Баранцев К.Т., 2005, с.167/965)

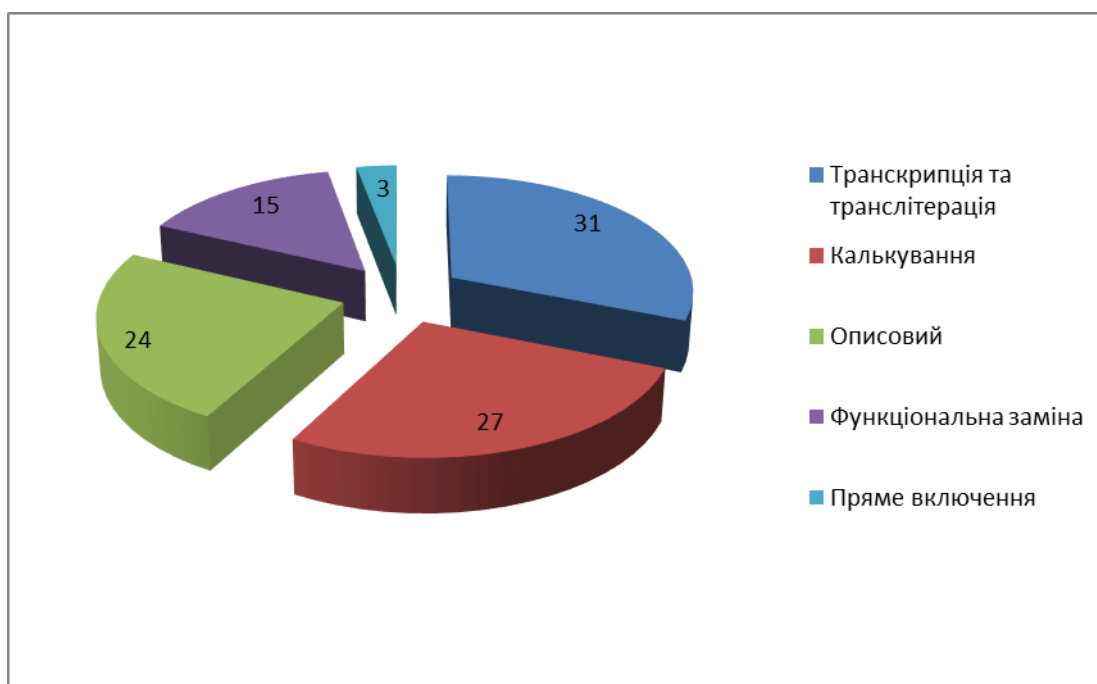
## ДОДАТОК Б

Рис. 2.3. Відсоткове співвідношення частоти використання фразеологізмів залежно від способів словотвору, у %



## ДОДАТОК В

Рис. 2.3(1). Частота використання прийомів переказу у відсотковому співвідношенні



## SUMMARY

This work examines the peculiarities of translating phraseological units in professional discourse.

In the first chapter, the basic concepts of translation studies as a science are analyzed, the essence of translation strategies is considered, and the aspects that define the translator's approach are discussed.

The second chapter, specific examples are analyzed to illustrate cases of translating idiomatic expressions in professional texts, identifying optimal translation strategies for achieving adequacy.

In the third chapter explores the role of phraseology in professional discourse, highlights the main features of translating idioms, and characterizes the translation transformations used when working with phraseological units.

The research conducted allows for the systematization of the main approaches to analyzing and translating idioms in professional discourse, which can serve as a theoretical and practical foundation for further scientific inquiries in this field.

The results of the research were tested at the All-Ukrainian competition for student research papers in the specialty “Germanic languages (English, German)” in the 2023/2024 academic year and took III place in this competition.

And it was also presented at the international scientific and practical conference *Ad orbem per linguas. To the world through languages*”, in Kyiv, May 16, 2024.

The work consists of an introduction, three chapters, conclusions to chapters, general conclusions, a list of used sources (59 items) and a list of illustrative sources (18 items) - a total of 77 items. The total volume of the work is 114 pages, of which the main text is 84 pages, appendices (19 pages).