

2. Leung M. W.-K. The ideological turn in translation studies. *Translation Studies at the Interface of Disciplines* / In J. F. Duarte, A. A. Rosa, & T. Seruya (Eds.). Amsterdam/Philadelphiac: John Benjamins. P. 129-144. URL: doi:10.1075/btl.68.12leu
3. Bassnett S. The Translation Turn in Cultural Studies. *Constructing Cultures : Essays on Literary Translation* / In S. Bassnett & A. Lefevere (Eds.). Clevedon : Multilingual Matters, 1998. P. 123-140.
4. Van Dijk T. A. Ideology. London: Sage, 1998.
5. Van Dijk T. A. The theory and practice of Critical Discourse Analysis. *Applied Linguistics*. 1998. Vol. 19 (1). P. 136-151.
6. Hodge R., Kress G. Language as Ideology (2<sup>nd</sup> ed.). London & New York : Routledge, 1993.
7. Van Dijk T. A. Discourse analysis as ideology analysis. *Language and Peace* / In C. Schäffner & A. L. Wenden (Eds.). Aldershot : Dartmouth Publishing, 1995. P. 17-33.
8. Van Dijk T. A. Principles of Critical Discourse Analysis. *Critical Discourse Analysis* / In M. Toolan (Ed.). Vol. II. London : Routledge, 2002. P. 104-141.
9. Wodak R., & Meyer M. Methods of Critical Discourse Analysis. London : SAGE Publications, 2001.
10. Fairclough N. Critical Discourse Analysis. London : Longman, 1995.
11. Fairclough N. Media Discourse. London : Edward Arnold, 1995.
12. Fairclough N. Political discourse in the media: an analytical framework. *Approaches to Media Discourse* / In A. Bell and P. Garrett (Eds.). Oxford : Blackwell, 1998. P. 142-162.
13. Fairclough N. Language and Power (3rd ed.). London : Routledge, 2014.
14. Van Leeuwen T. Genre and field in critical discourse analysis: a synopsis. *Discourse and Society*. 1993. Vol. 4(2). P. 193-223.
15. Glen Grant: How Ukraine can build an army to beat Putin. *Kyiv Post*. URL: <https://www.kyivpost.com/article/opinion/op-ed/glen-grant-ukraine-can-build-army-beat-putin.html>
16. Як українцям побудувати армію, здатну перемогти Путіна. *ЦЕНЗОР.НЕТ*. URL: [https://censor.net/ru/resonance/3048160/yak\\_ukrantsyam\\_robuduvati\\_armyu\\_zdatnu\\_peremogti\\_putna](https://censor.net/ru/resonance/3048160/yak_ukrantsyam_robuduvati_armyu_zdatnu_peremogti_putna)
17. Проект «Промінь»: СБН повідомила про підготовку Медведчуком мережі російського впливу в Україні. *УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/society/proect-promin-sbu-povidomila-pro-pidgotovku-medvedchukom-merezhi-rosiyskogo-vplivu-v-ukrajini-novini-ukrajini-11416483.html>
18. Project Promin: SBU exposes Medvedchuk's plot to set up Russian influence network in Ukraine. *UNIAN*. URL: <https://www.unian.info/politics/project-promin-sbu-exposes-medvedchuk-s-plot-to-set-up-russian-influence-network-in-ukraine-11416537.html>

УДК 811.111 : 81'42

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.2.29>

## СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ПАРАМЕТРИ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ТА ЗАМОВЛЕНЬ

### STRUCTURAL-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF ENGLISH COMMERCIAL OFFERS AND ORDERS

Дмитрошкін Д.Е.,

[orcid.org/0000-0002-1900-754x](https://orcid.org/0000-0002-1900-754x)

старший викладач кафедри германської філології та перекладознавства  
Хмельницького національного університету

Купчишина Ю.А.,

[orcid.org/0000-0002-9618-6107](https://orcid.org/0000-0002-9618-6107)

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри германської філології та перекладознавства  
Хмельницького національного університету

У статті досліджено загальні особливості офіційно-ділового стилю. Опорними характеристиками офіційно-ділового стилю слід вважати: точність, конкретність, однозначність, використання термінів, лексичних конструкцій та кліше. Проаналізовано англійськомовні комерційні пропозиції та замовлення у структурно-семантичному аспекті, з'ясовано специфіку таких документів, а також розкрито прагматичні інтенції у перекладі. Актуальність наукової

розвідки зумовлена перш за все тим, що обрана для аналізу документація до цього часу не була об'єктом комплексного дослідження в лінгвістиці. Авторами проаналізовано специфіку перекладу офіційно-ділового стилю. Визначено основні особливості, які слід враховувати під час перекладу комерційних пропозицій та замовлень. У процесі дослідження було з'ясовано, що найголовнішою вимогою перекладу є адекватність. Особливостями перекладу комерційних замовлень та пропозицій визначено використання стверджувальних речень, простих форм, перевага активного стану над пасивним, стислість і конкретність висловлювань. При відсутності відповідників застосовуються лексичні та граматичні трансформації. Дослідження закономірностей перекладу офіційно-ділового стилю дає підстави стверджувати, що цей стиль є одним із найважливіших для перекладу, тому потребує уважності, обізнаності та фонових знань перекладача. Головною вимогою є передача думок та об'єктивності фактів, чітка визначена форма та правильне застосування перекладацьких трансформацій, які є важливим елементом перекладацької компетентності. Отримані висновки можуть бути використані для формування навчальних посібників та методичних видань з міжнародної ділової документації, у викладанні спецкурсів «Ділова англійська мова» та «Переклад комерційних документів».

**Ключові слова:** офіційно-діловий стиль, документ, комерційна пропозиція, комерційне замовлення, спеціальна лексика, структурно-семантичні властивості, кліше.

The article deals with the general features of the official business style. The basic characteristics of the official business style should include accuracy, specificity, unambiguity, the use of terms, lexical constructions and clichés. English-language commercial offers and orders in the structural-semantic aspect are analyzed, the specifics of such documents are clarified, and pragmatic intentions in translation are revealed in the article. The relevance of scientific research is primarily due to the fact that the documentation selected for analysis has not yet been the subject of comprehensive research in linguistics. The authors analyze the specifics of the translation of the texts that belong to official business style. The main factors that should be taken into account when translating commercial offers and orders are defined in the article. The study found that the most important requirement for translation is adequacy. The peculiarities of the translation of commercial orders and proposals determine the use of affirmative sentences, simple forms, the predominance of Active Voice over Passive Voice, brevity and specificity of statements. In the absence of equivalents, lexical and grammatical transformations are used.

The research of the translation of the official-business style gives reason to confirm that this style is one of the most difficult to translate, so it requires attention, a lot of awareness and background knowledge of the translator. The main requirements are the transmission of opinions and objectivity of facts, a clearly defined form and the correct application of translation transformations, which are an important element of translation competence. The conclusions, obtained in this study, can be used to create tutorials on international business documents or in teaching the special courses as "English for Business" and "Translation of commercial documents".

**Key words:** official-business style, document, commercial offer, commercial order, special terminology, structural-semantic features, cliché.

Сучасний світ характеризується процесом глобалізації ділової сфери та розвитком бізнесових контактів нового рівня, однією з найбільш нагальних тем лінгвістичних розвідок стає дослідження офіційно-ділової документації. Спрямування офіційно-ділового стилю полягає у використанні його у торговельній, дипломатичній, законодавчій діяльності, політичній та багатьох інших сферах людської діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значна кількість науковців приділяли увагу вивченню різних аспектів офіційно-ділового стилю. Питання, пов'язані із особливостями перекладу текстів такого жанру, стали об'єктом праць М. Беляєвого [1], В. Карабана [3], В. Комісарова [5]; особливості ділового дискурсу загалом як одного з типів дискурсу вивчав О. Декало [2]; мову сучасних ділових документів досліджувала А. Марахова [7]; вивченням ключових характеристик митних документів займалася А. Светлічна [9], професійної сфери ділової комунікації – R. Adler [12]; Н. Cunningham [14]; та інші. Загалом, англійськомовні комерційні пропозиції та замовлення ще не були об'єктом комплексного вивчення. **Актуальність роботи** пов'язана з поглибленням ринкових відносин, що в свою

чергу зумовлює потребу детального вивчення спектру документів офіційно-ділового стилю.

**Постановка завдання.** Одне з ключових завдань нашого дослідження полягає у встановленні структурних та семантичних параметрів текстів англійськомовних комерційних пропозицій та замовлень, а також у визначенні композиційної структури таких текстів, розкритті їхніх прагматичних інтенцій у перекладі.

**Виклад основного матеріалу.** Офіційно-діловий стиль відіграє важливу роль у сфері соціальних відносин. Л. Рахманін терміном офіційно-діловий стиль позначає особливості мовлення службових, у першу чергу організаційно-розпорядчих документів [8, с. 37]. Услід за А. Светлічною вважаємо, що офіційно-діловий дискурс відображає статусно-рольову діяльність людей, яка впливає з ділових відносин у сфері виробництва і продажу товарів, їх замовлення, страхування, декларування тощо [9]. Така комунікація між учасниками ділових відносин є статусно маркованим і соціальним явищем. Однією з ключових рис офіційно-ділового стилю постає специфічна мета будь якого бізнес-діалогу, зокрема взаємовигідна діяльність усіх зацікавлених сторін – інтенція комерційних пропозицій та

замовлень [13]. Слід також зазначити, що в процесі ділового спілкування варто дотримуватися так званого “вербального” етикету у вигляді певних способів звертання до адресату, стандартизованості, мовних кліше тощо.

Домінантною ознакою ділового стилю можна назвати особливу термінологічну лексику з певним набором абревіатур, скорочень, кліше та номенклатурних найменувань. Загалом, таким текстам, комерційним пропозиціям та замовленням зокрема властиві: стандартизованість, точність, лаконічність, інформативність, адресність, логічність викладу, нейтральний фон, безособові лексичні конструкції. Діловий стиль документації завжди максимально конкретний, із чітким зазначенням інформації, яка включає певну кількість осіб, дат і предметів [10].

При перекладі англійськомовних комерційних пропозицій та замовлень перекладач повинен дотримуватися суворих норм, правильно застосовувати мовні шаблони, дотримуючись навичок ділового етикету. Слід також відмітити, що важливими при написанні комерційних пропозицій та замовлень є внутрішня організація текстового матеріалу, а також форма vs зміст. Комерційні пропозиції та замовлення складають для низки різних завдань. Вони можуть використовуватися як формальна пропозиція для бізнес підприємства, для налагодження партнерства, для оформлення транзакції потенційної купівлі, і навіть для комерційної інвестиційної угоди.

Почнемо з самої назви досліджуваних документів. В англійській мові комерційна пропозиція може позначатися словами *offer*, *proposal*, *bid*. При перекладі, варто розмежовувати ці поняття, оскільки, попри однаковий варіант перекладу, вони виражають дещо відмінні типи пропозицій. *Offer* і *proposal*, фактично, використовуються однаково і часто є взаємозамінними, хоча *proposal* виражає більш конкретну пропозицію із багатьма деталями, планом тощо, в той час як *offer* виражає загальну ідею пропозиції і може, навіть, бути сформульована у менш формальному стилі. Термін *bid* вживається тоді, коли пропозиція стосується конкретної ціни, суми, фінансів тощо (напр. пропозиція на торгах, пропозиція закупівлі товару за певну суму грошей тощо). Також поняття запит може мати два відповідники в англійській мові – *inquiry* та *enquiry*. По суті, між цими словами немає особливої різниці, однак *Inquiry* використовується у більш формальному стилі мовлення, тому його доцільно використовувати на рівні офіційних документів.

Говорячи про структурно-семантичні параметри комерційних пропозицій та звернень, необхідно в першу чергу розмежовувати власне структуру досліджуваних документів (структурні елементи, назви пунктів тощо) і текст пропозиції або звернення. Структура комерційних пропозицій і замовлень може бути абсолютно різною. Вона залежить від сфери діяльності, у якій пропонується співпраця, торгівля тощо, та від самого змісту (пропозиція може включати технічну специфікацію, фінансову інформацію, кількісні параметри, опис компанії тощо). Семантика структурних елементів пропозиції прозора. При їх перекладі здійснюється підбір відповідного еквіваленту, наприклад: *name of company* – назва компанії, *postal address* – поштова адреса, *legal address* – юридична адреса, *project description* – опис проекту, *the product or service* – товар або послуга, *Operation and Facilities* – виробництво та виробничі приміщення, *Financial Information* – фінансова інформація.

Однак, існують комерційні пропозиції та звернення, в яких подано детальну інформацію про проект, бізнес та описано всі юридичні нюанси співпраці. Такі пропозиції фактично нагадують контракт і, відповідно, мають схожу структуру. Принцип переклад таких структурних одиниць залишається незмінним. Наприклад: *introduction* – вступ, *mode of submission* – методи подачі, *General Terms & Conditions* загальні умови, *penalty* – штраф/покарання, *payment* – оплата. Також необхідно звертати увагу на поняття, які можуть бути відмінними в двох мовах. Так, наприклад, в англійській мові комерційних документах зустрічаються поняття *billing address* (адреса платника) та *shipping address* (адреса доставки), в той час коли в україномовних комерційних документах, як правило, вказується адреса доставки та банківський рахунок, для проведення оплати. Тому при перекладі таких лексичних одиниць важливо підібрати правильний відповідник у мові перекладу.

При перекладі безпосередньо тексту комерційних пропозицій та звернень необхідно звертати на такі структурно-семантичні параметри в англійській мові як конкретність висловлювання, стверджувальні речення, прості форми слів-зв'язок, активний стан дієслова, вживання дієслів на противагу іменникам (акцент на вираженні дії, а не поняття), стислість висловлювання, простий стиль (не академічний).

**Конкретність висловлювання.** Англійські комерційні пропозиції характеризуються використанням простих, конкретних термінів, понять та слів, які є чітко зрозумілими і не викликають непорозумінь.

*Workers, staff* (замість *human resources*)  
*Report, article* (замість *instrument of communication*)

*We, providers* (замість *knowledge disseminators*)

Це, зокрема, дуже важливо при перекладі пропозицій в сфері торгівлі та продажів, коли інша сторона не обов'язково є експертом в даній галузі і може бути не ознайомлена із специфічними термінами та фразами. *Total expenditure shall be stated in the report.* – Загальні витрати повинні бути вказані в звіті. Тому в комерційних пропозиціях переважно використовуються прості терміни. За умови необхідності використання специфічної термінології, в тексті пропозицій можуть давати їх пояснення (якщо інша сторона не є фахівцем в даній галузі).

**Стверджувальні речення.** У текстах англomовних пропозицій та замовлень переважно уникають використання заперечних форм. Наприклад:

*Possible* (замість *not impossible*)

*Clear* (замість *unlikely to be misinterpreted*)

*Can do X if Y* (замість *unable to do X unless Y*)

Стверджувальний характер тексту є більш доцільним з точки зору ставлення до справи та ясності. В багатьох випадках заперечна частка *not* може автоматично сприйматися як заперечення, неможливість виконання умов, відсутність чогось тощо. Наприклад: *“We can't not increase prices”*.

Речення такого типу може викликати певне непорозуміння у читача. Тому в таких текстах переважно використовують стверджувальні форми, які не викликають непорозуміння та неправильних інтерпретацій, наприклад: *“We need to increase prices”*.

**Прості форми.** У текстах комерційних пропозицій використовують прості форми слів-зв'язок. Наприклад:

*Hereby* (замість *with the help of it*)

*For* (замість *for the purpose of*)

*If* (замість *in the event that*)

*If any information given by the Agency is found to be false, apart from the Proposal being rejected, action will be initiated to debar the bidders from participating in future proposals.*

Слова-зв'язки можуть перетворити стисле речення у досить розлоге а також створити дещо претензійний тон повідомлення. Наприклад: *For the purpose of implementation of this project, and in the event of the need of more information, we will assume the role of your customer and conduct an audit of your website.* Подане речення доцільно спростити наступним чином: *If we need more information, we will conduct an audit of your website from the perspective of your customer.* Однак, таке поло-

ження не є нормою, оскільки комерційні пропозиції передбачають використання ділового стилю мови, в якому часто вживають більш складні конструкції. Для комерційних пропозицій, що роблять маленькі підприємства та окремі юридичні особи, переважає використання простих форм.

**Активний стан.** У текстах англomовних комерційних пропозицій та замовлень переважає використання дієслів активного стану. Наприклад:

*They determined* (замість *it was determined*)

*The editors reviewed* (замість *a review was done*)

*We value your effort* (замість *your effort is valued*)

В англomовній стандартизованій документації дієслово в активному стані чітко визначає дію та її виконавця. Із використанням активного стану усуваються будь-які непорозуміння з приводу того хто і що повинен робити.

Наприклад, коли необхідно описати свою компанію і наголосити на тому, що саме ви її створили та досягли із нею певних успіхів, можна написати: *The project was completed which resulted in better sales of the company* або – *Our team completed the project and improved sales rate of the company.*

У першому реченні може здатися незрозумілим хто саме завершив проект та досяг успіху. Друге речення робить акцент саме на вашій успішній діяльності. Ви чітко даєте зрозуміти, що саме ви завершили проект. Немає незрозуміння того, хто чого досяг. Даний нюанс особливо важливий у випадку, коли необхідно окреслити ролі та відповідальності обох сторін.

**Дієслова.** В текстах комерційних пропозицій та замовлень переважає використання точних, конкретних дієслів замість абстрактних іменників. Наприклад: *to undertake* (замість *to engage in doing sth.*); *to impact, to affect* (замість *have an impact on*); *to start, to help, to facilitate* (замість *facilitate the implementation of*). В англomовній комерційній документації вираження дії є дуже важливим, особливо, коли мова йде про пропозиції. Розглянемо два приклади: А) *This approach will make an improvement of your sales.* Б) *This approach will improve your sales.* Речення (Б) виглядає більш простим, коротким та несе чіткий повідомлення завдяки вираженню дії. Слів, які не несуть смислового навантаження необхідно уникати.

**Простий стиль.** Іноді, якщо комерційна пропозиція чи замовлення зроблена не рівні великих компаній, потужних економічних структур тощо, в їх текстах використовують простий стиль мовлення замість академічного. Наприклад: *to try* (замість *endeavour*); *to use* (замість *utilize*). Якщо текст пропозиції або замовлення звучить занадто вишукано, інша сторона може сприйняти це як дещо зверхній

тон. Однак, необхідно зазначити, що дана та попередня особливість розповсюджується на комерційні пропозиції та замовлення між дрібними фірмами або юридичними особами. Не потрібно забувати про діловий стиль англійської мови, який передбачає широке використання іменникових структур на протигагу простому використанню дієслів (*facilitate the implementation of – to help*), що характерне для ведення бізнесу на більш “серйозному” рівні (великі компанії, корпорації тощо).

Попри це стиль англомовної комерційної пропозиції значною мірою залежить від автора, який може вдаватися до використання слів в переносному значенні, що закріплено нормами ділової англійською мові. Наприклад: *the gap may be bridged through...* - розрив можна подолати шляхом...

**Стислість.** У текстах комерційних пропозицій та замовлень переважає використання коротких речень (15-20 слів). Речення доцільно обмежувати однією головною ідеєю. Така специфіка повинна бути збережена при перекладі. Іноді неможливо уникнути довгого речення. У такому випадку речення, що вживаються поряд із ним стають максимально короткими. Головна специфіка комерційних пропозицій та замовлень – зрозумілість. Якщо інша сторона не розуміє вас – її неможливо переконати.

**Висновки.** Офіційно-діловий дискурс має марковану професійну спрямованість з метою вирішення будь-яких бізнесових питань. Таким чином, при перекладі комерційних пропозицій та замовлень важливо зберігати стиль мовлення, не ускладнюючи текст. Переклад структурно-семантичних елементів бізнес пропозицій та замовлень вимагає підбору відповідного еквіваленту. У процесі аналізу нами було встановлено, що основою англійськомовних комерційних пропозицій та замовлень є загальноживана лексика. Однак, домінуючими елементами постає саме спеціальна лексика, яка може включати економічну термінологію, юридичну термінологію, номенклатурну лексику, абрєвіатури та скорочення, стислість викладу. До структурних особливостей перекладу вищезгаданих документів відносимо уживання простих стверджувальних речень, перевагу активного стану над пасивним. Головною вимогою при перекладі комерційних пропозицій та замовлень є передача думок та об’єктивності фактів, чітка визначена форма та правильне застосування перекладацьких трансформацій, які є важливим елементом перекладацької компетентності. Перспективу подальших наукових розвідок вбачаємо у дослідженні інших документів, що відносяться до жанру офіційно-ділових текстів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Беляев М.А., Попова Е.В., Серова И.А. Грамматические и синтаксические аспекты перевода статей газетной публицистики : уч. пособие. СПб. : Издво СПбГУ ЭФ, 2010. С. 19–20.
2. Декало О.О. Діловий дискурс у сучасній лінгвістиці. *Нова філологія*. 2011. № 44. С. 39-42.
3. Карабан В.І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову: посібник довідник: навч. посіб. зі спец. “Переклад”. Вінниця : Нова книга, 2003. С. 159–165.
4. Клименок А. Н. Официально-деловой текст как модульный текст. *Вестник КемГУ*. 2012. No 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ofitsi- alno-delovoy-tekst-kak-modulnyy-tekst> (дата звернення: 29.03.2022).
5. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. пособ. М.: Высшая школа, 1990. С. 158–161.
6. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль : навч. посіб. Дніпропетровськ : Дніпрокнига, 2003. 364 с.
7. Марахова А.Ф. Мова сучасних ділових документів. Київ : Наукова думка, 1981. 140 с.
8. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов: уч. пособ. М.: Высшая школа, 1988. С. 37.
9. Светличная А. А. Типичные черты официально-делового дискурса. *European Applied Sciences : заруб. научный журнал*, Germany, 2014. С. 61–64.
10. Ходутіна Т., Колодіна Л. Основні принципи перекладу текстів офіційно-ділового стилю з англійської та української мов. *Молодь і ринок*. 2018. № 11. С. 60-64.
11. Як скласти комерційну пропозицію? *Happymonday*: веб-сайт. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/prodazhi/yak-sklasti-komercijnu-propoziciju/> (дата звернення: 29.03.2022).
12. Adler R. B. Communicating at work: Principles and practices for business and the professions. N.Y. : Random house, 1983. 334 p.
13. Bottger C. Genre-Mixing in Business Communication. In Multilingual Communication. *Juliane House and Jochen Rehbein* : Amsterdam and Philadelphia, 2004. P. 115-129.
14. Cunningham H. The Business Style Handbook : an A-Z Guide for Effective Writing on the Job [2 edition]. N.Y. : McGraw-Hill, 2012. 304 p.