

УДК 811.111'42:796

DOI: 10.36550/2522-4077-2022-1-202-100-105

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ****Світлана БАРАНОВА (Суми, Україна)****ORCID: 0000-0001-9425-9774****Researcher ID: M-5567-2018****e-mail: s.baranova@gf.sumdu.edu.ua****Віталій СУВОРОВ (Суми, Україна)****ORCID: 0000-0002-9254-7155****e-mail: vitars99@gmail.com**

**БАРАНОВА Світлана, СУВОРОВ Віталій. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ.**

У статті проаналізовані особливості перекладу спортивного дискурсу на матеріалі англomовних інтернет-видань. Визначено, що спортивний дискурс є інституційним видом дискурсу, і визначається як мовленнєва діяльність в рамках сфери спорту. Крім того, уточнено, що сфера спортивної комунікації здебільшого детермінована сферою мас-медіа. Охарактеризовано основні функції текстів спортивної тематики. Проаналізована специфіка перекладу спортивного дискурсу: спортивної термінології та визначено основні способи перекладу.

**Ключові слова:** спортивний дискурс, спортивна термінологія, медіадискурс, медіаспорт.

**BARANOVA Svitlana. SUVOROV Vitalii. PECULIARITIES OF TRANSLATING SPORT DISCOURSE.**

The article analyses the peculiarities of translating sport discourse based on the material of English-language online publications. It is established that sports journalism is works of sports topics that affect the consciousness of the sport community and raise topics that are relevant to our time. All materials written on sports topics are socially oriented and influence the formation of opinions among readers or viewers. It is determined that sports discourse is an institutional type of discourse and is defined as speech activity within the sphere of sports. In addition, it was clarified that the sphere of sport communication is mainly determined by the sphere of mass media. It is determined that the term media sport is used to describe socio-cultural speech activities related to sport topics and which can be objectified in media texts. Depending on the type of media, the following types of sport discourse are distinguished: newspaper and magazine, television, radio and internet varieties. The chronotope of sport discourse is described as: a sport event limited in time; the time of preparation of the athlete for the competition; the time of broadcasting the competition; repetitions of sport events; the locus of the sport event; the geographical location of the competition; the locus of preparatory events of the sport competition and the general characteristics of the sport discourse. The main functions of sports-related texts are described as: informative function, influence function, evaluation function. It is noted that the difficulty for translators can be exactly sport terminology that distinguishes sport discourse from other types of discourse because in translation studies to this day there is no single classification of ways to translate terms. The specifics of the translation of sport discourse, namely sport terminology, are analysed and the main methods of translation are identified: vocabulary, descriptive translation, transcription and modulation.

**Keywords:** sport discourse, sport terminology, media discourse, mediasport.

**Постановка проблеми.** У сучасному суспільстві спортивна публіцистика займає значне місце у засобах масової інформації. Це обумовлено тим, що сьогодні спорт займає одне з провідних місць у суспільній системі, являє собою сферу соціально-культурної діяльності. За новинами спорту за допомогою засобів масової інформації стежить практично весь світ. Англійська мова є офіційною мовою проведених міжнародних спортивних змагань, розробка термінології для нових видів спорту, дисциплін, правил і прийомів також відбувається переважно англійською мовою.

Кожен вид спорту має власну термінологією, яка, в свою чергу, має тенденцію до постійного розвитку та оновлення, тому переклад матеріалів спортивної тематики є непростим завданням для перекладачів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням особливостей спортивних текстів займалися такі дослідники як: Боровська О., яка розглядала проблеми перекладу спортивної термінології, Васильченко О.А. – еволюцію норм та девіацій у сфері спорту, Гусев А. В. – проблеми взаємодії спорту і медіа в масовому суспільстві, Козуб Л. С. – лінгвокультурологічний аспект дослідження спортивних повідомлень у друкованих засобах масової інформації та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Як зазначено вище, спортивному дискурсу приділяється чимала увага та існує низка дослідників, які присвячують свої роботи, що певним чином пов'язані або стосуються спортивного дискурсу. Однак, саме його характеристика та специфіка перекладу досі залишаються проблемними темами для дослідників. Спортивний дискурс може розповсюджуватися на багатьох каналах медіапростору, але зосереджуючи увагу на матеріалі інтернет-видань, ми намагаємося зробити внесок в загальне дослідження перекладу спортивного дискурсу з нової сторони.

**Мета статті** – проаналізувати перекладацькі особливості спортивного дискурсу на матеріалі англomовних інтернет-видань. **Основні завдання дослідження** – описати поняття спортивного дискурсу, дослідити співвідношення понять медіадискурсу і спортивного дискурсу, розглянути особливості текстів спортивного дискурсу, проаналізувати специфіку перекладу спортивного дискурсу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Спорт займає все більш важливе місце в культурі сучасних суспільств, відповідно зростає і значення наукових досліджень в цій області (Люта, 2002). Виділяються різні типи дискурсів. З точки зору соціолінгвістики виділяються два основних: персональний (особистісно-орієнтований) і інституційний (статусно-орієнтований) (Гусев, 2015).

Найбільший інтерес для нас представляє другий тип, так як з нього випливає поняття «спортивний дискурс». Значимо, що інституційний дискурс – це комунікація в детермінованих рамках статусно-рольових відносин, тобто спілкування представників суспільних груп і інститутів один з одним (Lefever, 2012).

Існують різні види інституційного дискурсу, і спортивний дискурс є одним з них. Спортивний дискурс визначається як мовленнєва діяльність в рамках сфери спорту (Васильченко, 2006). Під спортивним дискурсом розуміють послідовність мовних актів, які утворюють зв'язний текст в екстралінгвістичному контексті, мета якого відобразити процес максимально можливого розвитку фізичних, психічних і функціональних можливостей індивіда для реалізації їх в тренувальному і змагальному процесах, щоб отримати максимально високі результати (Козуб, 2008).

Хронотоп спортивного дискурсу складають: спортивна подія, обмежена по часу; час підготовки спортсмена до змагань; час трансляції змагання; повтори спортивних подій; локус спортивної події (спортивний стадіон, корт, траса тощо); географічне місце проведення змагань (країна, місто); локус проведення підготовчих заходів спортивного змагання (душові, тренувальні бази тощо) (Müller, 2007).

Існують загальні характеристики спортивного дискурсу, а саме:

1. Ментальна (ідеологічна) основа, куди входять концептуальні домінанти – це базові, системоутворюючі концептуальні універсалії, що задають специфіку і семантичну та комунікативно-прагматичну своєрідність текстів цього типу дискурсу. Основні концепти: суб'єкти спортивної діяльності, об'єкти, атрибути (правила), дії, характерні для спорту, спортивні події.

2. Пресупозиція – очікування того, що інформація, яка надходить клієнту добре відома, або це загальні знання, або приватні, придбані з особливими когнітивними зусиллями.

3. Неізолюваність, що виявляється в перетині спортивного дискурсу з іншими дискурсами: з науковим – наукова література з проблем спорту і фізичної культури, з педагогічним – навчальні та навчально-методичні тексти для студентів навчальних закладів спортивного профілю, спортивних педагогів тощо, з юридичним і офіційно-діловим – правила гри, регламенти змагань, положення тощо, з політичним і військовим – в області атональності (змагальності), з побутовим – помітно при спілкуванні, коли тема спорту підтримує контакт, з мас-медійним, і, нарешті, з театральнo-сценічним, коли масова аудиторія і клієнт беруть на себе роль спостерігача, де спортивні події якийсь спектакль, з непередбачуваним фіналом (Stead, 2008).

Сфера спортивної комунікації здебільшого дійсно пов'язана зі сферою мас-медіа і детермінована нею. У зв'язку з цим неминуче постає питання про співвідношення понять медіадискурс і спортивний дискурс. Під медіадискурсом може розумітися будь-який вид дискурсу, який реалізується в сфері масової комунікації. Інакше кажучи, медіадискурс може сприйматися як своєрідний дискурсивний простір, кластер різних типів взаємопов'язаних, що переплітаються дискурсів.

З цього випливає, що концептуальна, жанрово-стилістична і прагмалінгвістична своєрідність текстів, які можуть бути віднесені до спортивного дискурсу, багато в чому визначається саме характеристиками медіадискурсу, перш за все масмедійності, яка визначається стійким зв'язком з аудиторією і залежністю від технічних засобів передачі інформації. Не випадково дослідники комунікації в спортивному середовищі сьогодні часто використовують термін медіаспорт для опису соціокультурної мовленнєвої діяльності, пов'язаної зі спортивною тематикою і яка може об'єктивуватися в текстах ЗМІ.

При експлікованому підході необхідно говорити про існування спортивного медіадискурсу, який володіє як власними дискурсивними характеристиками, детермінованими перш за все тематикою спілкування, так і загальними характеристиками будь-якого з видів медіадискурсу, зумовленими специфікою сфери масової комунікації і в тому числі особливостями каналів передачі інформації (Бондар та Мамай, 2016). У багатьох аспектах спортивний дискурс і дискурс мас-медіа зрослися один з одним, так як перший носить переважно медіальний характер.

Залежно від типу ЗМІ виділяють наступні види спортивного дискурсу: газетно-журнальний, телевізійний, радіо- і інтернет-різновиди (Люта, 2002). Спортивні тексти належать до категорії газетно-журнальних текстів, коли характерні особливості стилю цих текстів підкоряються законам мовного жанру газетно-журнальної публіцистики і створюються в рамках певних конвенцій. Цільова аудиторія текстів спортивної спрямованості – це люди, які мають суто спеціальні знання (Гусев, 2015). Спортивні тексти в деякому роді мають загальні риси з рекламними текстами, що, звичайно ж, є ще однією їхньою характерною особливістю.

Основними функціями текстів спортивної тематики прийнято виділяти:

- інформативну функцію. Як і будь-який спеціалізований текст, статті спортивного жанру несуть в собі завдання довести до відома читачів останні новини зі світу спорту або розповісти про досягнення спортсменів;

- функцію впливу. Ця функція характерна скоріше для статей, ніж новин, оскільки через розгорнутий дискурс, наводячи факти і аргументи на захист своєї

точки зору, автор переконує читача в правоті своєї позиції щодо актуальних проблем в спорті;

- оцінну функцію. Оцінка в спортивному тексті є суб'єктивною, переважно раціональною, хоча і з деякою наявністю емоційної складової (Козуб, 2008).

Спортивний дискурс виділяється з інших видів дискурсу тим, що у ньому наявна спеціальна спортивна термінологія, яка може викликати труднощі для перекладачів. У перекладознавстві донині не існує єдиної класифікації способів перекладу термінів, і зокрема спортивних термінів, що становить проблему при перекладі подібної лексики.

Зазвичай у спортивній термінології можна виявити велику кількість одиниць, що перекладаються способом пошуку перекладацької відповідності, на підставі вказівки спеціального спортивного значення слова в словниках (Боровська, 2008). Звернемося безпосередньо до аналізу перекладу прикладів спортивного дискурсу: *With less than two seconds left in overtime, Tkachuk saw a juicy rebound, crossed in from the hash marks and performed straight wizardry* (Sporting News). – *До овертайму залишалось менше двох секунд, але Ткачук побачив гарну можливість, швидко перемістився на фланг, пройшов уздовж лінії і створив диво.* Термін-слово “overtime” позначає додатковий час під час спортивної гри. Ця термінологічна одиниця перекладається на українську мову за допомогою варіантної відповідності зі словника «овертайм» (Англо-український словник), утвореного за допомогою транскрибування – прямого запозичення з англійської мови. В україномовних словниках існує ще один синонім терміну – «додатковий час» (Англо-український словник), який перекладається з англійської за допомогою калькування. Однак в мові ЗМІ міцно зміцнився саме варіант «овертайм» зважаючи на свою стислість і зручність у використанні. Термін “rebound” складається з префікса *re-* і кореня “bound” в значенні «відскік» (Англо-український словник). Термін застосовується в тому випадку, коли після невдалої спроби забити шайбу у команди знову з'являється можливість знову заволодіти м'ячем. У цьому контексті ми використали прийом заміни – модуляцію – і термін перетворився в загальноповживане слово «можливість» для розуміння повідомлення пересічним читачем.

*While an international game for the 2020-21 season is unlikely, he noted the league is working to accommodate the team's interest in going overseas in the future* (Sporting News). – *Хоча в сезоні 2020-2021 міжнародні матчі за участю команди малоймовірні, він зазначив, що ліга працює над тим, щоб задовольнити її запит на матчі за кордоном в майбутньому.* У цьому контексті ми можемо виявити такі термінологічні одиниці – “game” і “league”. Обидва терміни належать до класу загальногалузевих і зустрічаються відразу в декількох видах спорту. Словосполучення “international game” передається на українську мову за допомогою конкретизації – «міжнародний матч», так як в реаліях хокею зустріч двох команд називається «матчем». Термінологічна одиниця “league” передається на українську мову як «ліга» за допомогою лексичного еквіваленту. Таким же чином передається і термін “team” «(спортивна) команда».

*She became the first female singles skater to take Olympic gold without any prior world championships medals* (Sporting News). – *Вона стала першою фігуристкою в одиночному розряді, що отримала олімпійське золото, раніше не займаючи на світових змаганнях місця на подіумі.* Термін-словосполучення “singles skater” позначає фігуриста «одиночку», що виконує програму без партнера. На українську мову перекладається за допомогою описового перекладу – «фігурист в одиночному розряді». Загальноспортивний термін “medal” «медаль» позначає нагороду за

досягнення в спорті, було перекладено за допомогою модуляції – «місце на подіумі», оскільки його точна передача не впливає на зміст переданого речення.

**Висновки та перспективи подальших розвідок з цього питання.** Спортивний дискурс являє собою різновид комунікації між учасниками спортивної діяльності для реалізації поставлених комунікативних цілей. Більшість вчених вказують на високий рівень поєднання спортивного дискурсу зі сферою мас-медіа, у зв'язку з чим в деяких випадках доречно говорити про спортивний медіа-дискурс, якщо дискурс реалізується в сфері масової комунікації. Крім того, нами була проаналізована специфіка перекладу спортивного дискурсу, а саме спортивної термінології та визначено основні способи перекладу: словниковий відповідник, описовий переклад, транскрибування та модуляція. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо в порівнянні перекладу спортивної термінології з англійської та німецької мов.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Англо-український словник. URL: <https://www.dict.com/>
2. Бондар А. С., Мамай В. С. Особливості висвітлення фізичної культури і спорту в інтернет ресурсах. *Збірник наукових праць Харківської державної академії фізичної культури*. 2016. №3. С. 75-78.
3. Боровська О. Проблеми перекладу спортивної термінології. *Молода спортивна наука України*. 2008. Т. 1. С. 51–55.
4. Васильченко О.А. Еволюція норм та девіацій у сфері спорту : автореф. дис. ... канд. соц. наук : спец. 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології». Запоріжжя, 2006. 16 с.
5. Гусев А. В. Спорт і медіа в масовому суспільстві: проблеми взаємодії. *Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації*. 2015. № 2 (22). С. 81 – 85.
6. Козуб Л. С. Лінгвокультурологічний аспект дослідження спортивних повідомлень у друкованих засобах масової інформації. *«Гуманітарний вісник» Черкаського державного технологічного університету. Серія: Іноземна філологія*. 2008. С. 67–70.
7. Люта Л.П. Функції спорту як соціального інституту. *Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності* : Зб. наук. праць. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2002. С. 225–230.
8. Lefever K. *New Media and Sport: International Legal Aspects*. Springer, 2012. 280 p.
9. Müller T. *Football, language and linguistics*. Tübingen : Gunter Narr, 2007. P. 356 – 362.
10. *Sporting News*. URL: <https://www.sportingnews.com/>
11. Stead D. *Sport and the Media. Sport and Society: A Student Introduction*. 2nd Edition. SAGE Publications Ltd, 2008. P. 184–200.

#### REFERENCES

1. Anghlo-ukrainyskyi slovnyk [English-Ukrainian Dictionary]. URL: <https://www.dict.com/>
2. Bondar, A. S., Mamai, V. S. (2016) Osoblyvosti vysvitlennia fizychnoi kultury i sportu v internet resursakh. [Features of coverage of Physical Culture and sports in Internet resources]. *Zbirnyk naukovykh prats Kharkivskoi derzhavnoi akademii fizychnoi kultury*. [in Ukrainian].
3. Borovska, O. (2008) Problemy perekladu sportyvnoi terminolohii. [Problems of translating sports terminology]. *Moloda sportyvna nauka Ukrainy*.
4. Vasylychenko, O.A. (2006) Evoliutsiia norm ta deviatytsii u sferi sportu [Evolution of norms and deviations in the field of sports]: avtoref. dys. ... kand. sots. nauk : spets. 22.00.04 «Spetsialni ta haluzevi sotsiolohii». Zaporizhzhia.
5. Husiev, A. V. (2015) Sport i media v masovomu suspilstvi: problemy vzaiemodii. [Sports and media in mass society: problems of interaction]. *Derzhava ta rehiony. Seria Sotsialni komunikatsii*.
6. Kozub, L. S. (2008) Linhvokulturolohichnyi aspekt doslidzhennia sportyvnykh povidomlen u drukovanykh zasobakh masovoi informatsii. [Linguoculturological aspect of the study of sports messages in print media]. *«Humanitarnyi visnyk» Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Seria: Inozemna filolohiia*.
7. Liuta, L.P. (2002) Funktsii sportu yak sotsialnoho instytutu. [Functions of sports as a social institution]. *Aktualni filosofski ta kulturolohichni problemy suchasnosti* : Zb. nauk. prats. Kyiv: Vyd. tsentr KNLU.
8. Lefever, K. (2012) *New Media and Sport: International Legal Aspects*. Springer.
9. Müller, T. (2007) *Football, language and linguistics*. Tübingen : Gunter Narr.
10. *Sporting News*. URL: <https://www.sportingnews.com/>
11. Stead, D. (2008) *Sport and the Media. Sport and Society: A Student Introduction*. 2nd Edition. SAGE Publications Ltd.

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ**

**Світлана Баранова** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри германської філології СумДУ.

*Наукові інтереси:* когнітивна та дискурсивна лінгвістика, граматична семантика, переклад.

**Віталій Суворов** – студент-магістр факультету іноземної філології та соціальних комунікацій СумДУ.

*Наукові інтереси:* спортивний дискурс, переклад.

**INFORMATION ABOUT THE AUTHORS**

**Svitlana Baranova** – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Germanic Philology of Sumy State University.

*Scientific interests:* cognitive and discursive linguistics, grammatical semantics, translation.

**Vitalii Suvorov** – postgraduate student at the faculty of foreign philology and social communication of Sumy State University.

*Scientific interests:* sports discourse, translation.

**УДК 811.112.2'004:378'338.48**

**DOI: 10.36550/2522-4077-2022-1-202-105-110**

**СПЕЦИФІКА МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ  
ТЕКСТІВ ТУРИСТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ  
(НА МАТЕРІАЛІ ТУРИСТИЧНОГО БУКЛЕТУ  
«AIDASOL WELTREISE 2022»)**

**Микола ВЕРЕЗУБЕНКО (Кропивницький, Україна)**

**ORCID:0000-0002-3533-8525**

**e-mail: verezubenko@ukr.net**

**Тетяна ОЛЕКСІЄНКО (Кропивницький, Україна)**

**ORCID:0000-0002-3533-8525**

**e-mail: tetianaoleksienko389@gmail.com**

**ВЕРЕЗУБЕНКО Микола, ОЛЕКСІЄНКО Тетяна. СПЕЦИФІКА МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ТЕКСТІВ ТУРИСТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ТУРИСТИЧНОГО БУКЛЕТУ «AIDASOL WELTREISE 2022»).**

*У запропонованій статті досліджено особливості машинного перекладу туристичних текстів, виявлено труднощі перекладацького процесу й обґрунтовано оптимальні рішення локалізації тексту, які зумовлені специфікою цього виду дискурсу та сформульовано принципи їхнього перекладу. Для проведення аналізу перекладацьких труднощів було обрано рекламну інформацію туристичної компанії AIDA, яка організовує і проводить здебільшого круїзні подорожі.*

**Ключові слова:** туристичний текст, машинний переклад, постредагування машинного перекладу, типологія перекладацьких помилок.

**VEREZUBENKO Mykola, OLEKSIENKO Tetiana. SPECIFICS OF MACHINE TRANSLATION OF TOURIST TEXTS IN THE GERMAN LANGUAGE (BASED ON THE TOURIST BOOKLET "AIDASOL WELTREISE 2022").**

*The authors of this article investigate features of machine translation of tourist texts, reveal difficulties of translation process, depict the optimum decisions of localization of the text which are caused by specificity of this kind of discourse and formulate the principles of their translation. To analyze the translation difficulties, it was decided to choose the advertising information of the travel company AIDA, which organizes and conducts mostly cruises. The tourist discourse includes many types of texts, different in their subjects, pragmatics and structure. Especially popular among them are guides, travel brochures, brochures and flyers. Vocabulary used in tourist texts often belongs to such a group of non-equivalent vocabulary that can*