

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ВИМІРИ
ТЕКСТІВ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ**

Виконав	студент групи ГФ-313м Стаценко Микита Андрійович
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Керівник	к. філол. н, доц. А. Б. Підгорна

Запоріжжя – 2025

Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет гуманітарний
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»
Ступінь вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 035 «Філологія»
Освітня програма (спеціалізація) 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
В. о. завідувача кафедри
доц. Н. М. Жукова

« ____ » січня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Стаценка Микити Андрійовича

1. Тема кваліфікаційної роботи: ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ВИМІРИ ТЕКСТІВ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ

керівник кваліфікаційної роботи Підгорна Анна Борисівна, к. філол. н., доцент, доцент кафедри «Іноземної філологія та переклад»

затверджена наказом закладу вищої освіти від «14» листопада 2024 р. № 471

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи: 22 січня 2025 р.

3. Вихідні дані кваліфікаційної роботи: теоретичні та критичні праці вітчизняних та зарубіжних дослідників (Бацевич Ф. С., Карабан В. І., Кобозева І. М., Кочерган М. П., Моррис Ч. У., Сусов І. П. та інші), а також англомовні аутентичні тексти з ЛІН-менеджменту та їх переклади українською мовою.

4. ЗМІСТ розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити): 1. Ключові принципи та методи лінгвопрагматичних доробок. 2. Тексти з ЛІН-менеджменту як об'єкт лінгвопрагматики та методологія їх дослідження. 3. Лінгвопрагматичні властивості текстів з ЛІН-менеджменту. 4. Засоби відтворення лінгвопрагматичних характеристик англомовних текстів з ЛІН-менеджменту при перекладі українською.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 4 таблиці, 1 рисунок

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I	Підгорна А. Б., к. філол. н., доцент		
II	Підгорна А. Б., к. філол. н., доцент		
Нормоконтроль	Лещенко Г. А., к. філол. н., доцент		

7. Дата видачі завдання «12» вересня 2024 року.

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	вересень 2024	виконано
2.	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу	вересень 2024	виконано
3.	Складання календарного плану кваліфікаційної роботи	вересень 2024	виконано
4.	Збирання матеріалу	жовтень 2024	виконано
5.	Підготовка розділу 1	жовтень 2024	виконано
6.	Підготовка розділу 2	листопад 2024	виконано
7.	Підготовка вступу	грудень 2024	виконано
8.	Написання вступу і загальних висновків роботи	грудень 2024	виконано
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи	січень 2025	виконано
10.	Проходження нормо контролю	січень 2025	виконано
11.	Рецензування кваліфікаційної роботи	січень 2025	виконано
12.	Захист кваліфікаційної роботи	січень 2025	виконано

Студент

Стаценко М. А.

Керівник проекту (роботи)

Підгорна А. Б.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 117 с., 4 табл., 1 рис., 2 додатка, 75 джерел.

Об'єкт дослідження – лінгвопрагматичні особливості англомовних текстів з ЛІН-менеджменту та специфіка їх перекладу українською.

Мета роботи – дослідити лінгвопрагматичний потенціал англомовних текстів з ЛІН-менеджменту та встановити способи його відтворення при перекладі українською.

Методи дослідження – системно-функціональний метод; метод компонентного аналізу; методи семантичного та контекстуально-інтерпретаційного аналізів; метод стилістичного аналізу; метод словникових дефініцій; компаративний метод; метод перекладацького аналізу.

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглядається теоретико-методологічне підґрунтя вивчення лінгвопрагматичного потенціалу текстів з ЛІН-менеджменту. Приділяється особлива увага ключовим принципам та основним методам лінгвопрагматики, пояснюється вагомість вивчення текстів ЛІН у зазначеному аспекті, а також описується методика їх дослідження. Другий розділ фокусується на безпосередньому аналізі англомовних текстів з ЛІН-менеджменту – їх структурних, мовних та стилістичних характеристиках, що мають прагматичний потенціал. Наведені приклади ілюструють вагомість зазначених характеристик для реалізації прагматичних настанов авторів англомовних текстів з ЛІН-менеджменту. Останній підрозділ роботи описує труднощі відтворення лінгвопрагматичного потенціалу при перекладі українською та наводить приклади з декількох перекладів, демонструючи можливі шляхи відтворення важливих ознак.

ЛІНГВОПРАГМАТИКА, ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, МЕТОДИКА, ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТ, МОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ, СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ

ЗМІСТ

Завдання на роботу

Реферат

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИХ ОЗНАК ТЕКСТІВ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ	11
1.1. Ключові принципи лінгвопрагматичних доробок.....	11
1.2. Основні методи лінгвопрагматики.....	16
1.3. Тексти з ЛІН-менеджменту як об'єкт лінгвопрагматики.....	21
1.4. Етапи та методика дослідження англомовних текстів ЛІН.....	26
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ.....	31
2.1. Структурні характеристики текстів з ЛІН-менеджменту	31
2.2. Лексичні ознаки прагматичного потенціалу текстів з ЛІН- менеджменту.....	37
2.3. Граматичні засоби впливу текстів з ЛІН-менеджменту.....	51
2.4. Стилiстичні особливості впливу текстів з ЛІН-менеджменту.....	64
2.5. Засоби відтворення лінгвопрагматичних характеристик англомовних текстів з ЛІН-менеджменту українською мовою.....	71
ВИСНОВКИ.....	83
SUMMARY	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91
ДОДАТКИ.....	98
Додаток А. Глосарій термінів.....	98
Додаток Б. Тези за темою роботи.....	113

ВСТУП

ЛІН-менеджмент є надзвичайно популярною методологією організації бізнес-процесів сьогодні. ЛІН-методології допомагають компаніям зменшувати витрати, підвищувати ефективність виробництва та покращувати якість продукції. Використання ЛІН-підходів дозволяє досягати більшої гнучкості у виробничих процесах, ефективніше використовувати ресурси та швидше адаптуватися до змін на ринку. Багато організацій у різних галузях продовжують впроваджувати ЛІН для покращення своїх бізнес-процесів та задоволення потреб клієнтів.

Перші загальновідомі роботи з ЛІН-менеджменту були опубліковані в 1970-х роках в Японії. Їх авторами були японські менеджери, які активно практикували ЛІН і в своїх працях намагались передати власний досвід впровадження й використання ЛІН-практик. У 1980-х роках публікуються перші англomовні книги і статті про ЛІН-менеджмент, що надало цій тематиці широкої популярності серед читачів бізнес-літератури. На теперішній час активно створюються тексти з ЛІН-менеджменту на різних мовах світу – як нові публікації, так і переклад раніше виданих.

Тексти з ЛІН несуть в собі неабиякий прагматичний потенціал, направлений на осмислення, прийняття принципів ЛІН читачем і зміну парадигми побудови ефективних виробничих процесів на користь ЛІН замість масового виробництва. Саме тому при перекладі цих текстів дуже важливо звертати увагу на лінгвопрагматичні аспекти задля якомога більш точного відтворення прагматичного наміру автора текста для читача.

За допомогою методів лінгвопрагматики дослідники визначають інтенції, які автор закладає у текст, когнітивну реакцію, яку очікує він від читача, та мовленнєві засоби, які використовуються для цього. Зокрема в цій кваліфікаційній роботі проведено структурний аналіз декількох текстів з ЛІН-

менеджменту японських і американських авторів, досліджено їх мовне наповнення та стилістичне забарвлення, а також зроблено висновки щодо впливу, який мають ці характеристики на цільового читача. Окрім того, звертається окрема увага на особливості їх відтворення при перекладі.

Отже, темою роботи є «Лінгвопрагматичні та перекладацькі виміри текстів з ЛІН-менеджменту». Сформульовані у темі аспекти дослідження текстів з ЛІН-менеджменту є наразі ключовими для адекватного донесення ідей ЛІН до україномовного реципієнта, адже запровадження принципів ЛІН у виробництво вимагає їх повного прийняття, тому засоби впливу та їх відповідне відтворення при перекладі є надважливим завданням для перекладача.

Слід відзначити, що питаннями лінгвопрагматики дослідники займаються вже достатньо давно і тому є велика кількість робіт, які розкривають ключові питання цієї дисципліни. Так, можна відзначити роботи Ф. С. Бацевича [Бацевич 2010; 2016], Л. Р. Безуглої [Безугла 2012], Т. ван Дейка [Дейк 1989; Dijk 1997], Ч. У. Морріса [Моррис 1983], С. В. Соколовської [Соколовська 2012], І. П. Сусова [Сусов 2009], І. Мейсона та М. Стюард [Mason, Steward 2001] та інших. Корисними при вивченні лінгвопрагматичних ознак текстів є і роботи, присвячені лінгвістиці тексту та методиці лінгвістичного аналізу текстів [Бацевич 2003; 2004; Зайцева, Артеменко, Липко, Міщенко 2014; Ковалик, Мацько, Плющ 1984; Кочан 2008; Серажим 2008; Beaugrande, Dressler 1972]. Перекладознавчі роботи також внесли суттєвий внесок у розуміння принципів використання трансформацій та вибору адекватних способів перекладу [Малик 2021; Цимрикович 2024; Baker 1992; Beal 2020; Blum-Kulka 2004; Bolaños Cuéllar 2002; Calzara Perez 2007; Hatim 2009; Neubert 1995]. У той же час, слід зауважити, що дослідження текстів з ЛІН-менеджменту почалися відносно недавно, тому на цей час ця тема є менш розвинена, порівняно з досягненнями науковців у дослідженні текстів інших науково-публіцистичних, науково-технічних та бізнес напрямів.

Таким чином, **актуальність** роботи визначається широкою популярністю ЛІН-менеджменту у бізнес-сфері і наявністю великої кількості текстів з цієї тематики, написаних багатьма мовами світу, а також недостатнім рівнем розробленості проблематики з точки зору мовних та перекладацьких особливостей.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми кафедри «Іноземна філологія та переклад» НУ «Запорізька політехніка» № 06124 «Лінгвосеміотичні параметри міжкультурної комунікації». Тема кваліфікаційної роботи затверджена наказом ректора № 417 від 14.11.2024 р.

Об'єктом дослідження є лінгвопрагматичні особливості англомовних текстів з ЛІН-менеджменту та специфіка їх перекладу українською.

Предметом аналізу постають лексичні, граматичні, стилістичні та композиційні особливості текстів з ЛІН-менеджменту та способи їх передачі при перекладі.

Метою роботи є дослідити лінгвопрагматичний потенціал англомовних текстів з ЛІН-менеджменту та встановити способи його відтворення при перекладі українською.

Мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- окреслити теоретико-методологічні засади дослідження та описати його методологію;
- встановити структурні особливості текстів з ЛІН-менеджменту різних авторів;
- виокремити основні мовні (лексичні, граматичні, стилістичні) ознаки досліджуваних текстів і визначити їх лінгвопрагматичний потенціал;
- окреслити специфіку перекладу текстів з ЛІН-менеджменту і пояснити референтні способи перекладу та перекладацькі трансформації.

Матеріалом роботи є англомовні роботи з ЛІН-менеджменту та їх переклади українською мовою (див. ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ).

У процесі аналізу було застосовано такі **методи дослідження**: *системно-функціональний метод* – для вивчення функціонування мовних одиниць в текстах з ЛІН-менеджменту; *метод компонентного аналізу* – для встановлення структури плану змісту лексико-семантичних одиниць; *методи семантичного та контекстуально-інтерпретаційного аналізів* – для визначення та пояснення прагматичного потенціалу обраних для дослідження одиниць; *метод стилістичного аналізу* – для вивчення стилістичних особливостей аналізованих текстів та використаних стилістичних прийомів; *метод словникових дефініцій* – для дослідження специфіки функціонування лінгвальних одиниць, а також у поєднанні з *методом суцільної вибірки* – для складання глосарію термінів; *компаративний метод* – для виявлення особливостей та відмінностей лексико-семантичних засобів формування текстів бізнес-комунікації української та англійської мов; *метод перекладацького аналізу* – для аналізу труднощів, що можуть виникнути під час перекладу текстів даного типу та виявлення шляхів їх подолання через застосування перекладацьких трансформацій.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що її результати сприяють більш глибокому вивченню специфіки текстів з ЛІН-менеджменту, зокрема з точки зору їх лінгвопрагматичного потенціалу. Окрім того, аналіз перекладацьких труднощів та встановлення шляхів їх подолання вносять певний внесок у перекладознавство, надаючи теоретичне обґрунтування варіантам перекладу, що у подальшому може буде використано для покращення якості перекладів з цієї тематики.

Практичне значення дослідження полягає, перш за все, в можливості застосування його результатів на практиці при перекладі текстів з ЛІН-менеджменту. Окрім того, методологію даного дослідження можна

використовувати при аналізі текстів інших типів та функціональних стилів, а також при підготовці практичних занять з практики перекладу, укладанні словників, написанні дипломів та курсових робіт.

Апробація роботи. Результати дослідження були представлені на конференції «Тиждень науки-2024» в НУ «Запорізька політехніка» – доповідь на тему «Японські терміни в літературі з ЛІН-менеджменту» і подальша публікація тез (Додаток Б).

Структуру роботи зумовлено науковою логікою дослідження, його метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, резюме, списку використаних джерел та додатків. Робота викладена на 117 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИХ ОЗНАК ТЕКСТІВ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ

1.1. Ключові принципи лінгвопрагматичних доробок

Лінгвістична прагматика еволюціонувала і стала окремою наукою завдяки виникненню філософського напрямку прагматизму кінця XIX – початку XX ст. Один із представників філософського прагматизму і основоположник семіотики Чарльз Сандерс Пірс розглядає знання по відношенню до практичних наслідків дій, що актуалізуються у процесі пізнання [Шинкарук 2002, с. 511].

Згодом вчені починають досліджувати прагматичні складові когнітивного, комунікативного і соціального аспектів діяльності людини. Окрім лінгвістичної прагматики існує як окремі наукові гілки соціальна прагматика, комунікативна прагматика, дискурсивна прагматика.

Термін «прагматика» був введений американським вченим Чарльзом Моррісом, який запропонував розділити семіотику (науку про знаки) на три окремі розділи:

- 1) семантику, що вивчає відношення знаків до об'єктів дійсності;
- 2) прагматику, що вивчає відношення знаків до інтерпретаторів;
- 3) синтактику, що вивчає відношення знаків між собою (в межах однієї знакової системи) [Моррис 1983, с. 42].

Всі три розділи семіотики нерозривно пов'язані в процесах семіозису: у систематичному викладі семіотики прагматика передбачає як синтактику, так і семантику, як і семантика відповідно передбачає синтактику: щоби адекватним чином обговорювати відношення знаків до їхніх інтерпретаторів, необхідно знати відношення знаків один до одного і до тих речей, на які вони вказують своїм інтерпретаторам [Моррис 1983, с. 66]. Пізніше Ч. В. Морріс озвучив

необхідність вивчати знаки у контексті поведінки, доповнюючи предмет прагматики питаннями виникнення знаків в біологічному, психологічному і соціальному аспектах, їх використання і ефектом, який вони спричиняють.

Прагматичний аспект семіотики зумовлює прагматичні правила, що є відмінними від семантичних і синтактичних правил: «синтактичні правила визначають знакові відношення між знаковими засобами; семантичні правила зіставляють знакові засоби з іншими об'єктами; прагматичні правила констатують умови, з яких знаковий засіб стає для інтерпретаторів знаком» [Бацевич 2010, с. 71].

В прагматичному плані знак характеризується метою, яку інтерпретатор переслідує, вживаючи знак. Тому використання знаку може бути:

- 1) інформативним (знак може спонукати інтерпретатора діяти певним чином);
- 2) оцінним (знак спонукає інтерпретатора до певних оцінок об'єкта);
- 3) збуджувальним / ініціативним (знак має викликати специфічні реакції);
- 4) системним (знак організує поведінку людини) [Сусов 2009, с. 24].

Прагматичні значення (сенси) стосуються насамперед внутрішнього світу учасників спілкування (емоцій, почуттів, психологічних і психічних станів, волі, вірувань, культурних чинників та ін.), а у випадку тексту – внутрішнього світу автора тексту і потенційного читача. Читач сприймає і декодує текст, відштовхуючись від власних комунікативних навичок і власного світосприйняття. В деяких випадках прагматичні сенси є невід'ємними від контексту і ситуації, в яких відбувається комунікація [Бацевич 2010, с. 28].

Людський фактор є головним поняттям в прагматиці, адже прагматика вивчає всі умови, при яких людина використовує мовні знаки. Під цим розуміють умови адекватного вибору та використання мовних одиниць з метою досягнення кінцевої мети комунікації – впливу на реципієнта (партнера в

комунікації). Лінгвістична прагматика досліджує як сенс, який вкладає автор (мовець) у своє повідомлення, так і те, як адресат (читач, співрозмовник) розуміє те, що почув / прочитав. Здатність читача тексту вести діалог з автором великою мірою «залежить від його життєвого досвіду, літературної ерудиції, від виробленого вміння критично ставитися до прочитаного та інших причин» [Паршак 2014, с. 197]. Розуміючи комунікацію, як динамічну живу взаємодію особистостей із застосуванням засобів мови, вважають, що під мінімальною дослідницькою одиницею лінгвістичної прагматики необхідно розуміти комунікативний прагматичний смисл [Бацевич 2010, с. 16].

Поняття «смысл» і «значення» іноді в мовознавстві вважають синонімами. При цьому зазначається, що контексти уживання цих термінів не завжди збігаються. Наявність окремих номінацій на їх позначення в низці мов свідчить про розмежування цих понять, зокрема в англійській («sense» і «meaning»), в німецькій («Sinn» і «Bedeutung»), в угорській («jelentoseg» і «ertelem»), в українській («смысл» або «сенс» і «значення»), в польській («sens» і «znaczenie»), в болгарській («смысл» і «значение») [Кобозева 2000, с. 5–13].

Беручи до уваги, що у межах мови поняття «смысл» пов'язане з існуванням трьох найважливіших образів її вияву – Мови, Мовлення і Комунікації, при розгляді процесу комунікації, можна говорити про такі типи смислів як комунікативний, особистісний, апіорний, апостеріорний, прямий і непрямий [Бацевич 2010, с. 17–18].

Особистісний і комунікативний смисли репрезентують аспект присутності людини в мові. Особистісний смисл – це індивідуальна інформація, яка залежить від внутрішнього світу учасників спілкування, специфіки каналів комунікації, контексту комунікації і багатьох інших чинників. Особистісні смисли адресанта й адресата не завжди збігаються, а в більшості випадках можуть суттєво відрізнятись. Враховуючи ці відмінності, при комунікації виникає антиномія розуміння і нерозуміння, тобто мовець і слухач можуть

вкладати в один і той самий вислів різний смисл [Заборна 2021, с. 167]. У свою чергу, комунікативний смисл – це інформаційний компонент повідомлення, який являє собою результуючу сукупності намірів, стратегій і тактик учасників спілкування в межах певного контексту і ситуації із застосуванням вербальних, невербальних і паравербальних засобів [Бацевич 2010, с. 18].

Ап'юріорний особистісний смисл відноситься до суб'єктивного значення або інтерпретації, яке людина вже має до деякого явища або повідомлення до безпосередньої зустрічі з цим явищем. Це смисл, який людина формує на основі своїх переконань, досвіду, значущих поглядів та інших факторів, які впливають на її особистість, тобто на основі фонових знань.

Апостеріорний особистісний смисл відноситься до смислу, який виникає після зіткнення з явищем або повідомленням і його особистого сприйняття та інтерпретації. Це смисл, який людина усвідомлює або розуміє після отримання досвіду або впливу певного явища.

Основна різниця між ап'юріорним і апостеріорним особистісним смислом полягає в тому, що перший виникає перед зіткненням з явищем або повідомленням, враховуючи індивідуальні переконання та досвід, а другий виникає після отримання досвіду та сприйняття явища або повідомлення. Апостеріорний особистісний смисл може бути залежний від особистих реакцій, вражень та індивідуального отриманого досвіду.

Ф. С. Бацевич стверджує, що «у межах тексту (дискурсу) ап'юріорний комунікативний смисл виявляється в умовах побудови (адресант) і звичного сприйняття (адресат) дискурсу (тексту), який відповідає наявним контекстним і ситуативним умовам, тобто очікуваним макростратегіям. Відсутність такої відповідності, тобто невідповідність звичним комунікативним смислам стає причиною комунікативних девіацій або провалів. ... Апостеріорний комунікативний смисл в дискурсі (тексті) виникає, як правило, на рівні підтексту, тобто макростратегій спілкування» [Бацевич 2010, с. 21].

Таким чином, апріорний комунікативний смисл відноситься до смислу повідомлення, який ми припускаємо або очікуємо, до того, як воно фактично буде передано. Це може базуватися на попередніх знаннях, стереотипах, очікуваннях або інших факторах, які впливають на сприйняття повідомлення. Апріорний комунікативний смисл може залежати від контексту, культурних норм і інших факторів. Апостеріорний комунікативний смисл відноситься до смислу, який виникає після того, як повідомлення було передано і отримано. Це включає інтерпретацію повідомлення, розуміння змісту і намагання зрозуміти намірів спікера. На апостеріорний комунікативний смисл може впливати особистий досвід, сприйняття тону голосу або невербальна комунікація, така як міміка і жести. Отже, основна різниця між апріорним і апостеріорним комунікативним смислом полягає в тому, що перший відноситься до передбачень і очікувань щодо смислу повідомлення перед його передачею, а другий – до розуміння і інтерпретації повідомлення після його отримання.

Зважаючи на комунікативний намір, а також на форму його втілення в мовленні, апріорні комунікативні смисли визначаються як прямі і непрямі. Прямі комунікативні смисли – це явні і формально виражені смисли, які адресант сприймає і виводить із мовних одиниць і структури висловлювання. Непрямі комунікативні смисли – це приховані смисли, які адресант виводить із контексту повідомлення і ситуації, додаючи при цьому власне світосприйняття. Апостеріорні комунікативні смисли, у свою чергу, можуть бути тільки непрямыми.

Варто зазначити, що у деяких випадках можуть виникати комунікативні девіації, причиною виникнення яких найчастіше слугують помилково обрані комунікативні стратегії чи мовленнєві форми адресантом, або сформовані адресатом комунікативні очікування, що не відповідають контексту і ситуативним умовам.

Як висновок, підкреслимо, що розуміння прагматичного аспекту тексту є вкрай важливим як безпосередньо в лінгвістиці тексту, так і в перекладацькій діяльності, оскільки від цього залежить якість та результативність передачі інформації від автора до адресата (читача), а також реакція адресата на той ментальний і психологічний вплив, який запланував автор. Лінгвопрагматичні засоби впливають на належне розуміння смислу тексту, задуму автора, а також його прагматичних настанов. Правильна оцінка прагматичного потенціалу тексту перекладачем уможливорює точну передачу змісту оригінального повідомлення задля відтворення потрібного прагматичного ефекту.

1.2. Основні методи лінгвопрагматики

В світлі того, що лінгвістична прагматика є похідною лінгвістичною наукою від багатьох суміжних областей знань, вона поєднує у собі методологічні засади і методи дослідження мовних прагматичних явищ із різних дисциплін.

Із філософсько-наукових засад «в арсенал сучасних напрямів лінгвістики дедалі активніше залучають одну із найважливіших категорій феноменології – інтенціональність як саму суть свідомості, її скерованість на об'єкт» [Бацевич 2010, с. 34]. Інтенціональність (лат. *intentio*: намір) – первинне сенсовісне відношення свідомості до світу, предметна інтерпретація відчуттів. Науковці визначають інтенціональність по-різному: і як засіб виявлення іманентної предметності та відмінності душевних і психічних явищ, і як властивість свідомості та мови віднаходити сенси предмета через розмежування сенсу і того ж предмета, і як структуру переживання, тобто властивість бути «свідомістю про...». Р. Інгарден, наприклад, розглядав літературний твір як інтенціональний предмет, відмінний від реальних та ідеальних, тому інтенціональність часто є

основою вивчення створеного письменником іншого світу із притаманними йому художніми фікціями (цит. за: [Ковалів 2007, с. 427]). У той же час, слід відзначити, що сутність переживання не залежить від того, реальний об'єкт аналізу чи фіктивний, а свідомість, з огляду на інтенціональність, визначають як усвідомлення її орієнтації на предметний світ, а не на його значення, не на переживання його семантичного наповнення.

Ще однією важливою загальнонауковою засадою лінгвістичної прагматики нідерландський лінгвіст Т. ван Дейк вважає когнітивну теорію використання мови. Він зазначає, що «ця теорія повинна не лише відкривати доступ до процесів і структур, які забезпечують продукування, розуміння, запам'ятовування, репродукування та інші види когнітивної обробки речення і висловлення, але й пояснити, як відбувається планування, творення й розуміння мовленнєвих актів. Когнітивна теорія прагматики цього типу особливо повинна намагатися пояснити характер зв'язку між різними когнітивними (концептуальними) системами й умовами успішності мовленнєвих актів у конкретних ситуаціях ... Когнітивна теорія прагматики одним із своїх завдань повинна дати пояснення нашій здатності здійснювати і розуміти мовленнєві акти, а також «впливати на це розуміння» [Дейк 1989, с. 12–13].

Серед методів дослідження текстів та дискурсу в цілому у межах саме лінгвістичної прагматики можна виділити такі:

- структурний аналіз;
- дискурс-аналіз;
- контент-аналіз;
- трансакційний аналіз;
- прагматичний аналіз [Бацевич 2010, с. 37–41].

Функція структурного аналізу полягає у встановленні складників (структурних елементів) тексту та зв'язків між ними (структури). Мета структурного аналізу – дослідження тексту як організованої системи багатьох

елементів, частини якої тісно пов'язані [Бацевич 2010, с. 37–38]. Так, зокрема текст часто розглядають як з'єднувальну ланку в процесі вербальної і невербальної комунікації та визначають його як «носій певної інформації, що є складним ієрархічно побудованим утворенням, необхідним для збереження й передачі певного смислу» [Осипенко 2023, с. 6]. Виокремлюють такі принципи структурного аналізу тексту: виявлення підстави (колір, або час, або простір і т. д.) поділу на елементи; вивчення окремих елементів і системи їх взаємозв'язків, цілісності, що складається з елементів; синхронний підхід, що передбачає дослідження не історії виникнення тексту, а його структури [Структурний аналіз].

М. П. Кочерган зазначає, що структурний метод реалізується в таких чотирьох методиках: дистрибутивній, безпосередніх складників, трансформаційній і компонентного аналізу [Кочерган 2006, с. 373].

Дистрибутивний аналіз спрямований на встановлення характеристик і функціональних властивостей мовної одиниці із урахуванням її оточення (дистрибуції), представленого одиницями того самого рівня мовної системи. Аналіз спирається на положення про те, що різні мовні елементи мають різне оточення (дистрибуцію). Оскільки оточення кожного елемента є своєрідним, специфічним, неповторним, то на його (оточення) основі можна докладно вивчити досліджуваній мовний елемент. Під час проведення дистрибутивного аналізу тексту необхідно: 1) провести сегментацію тексту на одиниці певного рівня (звуки, морфи, слова тощо); 2) ідентифікувати виділені одиниці, тобто об'єднати їх у певні класи (фонеми, морфеми, лексеми тощо); 3) виявити відношення між виділеними класами [Кочерган 2006, с. 374]. Ефективне застосування дистрибутивний аналіз знайшов у лексикології. За його допомогою можна легко розмежовувати значення полісемічних слів.

Дистрибутивний аналіз перебуває в тісному зв'язку з методикою безпосередніх складників. В основу аналізу за безпосередніми складниками

покладено поступове членування мовної одиниці (слова, словосполучення, речення) на складники, яке продовжується доти, поки не залишається нерозкладних елементів. Аналіз за безпосередніми складниками показує морфемний склад слова та послідовність етапів його творення. Аналіз за безпосередніми складниками є основним прийомом сегментації тексту і виявлення його фундаментальних одиниць, а також визначення ієрархії складників у словах, словосполученнях і реченнях [Кочерган 2006, с. 374–377].

Трансформаційний аналіз – це метод, що дозволяє визначити семантичні і синтаксичні подібності й відмінності між об'єктами через подібності і відмінності існуючих трансформацій. Ця методика базується на тому, що мовні структури подібні іншим структурам за будовою, і, в результаті, одні структури можуть перетворюватися на інші [Кочерган 2006, с. 381]. Трансформаційний аналіз також використовують у лінгвістичних дослідженнях синтаксису, морфології, словотвору, лексичної семантики, можливо тому, що трансформаційний аналіз часто дає змогу розкрити тонкі семантичні відмінності, приховані від дослідника в разі використання інших методів.

Компонентний аналіз – це метод встановлення структури значення слова як певним чином організованої сукупності елементарних змістовних одиниць – сем, тобто метод розкладання лексичного значення на складові елементи (семи, семантичні множники). Лексичні одиниці можуть відрізнятися або об'єднуватися між собою за цими компонентами. Процес виділення складових елементів у лексичній одиниці відбувається через зіставлення її з іншими одиницями. Різняться значення близьких за смыслом слів здебільшого одним компонентом [Кочерган 2006, с. 385]. Для компонентного аналізу є важливим визначення не лише самих компонентів, а й їх структурної організації, місця і ваги кожної семи в компонентній (семній) структурі значення. Останнім часом усе більшого поширення набуває компонентний аналіз на суто лінгвістичній основі – парадигматичній і синтагматичній (дистрибутивній). При вивченні

синонімічних і абстрактних слів ефективнішим є компонентний аналіз, поєднаний з дистрибутивно-статистичним.

Дискурс-аналіз досліджує фактор впливу суб'єктивного чинника (насамперед соціального характеру) в живому спілкуванні особистостей, або під час прочитання тексту. Мета цього типу аналізу – виявити різноманітні соціальні, психічні, духовні, культурні тощо чинники, які вплинули на реакцію читача тексту [Бацевич 2010, с. 37]. Застосування дискурс-аналізу допомагає виявити приховані значення тексту, його контекст, можливі інтерпретації адресатом тексту. Кожен із підходів до аналізу – психологічний, філософський, соціологічний – має свої переваги і дозволяє простежити «наявний» та «прихований» зміст текстів [Семигіна 2001, с. 322–323].

Контент-аналіз – це сукупність методик і прийомів якісного і кількісного дослідження текстової інформації задля подальшої змістовної інтерпретації виявлених закономірностей. Поняття контент-аналізу не має однозначного визначення, бо охоплює собою різноманітні методи і системи досліджень [Чирун, Висоцька 2010, с. 334].

Методи контент-аналізу поділяють на якісні і кількісні. Використовуючи якісні методи, досліджують слова, теми і повідомлення, зосереджуючись на змісті контенту. Базою для аналізу виступає словник досліджуваних текстових одиниць із присвоєними їм визначеннями, подальший розподіл цих одиниць на відповідні категорії, враховуючи їх значення. Кількісні методи аналізу дозволяють дослідити не зміст контенту, а його форму і структуру. Дослідник розраховує різноманітні кількісні показники, які характеризують частоту вживання тих чи інших текстових одиниць, що дозволяє провести порівняльний аналіз і зробити відповідні висновки [Чирун, Висоцька 2010, с. 334].

1.3. Тексти з ЛІН-менеджменту як об'єкт лінгвопрагматики

ЛІН-менеджмент – це бізнес-методологія, розроблена задля покращення якості і ефективності шляхом усунення втрат часу, грошей та безпосередньо роботи. Подекуди використовується терміни ЛІН-виробництво і ЛІН-офіс. Основна ідея – виготовлення продукції (або надання послуг) у точній відповідності із запитами споживачів [What is Lean Management?].

ЛІН заснований на ідеях Виробничої Системи Тойоти (TPS – Toyota Production System), яка була започаткована в Японії. А отже японський менталітет і японська мова залишили вагомий відбиток як на ключових принципах ЛІН, так і на термінології цієї методології. Разом із популяризацією ЛІН-менеджменту японські терміни **kaizen**, **kata**, **kanban** тощо набули широкого вжитку по всьому світу навіть поза межами дискурсу організації виробництва.

Варто згадати книги японських авторів і водночас практиків TPS Таїчі Оно, Сігео Сінго і Масаакі Імаї [Ohno 1988(a); Ohno 1988(б); Shingo 1989; Imai 1986], які були перекладені англійською мовою і видані в 1980х-1990х роках. В цих книгах були не тільки детально описані інструменти TPS, а і добре висвітлені аспекти управління і розвитку персоналу, що є основної рушійною силою в процесі впровадження системи постійного покращення. Роботи японських авторів і практиків TPS загалом описували принципи організації і управління виробництвом, які впроваджувались в японських компаніях починаючи ще з 1950х років, але суттєво відрізнялись від методів, що використовувались в Західному світі. Саме успіхи японських автомобілебудівних компаній започаткували ґрунтовні наукові дослідження американськими і європейськими спеціалістами у сфері автомобілебудування (*International Motor Vehicle Program*), що згодом послугувало створенню ЛІН як окремої системи організації виробництва.

Термін «lean» (а саме «lean production», маючи на увазі виробничу систему) вперше був вжитий американським дослідником Джоном Ф. Крафчіком в статті «Triumph of the Lean Production System» [Krafcik 1988, с. 44]. В цій статті термін «lean» (в дослівному перекладі – «стрункий, без зайвої ваги» [Cambridge Dictionary] було введено як опис виробничої системи, орієнтованої на зменшення запасів (найкращим аналогом виступає виробнича система компанії Toyota), у протиположності до терміну «buffered», що уособлював існуючі на той час інші виробничі системи західних автомобільних компаній, які вирізнялись спільним недоліком – значним рівнем запасів (матеріалів, запасних частин, напівфабрикатів тощо). Тобто мали значний «буфер» (запас), на випадок будь-якої проблеми під час виробництва.

За допомогою впровадженого автором дослідження числового індекса визначається «relative leanness» або «bufferedness» підприємств, що оперують тією чи іншою виробничою системою. Порівнюючи компанії за декількома критеріями операційної діяльності, автор робить висновок на користь важливості переходу до принципів ЛПН. За допомогою словникового аналізу можна побачити узуалізацію термінів «lean» та «leanness» в англійській мові:

lean (adjective): 1) thin and in good physical condition; 2) when you describe meat as lean, you mean that it does not have much fat in it; 3) a lean period is a time during which there is not enough of something, esp. money or food; 4) a lean company or business is using fewer employees or less money in order to decrease waste, while continuing to operate effectively; 5) if costs, goods for sale, materials, or quantities of workers are lean, they are very low, or kept as low as possible [Cambridge Dictionary].

leanness (noun): eliminating all waste, including time, and ensuring a smooth and predictable output [Cambridge Dictionary].

Можна побачити, що сучасні словники, окрім прямого значення лексичних одиниць «lean» та «leanness», надають також дефініції, що мають

відношення до принципів виробництва, тобто відбулася термінологізація значення цих одиниць.

Більш детально розкрили поняття «lean production» американські дослідники Джеймс П. Вомак і Деніел Т. Джонс. В першому розділі своєї відомої книги «The Machine That Changed the World» вони дають аналогічне визначення терміну «lean» із посиланням на автора Джона Крафчіка [Womack, Jones, Roos 1990, с. 13]. Майже кожна сторінка цієї книги присвячена порівняльному аналізу масового виробництва і ЛПН-виробництва (а також ЛПН-менеджменту), суттєві переваги останнього на прикладі результатів японських автомобілебудівних компаній, зокрема компанії Тойота.

Згодом в своїй другій книзі «Lean Thinking» (1996) Дж. Вомак і Д. Джонс описали методологію «lean thinking», що базується на двох надважливих термінах ЛПН-менеджменту:

1) втрата (яп. «muda», англ. «waste») – це будь-яка діяльність людини, що використовує ресурси і не створює цінність;

2) цінність (англ. «value») – це те, заради чого існує виробник і заради чого виготовляється продукт, або надається послуга. Це та цінність, яку надає продукт (послуга) замовнику, відповідаючи на його потреби за певну ціну у певний час [Womack, Jones 1996, с. 15].

Розуміння цих термінів є суттєвим в процесі організації ЛПН-виробництва, бо всі заходи і активності мають створювати цінність і зменшувати (або повністю виключати) втрати. Вищеназвана книга наводить приклади різного світогляду і культурної різниці між азійським менеджментом і американським, який варто переосмислити задля полегшення процесу впровадження ЛПН-методик.

Очевидним є те, що роботи, спрямовані на пояснення та впровадження нових ідей, принципів, стратегій тощо традиційно характеризуються потужним прагматичним потенціалом, адже націлені на переконання потенційного

реципієнта та його «перепрограмування» на нові технології. Для кращого розуміння інтенцій авторів і, звісно, прагматичного потенціалу англomовних текстів з ЛІН-менеджменту потрібно також зазначити певні позамовні фактори, які мали суттєвий вплив на процес написання цих робіт.

По-перше, спробуємо описати загальні риси адресатів англomовних текстів з ЛІН-менеджменту. У 1980х роках інформація щодо ЛІН не набула ще такого розповсюдження в Європі і США, як сьогодні. Організація процесів виготовлення продукції, загалом, спиралась на принципи масового виробництва, започаткованого Генрі Фордом на початку ХХ століття. Топ-менеджмент і керівники середнього рівня індустриальних підприємств (а це основні реципієнти текстів з ЛІН) розуміють, що ті системи організації виробництва, які вони використовують, виявляються недостатньо ефективними порівняно із японськими (азійськими) конкурентами, і зацікавлені розібратись в причинах такого стану речей, і, головне, мають бажання змінити існуючу ситуацію, шляхом впровадження певних змін у власну систему організації виробництва задля підвищення його ефективності і конкурентоспроможності. А отже, можна зробити висновок, що реципієнти мають інтерес до пізнання і «відкриті» до прагматичного впливу з боку адресанта-автора.

З іншого боку, ми маємо справу з суттєвою різницею у ментальності суб'єктів-адресатів (американські і європейські виробники, прихильники системи масового виробництва) і об'єкта вивчення (японські компанії, що використовують ЛІН-менеджмент), а отже суб'єкт-автор має докласти неабияких зусиль, щоб довести реципієнту всі переваги ЛІН над масовим виробництвом в поточній ситуації, звернути увагу читачів, що без залученості персоналу до процесу покращень неможливо досягти високих результатів, що наявність великого об'єму запасів не тільки заморожує оперативні кошти, а і приховує проблеми, які не дозволяють зростати обсягам виробництва, що стратегічне планування є вкрай важливим для успішного функціонування

бізнесу, і всі оперативні рішення мають прийматися у відповідності з стратегічними ініціативами. До того ж, описуючи практики ЛІН-менеджменту, наводячи в якості прикладів ситуації з японських підприємств, автор має розуміти особливості сприйняття цієї інформації представниками іншої (не японської) культури, давати певні пояснення для кращого розуміння, а інколи, навіть, і конкретні поради, щодо впровадження тих чи інших інструментів в американських компаніях, враховуючи певні соціально-економічні, культурні і ментальні особливості.

Вагомий прагматичний потенціал англомовних текстів з ЛІН-менеджменту полягає в передачі найменших деталей японської бізнес-культури (зокрема, через переклад ключових термінів за допомогою опису, транскрипції тощо), разом із висвітленням певних соціально-культурних і економічних факторів характерних країнам Далекого Сходу, які стали підґрунтям для успішного функціонування ЛІН в японських компаніях, з метою змінення світосприйняття реципієнта на відмову від зайвих запасів і спонукання до широкого осмислення перебудови бізнес-культури власних підприємств, адаптації ідей ЛІН до ментальності Західного світу.

Розглянуті тексти з ЛІН-менеджменту характеризуються точністю і ясністю викладення думок авторів, мають достатню кількість пояснень і уточнень, що безсумнівно категоризує їх як тексти наукового стилю. Задля аргументації та об'єктивного висвітлення переваг впровадження ЛІН-менеджменту порівняно із масовим виробництвом авторами додаються порівняльні таблиці і графіки, а також наводяться приклади із реально працюючих підприємств, що суттєво покращили показники операційної діяльності. Все це посилює прагматичний потенціал аналізованих робіт і пояснює успіх описаних в них інновацій.

1.4. Етапи та методика дослідження англомовних текстів ЛІН

Як вже зазначалося вище, ЛІН-технології, особливості виробництва та менеджменту є актуальними питаннями у релевантних сферах. Починаючи з успішного впровадження ідей ЛІН на японських підприємствах, зокрема Тойота, технології ЛІН почали розповсюджуватися по світу, а дослідження, що прописували основні принципи виробництва та менеджменту перекладалися на різні мови і особливо активно на англійську. Пізніше вже роботи англійською мовою набували розповсюдження та перекладалися далі, наприклад, на українську. Вивчення лінгвопрагматичних особливостей цих текстів уможливорює краще розуміння специфіки їх написання, а отже є невід'ємним етапом на шляху адекватного їх перекладу. Аналіз структурної, мовної та стилістичної складової текстів ЛІН дозволяє при перекладі обрати саме ті мовні засоби, які виконуватимуть і інформативну, і прагматичну мету найефективніше.

В цій роботі англомовні тексти з ЛІН-менеджменту та їх переклади вивчаються в декілька етапів. Деякі етапи вимагають застосування загальнонаукових методів, а деякі – власне лінгвістичних; але найчастіше необхідно поєднувати декілька методів разом. Вибір конкретних методів дослідження зазвичай залежить від характеру емпіричного матеріалу, умов і мети конкретного дослідження. «Методи є упорядкованою системою, в якій визначається їх місце відповідно до конкретного етапу дослідження, використання технічних прийомів і проведення операцій з теоретичним і фактичним матеріалом у заданій послідовності» [Самойчук 2020].

Так, в роботі застосовуються, перш за все, ключові методи лінгвопрагматики, а також метод стилістичного аналізу, що дозволяє виокремити основні структурні та графічні особливості стилю текстів ЛІН, їх мовні властивості та стилістично забарвлені компоненти, які відповідають за

реалізацію лінгвопрагматичної мети аналізованих текстів. В широкому сенсі свого призначення прагматичний аналіз тексту ставить перед собою ціль через різноманітні методи і техніки виявити основні наміри автора, прочитати «приховані» повідомлення, які несуть певну прагматичну мету щодо впливу на потенційного читача. Використовуючи весь спектр лінгвістичних і когнітивних методик досліджуються не лише окремі тексти, а також і виявляють закономірності прагматичних аспектів текстів однієї тематики різних авторів, порівнюють їх інтенціональність і прагматичні особливості.

Використовується в роботі також і метод дескриптивного аналізу, який допомагає розкрити теоретичне підґрунтя лінгвопрагматичних доробок, а також описати основні особливості лінгвопрагматичного аналізу текстів ЛН. Метод суцільної вибірки уможлиблює добір необхідного емпіричного матеріалу, що надалі аналізується за допомогою цілої низки суто лінгвістичних методів – за допомогою семантичного аналізу, контекстуально-інтерпретаційного аналізу, компаративного методу та методу словникових дефініцій. Зроблені висновки обґрунтовуються завдяки використанню принципів теорії аргументації (принципи наративу, мотивації, достовірності тощо [Теорія та практика аргументації 2023, с. 34, 41–42]). Аргументація є суто логічним процесом, який спрямований на «обґрунтування істинності судження з використанням інших суджень, доказів, аргументів» [Методологія наукових досліджень 2021, с. 98].

Таким чином, *перший етап* нашої роботи присвячено вивченню теоретичних засад, адже безсумнівно, це є необхідним для однозначного розуміння, що саме і як вивчатиметься далі. Метою ознайомлення з теоретичними основами дослідження є «з'ясування в процесі синтезу знань суттєвих зв'язків між досліджуваним об'єктом і зовнішнім середовищем, пояснення й узагальнення результатів експериментальних досліджень та виявлення загальних закономірностей з їх наступною формалізацією» [Важинський, Щербак 2016, с. 44]. Отже, в нашому випадку, розглядаються

основні принципи лінгвопрагматики, а також методи, які можна застосовувати у процесі досліджень такого роду. Окрему увагу приділяється вивченню специфіки текстів ЛІН та їх лінгвопрагматичного потенціалу.

На другому етапі роботи над темою необхідним є визначити фактичний матеріал дослідження. Для аналізу було обрано відомі роботи з ЛІН-менеджменту японських (у перекладі англійською) та американських авторів, а також декілька статей з провідних наукових періодичних видань. Окрім того, для аналізу специфіки та труднощів перекладу текстів з ЛІН-менеджменту було обрано три роботи, перекладені українською мовою, що дозволяє порівнювати способи перекладу та трансформації, застосовані різними перекладачами. Ознайомлення з теоретичним матеріалом на попередньому етапі уможливило розуміння, які саме завдання ставлять тексти з ЛІН-менеджменту і які лінгвопрагматичні характеристики можуть бути ефективними у їх реалізації. Зрозуміло, що мовним характеристикам приділяється максимальна увага. Окремо планується дослідження лексичних, граматичних та стилістичних характеристик. Їх функціонування має ілюструватися достатньою кількістю прикладів з аналізованих текстів. Тому шляхом суцільної вибірки було створено базу мовних одиниць для подальшого більш детального аналізу.

Третій етап магістерської роботи присвячено безпосередньому аналізу виокремлених мовних зразків, специфіці їх функціонування в текстах з ЛІН-менеджменту та ролі, яку вони відіграють у створенні прагматичного потенціалу. На цьому етапі вагомості набуває застосування лінгвістичних методів, а саме – методи семантичного аналізу, словникових дефініцій, контекстуально-інтерпретаційного та стилістичного аналізів. Багато дослідників часто підкреслюють єдність лінгвостилістичного та прагматичного аналізів [Савченко 2019, с. 57]. Актуальність застосування стилістичного аналізу при вивченні лінгвопрагматичних характеристик підтверджується подібністю двох дисциплін (стилістики та лінгвопрагматики), комунікативні установки яких

мають своє практичне втілення в результаті адекватного добору мовних виражальних засобів і особливостях їх функціонування [Кучер 2020, с. 298]. Додатково на цьому етапі застосовуються також принципи теорії аргументації, які є необхідними для логічного обґрунтування важливості окремих ознак і їх ролі в досліджуваних текстах.

Четвертий етап роботи присвячений аналізу способів перекладу та перекладацьким трансформаціям, застосованим перекладачами в україномовних виданнях. Виокремлюються проблеми, пов'язані з перекладом термінів (зокрема термінів японського походження), назв, імен, аббревіатур, скорочень, метафоричних термінів та метафор, специфічних синтаксичних конструкцій і стилістичних прийомів. Подібний аналіз вимагає застосування компаративного (зіставного) методу – як для порівняння англomовної версії та її україномовного відповідника, так і для порівняння варіантів перекладу у двох різних перекладачів. Порівняння однієї мови з іншою спрямовані на виявлення відмінностей та подібностей, а отже – специфіки використання лінгвальних засобів у різних мовах [Левицький, Сингаївська, Славова 2006, с. 8]. В процесі аналізу акцентується увага, які саме характеристики мають бути відтворені для досягнення прагматичної мети, і наскільки це вдається перекладачеві. Таким чином, можна сказати, що на додачу до компаративного методу, на цьому етапі застосовано також метод перекладацького аналізу. Використання цих двох методів уможлиблює адекватні висновки щодо потенційно релевантних та ефективних способів перекладу прагматично вагомих елементів текстів з ЛН-менеджменту.

Таким чином, дослідження англomовних текстів з ЛН-менеджменту та їх перекладів складається з декількох етапів. Спочатку ретельно вивчається теоретичне підґрунтя питання. Наступний етап присвячено вибору фактичного матеріалу та виокремленню в ньому тих одиниць, що мають прагматичний потенціал та підлягатимуть більш детальному аналізу. Далі увага приділяється

власне лінгвопрагматичного аналізу, інтерпретації значень обраних одиниць, опису їх функціонування у текстах та визначенню їх прагматичного потенціалу. На завершальному етапі проводиться порівняльний перекладацький аналіз труднощів перекладу та способів відтворення лінгвопрагматичного потенціалу текстів ЛН в україномовних перекладах. Все це виконується за допомогою застосування різноманітних загальнонаукових та лінгвістичних методів, що використовуються окремо і у поєднанні.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ

2.1. Структурні характеристики текстів з ЛІН-менеджменту

Переважає більшість англомовних робіт з ЛІН-менеджменту є текстами науково-популярного жанру. На відміну від суто наукових текстів вони орієнтовані на суттєво більшу аудиторію, тому мають доступніший стиль викладу інформації, менш регламентовану структуру, хоча і з наявними основними структурними елементами (вступ, основна частина, висновки, перелік використаної літератури). Англомовним текстам з ЛІН-менеджменту властиві і такі особливості наукових текстів, як відсутність прихованого контексту, детальний опис об'єкта, предмета і мети дослідження, наведення доказів задля підтвердження висунутої автором гіпотези, посилення на факти і результати інших досліджень, використання таблиць і графіків задля систематизації інформації.

З метою безпосереднього аналізу англомовних текстів з ЛІН-менеджменту було розглянуто структуру та виокремлено основні структурні ознаки 10 англомовних книг зазначеної тематики [Imai 1986; Imai 1997; Liker, Meier 2005; Liker 2020; Ohno 1988(a); Ohno 1988(б); Rother, Shook 1999; Shingo 1989; Womack, Jones, Roos 1990; Womack, Jones 1996]. В результаті виявлено багато спільних рис, що вказує на системність. У той же час слід відмітити наявність і певних несуттєвих відмінностей.

Всі 10 книг мають передмову, або декілька передмов, написані видавцями (книги за авторства Таїчі Оно, Сігео Сінго [Shingo 1989; Shingo 2009; Ohno 1988(a); Ohno 1988(б)]), самими авторами (книги за авторства Масаакі Імаї,

Джеймса Вомака, Джефрі Лайкера [Imai 1986; Imai 1997; Womack, Jones, Roos 1990; Womack, Jones 1996; Liker, Meier 2005; Liker 2020]), іншими відомими авторами книг з ЛІН-менеджменту (книга за авторства Майка Ротера та Джона Шука [Rother, Shook 1999]) або практикуючими ЛІН-спеціалістами (книги Джефрі Лайкера одноосібні та у співавторстві [Liker, Meier 2005; Liker 2020]). В передмовах проаналізованих книг озвучується загальна позитивна оцінка результатів впровадження ЛІН-практик, наводяться результати впровадження ЛІН у деяких реально існуючих компаніях, підкреслюється широкий досвід автора у вивченні і імплементації методології ЛІН, описуються деякі особливості поточного видання книги, даються поради щодо читання книги і використання отриманої інформації на практиці. Таким чином, прагматичний ефект передмови книг про ЛІН-менеджмент запевнити читача у компетентності автора книги (зокрема через рекомендації від інших фахівців, що є авторами цих передмов), а також налаштувати на очікування значних результатів після впровадження ЛІН-практик.

У більшості із проаналізованих книг виокремлена вступна частина або відсутня зовсім або в її ролі виступає перший розділ основної частини, який присвячений передумовам виникнення ЛІН-методології, як історичним так і економічним. У той же час, у всіх роботах є чітке розділення основної частини на розділи. Деякі із книг мають нумеровані частини, які в свою чергу поділяються на розділи. Майже в усіх книгах розділи також мають нумерацію. Найменша кількість розділів – 13. Загалом розділи не пов'язані сюжетно чи хронологічно. Читач може розпочати книгу з будь-якої частини, проте в деяких випадках йому все ж доведеться звернутись до конкретних пунктів за більш детальною інформацією щодо певних аспектів. Особливістю обох книг Масаакі Імаї а також другої книги Джефрі Лайкера [Imai 1986; Imai 1997; Liker 2020] є наявність блоку питань або навіть практичних завдань наприкінці кожного розділу. Такі елементи створюють неабиякий прагматичний ефект щодо

проекціювання щойно прочитаної інформації на власну ситуацію читача, вимагаючи від читача ментальних дій і аналізу ситуації.

Табл. 2.1

Автор, книга #	Кількість сторінок	Кількість схем і малюнків / Чс
Таїчі Оно 1	152	2 / 0,013
Таїчі Оно 2	162	0 / 0
Масаакі Імаї 1	298	31 / 0,104
Масаакі Імаї 2	448	33 / 0,074
Сігео Сінго 1	296	24 / 0,081
Вомак 1	336	1 / 0,003
Вомак 2	397	42 / 0,106
Лайкер 1	448	36 / 0,080
Лайкер 2	476	67 / 0,141
Ротер 1	120	46 / 0,383

Всі проаналізовані книги з ЛІН-менеджменту мають ту чи іншу кількість схем і малюнків. Введемо параметр Чс – частота використання схем і малюнків, який вираховуємо як кількість схем (малюнків) поділену на кількість сторінок. Загальна кількість сторінок, кількість малюнків і розраховане значення параметру Чс для кожної із проаналізованої книг вказані у Табл. 2.1.

Кількість схем і малюнків у книгах з ЛІН-менеджменту прямо корелюється із головним предметом і ідеєю книги. У своїй книзі Таїчі Оно [Ohno 1988(a)] надає перелік ментальних правил і принципів виробничої системи Тойота, наводить приклади із реальних робочих ситуацій, аналізуючи їх і підводячи читача до певних висновків. Ілюстрації в цьому випадку не додають інформаційної вартості, адже основний об'єкт – це ментальне сприйняття людиною певної ситуації і зроблені висновки із цієї ситуації. Однак,

книги за авторства Масаакі Імаї [Imai 1986; Imai 1997], навпаки, надають конкретні рекомендації із впровадження ЛІН-практик і прагматичний ефект ілюстрацій – чіткі форми документів або схеми організації процесів.

Чим більш сфокусована книга на певних аспектах ЛІН, чим більше книга орієнтована на практичні поради із впровадження ЛІН, тим частіше використовуються схеми і малюнки.

Окремо порівняємо частоту використання в різних книгах з ЛІН-менеджменту таких елементів як таблиці і діаграми. Введемо параметр Чт – частота використання таблиць і Чд – частота використання діаграм (графіків), які вирахуємо як кількість таблиць (або діаграм/графіків) поділену на кількість сторінок. Загальна кількість сторінок, кількість таблиць, діаграм і розраховане значення параметрів Чт і Чд для кожної із проаналізованої книг вказані у Табл. 2.2.

Табл. 2.2

Автор, книга #	Кількість сторінок	Кількість таблиць / Чт	Кількість діаграм / Чд
Таїчі Оно 1	152	1 / 0,007	1 / 0,007
Таїчі Оно 2	162	0 / 0	0 / 0
Масаакі Імаї 1	298	14 / 0,047	13 / 0,044
Масаакі Імаї 2	448	19 / 0,042	10 / 0,022
Сігео Сінго 1	296	13 / 0,044	8 / 0,027
Вомак 1	336	16 / 0,048	20 / 0,060
Вомак 2	397	21 / 0,053	16 / 0,040
Лайкер 1	448	12 / 0,027	0 / 0, 00
Лайкер 2	476	26 / 0,055	19 / 0,040
Ротер 1	120	3 / 0,025	2 / 0,017

Можна зробити висновок, що американські автори використовують графіки і таблиці частіше, ніж японські автори. В проаналізованих книгах японські автори не схильні пояснювати різницю між масовим виробництвом і ЛІН, бо вони сфокусовані на описі саме ЛІН-практик, а отже значно менше потребують послуговуватись порівняльними таблицями. Таблиці, в свою чергу, включаються до текстів з декількох причин:

- у випадку порівняння параметрів економічної діяльності ДО і ПІСЛЯ впровадження ЛІН;

- для порівняння економічних параметрів двох різних компаній;

- для більш інформативної презентації інформації, для кращої візуалізації.

Відзначимо також наявність фотоілюстрацій в деяких з проаналізованих робіт. На відміну від книг американських авторів, у деяких книгах японських авторів присутні фотоілюстрації, які спрямовані підсилити описову частину тексту наявним і, головне, точним прикладом. Фотоілюстрація використовується автором:

- як доказ того, що покращення дійсно було впроваджено;

- як приклад того, як можна організувати робоче місце або дошку контролю показників в описаній ситуації (автором допускаються відхиленнями в залежності від ситуації, яка склалася у читача);

- як однозначне керівництво до дії і аргумент, що імплементувати покращення потрібно саме в описаний спосіб.

Ілюстрація покликана посилити прагматичний ефект на читача, викарбовуючи в його уяві конкретний образ, не залишаючи місця для його власної візуалізації прочитаного, затримати його погляд і сфокусувати увагу на конкретних візуальних елементах

У більшості із проаналізованих книг автор вводить словник спеціалізованих ЛІН-термінів (глосарій). Наявність словника термінів у науково-популярній літературі наближає текст до наукового стилю, додає

певної системності, подекуди елементів та функціоналу книги-довідника. Загалом можна зробити висновки, що глосарії використовуються, по-перше, для додаткового роз'яснення матеріалу для менш підготовленого кола читачів (а науково-популярний стиль аналізованих книг це передбачає), а по-друге – для однозначної дефініції терміну, який використовується, на думку автора, вперше у літературі з ЛПН-менеджменту. До прикладу, відсутність словника у другій книжці Лайкера [Liker 2020] можна пояснити тим, що ця книга є ніби продовженням першої книги цього ж автора [Liker, Meier 2005], яка містить словник із 34 основних термінів з ЛПН. То ж, можливо, автор розраховує, що читач вже обізнаний із базовою термінологією і основами ЛПН-методології, а отже фокусує матеріал книги на більш досвідченого читача. Навпроти, у другій книзі Масаакі Імаї [Imai 1986] міститься більш розгорнутий словник термінів ніж у його першій книзі [Imai 1997], бо в другій книзі описується значно більша кількість виключно практичних елементів впровадження ЛПН-менеджменту. Табл. 2.3, надана нижче, відбиває наявність або відсутність словника термінів.

Табл. 2.3

Автор, книга #	Наявність словника термінів / кількість
Таїчі Оно 1	Так / 23
Таїчі Оно 2	Ні / 0
Масаакі Імаї 1	Так / 37
Масаакі Імаї 2	Так / 77
Сігео Сінго 1	Ні / 0
Вомак 1	Ні / 0
Вомак 2	Так / 61
Лайкер 1	Так / 34
Лайкер 2	Ні / 0
Ротер 1	Ні / 0

Висновки (післямови, епілоги) авторів розглянутих книг схожі за своїм змістом і наголошують на необхідності читачів направляти зусилля на зменшення витрат задля досягнення значних результатів навіть із найменшими ресурсами. У деяких книгах епілоги (післямови) відсутні [Rother 1999, Imai 1997, Ohno 1988(a), Liker 2005]. Також автори наголошують на необхідності поширення досвіду впровадження ЛПН і створення мережі компетенції, адже навчання ЛПН так само важливо для опанування цієї методології, як і сама практика. Ці тези також перетинаються із наративом про важливість долучення якомога більшої кількості співробітників організації до впровадження ЛПН.

2.2. Лексичні ознаки прагматичного потенціалу текстів з ЛПН-менеджменту

Як вже відмічалось вище, тексти з ЛПН-менеджменту відносяться до науково-популярного стилю. Вони, хоч і спрямовані сприяти технологічним вдосконаленням на виробництві, орієнтуються на більш широкий загал, адже принципи ЛПН-менеджменту не обмежуються якоюсь специфічною сферою діяльності. Саме тому деякі з мовних ознак, які будуть розглянуті нижче (лексичні та граматичні) не завжди відповідають суворим вимогам наукового чи науково-технічного стилів. Певні стилістичні засоби також можуть спрощувати донесення інформації до реципієнта завдяки своїй образності і асоціативності з більш знайомими об'єктами чи поняттями.

У той же час активне прийняття та ефективна реалізація принципів ЛПН-менеджменту залежить від ступеня довіри, яку викликають тексти, що ці принципи пропагують. І надзвичайно важливу роль у цьому відіграють терміни, які є невід'ємною і ключовою лексичною складовою будь-якого професійно орієнтованого тексту (або тексту спеціального призначення). Терміни сприяють

точності розуміння контенту професіоналами, і їх релевантне використання автором викликає довіру до нього як до експерту у певній сфері.

Що стосується терміносистеми сфери ЛІН-менеджменту, слід відмітити, що за останні десятиліття свого розвитку ЛІН-менеджмент збагатився власною термінологією, основу якої складають англійські і японські терміни, які виконують дві ключові (на думку більшості термінознавців [Сизонов 2011, с. 394]) функції терміну – номінативну та дефінітивну, точно визначаючи поняття й додаючи текстам професіоналізму і авторитетності.

Термінологію текстів з ЛІН-менеджменту можна умовно розділити на загальнонаукові терміни, галузеві терміни, номенклатурні назви і професіоналізми. Загальнонаукові терміни в текстах з ЛІН-менеджменту використовуються в одній площині з текстами з загального, виробничого, логістичного, операційного менеджменту, а також менеджменту якості. Всі ці сфери тісно пов'язані одна з одною і з проблематикою ЛІН-менеджменту.

ЛІН-менеджмент вбачає свою основну мету у зменшенні втрат і покращенні ефективності процесів. А отже більшість термінів співвідносяться з різними вимірами цих аспектів: *якість, ефективність, цінність, втрати* тощо. Відповідно до цих аспектів їх можна розділити на лексико-семантичні (тематичні) групи:

1. Поняття **ЯКІСТЬ** (*quality*) репрезентована як загальнонауковими, так і вузькоспеціальними термінами. Отже, можна виділити такі загальнонаукові терміни, як *sample inspection, quality inspection, preventive action, standard deviation*. Серед галузевих, або вузькоспеціальних термінів, вживаються такі, як *informative inspection, judgment inspection, successive inspection, self-inspection, source inspection, poka-yoke, control poka-yoke, warning poka-yoke, defect rate, defects elimination, standardization, synchronization*. Як можна побачити з прикладів вище, багато термінів є складеними, тобто мають щонайменше два компоненти. Подібна тенденція зумовлена необхідністю деталізації та

уточнення значення ключового терміну, який у вигляді однокомпонентного (простого) може розглядатися як термін загальнонауковий або навіть як загальнозживане слово, наприклад: *inspection, elimination, action, rate* тощо. Теж саме явище можна спостерігати і у виокремлених нижче тематичних групах.

2. Поняття **ЕФЕКТИВНІСТЬ** (*efficiency*) передається через терміни *process improvement, production efficiency, process delay, lot delay, just-in-time, kaizen, continuous improvement, operating ratio, leveling, processing capacity, machine processing capacity, process capacity leveling*. Останні два приклади можна відмітити як зразки вже з більшою кількістю компонентів (трикомпонентні термінологічні словосполучення), що підтверджує тенденцію до використання складених термінів для компактного, але водночас точного викладу інформації та найменування понять.

3. Одним із основних понять в ЛІН є поняття **ЦІННІСТЬ** (*value*). З цим поняттям також пов'язана значна кількість термінів: *value stream, value stream map, value stream mapping, value-added or non-value-added process/activity/operation, customer value, flow, process flow, value flow, production flow*. Як бачимо, *value* як основний концепт приймає участь у творенні великої кількості різноманітних термінів цієї групи, що також характеризуються комплексністю структури.

4. Поняття **ВТРАТИ** (*waste*) можна сміливо назвати антонімом до поняття **ЦІННІСТЬ** (*value*), а тому не менш важливим. З поняттям **ВТРАТИ** також пов'язана суттєва кількість термінів: *waste walk, waste hunting, muda, deviation, overproduction, operational costs, excess inventory, excess capacity, safety stock, unbalanced process, machine downtime, machine breakdown*.

Ця класифікація не є повним переліком ключових понять ЛІН-менеджменту, але згадані вище поняття разом із термінами, що їх репрезентують, відбивають саме те, що впершу чергу знаходиться у фокусі при вивченні чи використанні стратегій ЛІН-менеджменту.

Аналізуючи приклади з наведеної вище класифікації, легко звернути увагу на активне використання інтернаціоналізмів: *informative inspection, standard, defect, standardization, synchronization, production, efficiency, process, operation, machine*. Це не дивно, адже, по-перше, інтернаціоналізми є однією з провідних ознак науково-технічного мовлення, адже вони сприяють інтерналізації наукової думки і ясності розуміння складних наукових понять. Багато термінів-неологізмів утворюються на базі інтернаціональних морфем, що спрощує їх розуміння носіями різних мов. Саму тому багато загальнонаукових термінів є інтернаціоналізмами або містять інтернаціональну морфему (є гібридами за походженням). Саме це ми можемо побачити у прикладах вище і також відмітити, що інтернаціоналізми у кількістному відношенні є дуже помітними у текстах сфери ЛПН-менеджменту. Зокрема, подивимося на приклад нижче:

This organization is divided into production training (for team members through group leaders) and management training (for assistant managers through presidents) [Liker, Hoseus 2008, с. 144].

Наведене речення репрезентує типове речення з текстів, присвячених проблематиці ЛПН-менеджменту. Це речення усього складається з 21 слова, але лише 14 з них несуть конкретну інформацію і не є допоміжними (службовими) елементами. З цих 14 слів 10 одиниць є інтернаціональними, а отже – більша частина. Таким чином, можна підкреслити високій ступень інтернаціоналізації лексичного складу текстів ЛПН-менеджменту.

Якщо продовжити аналіз походження термінів, що використовуються в аналізованих текстах, то слід зазначити, що у сфері ЛПН-менеджменту наявні не лише інтернаціональні одиниці, що функціонують в щонайменше трьох мовах. Провідною лексичною ознакою англійських текстів ЛПН-менеджменту є саме використання термінів японського походження, які були запозичені до термінології цієї сфери і активно використовуються паралельно з їх англійськими відповідниками. Із згаданих вище відзначимо *muda, kaizen* та

poka-yoke. Але ж ними список не обмежується і його можна продовжити: *mura, muri, gemba, genba, hansei, jidoka, kaikaku, kanban, kata, seiri, seiton, seiso, seiketsu, shitsuke, andon, jidoka, yamazumi, anova, hoshin kanri, genchi genbutsu, obeya*.

Про безсумнівну асиміляцію цих термінів в англomовній терміносистемі ЛІН-менеджменту свідчить їх активне поєднання з власномовними термінами для утворення сталих термінологічних словосполучень: *control poka-yoke, warning poka-yoke, gemba walk, kanban board, coaching kata, improvement kata, point-kaizen burst, kaizen teams, a one-week kaizen workshop, hands-on kaizen, kaizen event*. Для фахівця з ЛІН-менеджменту подібні поєднання власномовного терміну й транскодованого терміну японського походження не ускладнюють сприйняття та розуміння поняття, що таким словосполученням номінується. Навпаки, такий термін є стислим, але інформативним, адже за кожним з таких японських термінів ЛІН-менеджменту стоїть ціла історія, яка перекладом (навіть описовим) не може бути повноцінно передана.

Приклади використання цих японських запозичень в контексті у природному поєднанні із власномовними англійськими словами демонструють повну асиміляцію цих термінів у мові ЛІН-менеджменту. У словосполученнях наведених у попередньому абзаці ми бачимо, що японські терміни-іменники використовуються і як ключові слова у термінологічних словосполученнях (*hands-on kaizen*), і як означення до інших іменників (*kaizen event*), що власне підтверджує їх адаптацію до норм англійської мови і повноцінне використання на рівні з іншими власномовними іменниками.

Подивимось також на деякі приклади з аналізованих текстів з ЛІН-менеджменту, де японські запозичення поєднуються з прикметниками та займенниками, як будь-яке інше слово англійської мови. У першому прикладі (1) можемо спостерігати поєднання іменника *kaizen* з прикметником *intensive*, що виступає означенням до нього; у другому (2) – приєднання іменника *kaizen*

до іншого іменника через прийменник, що є типовою конструкцією в англійській мові і цей японський іменник в неї вписується; в третьому прикладі (3) іменник **genba** конкретизується через присвійний займенник **our**; в четвертому (4) термін **kaizen** взагалі функціонує як дієслово, поєднуючись з займенником, що виступає додатком до нього – **to «kaizen it»**; а в п'ятому зразку (5) ми спостерігаємо таку ж повну адаптацію до норм англійської мови і використання **gemba** у якості іменника з артиклем **the** відповідно до стандартів англійської мови:

(1) *They developed courses to be taught on the shop floor by group leaders and planned for **intensive kaizen** to achieve higher levels of performance for when the shutdown ended [Liker 2020, с. 52].*

(2) *A better approach is to develop a vision of a system that will achieve the organization's goals and then systematically strive to achieve that **vision through kaizen** [Liker 2020, с. 35].*

(3) *That **genba** is real, and what we have been able to cultivate **in our genba** over these many years is something that no digitization or telework system, no matter how advanced they become, can ever replace in the real world [Liker 2020, с. 262].*

(4) *Its global team of professionals is dedicated to building a world where it is possible for everyone, everywhere, every day is able **to «kaizen it»** [Imai 1997, с. xix].*

(5) *Needs of **the gemba** are more easily identified by the people working there [Imai 1997, с. 18].*

Продовжуючи тему характерних лексичних ознак текстів з ЛІН-менеджменту, згадаємо про власні назви, які вважають однією з властивостей наукового мовлення, адже у порівнянні з іншими стилями використання власних назв у науковому стилі є більш чисельним. Це пов'язано із тяжінням наукового мовлення до точності найменувань. Тексти з ЛІН-менеджменту не є винятком зі стандартних правил.

По-перше, власні назви використовуються за своїм основним призначенням – найменування осіб (наукові дослідники або розробники стратегій, винаходів тощо), місць (підприємств, компаній тощо), географічних локацій, брендів, наприклад:

*This view is supported by **Spear and Bowen** who found that the core feature of TPS is the prevalent use of the scientific method [Lander, Liker 2007, с. 3685].*

*At **Waterford**, a few miles from **Northville**, we put up a one-story factory which employs fifty men making the measuring instruments and gauges used by the inspectors throughout our plants in testing parts for size [Ford 2018, с. 79].*

*In addition to the power obtained from steam, we have introduced into the group of plants an additional 9,000 horsepower by damming **the Menominee River** two miles away [Ford 2018, с. 79].*

*To satisfy the broad market **General Motors** wanted to serve, **Sloan** developed a five-model product range that ran incrementally from cheap to expensive, from **Chevrolet** to **Cadillac** [Womack, Jones, Roos 1990, с. 41].*

По-друге, активно використовуються власні назви і для вказівки на приналежність. В деяких випадках це стандартне використання присвійного відмінка, а в інших можна спостерігати відсутність ‘s після власної назви у функції атрибутиву, що свідчить про розповсюдженість винаходу, методу чи стратегії:

***Motawi's pull system** was designed to support this solution and thus combines build-to-order and build-to-stock production on the same value stream [Lander, Liker 2007, с. 3690].*

*We chose **the Stafford process** instead of the old-fashioned oven process [Ford 2018, с. 80].*

Також цікавим спостереженням можна вважати використання у текстах ЛІН власних назв у поєднанні з загальними іменниками для утворення препозитивних складних означень, що пишуться через дефіс та позначають інші

іменники. Цим водночас досягається і точності характеристик, і компактність (стислість) подання інформації:

*On the contrary, a thorough understanding of how the tools work, their purpose, and how they fit together to form an integral system is what will enable us to develop **Toyota-style systems** in less than the 70 years it took Toyota [Lander, Liker 2007, с. 3683].*

Як вже можна було побачити з наведених прикладів вище, ще однією лексичною групою, яку можна виокремити у текстах з ЛІН-менеджменту, є одиниці виміру – як у скороченому вигляді (зазвичай у схемах та таблицях), так і прописані повністю: *13,200 volts, ten feet in diameter, 9,000 horsepower, nine-foot and five-foot diameter ducts, 1.5 kilograms per square centimeter, 22 percent, 10 min at 800 ton-line pressing hood* тощо. Використання точних даних безсумнівно підвищує точність переданої інформації, а отже збільшує довіру до автора і, відповідно, позитивно впливає на прагматику повідомлення.

Так само, як і з інтернаціоналізмами вище, на прикладах з текстів можна візуально помітити ступінь частотності використання числових даних разом найменуваннями одиниць виміру. Звичайно така насиченість цими елементами спостерігається не завжди, але досить часто при читанні текстів ЛІН контекст вимагає саме такої конкретики:

*The horizontal smokestack is **ten feet in diameter** in its main section, branching into **nine-foot and five-foot diameter ducts** which lead respectively to the carbonization building and the distillation building. The pipe is **thirty-five feet above ground** and is supported on steel towers. It is built of heavy steel plates and lined with magnesia and asbestos fire brick as heat insulators [Ford 2018, с. 79].*

*For example, they were told to design a set of brakes that could stop a **2,200-pound car** from **60 miles per hour in 200 feet ten times** in succession without fading. The brakes should fit into a space **6" x 8" x 10 "** at the end of each axle and be delivered to the assembly plant for **\$40** a set [Womack, Jones, Roos 1990, с. 60].*

*Under this treatment, each **ton** of waste wood yields **135 pounds** of acetate of lime, **61 gallons** of **82 percent** methyl alcohol, **610 pounds** of charcoal, **15 gallons** of tar, heavy oils, light oils, and creosote, and **600 cubic feet** of fuel gas [Ford 2018, c. 81].*

Приклади вище є корисними з ще однієї причини – вони виявлять наступну групу одиниць-термінів, яку можна узагальнити під назвою «матеріали». Аналіз різних джерел на тему ЛІН-менеджменту показав, що, коли контекст вимагає точного опису технологічного процесу, то поряд кількісними показниками та одиницями виміру часто фігурують і терміни, що номінують матеріали, задіяні у процесі виробництва. З прикладів вище можна виокремити такі: *steel towers, heavy steel plates, lined with magnesia and asbestos fire brick, heat insulators, waste wood, acetate of lime, methyl alcohol, charcoal, tar, heavy oils, light oils, creosote, fuel gas.*

Продовжуючи тему термінів, слід також відмітити ще одну невід’ємну особливість текстів ЛІН-менеджменту – використання аббревіатур. Це можуть бути і стандартні для цієї сфери скорочення, які не потребують додаткових пояснень, а можуть бути і скорочення, що вводяться авторами для стислості викладу інформації, і такі, звичайно, подаються при першій згадці разом з їх повною формою – для уникнення неточних тлумачень і витрат часу на пошук пояснень. Все це безсумнівно є позитивною ознакою аналізованих текстів, адже нагромадженість тексту зайвими елементами перешкоджає швидкому та точному отриманню інформації. Тому стислість подачі разом із разовим поясненням скорочень (у разі потреби) посилює прагматичний ефект та позитивний вплив на читача, адже збільшує довіру до автора і його обізнаності у предметі. Окрім того, при наявності великої кількості таблиць, схем та малюнків, що містять короткі описи, використання скороченого варіанту терміну є просто технічною необхідністю.

Наведемо деякі з прикладів абрєвіатур, що були виявлені при аналізі текстів ЛІН: *TPS* (*The Toyota Production System*), *TBP* (*Toyota Business Practices*), *JIT* (*just-in-time*), *VSM* (*value stream map*), *WIP* (*work in process*), *the PDCA* (*plan-do-check-act*) *approach*, *QC* (*quality control*), *TQC* (*total quality control*), *ZDs* (*zero defects*), *QCD* (*quality, cost, and delivery*), *QCS* (*quality, cost, and scheduling*), *TQM* (*total quality management*), *TPM* (*total productive maintenance*), *OJD* (*on-the-job development*), *GPC* (*fundamental skill training*), *CQPO* (*Center for Quality People and Organizations*), *COPA* (*Critical Output Analysis system*), *SOP* (*standard operating procedure*), *SDCA* (*standardize-do-check-act*) та багато інших.

Окрім застосування абрєвіатур окремо, вони також використовуються як складові для утворення термінів-словосполучень, що дозволяє стисло подати великий обсяг інформації: *the COPA method, a COPA session, a COPA form* [Liker, Hoseus 2008, с. 133–134]; *QCD activities, the QCD improvement policy* [Imai 1997, с. 11]; *the JIT production system* [Imai 1997, с. 9]; *the PDCA cycle, the SDCA cycle* [Imai 1997, с. 6]. Подібні структури не є винятком зі стандартів термінотворення в англійській мові. Багатокомпонентні безприйменникові терміносполучення є численними і типовими для наукових текстів будь-якої спеціальної професійної сфери. Але помітною відмінністю текстів саме ЛІН-менеджменту є виокремлені вище багатокомпонентні словосполучення з абрєвіатурами у своєму складі. Подібна компактність відбиває ключові принципи самого ЛІН-менеджменту, спрямованого на уникнення зайвих втрат – втрат текстового простору у цьому випадку. Все це додатково посилює прагматичний потенціал текстів цієї сфери.

Специфічними скороченнями сфери ЛІН-менеджмент можна також вважати певні літерно-цифрові сполуки, які відбивають ключові ідеї ЛІН. До таких сполук можна, наприклад, віднести **ЗК**, що репрезентує поєднання трьох японських слів *kiken* (опасний), *kitanai* (брудний) та *kitsui* (складний), а також –

5S, що номінує систему організації робочого місця, назва якої походить від п'яти японських слів, що мають першою літеру «S»: *seiri* (сортування), *seiton* (систематизація), *seiso* (слідкування за чистотою), *seiketsu* (стандартизація), *shitsuke* (самодисципліна).

Подібну ж тенденцію можна спостерігати не лише при номінації ключових понять, а і при компактній репрезентації основних правил та принципів. Зокрема, знаходимо лексичну одиницю **5-why** [Lander, Liker 2007, с. 3695], що, хоч і не пояснюється авторами статті, але вочевидь називає відомий у сфері ЛПН принцип «п'яти чому», які рекомендується задавати собі кожного разу, коли стикаєшся з проблемою, задля отримання потрібної відповіді. В текстах з ЛПН-менеджменту також можна зустріти галузеві номенклатурні назви: **A3** (вирішення проблем методом А3), **8D** (методологія восьми дисциплін), **6Sigma** (методика 6 сигм), які також є специфічним стислим способом надання точної інформації про об'єкти чи інструменти ЛПН-менеджменту.

Наприкінці підкреслимо ще одну лексичну ознаку усіх аналізованих текстів з ЛПН-менеджменту, яка спостерігається у досить великій кількості, щоб вважати її типовою. Мова йде про використання фразових означень у багатокomпонентних словосполученнях. Ці означення можуть використовуватися для надання додаткових деталей про об'єкт / ключове слово (див. прикл. 1–4) або як характеристика цього об'єкту (див. прикл. 5–6):

(1) *The **batch-and-queue** mentality where large batches are more efficient was replaced by a **small-batch** JIT philosophy where overproduction is not tolerated* [Lander, Liker 2007, с. 3695]

(2) *Building **peer-to-peer** learning and tour exchange network* [Imai 1997, с. xix].

(3) *Standardization in the gemba often means the translation of technological and engineering requirements specified by engineers into workers' **day-to-day** operational standards* [Imai 1997, с. 20].

(4) *Customers do not pay for **non-value-adding** activities* [Imai 1997, с. 22].

(5) *«Kaikaku» benchmark to **best-in-class** organizations in Japan and around the world* [Imai 1997, с. xix].

(6) *Every **well-thought-out** process is simple* [Ford 1918, с. 41].

Отже, хоч ці фразові означення і не виглядають на перший погляд як скорочений варіант подачі інформації, але їх позиція перед означувальним словом та можливість подачі через дефіс, ідентифікуючи їх синтаксичну функцію, допомагає уникнення більш громіздких конструкцій, зокрема підрядних речень. Таким чином, ці фразові означення є ще одним засобом економії текстового простору.

Всі, з аналізованих нами вище лексичних ознак текстів ЛПН-менеджменту тим чи іншим чином пов'язані з їх термінологічною наповненістю. Це не дивно, адже тексти ЛПН є професійно орієнтованими, і тому активне використання термінів у них є обов'язковим компонентом, що становить їх найбільш потужний прагматичний потенціал. Щоб задовольнити потреби інформативної насиченості текстів і водночас не перевантажити текстовий простір, автори використовують увесь наявний термінологічний потенціал терміносистеми ЛПН-менеджменту – починаючи від стандартних простих термінів і закінчуючи аббревіатурами та фразовими означеннями.

Наведені вище різноманітні лексичні групи підтверджують структурну варіативність і, як слідство, функціональну активність термінів в текстах ЛПН. Навіть, якщо взяти найбільш розширену класифікацію термінів за будовою, запропоновану А. С. Дяковим, Т. Р. Кияком та З. Б. Куделько, то в текстах ЛПН-менеджменту можна відшукати приклади до кожного пункту класифікації [Дяковим, Кияком, Куделько 2000, с. 13–14]:

1. Терміни-кореневі слова:
 - а) корінна непохідна лексика (*heavy, light, wood*);
 - б) запозичена непохідна лексика (*system, margin, method, process, mission, waste, support, criterion, mura, muri, gemba, genba, hansei, jidoka, kaikaku*).
2. Похідна лексика:
 - а) терміни, утворені за допомогою суфіксації (*productivity, production, operator, supervisor, management, equipment, facilitator*);
 - б) терміни, утворені за допомогою префіксації (*rearrange, overhaul*);
 - в) терміни, утворені за допомогою префіксації-суфіксації (*overproduction, sub-assembly, replacement*)
3. Терміни-складні слова (*manpower, supermarket, downtime, breakdown, baka-yoke*);
4. Терміни словосполучення (*kanban system, mass production, assembly line, cost reduction, motor car*);
5. Терміни аббревіатури (*TPS, TBP, JIT, VSM*);
6. Літерні умовні позначення (*pc, pcs, hr, kg, g/m³*);
7. Символи (знаки), наприклад, математичні, хімічні, економічні тощо (*%*, *Y, \$*);
8. Номенклатура (*A3, 8D, 6Sigma*).

Більш того, можна навіть додати до цього переліку як специфічний структурний тип використання термінів, утворених поєднанням (часто через дефіс) аббревіатур чи літерних скорочень та термінів, наприклад: *U-shaped cell, JIT-based operations, COPA form* та ін.

Варто, однак, відмітити, що лексична складова аналізованих текстів не обмежується лише термінами, хоч вони і є важливою їх частиною. До характерного наповнення текстів ЛІН-менеджменту можна віднести типову для наукових текстів книжкову лексику, яка звичайно додає формальності викладу інформації та серйозності звучання окреслених ідей:

Provided that all processes perform small lot production and conveyance, if the quantity to be withdrawn by the subsequent process varies considerably, the processes within the company as well as the subcontractors will maintain peak capacity or holding excessive inventory at all times [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, c. 554].

After this shift in perception, implementation of the pull system changed from following a recipe and mechanically putting cards in inventory boxes to pursuing the development of a holistic system critical to the performance of the firm and requiring constant tending and continuous fine-tuning [Lander, Liker 2007, c. 3696].

This ought to be self-evident [Ford 2018, c. 33].

Наведені вище приклади з різних текстів за тематикою ЛПН підтверджують досить формальний виклад інформації, що часто нагадує більше власне науковий стиль, аніж науково-популярний.

До таких же атрибутів власне наукового стилю можна віднести наявність в текстах ЛПН різноманітних елементів текстового логічного зв'язку. Більш того, слід підкреслити, що місцями вони є досить частотними і, як результат, помітними. При аналізі текстів біло виявлено такі вставні слова та слова-зв'язки: *for this purpose, in order to, however, therefore, on the other hand, first of all, in short, in addition, in regard to, consequently, in contrast to this, generally* та багато інших. Ось, наприклад, декілька речень, що вводяться авторами у текст через елементи текстового зв'язку:

First of all, the thing that corresponds to the first recognition of putting forth all efforts to attain low cost production is «reduction of cost through elimination of waste» [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, c. 554].

In short, treat the workers as human beings and with consideration [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, c. 554].

Therefore, a trouble in any of the processes will have a large overall effect [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, c. 554].

Звичайно наявність необхідних елементів зв'язку полегшує сприйняття тексту реципієнтом, а отже допомагає уникати неправильних тлумачень і не примушує читача витратити час на зайвий аналіз. Однозначно, це має позитивний вплив і викликає необхідну реакцію.

Отже, як висновок, можна зазначити, що лексична складова текстів ЛІН-менеджменту представлена усіма основними лексичними характеристиками типових наукових текстів – термінами, інтернаціоналізмами, власними назвами, книжною лексикою, елементами текстового зв'язку, аббревіатурами та скороченнями. Однак, зазначені тексти вирізняються, перш за все, наявністю також великої кількості запозичених елементів, особливо з японської мови – рідної мови для ідей ЛІН-менеджменту. Більш того, ці японські запозичення настільки асимілювали у англійських текстах, що почали використовуватися на рівні з іншими елементами, функціонуючи відповідно до норм англійської мови. Ще однією відмінністю є частотність аббревіатур та їх поєднання з іншими елементами для утворення багатоконпонентних термінів. Подібне прагнення до стислості подання інформації спостерігається і при утворенні багатоконпонентних препозитивних означень, які також зустрічаються у дуже великій кількості. Все це – термінологічність та прагнення до стислості й економії текстового простору – створює потужний прагматичний потенціал аналізованих текстів.

2.3. Граматичні засоби впливу текстів з ЛІН-менеджменту

Граматичні засоби, так само, як лексика, структурне впорядкування тексту та його графічне наповнення, є невід'ємним інструментом прагматичного впливу. Більш того, деякі граматичні конструкції здатні потужно виокремити найголовніші ідеї й акцентувати увагу читача більше, ніж якісь

лексичні засоби. Окрім того, граматичні засоби також сприяють стислості викладу матеріалу, що, як вже було підкреслено у попередньому пункті, є однією з характеристик сфери ЛІН.

Якщо говорити про граматичні ознаки аналізованих текстів і їх прагматичний потенціал, то слід підкреслити, що синтаксичні особливості цих текстів є найбільш потужним інструментом донесення ідей у потрібному ракурсі. Тому вважаємо за потрібне розпочати аналіз саме з них, зокрема із загальної характеристики речень, з яких складаються тексти з ЛІН-менеджменту.

Звичайно, як і всі тексти наукового стилю, тексти ЛІН носять монологічний характер, тобто складаються (за окремими винятками) з розповідних речень. Ці речення найчастіше є складними, більш того – складнопідрядними, тобто тими, які несуть у собі не лише тезу, а і вказують на додаткові деталі, умови, час, місце, характеристики тощо. Це звичайно є вимогою для досягнення потрібної інформативності, що є основною метою будь-якого наукового тексту.

*According to this principle of mass production, **although there are limits to the extent of cost reduction**, the cost of an automobile decreases drastically in proportion to the increase in quantities produced [Ohno 1988(a), c. 26].*

*Therefore, Toyota is endeavouring to make up a working place **where not only the managers and foremen but also all workers can detect trouble** [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, c. 559].*

***If there is no agreed upon standard**, a new way of doing a job is simply one more version by some individual – it is individual learning [Lander, Liker 2007, c. 3685].*

*This involves making up a system **that will thoroughly eliminate waste** by assuming **that anything other than the minimum amount of equipment, materials, parts, and workers (working time) which are absolutely essential to production** are*

merely surplus that only raises the cost [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 554].

Приклади вище демонструють варіативність підрядних речень – підрядні речення поступки, місця, умови, означальні та додаткові. І це звичайно не увесь перелік можливих варіантів. Підрядні речення уточнюють дані, посилюючи інформативність речень. Наприклад, останнє з наведених речень містить чотири підрядні частини, одна з яких – підрядне додаткове, а три інші – підрядні означальні. Окрім того, аналіз наведених речень, також ще раз підкреслює активність використання книжної лексики (*drastically, endeavouring, detect, agreed upon standard, involve, thoroughly, eliminate, assume, minimum amount, absolutely essential, surplus*) та слів-зв'язок (*therefore, according to*), про які згадувалося у попередньому пункті.

Прості речення, хоч звичайно і зустрічаються у текстах ЛІН-менеджменту, але вони є не дуже частотними. Як видно з прикладу нижче, їх використання обумовлено прагматичним ефектом, якого хоче досягти автор – акцентувати увагу на основному, не конкретизуючи деталі, щоб не розпорошувати увагу:

Kaizen is a problem-solving process [Imai 1997, с. 7].

Таке небагатослівне стисле речення зі складеним іменним присудком підкреслює функцію ключового поняття «*kaizen*» і водночас його вагомість як засобу вирішення проблем.

Однак, все ж таки, частіше прості речення не є настільки компактними, як приклад вище. Вони ускладнюються безособовими зворотами з Participle, герундієм або інфінітивом:

*Continuous improvement follows immediately after **having achieved** stable processes* [Liker, Meier 2005, с. 13].

*The standard pressure **needed to properly detect problems** is 1.5 kilograms per square centimeter* [Liker, Hoseus 2008, с. 124].

Properly applied, kaizen can improve quality, reduce cost considerably, and meet customers' delivery requirements without any significant investment or introduction of new technology [Imai 1997, с. 19].

Upon recognition of the matters related above, Toyota is planning and running its production system on the following two basic concepts [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 554].

With production reduced by 50 percent, the operation still required two workers [Ohno 1988(a), с. 138].

Разом з цими зворотами ці прості речення вже не виглядають, як ті, що не надають достатню кількість деталей, і здебільшого за інформативністю вони можуть навіть дорівнювати складнопідрядним реченням. Можна сказати, що деякі з цих зворотів легко трансформуються у підрядні речення, однак автори віддають перевагу саме неозначеним формам, адже вони є стислими і безособовими, що є властивістю наукових формальних текстів.

Ще однією ознакою синтаксису текстів ЛІН, яка пов'язана зі стислістю подачі інформації, про яку ми вже неодноразово згадували вище, є використання еліптичних підрядних речень з Participle:

When confronted with a problem, have you ever stopped and asked why five times? [Ohno 1988a, с. 40].

Наведене вище речення є цікавим ще й тим, що воно є питальним, але це питання розпочинається з еліптичного підрядного, що дозволяє компактно подати умову, при якій рекомендується виконати якусь дію. Окрім того, еліптична форма, що є більш стислою, дозволяє використати підрядне перед основною питальною частиною, тим самим акцентуючи на ньому увагу.

Як видно з попереднього прикладу, ознакою текстів ЛІН є наявність питальних речень. Хоч цей тип речень не є типовим для наукового стилю мовлення, але дещо науково-популярний характер деяких з аналізованих текстів

з ЛІН-менеджменту передбачає наявність питань, які частіше можна віднести до риторичних – тих, чиєю функцією є привернення уваги:

But what of companies that are not making standardized products at high volume? [Lander, Liker 2007, с. 3681].

Should the conclusion be then that TPS does not work? [Lander, Liker 2007, с. 3696].

Звичайно, як і після більшості риторичних питань, надалі слідує відповідь на нього. Таким чином, питання нібито допомагає встановити контакт з реципієнтом і вплинути на хід думок.

Окрім того, введення питальних речень може імітувати пряму мову – підкреслювати питання, які слід задавати собі для вирішення проблем, що також є одним із способів полегшення для реципієнтів усвідомлення алгоритму потенційних дій:

*Every time an abnormality occurs in the current process, the following questions must be asked: **Did it happen because we did not have a standard? Did it happen because the standard was not followed? Or did it happen because the standard was not adequate?*** [Imai 1997, с. 5–6].

*One of the most useful tools for finding the root cause in the gemba is to keep asking «**Why?**» until the root cause is reached* [Imai 1997, с. 30].

В цілому, слід визнати, що, хоч питальні речення і є не дуже чисельними у порівнянні з розповідними, однак, для наукового стилю така їх присутність все ж таки є нехарактерною, а отже може вважатися як особливість саме текстів ЛІН-менеджменту.

Подібний висновок робимо і відносно наявних наказових речень. Вони досить активно вживаються і фактично присутні у всіх аналізованих текстах ЛІН:

Build up a system that will allow the workers to display their full capabilities by themselves [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 554].

Let's look at three formulas [Ohno 1988(б), с. 21].

Increase the oven temperature [Shingo 2009, с. 2].

Always ask, «What value are we adding from the customer's perspective?»
[Liker 2020, с. 14].

Цікаво, що в останньому прикладі ми можемо навіть спостерігати таке незвичне для наукового стилю поєднання – імперативу та питального речення. Але у випадку з текстами ЛПН таке використання є обґрунтованим і розглядається як спонукання до певних дій та пошуку відповідей.

У деяких випадках риторичні питання використовуються як назви розділів чи підрозділів книг. Зокрема, робота Майка Ротера та Джона Шука «*Learning to See*» є зразком такої книги, де назвами декількох частин є риторичні питання:

What have we accomplished so far? [Rother, Shook 1999, с. 44].

What Makes a Value Stream Lean? [Rother, Shook 1999, с. 50].

Відзначимо, що у текстах ЛПН можна подекуди спостерігати і окличні речення, що вирізняє тексти ЛПН від типових професійно орієнтованих текстах й наближає їх до науково-популярних, що спрямовані на емоційний вплив на читача. Так, у роботі М. Ротера та Дж. Шука «*Learning to See*» помічаємо навіть не одне окличне речення:

The Catch-22 of designing your future-state value stream is that you will be much more successful if you've already done it many times! [Rother, Shook 1999, с. 50].

But mapping this entire stream is too much for getting started! [Rother, Shook 1999, с. 13].

Емоційності останньому прикладу вище додає також застосування конструкції «*too much*» та прикметника «*entire*», які разом з окличним характером самого речення є потужним лінгвопрагматичним інструментом для привернення уваги читача. Емоційність іншого зразка також додатково посилюється використанням «*much more*» для утворення порівняльного ступеня

прикметника, а також підрядного присудкового речення, яке допомагає підкреслити це порівняння.

До специфічних синтаксичних функцій слід віднести і частотне використання авторами текстів з ЛІН-менеджменту агентивного неживого підмету (термін В. І. Карабана), який «виражений неживим іменником, що виконує дію, яку зазвичай виконуються живою істотою (людиною)» [Карабан 2004, с. 89]. Наведемо декілька прикладів:

Whereas TQM emphasizes improving overall management performance and quality, TPM focuses on improving equipment quality. TPM seeks to maximize equipment efficiency through a total system of preventive maintenance spanning the lifetime of the equipment. Just as TQM involves everybody in the company, TPM involves everybody at the plant [Imai 1997, с. 9].

Figure 11.3 shows the three types of pull logistic loops [Imai 1997, с. 167].

This section shows you how to create a «current-step map» using a simple example factory we call Acme Stamping [Rother, Shook 1999, с. 23].

This workbook covers the «door-to-door» production flow inside a plant [Rother, Shook 1999, с. 13].

Не можна сказати, що подібні структури є нетиповими для англомовних наукових і особливо для англомовних науково-технічних текстів. Навпаки, це є однією з ознак, адже подібна конструкція з агентивним неживим підметом уможливорює формальність та безособовість викладу інформації, уникаючи вказівки на безпосереднього виконавця. В українській мові у цьому випадку використовуються безособові конструкції без підмета, що в англійській мові неможливо. Тому наявність цієї синтаксичної ознаки є додатковим підтвердженням науковості викладу інформації авторами текстів ЛІН, що збільшує їх авторитетність в очах читача.

До інших засобів досягнення безособовості викладу та збільшення фокусу на об'єкті, а не на виконавці можна віднести численні приклади з формальними

підметами «*there*», «*one*» та «*it*», які є ще одним засобом англійської мови відтворити потрібну структуру речення, коли виконавець відсутній, невідомий або небажаний для згадки у певному висловлюванні:

There are very many different models with numerous variations and with large fluctuation in the demand of each variation [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 555].

One might think that developing team members is the function of the training department which puts together a schedule of classes [Liker, Hoseus 2008, с. 45].

Obviously, it is extremely difficult to apply just-in-time to the production plan of every process in an orderly way [Ohno 1988(a), с. 28].

In order to have an efficient production system in the automotive industry, it is required that the following three distinguishing problems be solved [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 554].

Як видно вже з останнього прикладу вище, формальний підмет, зокрема «*it*», може йти у комбінації з пасивною конструкцією (*it is required*), що також, сама по собі, є засобом зміщення акценту на об'єкт, а не на виконавця, навіть коли цей виконавець згадується через після присудка через прийменник «*by*». Окрім того, у цьому ж реченні можна побачити і інші ознаки формального стилю – *Subjunctive*, що використовується у підрядних реченнях для підкреслення необхідності виконання дій (*be solved*).

Пасив насправді активно використовується і його можна спостерігати у поєднанні (безпосередньому або просто в межах одного речення) з іншими граматичними явищами, що також є типовими ознаками науковості та формальності. Так, окрім вищезгаданих «*there*», «*one*» та «*it*», можна знайти багато прикладів з модальними дієсловами та з підметами, які вказують не на предмет (неживий іменник), а на особу (живий іменник або особовий займенник):

*Every few years, the vehicles **are completely remodelled** and **there** are also often changes at a part level [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 555].*

*However, it **can be seen** that this kind of method will make it vastly difficult to attain production adaptable to changes [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 555].*

*At Toyota, where production increases **had been achieved** yearly since the 1930s, **we were forced** to reduce production for 1974 [Ohno 1988(a), с. 138].*

Вже згадані вище модальні дієслова є наступною ознакою, на якій хотілося б зупинитися. У текстах з ЛІН-менеджменту вони характеризуються численністю та різноманітністю (**must, can, should, might, ought to**, а також їх еквіваленти – **be able to, have to**), підкреслюючи додаткові характеристики описуваної ситуації:

*Kaizen fosters process-oriented thinking because processes **must be improved** for results to improve [Imai 1997, с. 4].*

*To actually reduce the defect rate, processing **must be informed** whenever a defect is discovered, so that steps **can be taken** to correct the processing method or condition and prevent a recurrence [Shingo 1989, с. 14].*

*Furthermore, we **should** spread production evenly throughout the workday [Ohno 1988(a), с. 35].*

*Rather than simply give up, Small Ship became more determined to transform the shipyard, hoping if their performance was exceptional they **might** stay alive [Liker, Hoseus 2008, с. 514].*

*If a thief **can be right** a third of the time, then the average man or woman **ought to be able** to be right half the time [Ohno 1988(б), с. 1].*

*At Toyota, people do many tasks on a daily basis that simply **have to be done** [Liker, Hoseus 2008, с. 44].*

Ще раз підкреслимо, що у багатьох прикладах використання модальні дієслова поєднуються з пасивними конструкціями (*must be improved, must be*

informed, can be taken, have to be done) або навіть ідуть у комбінації з еквівалентами інших модальних дієслів (*ought to be able*). Модальні дієслова та їх еквіваленти уможливають передачу додаткових відтінків у повідомленні – обов’язковість дій (*must, have to*), можливість виконання дії (*can, be able to*), вірогідність або низька вірогідність реалізації дії (*may, might*), рекомендація до дій (*should, ought to*) тощо. Тим самим, речення набуває потрібного ступеня інформативності та точності, що є надважливим для виконання прагматичних настанов професійно орієнтованих текстів.

Ознакою вже науково-популярного характеру деяких текстів ЛН, спрямованих на залучення більшої аудиторії та, як результат, таких, що вишукують різноманітні засоби емоційного та емпатичного впливу, є наявність різних засобів виділення найвагомішої інформації через використання певних граматичних конструкцій. Зокрема, спостерігається активність застосування так званих розщеплених речень (*cleft sentences*), які у головній частині акцентують увагу на тому елементі, який слід виділити, а вже у підрядній надають всі необхідні дані щодо цього елемента:

This was the second thing that Toyota recognized [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 554].

It is precisely this evolution through improvement and learning that is at the core of Toyota’s system [Lander, Liker 2007, с. 3697].

This was an age when inventors had to do everything themselves *This was an age when inventors had to do everything themselves* [Liker, Meier 2005, с. 20].

What they are missing is a strong «human system» *which for Toyota is the key ingredient to long-term competitiveness* [Liker, Hoseus 2008, с. 49].

*However, it is not the use of a particular tool that makes the difference in the long run. It is the deep principle-based understanding of Toyota’s system, combined with a structured method for improving and learning, what will make Motawi self-sufficient in sustaining its lean journey and enable it to survive in the future. **Without***

them, *the tools implemented would deteriorate or fail to adapt to changing conditions and performance would degrade* [Lander, Liker 2007, с. 3696].

Як бачимо, приклади речень такого плану можна знайти у різних джерелах. Відмітимо також, що це не лише ті джерела, які тяжіють до науково-популярного стилю викладу, а і ті, що репрезентують власне наукові статті у авторитетних наукових виданнях [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977; Lander, Liker 2007]. Пояснити це можна необхідністю акценту на певних елементах, що автори вважають важливими, а англійська мова (особливо у науковому дискурсі) тяжіє до граматичних засобів емпізи більш, ніж до лексичних. Граматичні засоби здаються менш емоційно забарвленими, а відсутність або мінімізація емоційного забарвлення є вимогою наукового та науково-технічного спілкування.

До того ж, якщо подивитися на два останні приклади з наведених у групі вище, можна побачити і інші синтаксичні засоби акцентування увагу – підрядне підметове речення (*what they are missing*) та інвертований додаток (*without them*). Як відомо, «при інверсії найбільша увага зосереджується на тому члені речення, який виноситься на початок» [Пономарів 2000, с. 167]. А отже, така виграшна позиція на початку речення є додатковим засобом емпізи і у поєднанні з розщепленими конструкціями допомагає авторам досягти потрібного прагматичного ефекту.

В цілому, підкреслимо, що інверсія різних членів речення є досить частотним явищем для аналізованих текстів, адже автори намагаються підкреслити найголовніше, наприклад, зробити акцент на інструменті дій або виокремити мету перед тим, як визначити рекомендації щодо алгоритму дій:

With a better tool, *we can get wonderful results* [Ohno 1988(a), с. 52].

In order for a problem to be correctly understood and solved, *the problem must be recognized and the relevant data gathered and analyzed* [Imai 1997, с. 7].

Так само для підкреслення вагомості певних явищ автори текстів з ЛІН-менеджменту використовують найвищий ступінь порівняння прикметників та прислівників:

*Starting point of concept – making **the most of** Japanese characteristics* [Sugimori, Kusunoki, Cho, Uchikawa 1977, с. 553].

***The most crucial** element in the kaizen process is the commitment and involvement of top management* [Imai 1997, с. 4].

*Standards may be defined as **the best** way to do the job* [Imai 1997, с. xvi].

*I think perhaps **the hardest** to persuade are managers, higher level management people, and supervisors* [Ohno 1988(б), с. 32].

*HR is one of **the most important and powerful** departments in the company* [Liker, Hoseus 2008, с. 46].

***The most important** objective of the Toyota system has been to increase production efficiency by consistently and thoroughly eliminating waste* [Ohno 1988(a), с. 17].

Неможливо навести усі наявні приклади, однак, відмітимо, що одними з найпомітніших варіантів є найвищий ступінь прикметників ***the best*** та ***the most important***. Відповідно до своїх значень ці прикметники підкреслюють найвагоміші моменти та якості, виступаючи додатково одним із засобів емпізи та оцінки. Найвища оцінка безсумнівно справляє позитивне враження на читача та допомагає створити потрібний прагматичний ефект.

Вагому прагматичну функцію у текстах ЛІН виконують займенники. Нетиповим для стандартних наукових та науково-технічних текстів є використання особових займенників, особливо I та II особи. В текстах з ЛІН-менеджменту, навпаки, ми можемо спостерігати досить активне використання усіх можливих особових займенників:

*When **I** first began learning about TPS, **I** was enamored of the power of one-piece flow* [Liker 2020, с. 14].

*We hope that now **you** can see the value stream and begin to recognize areas of overproduction* [Rother, Shook 1999, с. 44].

*Once **you** have developed your future-state value stream flow, **you** need to identify the formal systems required to support this flow* [Liker, Hoseus 2008, с. 46].

*In **my** opinion, kaizen has contributed greatly to Japan's competitive success* [Imai 1997, с. 2].

Вбачаємо у цьому спроби авторів встановити певний контакт, ефект діалогічності, з реципієнтом з метою викликати довіру та показати, як саме принципи ЛІН можуть вплинути на його реальність та результати виробництва. Говорячи про свій досвід, використанням займенників першої особи (*I, we, my*) автори демонструють, що вони безпосередньо протестували все, про що розповідають. Звертаючись до читача через займенник другої особи (*you*), автори ніби ведуть реальний діалог з читачем, що не може не впливати на реакцію реципієнта позитивно.

Таким чином, можна зробити висновок, що граматичні особливості текстів з ЛІН-менеджменту (як синтаксичні, так і морфологічні) є також потужним арсеналом для досягнення потрібних прагматичних цілей. Описані у підрозділі граматичні засоби виконують різноманітні цілі – використовуються для стислої, але інформативної подачі інформації (безособові форми та конструкції з ними, еліптичні підрядні речення); допомагають авторові акцентувати увагу на предметі дослідження (формальний підмет, пасивний стан); уможливають окреслення додаткових відтінків значення та характеристик дій (модальні дієслова); застосовуються для підкреслення ідей (риторичні питання, інверсія, розщеплені речення) та посилення характеристик (найвищий ступінь порівняння прикметників); а також сприяють створенню ефекту діалогічності (особові займенники), що полегшує сприйняття інформації реципієнтом.

2.4. Стилiстичнi особливостi впливу текстiв з ЛiН-менеджменту

В контекстi аналізу лiнгвопрагматичних ознак текстiв з ЛiН-менеджменту стилiстичнi засоби вiдiграють помiтну роль, адже вони здебiльшого є тими елементами, що вирiзняють тексти цiєї тематики вiд власне наукових та науково-технiчних. Це пов'язано з тим, що тексти ЛiН мають, окрiм ознак типових для власне наукових текстiв, характеристики, що властивi науково-популярним текстам, адже їх метою є спонукання до використання принципiв ЛiН-менеджменту у рiзних сферах виробництва. Тому при аналізi спостерiгаємо застосування авторами рiзноманiтних стилiстичних засобiв впливу, подекуди емоцiйного забарвлення та оцiнки.

Деякi з мовних засобiв, що традицiйно вiдносять до стилiстичних, були розглянутi вище у межах аналізу граматичних ознак. Зокрема, до таких можна вiднести риторичнi питання та iнверсiю, що описувалися та iлюструвалися у попередньому пункті. Це пов'язано з тим, що здебiльшого цi стилiстичнi прийоми застосовувалися авторами не з метою емоцiйного забарвлення, а з метою емфазу – пiдкреслення ключових моментiв та об'єктiв дослідження й опису. Вони часто виконували функцiю iнтонацiйного видiлення або слугували для залучення уваги реципiєнтiв.

У той же час, хоч бiльшiсть помiчених iнверсiй у текстам ЛiН стосувалися винесення на початок речення обставин (мети, мiсця, способу дiї тощо), не порушуючи при цьому порядок основних членiв речення (пiдмета та присудка), можна зрiдка побачити i iнверсiю присудка:

With this larger need comes larger opportunity [Ford 2018, с. 25].

Такий прийом акцентує увагу на прийменниковому додатку та завдяки повтору прикметника у порiвняльному ступенi вказує на вiдношення «причина-слiдство».

Хоч класичні наукові та науково-технічні тексти характеризуються використанням слів у прямому значення, текстам ЛПН властиве активне застосування різноманітних сталих виразів та ідіом, що утворені на базі метафоричного переносу і тому мають певне емоційне забарвлення: *come to mind, two sides of the same coin, root causes, a rule of thumb, to stitch together individual segments, to get a sense of something, to trigger something, to take some pains, to reap (huge economic) benefits* та ін. Ці метафори відносяться до стертих метафор, адже через свою частотну вживаність багато з них вже зафіксовані у цьому переносному значення у словниках і, як результат, не мають такого емоційного впливу на реципієнта, як, наприклад, образні метафори, що часто використовуються у художніх творах. Однак, навіть не дивлячись на свою звичність, їх використання надає динамічності та дещо розмовного характеру, зменшуючи формальність висловлювань.

Продовжуючи тему метафор, відмітимо наявність в текстах ЛПН і метафоричних термінів:

*Identify your **product family** from the **customer end** of the **value stream*** [Rother, Shook 1999, с. 16].

Речення, наведене вище, репрезентує наявність в ньому трьох метафоричних термінів. Звичайно, як і будь-який інший термін, вони виконують, перш за все, номінативну функцію і мають чітко закріплену за ними дефініцію. Тобто їх використання не несе додаткової конотації, але демонструє тенденцію до створення термінів через метафоризацію значень. До прикладу вище можна додати і інші зразки з різних текстів ЛПН: *volume of work, time frame, information flow, arms of the customer, time ceiling* та ін. Всі додаткові семантичні нашарування таких термінів підпорядковані сигніфікату і лише доповнюють його характеристику, вказуючи на вагомі ознаки і сприяючи точнішому їх розумінню [Підгорна 2013, с. 68].

У той же час, перелік метафор у текстах з ЛІН-менеджменту не обмежується лише стертими метафорами та метафоричними термінами, тобто елементами, які майже або повністю позбавлені якоїсь додаткової конотації. Спостерігаються також і численні образні метафори, які використовуються авторами для привернення уваги, для емоційного відгуку читача, для створення потрібної асоціативності, яка допоможе донести ідею потрібним чином. Поглянемо на декілька прикладів:

*It is a **dead weight**, and the sooner the business is rid of it, the better. **Dead money** is not a working partner but an idle charge. Live money goes into the business to work and to share with the business* [Ford 2018, с. 29].

*The two **pillars** needed to support the system are: just-in-time; automation, or automation with a human touch* [Ohno 1988(a), с. 27].

*Taking a value stream perspective means working **on the big picture*** [Rother, Shook 1999, с. 13].

*To get away from the isolated **islands** of functionality you need one person with lead responsibility* [Rother, Shook 1999, с. 17].

*There are more **doors** into private business today than ever before* [Ford 2018, с. 25].

*Begin with a quick **walk** along the entire door-to-door value stream* [Rother, Shook 1999, с. 24].

Можемо також додати до цього переліку зразки з дієслівними метафорами, ефект яких є не менш потужним:

*Having to manually **fine-tune** your drawings will improve your mapping ability* [Rother, Shook 1999, с. 25].

***Speak** with data* [Imai 1997, с. 3].

Безсумнівно ці емоційно забарвлені одиниці не можуть залишитись непоміченими і тому примушують читача замислюватись над їх значенням, а отже – осмислювати ідею, що доноситься. Наприклад, метафори «*dead weight*»

або «*dead money*» своєю негативною конотацією спонукають реципієнта проаналізувати й зробити належні висновки, які допомагатимуть уникати описаних проблем.

Можемо також подекуди спостерігати й використання досить неформальної лексики або для позитивного, або для негативного акценту:

*Keep an eraser **handy*** [Rother, Shook 1999, с. 25].

*Dead money is a **sucker plant*** [Henry Ford].

Епітет «*sucker*» безсумнівно вирізняється своїм високим ступенем неформальності, а отже примушує читача замислитись, чому у цьому професійно орієнтованому тексті зустрічається характеристика такого роду. Здається, подібне привернення уваги і було прямою метою автору.

Інші епітети, що наводимо нижче, хоч і не вирізняються високим ступенем неформальності й емоційності, але вони демонструють наявність оцінки, що також вирізняє тексти ЛПН від стандартних наукових та науково-технічних зразків:

*As a result, we judge value added as those processes that lead to «**quality** people producing high-quality, low-cost, and on-time products»* [Liker, Hoseus 2008, с. 44].

*It was during this economic emergency that they first noticed the results Toyota was achieving with **its relentless** pursuit of the elimination of waste* [Ohno 1988(a), с. 17].

*It is **astoundingly rare** to visit a facility and find one person who knows the entire material* [Rother, Shook 1999, с. 17].

Якщо уважно подивитися на останні приклад, можна побачити ще один стилістичний прийом, яким користуються автори текстів ЛПН для протиставлення, спрямованого на підкреслення головного чи надважливого. Мова йде про такий стилістичний прийом, як антитеза – «стилістична фігура, що полягає в зіставленні протилежних явищ, образів, думок чи понять для

підсилення виразності» [Голубовська 2010, с. 105]. У прикладі вище підкреслено дві одиниці «*one*» та «*entire*». які є протилежними за значеннями у контексті речення, але у такому поєднанні підкреслюють важливість мати спеціаліста, який досконало володіє усім матеріалом.

Антитеза зустрічається і в іншому прикладі, що вже наводився вище при ілюстрації метафор:

*Dead money is not a **working** partner but an **idle** charge* [Ford 2018, с. 29].

Так само для підкреслення негативної ваги «мертвих грошей» автор вдається до протиставлення (антитези), яка завдяки асоціативності і протилежності значень яскраво показує плюси та мінуси. Насправді, цей автор дуже активно застосовує цей прийом, і ми бачимо його поєднання з іншими стилістичними прийомами, наприклад, (1) риторичне питання або (2) парадокс:

(1) *Is such a business **a menace** or **a benefit** to the public?* [Ford 2018, с. 24]

(2) *The old **wisdom** has proved **foolishness*** [Ford 2018, с. 29].

Таке комплексне використання прийомів є дуже потужним лінгвопрагматичним інструментарієм впливу та донесення ідей до реципієнта.

Ще одним засобом впливу та емпізи можна безсумнівно вважати використання повтору:

*After **developing** the habit of going to the gamba, a manager will **develop** the confidence to use the habit to solve specific problems* [Imai 1997, с. 24].

*An initial goal at many plants is to make at least «**every part every day**» for high-running part numbers* [Rother, Shook 1999, с. 63].

Останній приклад навіть репрезентує свого роду формулу (EPE – «*every part every....*»), якою автор рекомендує користуватися при постановці завдань, доповнюючи її потрібним відрізком часу – тиждень, день, година, зміна тощо.

Наступні приклади з повторами продовжують тему поєднання декількох прийомів для посилення ефекту впливу на читача:

Money does not own the coal in the United States. Money does not own the farms or the farmers. Money, following its traditional policy, would make coal scarce; here we have it plentifully. Money would make wheat scarce; the world is piled with wheat [Ford 2018, с. 30].

It is not a matter of money control; it is a matter of wise method and system of business [Ford 2018, с. 30].

Taking a value stream perspective means working on the big picture, **not just individual processes**, and improving the whole, **not just organizing the parts** [Rother, Shook 1999, с. 13].

Як бачимо, численні повтори поєднуються з використанням паралелізму, який «ґрунтується на однотипній синтаксичній побудові двох або більше суміжних мовних одиниць» [Голубовська 2010, с. 113]. Речення з подібними паралельними конструкціями (*money does not own; money would make; it is a matter of; not just + Noun / Gerund*) є емоційно забарвленими і не можуть залишитися непоміченими, підкреслюючи вагомість думки та необхідність відповідної реакції.

Ще одним засобом емпізи можна вважати відокремлення. Зазвичай вони виділяються графічно (пунктуаційно) – тире або комами, тому є досить помітними елементами речення. Вони є також засобом збільшення інформативності, адже в науковому стилі відокремлені компоненти речення часто функціонують для уточнення та додаткового повідомлення [Пономарів 2000, с. 197]. Оскільки інформативність є основною ознакою наукового тексту (і тексти ЛІН не є у цьому винятком), автори аналізованих нами текстів виявляють помітну прихильність до використання відокремлення:

*But there is another flow – **of information** – that tells each process what to make or do next* [Rother, Shook 1999, с. 13].

*Ideally we might introduce a tiny stamping machines dedicated to steering brackets – **what we call «a right sized tool»** – and incorporate this mini-press into the welding and assembly continuous flow [Rother, Shook 1999, с. 75].*

*Business – **that is, the whole material side of life** – is threatened by two classes of people who think they are in opposition [Ford 2018, с. 26].*

*Anybody – **any manager, any supervisor, or any employee** – can readily introduce these commonsense, low-cost activities [Imai 1997, с. 20].*

Як видно з наведених прикладів, основна функція введення виокремлення – уточнити або надати пояснення тому, що згадується вище. Графічне виділення за допомогою використання тире допомагає читачеві одразу розпізнати цю функцію даного стилістичного прийому.

У той же час спостерігаємо виокремлення й іншого характеру:

*We should seek to realize a series of processes in which we can concentrate on each value-adding process – **Bang! Bang! Bang!** – and eliminate intervening downtime [Imai 1997, с. 18].*

Вочевидь така конструкція, що характеризується високим ступенем емоційності, є потужним лінгвопрагматичним інструментом, хоч і не зовсім вписується в стандартні характеристики наукових та науково-технічних текстів. Виокремлені елементи представлені вигуками, що повторюються тричі і для ще більшого збільшення емоційності комбінуються із знаком оклику. Цей вислів носить досить розмовний характер і має додаткову конотацію, вказуючи на якійсь неочікуваний результат або подію: **bang** (*exclamation*) – *used to convey the suddenness of an action or event* [Oxford Languages].

Ще одним досить незвичним прийомом для наукового мовлення є гра слів, яку можна побачити у прикладі нижче:

*Increased **experience** leads to greater and more successful **experiment** [Ford 2018, с. 25].*

Гра слів – це «стилістичний прийом, основу якого становить використання різних значень якогось одного слова або кількох семантично різних слів, які схожі фонетично або своїм звучанням» [Стилістика української мови 2023, с. 35]. У прикладі вище ми спостерігаємо гру слів на базі подібності звучання. Потужний прагматичний ефект досягається завдяки використанню мовних одиниць, які номінують ключові поняття ЛН – досвід та експериментаторський підхід. Використані у межах стилістичного прийому «гра слів», ці лексеми привертають увагу до основної ідеї висловлювання та підкреслюють вагомість причинно-наслідкового зв'язку між поняттями.

Отже, як можна побачити з представленою вище аналізу стилістичних засобів та прийомів, вони також є дієвим арсеналом авторів текстів з ЛН-менеджменту, за допомогою якого вони досягають поставленої мети – донести інформацію у спосіб, який спонукатиме читача звернути увагу на переваги принципів ЛН та скористатися наданими рекомендаціями у повній мірі. Інверсії та повтори, метафори та епітети, виокремлення та паралельні конструкції – все це слугує засобами емпізи та впливу на емоції і розум реципієнта. Деякі з цих стилістичних прийомів є тими, які виокремлюють тексти ЛН з-поміж інших професійно орієнтованих текстів, надаючи їм більшу емоційну забарвленість, яка допомагає привернути увагу набагато ширшої аудиторії.

2.5. Засоби відтворення лінгвопрагматичних характеристик англійських текстів з ЛН-менеджменту українською мовою

Питання перекладу текстів з ЛН-менеджменту є актуальним вже протягом декількох десятиліть, адже цей матеріал – теорія та принципи ЛН – представляють інтерес для різноманітних виробництв по всьому світі. У той же

час відмітимо, що тексти з ЛІН-менеджменту репрезентують непростий, однак, досить цікавий матеріал для перекладацького аналізу через низку специфічних ознак, які можуть становити труднощі при перекладі, але які є надважливими для адекватного відтворення через їх прагматичний потенціал.

У попередніх розділах ми звертали увагу на різноаспектні характеристики текстів ЛІН – структурні, графічні, лексичні, граматичні та стилістичні. Всі вони відіграють важливу роль у виконанні прагматичної функції цих текстів, але звичайно не всі становлять інтерес та труднощі для перекладача. Зокрема, структурні та графічні особливості, як ті, що не прив'язані до мови, легко відтворюються у виданнях іншими мовами і потребують лише належної уваги. Інша історія – мовні ознаки. Вони вимагають від перекладача як лінгвістичних знань, так і обізнаності у різноманітному потенціалі перекладацького інструментарію.

Якщо говорити про першу, найпомітнішу, мовну ознаку будь-якого професійно орієнтованого тексту – терміни, то слід нагадати, що у сфері ЛІН-менеджменту багато термінів є інтернаціоналізмами, а отже перекладаються за допомогою транскодування (транскрипції, транслітерації, адаптивного та змішаного транс кодування [Карабан 2004, с. 282]): *standard* – стандарт, *defect* – дефект, *standardization* – «стандартизація», *synchronization* – «синхронізація», *process* – «процес», *operation* – «операція» та багато ін.

Так само транскодуванням перекладаються і більшість власних назви, що відповідає загальноприйнятим стандартам. Наприклад, дуже численними в роботах з ЛІН-менеджменту є назви марок автомобілів. При перекладі в усіх аналізованих перекладах українською перекладачі застосовували транскодування і подавали назви у лапках (на відміну від англійської версії, де лапки не використовуються): *Toyota* – «Тойота»; *Chrysler* – «Крайслера»; *Ford* – «Форд», *General Motors* – «Дженерал моторз» БМВ (BMW), *Cadillac* – «Кадиллак», *Mercedes-Benz* – «Мерседес-Бенц» [Лайкер 2018, с. 20–21]. У той

же час цікавим є те, що, хоч на сторінках книги в українському варіанті тексту перекладач використовує транскодовану назву компанії «Тойота», у назві самої книги була збережена англійська версія поряд з перекладеними іншими елементами (див. Рис. 2.1). В цьому можна також вбачати певний прагматичний ефект – адже саме під цією назвою марка автомобіля відома у всьому світі:

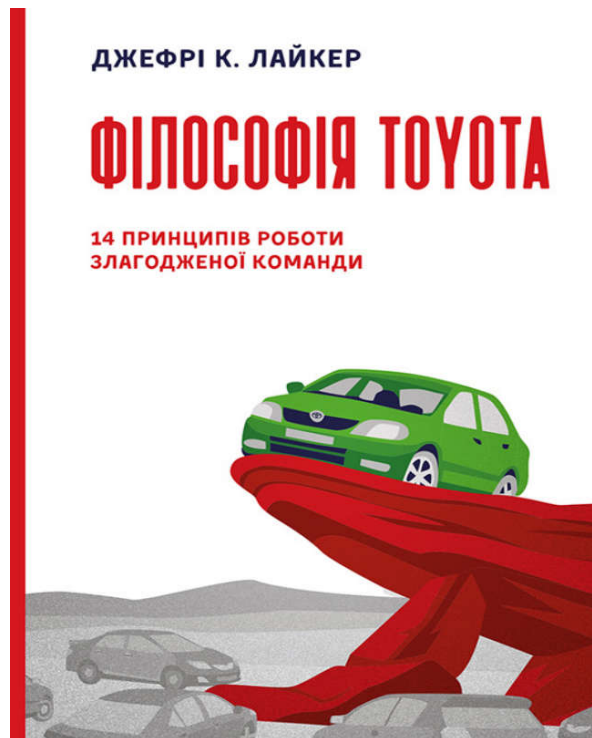


Рис. 2.1. Ілюстрація обкладинки з назвою книги у перекладі

Зустрічаються також і інші назви – компаній, газет тощо, які транскодуються: *Toyota Motor Corporation* – «Тойота мотор корпорейшн»; *Consumer Reports* – «Консьюмер ріпортс». Так само транскодуванню піддаються і імена дослідників, розробників технологій ЛІН, які досить часто згадуються на сторінках робіт з ЛІН-менеджменту. Цікаво відмітити, однак, що спостерігаються певні невідповідності у варіантах транскодування імен авторів. Зокрема, на сторінках роботи Дж. К. Лайкер «Філософія Toyota: 14 принципів роботи злагодженої команди», переклад якої зроблено Наталією Валевською,

переклад прізвища дослідника *Womack* подається як «Вумек» [Лайкер 2018, с. 37], а вже у перекладі самої роботи згаданого дослідника, виконаного тим самим перекладачем – Наталією Валевською – ім'я автора зазначено як «Вомак» [Вомак 2017]. В цілому, якщо проаналізувати існуючі українські переклади цього прізвища, можна побачити, що використовуються обидва еквіваленти: один з яких, скоріш за все, передано транслітерацією, а інший – транскрипцією. Однак, дещо дивно спостерігати різні варіанти у одного й того ж перекладача.

Відзначимо також, що неофіційні назви якихось об'єднань перекладаються калькою. Наприклад, при згадці трьох визначних автомобільних компаній виробників країни іноді оперують назвою *the Big Three*, яка у перекладі подається як «Велика трійця» [Лайкер 2018, с. 13; Вомак 2017, с. 236]. Такий переклад є повністю обґрунтованим, адже сама назва такого неформального об'єднання є метафоричною і спрямована передати якість та продуктивність роботи компаній. Тому доречним здається використати кальку, щоб не втратити прагматичне навантаження лексичних компонентів оригінального словосполучення.

Але, при цьому, коли мова йде про специфіку перекладу термінів ЛІН-менеджменту, перше, що відмічають, – це передача при перекладі усіх численних термінів японського походження, які, окрім всього, ще й є номінаціями ключових понять сфери ЛІН. Як вже згадувалося вище, саме теорія бере початок від японських традицій виробництва, спрямованих на збільшення ефективності без зайвих витрат. І за певними ключовими термінами закріплені відповідні дефініції відомі спеціалістам сфери ЛІН. Тому з самого початку, мабуть, з метою уникнення викривлення ключових понять, у перекладах застосовувалися терміни-запозичення з японської. Само тому видавець оновленого перекладу роботи Сігео Сінго згадує у передмові так звану мову «Janglish», на якій ентузіасти ЛІН читали перші переклади робіт цього

дослідника, що не вирізнялися чіткою передачею ідей на англійській мові та примушували читачів витратити багато часу на спроби правильно зрозуміти потрібні технології [Shingo 1989, с. xvii].

Навіть зараз, як показав наш лінгвістичний аналіз англомовних робіт з ЛІН-менеджменту, ми спостерігаємо терміни японського походження у великій кількості на сторінках книжок з ЛІН (див. 2.2). Таким чином, можна сказати, що найчастіше ці ключові поняття ЛІН-менеджменту передаються за допомогою транскодування – як в англійській, так і в українській мовах: *kaizen* – «кайдзен», *roka-yoke* – «пока-йоке», *gemba* – «гемба», *kanban* – «канбан», *andon* – «андон», *genchi genbutsu* – «генті генбуцу» та інші. Переклад транскодуванням більшості з них є, по-перше, підкресленням «азійського» походження всієї методології ЛІН, а по-друге, це може бути лише слідством того, що просто не існує повноцінного однослівного варіанту перекладу цих термінів. Перекладачі українською, навіть, для збереження цього азійського колориту використовують ці запозичення у поєднаннях з незапозиченою лексикою, наприклад, спостерігаємо переклад *flow kaizen* як «кайдзен потоку» [Ротер, Шук 2017, с. 20]. Тобто перекладачка віддала перевагу такому варіанту перекладу просто зі зміною порядку слів замість більш зрозумілого для необізнаного україномовного читача варіанту – «покращення потоку». Вочевидь метою було зберегти ключовий термін у тому вигляді, в якому він традиційно використовується в текстах ЛІН-менеджменту.

Часто в контексті самі автори книжок (і, як результат, перекладачі також) надають пояснення поряд з японською транскодованою версією, щоб зробити текст доступнішим для читача:

...*the famous just-in-time system, called **kanban** at Toyota* [Womack, Jones, Roos, с. 62]. – Це дуже відома система під назвою «якраз вчасно», мовою «Тойоти» – **канбан** [Вомак, Джонс, Рус 2017, с. 86].

Наведений вище приклад є цікавим ще з декількох причин. По-перше, англomовна частина приклада є частиною складного речення, у той час, як український варіант представлено двома простими реченнями. Перекладач вдається до синтаксичної трансформації, щоб не переобтяжувати зміст і не вдаватися до подачі декількох пояснень поспіль через коми. Використання вказівного займенника «це» однозначно відсилає читача до раніше описаного методу роботи і, таким чином, синтаксична перебудова не викликає неоднозначностей.

Другим моментом, що слід підкреслити у цьому зразку, є переклад складеного терміну *just-in-time system*, що складається з фразового атрибутиву, який для однозначності тлумачення подається через дефіс у типовій для англійської мови позиції перед означувальним словом. Однак, оскільки такий варіант побудови словосполучень є нестандартним для української мови, перекладачка вдається до додавання, перестановки слів та подачі цього фразового означення у лапках.

Доречним було б також розглянути переклад деяких скорочень та стислих сталих поєднань, що є настільки типовими для ЛІН-сфери, що увійшли до термінології і часто, особливо для спеціалістів, не потребують додаткового пояснення чи розшифровки. До таких можна віднести: **3K**, **5S**, *5-why*, **A3**, **8D**, **6Sigma** та ін. За літерами у цих скорочення стоять слова, що починаються з цієї літери, і ці слова можуть бути скороченими японськими лексемами – **3K** та **5S**, наприклад. Таким чином, перед перекладачем стоїть дуже непросте завдання – зберегти стислість подачі інформації, що є важливим прагматичним інструментом ЛІН, і водночас передати інформацію точно, що, у свою чергу, є надважливим для будь-якого професійно орієнтованого тексту.

Зокрема, скорочення **5S** – це назва системи, що походить від п'яти японських слів, що починаються з літери «S»: *Seiri*, *Seiton*, *Seiso*, *Seiketsu*, *Shitsuke*. Цікаво, що задля того, щоб мати зв'язок між назвою системи **5S** і її

змістом, більшість авторів статей і книг різними мовами намагаються підбирати варіанти перекладу також із першою літерою «**S**» [Підгорна, Стаценко 2024, с. 97–98]. Поглянемо на репрезентацію цього у Табл. 2.4:

Табл. 2.4

Японське запозичення	Англійський еквівалент	Український еквівалент	Французький еквівалент	Німецький еквівалент
<i>Seiri</i>	sort/sorting	сортування	supprimer	Sortieren / Selektieren
<i>Seiton</i>	set in order / straighten	систематизація	situer	schaffen Sie Ordnung / systematisieren
<i>Seiso</i>	shine	слідкування за чистотою	faire scintiller	Sauberkeit
<i>Seiketsu</i>	standardize	стандартизація	standardiser	standartisieren
<i>Shitsuke</i>	sustain / self-discipline	самодисципліна	suivi	Selbstdisziplin

Якщо подивитися на аналізовані зразки перекладів книг з ЛІН-менеджменту, то там перекладач просто використовує загальноприйняте скорочення, але пояснює його у дужках відповідними еквівалентами, не підбираючи окремі літери:

Один з інструментів оцадливості, який сприяє командній роботі, називається «5S» (сортуй, дотримуйся порядку, тримай у чистоті, стандартизуй, формуй звичку) [Лайкер 2018, с. 65].

Деякі із згаданих сполучень передаються калькою, наприклад, *5-why* – «п'ять чому». Інші ж скорочення можуть потребувати описового перекладу: *A3* – «вирішення проблем методом А3»; *8D* – «методологія восьми дисциплін»; *6Sigma* – «методика 6 сигм». У текстах, що аналізувалися, зустрівся переклад сполучення *6Sigma* – «шість сигма» [Лайкер 2018, с. 65], тобто дослівний переклад або калька. Вибір способу перекладу може залежати від цільового

реципієнта. Якщо метою є вплив на ширшу аудиторію, доречніше використовувати описовий переклад, подекуди жертвуючи стислістю.

Деякі моменти перекладу термінів також привертають увагу. Складається враження, що ще досконало не розроблено україномовну терміносистему сфери ЛПН, адже подекуди один той самий англomовний термін має у різних перекладах різні еквіваленти. Зокрема, можемо поглянути на досить розповсюджений термін *overproduction*, який у перекладі, виконаному Наталією Валевською має відповідник «перевиробництво» [Лайкер 2018, с. 54], а у перекладі Катерини Гуменюк – «надвиробництво» [Ротер, Шук 2017, с. 53]. Звичайно, на щастя, основний компонент терміну перекладається у обох варіантах однаково, але перекладачки обрали різні відповідника префіксу. Передивляючись значення обох варіантів у тлумачному словнику української мови, можемо побачити, що з обидва варіанти фіксуються у словнику і мають однакове значення: *надвиробництво* – виробництво товарів, що перевищує попит на них і можливості збуту; *перевиробництво* – виробництво, яке перевищує можливості збуту [Словник.ua]. А перекладацький словник надає обидва варіанти як еквіваленти іменника *overproduction* [DeepL].

З точки зору перекладу безумовно варто подивитися на переклад метафоричних термінів, що, як зазначалося раніше, є досить частотними у текстах ЛПН. Так, аналізуючи переклад роботи М. Ротер та Дж. Шука «Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат», виконаний Катериною Гуменюк [Ротер, Шук 2017], спостерігаємо спробу перекладачки не втрачати метафоричності та вишукувати або створювати відповідні еквіваленти: *product family* – «продуктова родина»; *value stream* – «потік цінності»; *mapping* – «картування»; *information flow* – «інформаційний потік».

Так само перекладачка підбирає еквіваленти загальноприйнятим приказкам та сталим виразам, створеним на основі метафоричного переносу:

Material and information flow are two sides of the same coin [Rother, Shook 1999, с. 15]. – Матеріальний та інформаційний потоки – **дві сторони однієї медалі** [Ротер, Шук 2017, с. 17].

Як бачимо, при перекладі метафоричність залишається, хоч і зі зміною образу – «монета» була змінена на «медаль» відповідно до традицій української мови. Таке збереження метафоричності у приказках, метафоричних виразах та термінах допомагає не лише найточніше відтворити стиль авторів, а і зберегти прагматичний потенціал тексту, адже метафори спрощують розуміння, проводячи паралелі із добре відомими поняттями.

Поглянемо і детально розберемо ще один цікавий приклад, який також демонструє використання та переклад метафоричних сталих виразів, а також досить неформальної емоційно забарвленої лексики:

*While so many of us have been **scratching our heads** trying to figure out why the road to lean has been rockier than it should be, a vital yet simple tool that can help us make real progress towards becoming lean has been **right under our noses*** [Rother, Shook 1999, с. 15]. – У той час, як багато з нас **чухало потилиці**, намагаючись зрозуміти, чому дорога до лін-виробництва виявилася важкою, аніж виявлялося, **у нас під носом** був простий, але вкрай важливий інструмент, здатний допомогти досягнути реальних результатів у лін-виробництві [Ротер, Шук 2017, с. 10].

Бачимо, що ідіоматичні вирази *scratch our heads* та *right under our noses* перекладаються майже безпосередніми відповідниками, які відтворюють ті ж самі образи – «**чухати потилиці**» та «**у нас під носом**». Можливо, «**чухати потилиці**» можна описати, як трохи більш неформальний варіант, але в цілому, складаючись із подібних компонентів, ця ідіома передає теж саме значення, що і її англійська версія, зберігаючи або навіть збільшуючи її емоційне забарвлення. У англійській версії ми можемо побачити ще два елементи, що мають додаткову конотацію та характеризуються неформальністю стилю –

фразове дієслово *to figure out* та епітет *rockier*. Однак, в україномовній версії перекладачці не вдалося відтворити подібні образи і вона використала нейтральні відповідники – «зрозуміти» та «важкий».

Слід також відмітити, що багато з образних словосполучень, що вже функціонують як сталі терміни, часто перекладаються калькою. Цей спосіб допомагає відтворити асоціативність первинної форми і такі кальковані варіанти є достатньо зрозумілими україномовному реципієнту, а отже виконують свою прагматичну функцію. До таких виразів можна віднести вже згаданий вище *just-in-time*, що перекладається «якраз вчасно», або словосполучення *door-to-door* – «від дверей до дверей». У той же час багато подібних термінологічних словосполучень, як згадувалося у попередніх пунктах, часто використовуються у функції препозитивного означення до ключового іменником. Переклад таких багатокomпонентних термінологічних словосполучень при перекладі вимагає або використання трансформації перестановка слів (через норми англійської мови щодо узгодження означень), або примушує перекладача вишукувати однокомпонентний замітник, який також можна використати у препозиції. Вище ми вже описували переклад і задіяні трансформації при передачі українською словосполучення «*just-in-time system*». Однак, розглянемо ще декілька прикладів:

*First, they can tier suppliers by assigning whole components to a **first-tier supplier** – seats, for example – as the Japanese do [Womack, Jones, Roos, с. 158].* – По-перше, шляхом передачі цілих компонентів автомобіля – наприклад, сидінь – **постачальнику першого рівня**, як це роблять японці [Вомак, Джонс, Рус 2017, с. 214].

*All the U.S. assemblers have instituted a quality grading system for suppliers – not just on a **shipment-by-shipment basis** but for all parts supplied over a considerable period [Womack, Jones, Roos, с. 159].* – Усі американські автомобілебудівники встановили систему оцінювання постачальників – **не**

лише для кожної партії, а й загальну – для деталей, доставлених протягом довшого періоду [Вомак, Джонс, Рус 2017, с. 216].

У більшості випадків при відтворенні таких фразових означень українською перекладач вимушений використовувати менш стислі варіанти передачі інформації, адже українська мова не має таких можливостей до синтаксичної компресії – зокрема, можливості використання багатокomпонентних безприйменникових препозитивних означень у препозиції до означувального слова.

Наприкінці, на додачу до аналізу деяких лексичних та стилістичних труднощів перекладу, хотілося б подивитися на деякі граматичні особливості текстів ЛН і те, як вони відтворюються при перекладі українською. Як вказувалося у підрозділі 2.4, однією з граматичних ознак англomовних наукових та науково-технічних текстів є застосування так званого агентивного неживого підмета. Однак, цей вид підмета найчастіше не використовується в українській мові і тому при перекладі вимагає трансформації. Зазвичай такий підмет трансформується у обставину місця, а речення часто стає неозначено-особовим:

Figure 5.4 shows the average annual production volume for all models produced worldwide by the companies headquartered in each region [Womack, Jones, Roos, с. 123]. – **На рис. 5.3** показано середній річний світовий обсяг випуску всіх моделей компаніями із штаб-квартирами в кожному регіоні [Вомак, Джонс, Рус 2017, с. 166].

У наведеному прикладі ми можемо спостерігати ще цікаві з точки зору перекладу граматичні трансформації – використані *Past Participle* трансформуються у іменні конструкції (іменник або іменник з прийменником), що сприяє номіналізації тексту – ознаки, яка є типовою для україномовних наукових текстів.

У той же час ми можемо побачити в одному з прикладів здатність перекладачки компенсувати трансформацію агентивного неживого підмета в

обставину місця шляхом трансформації додатка у підмет, що також функціонує як агентивний неживий:

Figure 5.4 takes the analysis on step further [Womack, Jones, Roos, с. 123]. –

На рис. 5.4 аналіз сягає ще глибше [Вомак, Джонс, Рус 2017, с. 167].

Звичайно більш детальний аналіз україномовних варіантів робіт з ЛІН-менеджменту у порівнянні з англomовними оригіналами може виявити ще безліч ознак, які можна віднести до специфіки перекладу саме текстів ЛІН. Але навіть з окреслених у цьому підрозділі особливостей можна побачити, яким непростим завданням є для перекладачі текстів ЛІН відтворення їх ключових властивостей із збереженням прагматичного потенціалу, що в них закладено авторами оригінальних текстів. Відзначимо переклад термінів, який ускладнюється наявністю японських запозичень, відбиваючих ключові поняття ЛІН, абревіатур та номенклатурних термінів. Багатокомпонентні препозитивні означення до термінів також вимагають узгоджень при перекладі, бажано без змістовних втрат. Не слід забувати і про метафоричні терміни та численні ідіоми й метафоричні сталі сполучення, які потребують не лише передачі змісту, а і за можливості збереження образності, яка є потужним інструментом впливу та залучення ширшої аудиторії. Всі ці мовні характеристики є лінгвопрагматичним потенціалом текстів з ЛІН-менеджменту і тому мають бути враховані при перекладі.

ВИСНОВКИ

Це дослідження було спрямоване на вивчення лінгвопрагматичних особливостей текстів з ЛІН-менеджменту та специфіку їх перекладу на українську мову. Проведений аналіз англomовної літератури з ЛІН-менеджменту дозволив виявити ключові характеристики і підходи до викладу матеріалу, притаманні різним авторам, а також визначити оптимальні методологічні засоби, які забезпечують адекватний переклад і збереження прагматичного потенціалу текстів.

Перш за все, дослідження підтвердило актуальність теми ЛІН-менеджменту в сучасному світі. ЛІН-менеджмент є широко визнаною методологією організації бізнес-процесів, спрямованою на підвищення ефективності виробничих процесів. Вивчення текстів з цієї тематики є важливим кроком у розумінні та впровадженні ЛІН-принципів у різних культурних і мовних контекстах.

Лінгвопрагматичний підхід до аналізу текстів дозволив виявити, що американські автори частіше використовують графіки і таблиці як засоби представлення інформації. Ці елементи сприяють більш чіткому і наочному викладу матеріалу, що робить текст доступнішим для читача і дозволяє легше сприймати складні концепції ЛІН-менеджменту. У той же час, японські автори (чиї англomовні переклади були також матеріалом нашого аналізу) схильні пояснювати ЛІН-практики більш описово, з меншою кількістю графічних елементів, але з наявністю фотоілюстрацій. Ці фотоілюстрації підсилюють описову частину тексту та додають конкретні приклади застосування практик на реальних підприємствах.

Дослідження також виявило, що глосарії є важливою частиною науково-популярних текстів з ЛІН-менеджменту. Вони використовуються для додаткового роз'яснення матеріалу для менш підготовлених читачів і

забезпечують однозначну дефініцію термінів, які вперше використовуються у літературі з ЛІН. Наприклад, у другій книзі Масакі Імаї надається більш розгорнутий словник термінів, ніж у його першій книзі, що зумовлено необхідністю пояснення більшої кількості практичних елементів впровадження ЛІН-менеджменту.

Порівняльний аналіз різних авторів, таких як Масакі Імаї та Джеффри Лайкер, показав, що обсяг і функціонал словників термінів значно різняться. Лайкер у своїй першій книзі надає словник із 34 основних термінів ЛІН, розраховуючи на менш досвідченого читача, тоді як у другій книзі словник відсутній, оскільки книга розрахована на більш підготовлену аудиторію. Це підкреслює необхідність адаптації текстів до цільової аудиторії, враховуючи рівень їх підготовки та потреби.

Частота використання схем і малюнків також є важливим аспектом текстів з ЛІН-менеджменту. Книги, що фокусуються на практичних порадах із впровадження ЛІН, частіше використовують ці елементи для надання чітких рекомендацій і форм документів. Наприклад, книги Масакі Імаї містять конкретні схеми організації процесів, що підвищує їх прагматичний ефект.

Так само, як і структурні й графічні особливості текстів з ЛІН-менеджменту, мовні ознаки (лексичні, граматичні та стилістичні) відіграють вагомую роль у донесенні ідей ЛІН так, щоб інформація характеризувалася точністю, стислістю подачі, була презентована з належним акцентом у потрібних місцях та на потрібних ідеях. Окрім того, залежно від жанру та цільового реципієнту автор може обирати або більш формальне мовне оформлення (типове для власне наукового дискурсу), або більш емоційно забарвлене з великою кількістю емпатичних конструкцій (типове для науково-популярного стилю мовлення).

В цілому, мовне наповнення текстів з ЛІН-менеджменту є дуже наближеним до типових наукових та науково-технічних текстів. На сторінках

аналізованих англомовних робіт спостерігаємо велику кількість різних за структурою термінів сфери ЛІН-технологій, інтернаціоналізмів, специфічних японських транскодованих термінів-запозичень, абревіатур, номенклатурних скорочень, книжкової лексики та індикаторів логічного зв'язку (слів-зв'язок та кліше). Все це безсумнівно відносить тексти з ЛІН-менеджменту до професійно орієнтованого дискурсу і робить їх переконливим джерелом інформації для дослідників, послідовників та користувачів технологій ЛІН.

Так само потужним лінгвопрагматичним інструментом виступають синтаксичні конструкції та граматичні властивості аналізованих текстів. У багатьох випадках вони є тими засобами, які акцентують увагу на надважливому. Таким інструментарієм є різного виду інверсії, риторичні питання, розщеплені речення, найвищий ступінь порівняння прикметників тощо. Граматичні засоби також без сумніву уможливають стислу подачу інформації, зокрема до таких можна віднести еліптичні підрядні речення, а також безособові форми дієслова та конструкції з ними. Таки атрибути формальності, як пасивний стан, формальний підмет, безособові речення, додатково акцентують увагу на предметі дослідження.

Стилістичні засоби також виконують свою надважливу роль. Вони уможливають асоціативність, яка, у свою чергу, посилює ясність сприйняття інформації реципієнтом (метафори та епітети). Використання ідіом та приказок надає текстам ЛІН емоційного забарвлення і, таким чином, привертає увагу й викликає відгук у читача. Синтаксичні стилістичні засоби, такі як повтори, виокремлення й паралельні конструкції, підкреслюють те, що слід взяти на озброєння тим, хто зацікавлений у ЛІН. Стилістичні засоби, виокремлені нами при аналізі, безсумнівно є тими властивостями, які вирізняють тексти ЛІН з-поміж інших професійно орієнтованих текстів, надаючи їм більшу емоційну забарвленість, яка допомагає привернути увагу набагато ширшої аудиторії.

Переклад текстів з ЛІН-менеджменту є окремим питанням для розгляду, адже через описані вище особливості їх мовного наповнення відтворення зазначених текстів українською може бути непростим завданням. Перед перекладачами стояло питання виокремлення ознак в англomовному тексті, а потім – точно й стилістично адекватно передати їх засобами української мови із збереженням прагматичного потенціалу. Переклад термінів, наприклад, ускладнюється наявністю японських запозичень, аббревіатур та номенклатурних термінів. Присутні також і багатокomпонентні препозитивні означення до термінів, які потребують уваги та відповідного узгодження з нормами мови перекладу. Метафоричні терміни та сталі сполучення є потужним інструментом впливу та залучення ширшої аудиторії, а тому також мають бути відтворені, бажано, без лінгвопрагматичних втрат.

Отже, дослідження показало, що переклад текстів з ЛІН-менеджменту вимагає глибокого розуміння лінгвопрагматики, специфіки культурного контексту та стилістичних особливостей текстів. Точне відтворення прагматичного потенціалу тексту дозволяє забезпечити розуміння і ефективно застосування принципів ЛІН у різних культурних контекстах. Робота робить свій внесок у практичні рекомендації для точного перекладу таких текстів, враховуючи потреби цільової аудиторії та прагматичні наміри авторів. Для більш глибокого розуміння лінгвопрагматичних особливостей текстів з ЛІН-менеджменту рекомендується продовжувати дослідження в цьому напрямку, зокрема зосереджуючись на різних культурних і мовних аспектах.

SUMMARY

Lean management is an extremely popular methodology for organizing business processes today. Lean methodologies help companies reduce costs, increase production efficiency, and improve product quality. The use of lean approaches allows for greater flexibility in production processes, more efficient use of resources, and faster adaptation to market changes. Many organizations in various industries continue to implement lean to improve their business processes and meet customer needs.

The first well-known works on lean management were published in the 1970s in Japan. Their authors were Japanese managers who actively practiced lean and tried to convey their own experience of implementing and using lean practices in their works. In the 1980s, the first English-language books and articles on lean management were published, which made this topic widely popular among readers of business literature. At present, texts on lean management are being actively created in different languages, both new publications and translations of previously published ones.

Texts on lean management have a great pragmatic potential aimed at comprehension along with acceptance of lean principles by the reader and a change in the paradigm of building effective production processes in favor of lean instead of mass production. Therefore, it is essential to pay attention to linguistic and pragmatic aspects when translating these texts in order to reproduce the author's pragmatic intention so that the reader could perceive it as accurately as possible.

Using the methods of linguopragmatics, researchers determine the author's intentions as well as the cognitive response he expects from the reader thanks to the linguistic means used for this purpose. In particular, this thesis presents a structural analysis of several texts on lean management by Japanese and American authors, examines their linguistic content and stylistic coloring, and draws conclusions about

the impact of these characteristics on the target reader. In addition, special attention is paid to the peculiarities of their reproduction in translation.

The topic of the paper is «Linguopragmatic and translation dimensions of texts on lean management». The aspects of the research formulated in the topic are currently key ones to the adequate communication of lean ideas to the Ukrainian-speaking recipient, since the introduction of lean principles into production requires their full acceptance, so the means of influence and their appropriate reproduction in translation are a crucial task for the translator. Thus, the relevance of the work is determined by the wide popularity of lean management in the business sphere and the availability of a large number of texts on this topic written in many languages, as well as the insufficient level of the problem study in terms of language and translation features.

The linguopragmatic approach to text analysis revealed that American authors more often use graphs and tables as means of presenting information. These elements contribute to a clearer and more visual presentation of the material, which makes the text more accessible to the reader and makes it easier to perceive complex concepts of lean management. At the same time, Japanese authors (whose English translations were also included in our analysis) tend to explain lean practices in a more descriptive way, with fewer graphic elements, but with the presence of photo illustrations. These photo illustrations reinforce the descriptive part of the text and add specific examples of how the practices are applied in real enterprises.

Just like the structural and graphic features of texts on lean management, linguistic features (lexical, grammatical, and stylistic) play an important role in communicating lean ideas so that the information is characterized by accuracy, conciseness of presentation, and is presented with the right emphasis in the right places and on the right ideas. In addition, depending on the genre and the target audience, the author may choose either a more formal language structure (typical for

scientific discourse) or a more emotionally colored one with a large number of emphatic constructions (typical for popular science writing).

In general, the linguistic content of the texts on lean management is very close to typical scientific and technical texts. On the pages of the analyzed English-language works, we observe a large number of differently structured terms of the sphere of lean technologies, internationalisms, specific Japanese transcoded borrowed terms, abbreviations, nomenclature abbreviations, book vocabulary and indicators of logical connection (link words and clichés). All of this undoubtedly makes texts on lean management a professionally oriented discourse and makes them a convincing source of information for researchers, followers and users of lean technologies.

Similarly, syntactic constructions and grammatical properties of the analyzed texts are a powerful linguistic and pragmatic tool. In many cases, they are the means that emphasize the most important things. Such tools include various kinds of inversions, rhetorical questions, split sentences, superlative adjectival comparison, etc. Grammatical devices also undoubtedly make it possible to present information concisely, such as elliptical subordinate clauses, as well as impersonal verb forms and constructions with them. Formality attributes such as passive voice, formal subject, and impersonal clauses further emphasize the subject matter.

Stylistic devices also play a crucial role. They enable associativity, which, in turn, enhances the clarity of the recipient's perception of information (metaphors and epithets). The use of idioms and proverbs adds emotional color to the lean texts and thus attracts attention and elicits a response from the reader. Syntactic stylistic devices, such as repetition, emphasis and parallel constructions, emphasize points that should be taken into account by those interested in lean. The stylistic devices that we have identified in our analysis are undoubtedly the features that distinguish lean texts from other professionally oriented texts, giving them a greater emotional coloration that helps them to attract the attention of a much wider audience.

The translation of texts on lean management is a separate issue for consideration, because due to the above-mentioned peculiarities of their linguistic content, their reproduction in Ukrainian can be a difficult task. The translators had to identify the features in the English-language text and then accurately and stylistically adequately convey them in Ukrainian while preserving their pragmatic potential. The translation of terms, for example, is complicated by the presence of Japanese borrowings, abbreviations, and nomenclature terms. There are also multicomponent prepositional definitions for terms that require attention and appropriate alignment with the norms of the target language. Metaphorical terms and stable combinations are a powerful tool for influencing and engaging a wider audience, and therefore should also be reproduced, preferably without linguistic and pragmatic losses.

Thus, the study has shown that translation of texts on lean management requires a deep understanding of linguistic pragmatics, the specifics of the cultural context and stylistic features of the texts. Accurate reproduction of the pragmatic potential of the text allows for the understanding and effective application of the principles of lean in different cultural contexts. The work contributes to practical recommendations for the accurate translation of such texts, taking into account the needs of the target audience and the pragmatic intentions of the authors. For a deeper understanding of the linguistic and pragmatic features of texts on lean management, it is recommended to continue research in this area, in particular, focusing on various cultural and linguistic aspects.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 282 с.
2. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики. Львів : ПАІС, 2010. 336 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. К. : Академія, 2004. 344 с.
4. Бацевич Ф. С. Формалізація прагматики: теоретичні виклики і практичні перспективи (на матеріалі часток української мови) // Лінгвістичні дослідження : зб. наукових праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. 2016. Вип. 43. С. 3–9.
5. Безугла Л. Р. Лінгвістична прагматика та дискурсивний аналіз // *Studia Philologica*. 2012. Вип. 1. С. 95–100.
6. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень : навч. посіб. Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2016. 260 с.
7. Голубовська І. В. Практична стилістика української мови : навчально-методичний посібник для самостійної роботи студентів нефілологічних спеціальностей (денної та заочної форм навчання). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 124 с.
8. Дейк Т. ван. Язык, Познание. Коммуникация. М. : Прогресс, 1989. 312 с.
9. Д'яков А. С., Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. К. : Вид. дім «КМ Academia», 2000. 218 с.
10. Зайцева М. О., Артеменко Т. М., Липко І. П., Міщенко В. Я. Нариси з лінгвістичного аналізу дискурсу: до проблеми типології та характеристики : монографія. Харків : Бурун і К, 2014. 204 с.

11. Заборна М. С. Смысл як осердя змістового наповнення навчальної дисципліни «Лінгвістична генологія» // Стратегічні напрями розвитку сучасної української лінгводидактики : колективна монографія. Тернопіль : Підручники і посібники, 2021. С. 163–172.
12. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова книга, 2004. 576 с.
13. Кобозева І. М. Лингвистическая семантика. М. : Эдиториал URSS, 2000. 352 с.
14. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія : в 2 т. Т. 1. К. : Академія, 2007. 608 с.
15. Ковалик І. І., Мацько Л. І., Плющ М. Я. Методика лінгвістичного аналізу тексту. К. : Вища школа, 1984. 112 с.
16. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посібник. К. : Знання, 2008. 428 с.
17. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підручник. К. : Академія, 2006. 464 с.
18. Кузнецова М. О. Конспект лекцій з дисципліни «Текст і текстова комунікація в аспекті перекладу». Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 88 с.
19. Кучер А. Теоретичні засади дослідження лінгвопрагматики // Наукові записки. Сер. : Філологічні науки. Кропивницький : Видавництво «КОД», 2020. Вип. 187. С. 295–300.
20. Левицький А. Е., Сингаївська А. В., Славова Л. Л. Вступ до мовознавства : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 104 с.
21. Малик Г. Д. Прагматика і переклад: дидактичні аспекти // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2012. № 77. Т. 2. С. 84–92.

22. Методологія наукових досліджень : навч. посібник / уклад. : І. М. Астрелін, І. В. Косогіна, С. О. Кирий. К. : КПІ ім. І. Сікорського, 2021. 121 с.
23. Моррис Ч. У. Основания теории знаков // Семиотика / сост., вступ. статья и общ. ред. Ю. С. Степанова. М. : Радуга, 1983. С. 42–62.
24. Осипенко В. Ю. Дискурс і лінгвістика тексту в мовознавстві другої половини ХХ ст. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. 2023. № 59. Т. 3. С. 4–7.
25. Паршак К. Д. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Сер. 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови. 2014. Вип. 11. С. 196–199.
26. Підгорна А. Б. Метафоричні терміни в англомовних науково-технічних текстах // Нова філологія : зб. наук. праць / гол. ред. В. М. Манакін. Запоріжжя : ЗНУ, 2013. № 57. С. 67–70.
27. Підгорна А. Б., Стаценко М. А. Японські терміни в літературі з ЛІН-менеджменту // Тиждень науки-2024. Гуманітарний факультет : тези доповідей науково-практичної конференції. Запоріжжя, 15–19 квітня 2024 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 96–98.
28. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підручник. 3-тє вид., перероб. і доповн. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. 248 с.
29. Савченко Л. А. Специфіка досліджень прагматики наукового тексту // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. 2019. № 39. Т. 1. С. 56–59.
30. Самойчук К. О. Загальна методологія наукової творчості : електронний навч. посібник. Мелітополь : ТДАТУ, 2020. URL : https://elib.tsatu.edu.ua/dep/mtf/ophv_10/index.html (дата звернення: 12.12.24).

31. Семигіна Т. В. Використання дискурс-аналізу в дослідженнях із соціальної роботи // Наукові записки НаУКМА. Спец. вип. 2001. Т. 19. Ч. 2. С. 322–325.
32. Серажим К. С. Текстознавство : підручник / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. К. : Київський ун-т, 2008. 528 с.
33. Сизонов Д. Ю. Термін у системі та поза нею: особливості функціонування медичної термінології в мас-медіа // Актуальні проблеми слов'янської філології. 2011. Вип. XXIV. Ч. 1. С. 393–399.
34. Соколовська С. В. Лінгвістична прагматика в системі філологічної освіти // Сучасні стратегії університетської освіти: якісний вимір : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. К. : Київський університет ім. Б. Грінченка, 2012. С. 441–448.
35. Стилїстика української мови. Короткий словник термінів / укл. Валентина Грещук. Івано-Франківськ : НАІР, 2023. 82 с.
36. Структурний аналіз. URL : http://ni.biz.ua/6/6_10/6_107938_strukturniy-analiz.html (дата звернення: 14.10.24).
37. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика. Винница : Нова Книга, 2009. 272 с.
38. Теорія та практика аргументації : навч.-метод. посіб. / І. Смазнова, Л. Сумарокова, І. Матюшина, Л. Токар. Одеса : Фенікс, 2023. 88 с.
39. Філософський енциклопедичний словник / під ред. В. І. Шинкарук. К. : Абрис, 2002. 744 с.
40. Цимрикович П. Про переклад ділових документів економічного змісту з української мови на словацьку // Українське перекладознавство Пряшівщини : антологія / укл. : Т. Шмігер, О. Літвіняк. Сер. : Національна пам'ять у перекладознавстві. Вип. 5. Львів : Наукове товариство ім. Шевченка; Дослідно-видавничий центр НТШ, 2024. С. 510–516.

41. Чирун Л. В., Висоцька В. А. Застосування контент-аналізу текстової інформації в системах електронної комерції // Інформаційні системи та мережі: збірник наукових праць. Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2010. Вип. 689, № 2. С. 332–347.
42. Baker M. *In Other Words: A Coursebook on Translation*. New York : Routledge, 1992. 304 p.
43. Beal J. D. Equivalence in Translation Across Genre Types // *Channels: Where Disciplines Meet*. 2020. Vol. 5. № 1. P. 17–43.
44. Beaugrande R. de, Dressler W. *Introduction to Text Linguistics*. London : Routledge, 1972. 286 p.
45. Blum-Kulka Sh. Shift of Cohesion and Coherence in Translation // *Translation Studies Reader* / ed. by L. Venuti. London Routledge, 2004. P. 290–305.
46. Bolaños Cuéllar S. Equivalence Revisited: A Key Concept in Modern Translation Theory // *Forma y Función*. № 15. December, 2002. P. 60–88.
47. Calzara Perez M. *Transitivity in Translating: The Interdependence of Texture and Context*. Frankfurt am Main : Peter Lang, 2007. 219 p.
48. Dijk T. van. *The Study of Discourse // A Multidisciplinary Introduction*. Vol. 1 : *Discourse as Structure and Process* / ed. by T. van Dijk. London : Sage, 1997. P. 1–34.
49. Hatim B. *Translating Text in Context // The Routledge Companion to Translation Studies* / ed. by J. Munday. Abingdon : Routledge, 2009. P. 36–53.
50. Mason I., Steward M. Interactional Pragmatics, face and the Dialogue Interpreter // *Triadic Exchanges. Studies in Dialogue Interpreting* / ed. by I. Mason. Manchester : St. Jerome, 2001. P. 51–70.
51. Neubert A. Translation as Text // *Revista internazionale di tecnica della traduzione (International Journal of Translation)*. 1995. № 1. P. 63-76.
52. What is Lean Management? URL : <https://www.simplilearn.com/what-is-lean-management-article> (access date: 25.05.24).

ПЕРЕЛІК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

53. Словник.ua : електронний словник. URL : <https://slovnyk.ua/index.php>.
54. Cambridge Dictionary : electronic dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/>
55. DeepL : electronic dictionary. URL : <https://www.deepl.com/ru/translator>.
56. Oxford Languages : electronic dictionary. URL : <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

57. Вомак Дж. П., Джонс Д. Т., Рус Д. Машина, що змінила світ: Історія лін-виробництва – таємної зброї «Гойоти» в автомобільних війнах/ пер. з англ. Н. Валевська. К. : Пабулум, Lean Institute Ukraine, 2017. 388 с.
58. Лайкер Дж. К. Філософія Toyota: 14 принципів роботи злагодженої команди / пер. з англ. Н. Валевська. 2-ге вид. К. : Наш формат, 2018. 424 с.
59. Ротер М., Шук Дж. Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат / пер. з англ. Катерина Гуменюк. К. : Пабулум, Lean Institute Ukraine, 2017. 132 с.
60. Ford H. Today and Tomorrow. USA : Generosity Press, 2018. 156 p.
61. Imai M. Gemba Kaizen. NY : McGraw Hill, 1997. 448 p.
62. Imai M. Kaizen. NY : McGraw Hill, 1986. 298 p.
63. Krafcik J. F. Triumph of the Lean Production // SLOAN Management Review. MIT, 1988. Vol. 30, № 1. P. 41–52.
64. Lander E., Liker J. K. The Toyota Production System and Art: Making Highly Customized and Creative Products the Toyota Way // International Journal of Production Research. August, 2007. Vol. 45. № 16. P. 3681–3698.

65. Liker J. K. The Toyota Way. 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer. 2nd edition. New York : McGraw Hill, 2020. 448 p.
66. Liker J. K., Hoseus M. Toyota Culture. New York : McGraw Hill, 2008. 514 p.
67. Liker J. K., Meier D. The Toyota Way. Fieldbook. 1st edition. New York : McGraw Hill, 2005. 476 p.
68. Ohno T. Toyota Production System. NY: Productivity Press, 1988(a). 152 p.
69. Ohno T. Workplace Management. Cambridge, Massachusetts : Productivity Press, 1988(б). 162 p.
70. Rother M., Shook J. Learning to See. Value Stream Mapping to Add Value and Eliminate Muda. Brookline, Massachusetts : The Lean Enterprise Institute, 1999. 122 p.
71. Shingo Sh. A Study of the Toyota Production System from an Industrial Engineering Viewpoint / transl. by A. P. Dillon. Cambridge, Massachusetts : Productivity Press, 1989. 296 p.
72. Shingo Sh. Fundamental Principles of Lean Manufacturing. Bellingham : Enna Products Corporation, 2009. 421 p.
73. Sugimori Y., Kusunoki K., Cho F., Uchikawa S. Toyota Production System and Kanban System Materialization of Just-in-Time and Respect-for-Human System // The International Journal of Production Research. 1977. Vol. 15. № 6. C. 553–564.
74. Womack J. P., Jones D. T. Lean Thinking. Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation. NY : Simon & Schuster Ltd, 1996. 397 p.
75. Womack J. P., Jones D. T., Roos D. The Machine That Changed the World. NY : Macmillan Publishing Company, 1990. 323 p.

ДОДАТКИ
Додаток А
Глосарій термінів

№	Англомовний термін	Український еквівалент
1	A3 report	Звіт А3
2	Accountability	Відповідальність
3	Action plan	План заходів
4	Adjustment period	Період адаптації
5	Analysis paralysis	Аналітичний параліч
6	Assembly line	Виробнича лінія
7	Assimilation process	Процес засвоєння
8	Attendance policies	Політика відвідуваності
9	Auditing	Перевірка
10	Automation	Автоматизація
11	Awareness of customer requirement	Усвідомлення вимог клієнта
12	Batch	Партія
13	Benchmarking tours	Бенчмаркінгові тури
14	Big box mentality	Стратегія «великої коробки» (широко використовувана стратегія в роздрібній торгівлі, орієнтована на великі магазини)
15	Big waste	Великі втрати (ресурсів)
16	Boundary samples	Межові зразки / граничні проби
17	Brainstorming	Мозковий штурм
18	Buffer	Страховий запас
19	Build to order	Виготовлення під замовлення

20	Building ahead	Створення запасів (або попереднє виробництво)
21	Cabbage patch approach	Підхід «капустяної грядки» (хаотичний чи випадковий підхід)
22	Chaku chaku	«Завантажуй! Завантажуй!» (безперервний процес роботи напівавтоматизованого конвеєра)
23	Challenge	Виклик
24	Change process	Процес змін
25	Chaos	Хаос
26	Charismatic power	Сила харизми
27	Charts	Графіки
28	Coercive power	Сила примусу
29	Commitments	Зобов'язання
30	Company philosophy	Філософія компанії
31	Company purpose	Мета компанії
32	Compatible capabilities	Сумісні можливості
33	Complex flow situations	Складні ситуації потоку
34	Continuity of purpose	Безперервність мети
35	Consensus	Консенсус
36	Consistency	Послідовність
37	Continuing education courses	Курси безперервної освіти
38	Continuous flow	Безперервний потік
39	Continuous improvement	Постійне покращення
40	Contract labor companies	Компанії з контрактною працею
41	Control systems	Системи контролю
42	Corporate slogan	Корпоративний слоган

43	Corrective action information	Інформація про коригувальні дії
44	Cost competitiveness	Конкурентоспроможність за витратами
45	Cost models	Моделі витрат
46	Cost profit planning	Планування витрат і прибутку
47	Countermeasures	Контрзаходи
48	Criticism	Критика
49	Culture change	Зміна культури
50	Custom manufacturing environment	Спеціальне виробниче середовище
51	Customer demand	Попит споживачів
52	Cycle time losses	Втрати часу за цикл
53	Defective parts	Дефектні / Неякісні деталі
54	Department manager	Керівник підрозділу
55	Design-in	Вбудоване проектування (процес інтеграції вимог до продукту на етапі проектування)
56	Deviation	Відхилення
57	Efficient factory	Ефективна фабрика
58	Eliminate waste	Усувати витрати
59	Engineering process	Інженерний процес
60	Enterprisewide programs	Програми для всього підприємства
61	Environmental standards	Екологічні стандарти
62	Equipment operation parameters	Параметри експлуатації обладнання
63	Equipment verification	Перевірка обладнання
64	Error proofing	Запобігання помилкам (підхід для забезпечення якості, який спрямований на мінімізацію й усунення помилок)

65	Failure	Несправність, відмова, провал
66	False standard	Хибний стандарт
67	Feedback loop time	Час зворотного зв'язку
68	Fieldbook	Робочий записник / блокнот (використовується для збору та організації даних на місці, в умовах виробництва)
69	First in-first out (FIFO)	Перший прийшов – перший пішов (метод управління запасами, за якого перші товари, які надійшли, використовуються, обробляються або продаються першими)
70	Five Who's	П'ять «хто» (метод для визначення ролей або відповідальностей у процесах чи проектах)
71	Five-Why process	Процес п'яти «чому» (метод аналізу причинно-наслідкових зв'язків, який передбачає задавання питання «чому?» п'ять разів для виявлення корінної причини проблеми)
72	Fixed position stop	Стоп на фіксованій позиції (може позначати зупинку або паузу в процесі на певному етапі чи позиції)
73	Flexibility	Гнучкість
74	Floater (Water spider)	Поплавок / той, що тримається на поверхні / водомірка (може позначати людину або ресурс, який переміщується між різними завданнями або позиціями)

75	Flow	Потік
76	Flow-order processing	Обробка за потоком замовлень (метод організації процесу обробки, при якому замовлення обробляються за їх порядком надходження)
77	Flow-through process	Процес безперервного потоку (підхід, коли продукція або інформація рухаються через весь процес без зупинок чи затримок)
78	Focus	Фокус, концентрація, увага
79	Freshman project	Проект для новачків (може позначати проекти, до яких залучають нових працівників або учасників, щоб вони освоїли базові навички)
80	Frozen middle	Заморожене середовище (метафора, що вказує на середній рівень керівництва, яке часто опирається змінам через страх або інерцію)
81	Gemba / Genba	Гемба / Робоче місце / Виробнича зона
82	Gemba walk	Тур в гемба / прогулянка в гемба
83	Genchi genbutsu	«Йди на місце подій і побач/спостерігай» (японський принцип, що означає отримання інформації безпосередньо з місця подій, щоб краще зрозуміти ситуацію)
84	General foreman	Головний майстер
85	General manager	Генеральний директор

86	Generic information technology	Загальні інформаційні технології
87	«Give them time and they will learn» method	«Дайте їм час, і вони навчаться» (метод, що передбачає терпіння у навчанні)
88	Go and see / Go, look, see	«Йди і подивись» (принцип, за яким керівники повинні безпосередньо відвідати робочі місця для розуміння проблем)
89	Graph	Графік
90	Group leader	Керівник групи
91	Guest engineer	Запрошений / Гостьовий інженер (професіонал, який тимчасово працює в іншій компанії або відділі)
92	High model mix environment	Одночасне виробництво великої різноманітності моделей
93	Hitting the wall	Упиратися у стіну (ситуація, коли процес або людина досягають межі можливостей і не можуть рухатись далі без змін)
94	Hot projects approach	Підхід «Гарячі проекти» (стратегії, спрямовані на пріоритетне виконання важливих, термінових проектів)
95	Hybrid vehicle	Гібридний транспортний засіб
96	Idle time	Час простою
97	Implementation strategy	Стратегія впровадження
98	Improvement opportunity	Можливість для покращення
99	In-cycle losses	Втрати в циклі (втрати, що виникають під час виробничого або робочого циклу)
100	Inconsistency	Непослідовність

101	Incorrect processing	Неправильна обробка
102	Incremental leveling	Поступове вирівнювання (покрокове коригування процесу для досягнення рівномірності)
103	Indirect labor	Непрямі витрати на працю (працівники, які не займаються безпосереднім виробництвом, але підтримують процеси)
104	Individual process	Індивідуальний процес
105	Inflexibility	Негнучкість
106	Informal scheduling	Неформальне планування
107	Information sharing	Обмін інформацією
108	Innovation	Інновація
109	Inspection	Інспекція, перевірка
110	Inspection points	Точки перевірки
111	Interlocking structures	Взаємопов'язані структури
112	Intermediate process	Проміжний процес
113	Intermittent work delays	Переривчасті затримки в роботі
114	Intermittent work stoppages	Переривчасті зупинки роботи
115	Inundation model	Модель затоплення (можливо, метафора для опису ситуації з надмірним навантаженням або перевантаженням)
116	Inventory	Запаси
117	Inventory management	Управління запасами
118	Island method	Острівний метод (організація робочих місць чи зон, де кожен елемент або процес працює незалежно або відокремлено від інших)

119	Isolating variability	Ізоляція варіативності (стратегії для мінімізації або контролю коливань у процесах для забезпечення стабільності)
120	Jidoka	Джідока (японський принцип автоматизації з людським контролем, коли машини або процеси автоматично зупиняються при виникненні проблеми, щоб попередити дефекти)
121	Job breakdown sheet	Лист розбиття роботи (документ, який детально описує кожен етап виконання роботи)
122	Job instruction training	Навчання за інструкціями по роботі
123	Jumping to solutions	Швидке прийняття рішень (підхід, коли людина або команда намагається знайти рішення до того, як точно зрозуміє проблему)
124	Just-in-time (JIT)	Точно вчасно (метод управління виробництвом, при якому матеріали і компоненти постачаються або виготовляються лише в потрібний момент, щоб зменшити запаси)
125	Kaizen	Кайзен (японський термін, що означає постійне покращення процесів, як великих, так і малих, в усіх аспектах життя чи роботи)
126	Kaizen blitz	Кайзен-бліц (інтенсивний, короткостроковий захід для

		вдосконалення певного процесу або зони)
127	Kaizen burst	Кайзен-сплеск (інтенсивне вдосконалення, яке реалізується впродовж короткого періоду, щоб вирішити конкретну проблему або набір проблем)
128	Kaizen event	Захід кайзен (подія, в рамках якої проводиться вдосконалення процесів, часто з участю різних працівників і команд)
129	Kanban	Канбан (система управління запасами та виробничими процесами, яка використовує візуальні сигнали для регулювання виробництва і доставки матеріалів)
130	Kanban card	Канбан-картка (картка, що використовується в системі канбан для управління потоком матеріалів і компонентів у виробничому процесі)
131	Key points	Ключові моменти
132	Lean automation process	Процес ЛІН-автоматизації (автоматизація, що сприяє оптимізації витрат і зменшенню відходів у виробництві)
133	Lean coach	Тренер з лін-методології (фахівець, який навчає та підтримує команду у впровадженні ЛІН-підходів)

134	Lean enterprise	ЛПН-підприємство (підприємство, на якому впроваджені принципи ЛПН-менеджменту для максимального зменшення витрат і підвищення ефективності)
135	Lean event	Захід ЛПН (короткострокова ініціатива для впровадження змін, спрямованих на покращення процесу з використанням ЛПН-методів)
136	Lean implementation strategies	Стратегії впровадження ЛПН-методології
137	Leveling	Вирівнювання (процес вирівнювання навантаження або виробничого потоку для зменшення коливань і забезпечення стабільності)
138	Management kaizen training	Навчання керівників кайзен (освітня програма для керівників щодо впровадження безперервних вдосконалень у процеси)
139	Material handling	Обробка матеріалів (процес переміщення, зберігання та управління матеріалами на підприємстві)
140	Material replenishment	Поповнення матеріалів (процес поповнення запасів матеріалів у виробничому процесі для забезпечення безперервності виробництва)
141	Medium issues	Питання середнього рівня складності
142	Microwave method	Метод мікрохвильовки (швидке та

		ефективне рішення проблеми)
143	Mission statement	Місія компанії (основна мета та цілі організації)
144	Mistake proofing	Запобігання помилкам
145	Model mix	Змішування моделей (виробничий процес, коли виготовляються різні моделі продукції в рамках одного виробничого потоку)
146	Muda / Waste	Втрата
147	Multifunction worker	Багатофункціональний працівник
148	Multitasking	Багатозадачність
149	Mura / Unevenness / Irregularity	Нерівномірність / Неритмічність / Розбалансованість
150	Muri / Overburden / Unreasonableness	Нерозумна / Необґрунтована робота
151	Mutual understanding	Взаєморозуміння
152	Non-value-adding work/operation/activity	Робота / Операція / Діяльність, яка не додає цінність
153	Organizational structure	Організаційна структура
154	Out-of-cycle losses	Втрати поза циклом (втрати, що виникають поза основними виробничими чи операційними циклами)
155	«Outdated» technology	«Застаріла» технологія
156	Outrun your headlights	Діяти надто швидко або передбачати майбутнє без достатнього розуміння поточної ситуації
157	Outsourcing	Аутсорсинг (передача частини бізнес-

		процесів або функцій зовнішнім постачальникам або компаніям)
158	Overprocessing	Надмірна обробка (виконання зайвих або непотрібних операцій, що не додають цінності продукту чи процесу)
159	Overproduction	Перевиробництво / надвиробництво
160	Overtime	Понаднормові години
161	Parallel sourcing	Паралельне постачання / паралельне джерело постачання
162	Pareto principle	Принцип Парето (80/20)
163	Peer review	Огляд колег (перевірка рівними)
164	Personal observation	Особисте спостереження
165	Pitch time / Pitch	Розрахунковий орієнтовний час операції (загальний час виробництва поділений на кількість операцій)
166	Plan-do-check-act (PDCA)	Плануй-впроваджуй-перевірай-дій (Цикл PDCA)
167	Plant development activities	Дії з розвитку виробничого підприємства
168	Plant tour	Огляд підприємства (екскурсія виробництвом)
169	Point kaizen	Кайдзен на місці (місцеве вдосконалення, покращення окремих аспектів на робочому місці)
170	Poka yoke	Покайоке (система запобігання помилок)
171	Policy deployment	Розгортання політики
172	Practical kaizen training	Практичне навчання кайзеру
173	Preemptive corrective action	Превентивні коригувальні дії

174	Preshift verification	Перевірка перед зміною
175	Probational period	Випробувальний період
176	Problem definition	Визначення проблеми
177	Problem resolution cycle	Цикл вирішення проблем
178	Quality	Якість
179	Quality standards	Стандарти якості
180	Quick / rapid changeover	Швидка зміна налаштувань
181	Radical kaizen/transformation	Радикальний кайзен/трансформація
182	Randomness	Випадковість
183	Rank ordering analysis	Аналіз рангового порядку
184	Rapid improvement	Швидке вдосконалення
185	Rational-legal power	Раціонально-легітимна влада
186	Reduction of variability	Зниження варіативності
187	Sacrifice	Жертва
188	Safety	Безпека
189	Safety standards	Стандарти безпеки
190	Scheduled	Запланований
191	Scientific management	Наукове управління
192	Self-inflicted variability	Самоіндукована варіативність
193	Self-monitoring machines	Машини з самоконтролем
194	Sense of purpose	Відчуття мети
195	Sensei	Сенсей (вчитель, наставник)
196	Sequenced queue	Послідовна черга
197	Sequential and concurrent continuous improvement	Послідовне та одночасне безперервне вдосконалення
198	Shared purpose	Спільна мета
199	Short cycle time job	Робота з коротким циклом часу

200	Short-term countermeasures	Короткострокові контрзаходи
201	Simplicity	Простота
202	Simulation	Симуляція
203	Simultaneous engineering	Синхронне інженерне проектування
204	Standardized work	Стандартизована робота
205	Tailor technology	Індивідуалізація технології
206	Takt time	Такт-час (час на одиницю продукції)
207	Temporary worker	Тимчасовий робітник
208	«Therefore» method	Метод «отже» (метод прийняття рішень або розв'язання проблем, який передбачає логічний процес переходу від одного етапу до іншого за допомогою висновку)
209	Think outside the box	Думати поза межами звичного (метод креативного вирішення проблем або пошуку нестандартних рішень)
210	Time variations	Варіації часу (коливання в часі виконання завдань чи процесів, які можуть впливати на ефективність)
211	Total Productive Maintenance (TPM)	Загальний догляд за обладнанням
212	Toyota Way principles	Принципи Toyota Way (основні принципи та філософія, які лежать в основі системи виробництва Toyota, включаючи безперервне вдосконалення та повагу до людей)
213	TPS (Toyota Production System)	Система виробництва Toyota (відомий підхід до управління виробництвом, який

		фокусується на мінімізації відходів і покращенні ефективності)
214	Unit-cost-focused manufacturing	Виробництво, орієнтоване на одиничну вартість (стратегія виробництва, яка акцентує увагу на зниженні витрат на одиницю продукції)
215	Unnecessary movement	Непотрібні рухи (переміщення, які не додають цінності процесу і повинні бути усунуті для підвищення ефективності)
216	Value	Цінність
217	Value stream	Потік створення цінності
218	Value stream map	Карта потоку створення цінності
219	Value stream mapping	Складання карти потоку створення цінності
220	Value-added work / operation / activity	Робота / Операція / Діяльність, яка додає цінність
221	Waste walk	Пошук втрат
222	Waste hunting	«Полювання» на втрати

Додаток Б
Тези за темою роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ТИЖДЕНЬ НАУКИ-2024
Гуманітарний факультет

Збірник тез доповідей щорічної
науково-практичної конференції серед студентів, викладачів, науковців,
молодих учених і аспірантів
15–19 квітня 2024 року

Електронне видання на DVD-ROM

Запоріжжя • НУ «Запорізька політехніка» • 2024

<i>Каширїна І. В.</i> ПАРАТЕКСТИ В АСПЕКТІ ТРАНСЛЯЦІЇ.....	72
<i>Приходько А. М., Корнієнко Л. В.</i> ЛІМЕРИК ЯК ДИСКУРСИВНИЙ ЖАНР АНГЛОМОВНОЇ КАРНАВАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ.....	74
<i>Кузнєцова І. В., Бондарєва А. І.</i> КОГНІТИВНА ПАРАДИГМА У ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	76
<i>Кузнєцова І. В., Гринькова Т. Ю.</i> АНГЛОМОВНІ МЕТАФОРІЧНІ ТЕРМІНИ.....	78
<i>Куц Е. О., Балабанов Р. І.</i> ГЕТЕРОГЕННИЙ ХАРАКТЕР АНГЛІЙСЬКОМОВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ БОКСУ.....	81
<i>Хавкіна О. М., Білякова Г. Є.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ РЕАЛІЙ У МОВОЗНАВСТВІ І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВІ.....	82
<i>Хавкіна О. М., Холоста О. В.</i> КСЕНОФОБИЯ У ЛІНГВІСТИЦІ.....	83
<i>Лут К. А., Дорофєєва С. Є.</i> СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ ФРАНЦУЗЬКОЮ МОВОЮ.....	86
<i>Лут К. А., Бочарська А. П.</i> АНГЛІЙСЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ НА ПРИКЛАДАХ З ПОВСЯКДЕННОГО ЖИТТЯ.....	88
<i>Костенко Г. М., Панасенко Д. К.</i> КОНТЕНТ-АНАЛІЗ У СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	90
<i>Костенко Г. М., Трубарова М. О.</i> СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ).....	92
<i>Тарасенко К. В., Курятенко А. Д.</i> «ФОРМУЛЬНА» ПРИРОДА АНГЛОМОВНОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ.....	94
<i>Підгорна А. Б., Стаценко М. А.</i> ЯПОНСЬКІ ТЕРМІНИ В ЛІТЕРАТУРІ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ.....	96
<i>Леценко Г. А., Мєгрєлішвілі М. О.</i> АНГЛІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ХАРАКТЕР: СУЧАСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	98

into more thrills (зануритися у ще більші розваги) та ін. Метафора «topped by spires and turrets» створює враження величі та масштабності льодовиків, які нагадують величаві середньовічні замки.

Доволі часто зустрічаються дієслівні кліше, які є «формульними» для туристичної реклами: visit (відвідувати), explore (вивчати), come (приїжджати), enjoy (насолюдуватися), buy online (купувати в Інтернеті), discover (віднайти), search (шукати), choose (обирати) і т.п.

Таким чином, рекламний текст має такі особливості як формульний характер; наявність слів з підвищеною рекламною цінністю, великою емоційною силою, що створюють наочний, відчутний рекламний образ; намагання передати властивості рекламованого продукту за допомогою образів та мови; конкретика; цілеспрямованість; доказовість; логічна побудова; дохідливість; короткість; лаконічність; оригінальність. Його функції – привертання уваги аудиторії й викликання інтересу до рекламованого товару або послуги, викликання цікавості, комунікативна, інформативна, переконувальна (функція впливу), імпресивна (апелятивна), нагадування про те, де можна придбати той чи той товар, утримання прихильності покупців до рекламованої марки або послуги.

УДК 811.521'373.46:005.93

Підгорна А. Б.¹, Стаценко М. А.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ГФ-313м НУ «Запорізька політехніка»

ЯПОНСЬКІ ТЕРМІНИ В ЛІТЕРАТУРІ З ЛІН-МЕНЕДЖМЕНТУ

На сьогодні лін-методологія (lean) організації виробництва товарів та послуг широко розповсюджена по всьому світу. Керівництво будь-якої компанії, яке ставить собі за мету покращення своїх бізнес-показників, підвищення фінансових результатів чи якості або зменшення операційних витрат, рано чи пізно дізнається про існування методології лін-менеджменту. Якщо раніше лін-менеджмент, у частині лін-виробництва (lean production), торкався лише сфери організації виробництва товарів, то зараз маємо безліч прикладів успішного застосування інструментів лін також і у сфері послуг (лікарні, офіси) і навіть у державній службі (державні органи, комунальні служби). Інформація щодо теорії і практики впровадження лін-менеджменту широко розповсюджена як у вигляді друкованої літератури, так і у статтях на безлічі Інтернет-ресурсів, написаних багатьма мовами світу.

Лін заснований на ідеях виробничої системи Тойоти, яка була започаткована в Японії. А отже, японський менталітет і японська мова залишили вагомий відбиток як на ключових принципах лін, так і на термінології цієї методології.

Найголовнішою ідеєю лін є ліквідація всіх видів втрат, які перешкоджають створенню цінності для замовника. Японські назви трьох основних категорій втрат «Muda, Mura, Muri» можемо спостерігати на багатьох Інтернет-ресурсах, присвячених лін, незалежно від мови написання статті. Так само термін «Kaizen» може мати різні значення відповідно до контексту використання: 1) процес постійного покращення; 2) рушійна сила лін, тобто необхідність постійно вдосконалювати існуючий стан речей; 3) окремі ідеї щодо покращення виробництва; 4) сам процес впровадження, особливо у словосполученні «Kaizen event».

Слово «Gemba» (рідше вимовляється як «Genba») в значенні «місце // реальне місце» (робоче місце, місце створення цінності, місце виникнення проблеми) широко вживається в англійській лін-літературі у вигляді словосполучення «gemba walk», яке описує процес «genchi gembutsu», що «вимагає піти і побачити» («go and see») реальний стан речей в тому місці, де створюється цінність.

Слово «Kanban» (з японської – «візуальна дошка, знак»), окрім лін-менеджменту, набуло широко вжитку в методології Agile. В обох випадках словосполучення «Kanban board» означає інструмент (метод) планування і відстеження статусу виконання робіт.

Термін «Kata», який має первинне номінативне значення «зразок // комбінація // формальна вправа», – систематизована послідовність групи прийомів у японських бойових мистецтвах. Але в лін-дискурсі цей термін набув значення шаблону (рутини, стереотипу) поведінки працівника і керівника, який реалізується у постійній постановці цілей і виконанні незначних експериментів з подальшим їх аналізом задля досягнення окреслених завдань. В англійських текстах використовуються словосполучення «coaching kata» та «improvement kata».

Широкого визнання отримала також система організації робочого місця, відома як 5S. Назва системи походить від п'яти японських слів, що мають першою літеру «S»: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke. Цікаво, що задля того, щоб мати зв'язок між назвою системи 5S і її змістом, більшість авторів статей і книг різними мовами намагаються підбирати варіанти перекладу також із першою літерою S, наприклад:

Seiri – англ. sort/sorting, укр. сортування, фр. Supprimer, нім. Sortieren/Selektieren;

Seiton – англ. set in order / straighten, укр. систематизація, фр. situer, нім. schaffen Sie Ordnung / systematisieren;

Seiso – англ. shine, укр. слідкування за чистотою, фр. faire scintiller, нім. Sauberkeit;

Seiketsu – англ. standardize, укр. стандартизація, фр. standardiser, нім. standartisieren;

Shitsuke – англ. sustain / self-discipline, укр. самодисципліна, фр. suivi, нім. Selbstdisziplin.

Існує багато інших японських термінів, які вживаються, зокрема, в англомовних статтях (літературі) лін-дискурсу: andon, jidoka, roka yoke, yamazumi, anova, hoshin kanri, obeya. В більшості випадків ці слова надаються як назви певних інструментів лін для підкреслення «азійського» походження всієї методології. Але з іншого боку часто просто не існує повноцінного однослівного варіанту перекладу цих термінів, тому завжди за ними надається детальне пояснення значення.

УДК 39-027.542(=111)

Лещенко Г. А.¹, Мегрелішвілі М. О.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² канд. філос. наук, доц., студ. гр. ГФ-313м НУ «Запорізька політехніка»

АНГЛІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ХАРАКТЕР: СУЧАСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Актуальність дослідження англійського національного характеру зумовлена, з одного боку, тими змінами, що відбулись в уявленнях самих британців про себе та іноземців про них, з іншого боку, необхідністю поглиблювати знання про екстралінгвальні чинники, що сприятиме подальшому розвитку міжкультурної комунікації.

Розуміння специфіки англійського національного характеру було окреслено у XVIII-XIX століттях, зокрема І. Кантом [1], А. де Токвілем [2; 6], якими було з'ясовано, що основою характеру є індивідуалізм (А. де Токвіль), а також англійцям властиві: байдужості до думки інших, гордість, сміливість, стійкість та деякі інші риси.

Проте, чи повністю відповідає цей образ сучасності? За період з XIX століття і до сьогодні відбулися дві Світові війни, розпад Британської імперії, становлення інформаційного суспільства, продовжують посилюватись процеси глобалізації з її взаємовпливом культур та розмиванням національної ідентичності – все це так чи інакше могло позначитись на англійській ментальності. Принаймні на інтенсивності прояву тієї чи іншої риси характеру. Так, О. Гібберто, розмірковуючи про характер сучасних британців, звертається до результатів опитувань Gallup у 2012 році, і зазначає що вони (британці) більш емоційні, ніж це традиційно