

В ходе анализа толкований номинации *brand* в англоязычных толковых словарях была выявлена и отмечена ее многозначность. В качестве основного значения во всех словарях представлено «*A type of product / group of products, service, etc. made or offered by a particular company / manufacturer under a particular name or design*» [1–5], т.е. значение, соответствующее терминологическому. Лишь в трех из рассмотренных словарей представлено первичное значение лексемы *brand*: «*A mark made with a piece of hot metal, especially on farm animals to show who owns them*» [1, 3, 5]. Одновременно словари фиксируют значения целевой лексемы, характерные общеупотребительному английскому языку. Таким образом, можно сделать вывод о том, что термин *brand* в современном английском языке является консубстанциональным и объем его понятийной семантики не исчерпывает значений соответствующей лексемы английского литературного языка.

Источники

1. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/>. — Date of access: 18.03.2020.
2. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. — Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/>. — Date of access: 18.03.2020.
3. Macmillan Dictionary [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.macmillandictionary.com/>. — Date of access: 18.03.2020.
4. Cobuild Advanced English Dictionary [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.collinsdictionary.com/>. — Date of access: 18.03.2020.
5. Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.ldoceonline.com/>. — Date of access: 18.03.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

И.И. Ковалевская, канд. филол. наук, доцент
vickostserg@mail.ru
БГЭУ (Минск)

ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЕРЕВОД КАК РАЗНОВИДНОСТЬ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В условиях растущей глобализации возрастает интерес к изучению юридического перевода, который представляет собой непростую задачу, поскольку многие аспекты этого вида деятельности зависят от социальных, политических и культурных особенностей стран.

Юридический перевод, согласно определению А.С. Киндеркнехта, является одним из видов специального перевода, который обслуживает правовую сферу коммуникации. В более широком смысле перевод юридических текстов трактуется как особая разновидность межкультурной коммуникации, которая может иметь место в любой сфере деятельности, если в ней затрагивается правовая проблематика.

Теоретико-методологической основой исследования юридического перевода служат подходы, развивающиеся на стыке разных научных направлений: лингвокультурологического (Ю.А. Грищенко, Т.П. Некрасова), лингвоконцептологического (И.Г. Федорова, Л.В. Колесникова), функционально-стилистического (Н.П. Глинская), дискурсивного (Н.Г. Храмцова) и юрислингвистического (Н.Д. Голев). В русле выделенных подходов юридический перевод в большей степени определяется как акт межкультурной коммуникации, чем как акт межъязыковой коммуникации, поскольку «в переводческий контакт вступают разные правовые системы и правовые культуры». В этой связи перевод текстов в области права не сводится к собственно межъязыковому обмену информацией, а рассматривается как процесс межкультурного общения.

Юридический язык, являющийся основным инструментом правовой коммуникации, оценивается уже не просто как средство выражения воли и доведения ее до сознания адресата, но как основная форма бытия права. Такое понимание роли юридического языка отражается в тенденции слияния юридической деятельности с языковой. Исходя из этого специфику юридического перевода невозможно осмыслить без изучения языка права как неотделимой части правовой системы с ее традициями, особенностями логики и функциями.

Особую трудность при переводе юридических текстов представляют термины, несущие основную информационную нагрузку, и стоящие за ними понятия, относящиеся к сферам, в которых ярче выражены национальные и региональные особенности правовой системы (например, процессуальное право, семейное право, административное устройство и т.д.). Эти понятия отличаются от тех, которые используются в правовых областях, основанных на международном обмене и сотрудничестве (например, торговое право) или одинаково развивающихся и формирующихся в государствах (например, право окружающей среды), поскольку большинство из них возникло давно и имеет особую социальную значимость для носителей конкретного языка. Например, понятие «трудоустройство», которое в белорусском гражданском праве трактуется как освобождение от работы, предоставляемое «в течение рабочего года (ежегодно) с сохранением прежней работы и среднего заработка (ст. 153 Трудового кодекса Республики Беларусь)», отсутствует в англо-саксонской правовой системе.

Примеров юридических реалий в отечественной правовой системе немало в силу ее кодифицированного и доктринального характера, отличающегося особой последовательностью и преемственностью. Однако кроме перевода терминологии, особого внимания заслуживают функционально-стилистические, лингвокультурологические и дискурсивные особенности юридических текстов, которые необходимо изучать в контексте правовых культур и институтов исходного и переводящего языков.

Отмечая разнообразие выделенных подходов к изучению юридического перевода, отметим, что их комплексное применение будет, безусловно, способствовать качественной подготовке переводчиков в области права и дальнейшему исследованию этого вида деятельности как особой разновидности межкультурной коммуникации.

<http://edoc.bseu.by/>

*А.М. Коцаренко, ст. преподаватель
kotzarenko@mail.ru
БГЭУ (Минск)*

ЗАИМСТВОВАНИЯ ИЗ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Характерной чертой современного общества является глобализация всех общественно-политических, культурных и в первую очередь экономических процессов. Международные интеграционные процессы особенно отчетливо находят свое отражение в профессиональной сфере. Исторически сложившаяся ситуация превалирования в экономической сфере англосаксонского мира создала предпосылки для использования именно английского языка как языка делового общения. В современном бизнес-сообществе невозможно взаимодействие между партнерами, если они не владеют английским языком, в частности, терминологией на английском языке. В отличие от, например, французов, которые стараются избегать иностранных заимствований и переводят на родной язык понятия, возникающие в англосаксонском мире и утвердившиеся в большинстве стран мира, немцы предпочитают использовать оригинальные термины без перевода. Такое использование англицизмов в принципе вполне продуктивно, ведь оно дает преимущество беспрепят-