

6. Morton, L.W., Eigenbrode, S.D., Martin, T.A. Architectures of adaptive integration in large collaborative projects / L.W. Morton, S.D. Eigenbrode, T.A. Martin // *Ecology and Society*. – 2015. – Vol. 20. – Is. 4. – P. 5.
7. Wilson, V., Pirrie, A. Multidisciplinary Teamworking: Beyond the Barriers? A Review of the Issues / V. Wilson, A. Pirrie. – Edinburgh: The Scottish Council for Research in Education, 2000. – 26, [VI] p.

Артеменко С. Б.

sveta_shvets@bigmir.net

кандидат соціологічних наук, доцент

доцент кафедри соціології

факультету управління персоналом, соціології та психології

КНЕУ імені Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

Оніщук І. І.

ilyaonichuk05@gmail.com

студент I курсу (друга освіта)

ОП «Управління ресторанним бізнесом»

«Задкіне Бізнес коледж»

м. Роттердам, Нідерланди

ПРОЛЕГОМЕНИ ДО РОЗУМІННЯ МІЖМОВНОЇ ОМОНІМІЇ ПРЕДМЕТНОЇ СФЕРИ СОЦІОЛОГІЇ НАУКИ Й СОЦІОЛОГІЇ ОСВІТИ В АКАДЕМІЧНІЙ ЛЕКСИКІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Вступ. З активізацією глобалізаційних процесів у вищій школі, перетворенням англійської мови на засіб міжкультурної комунікації, зростає актуальність вивчення проблематики міжмовних омонімів. В сучасній науці вони розглядаються як соціолінгвістичні явища, які ускладнюють вивчення іноземною мови, є причиною помилок у перекладацькій діяльності та бар'єрів у міжкультурній комунікації. При цьому питання міжмовної омонімії в англійській та українській мові знайшла відображення у роботах таких вітчизняних дослідників, як Ю. Крапива, Г. Ягелович, Ю. Шепель, Н. Науменко, Ю. Хромцова, І. Ментинська, І. Секрет та багато інших. Однак поза увагою цих

вчених залишилися дослідження міжмовної англійсько-української омонімії з перспективи системного підходу у зображенні освіти і науки як соціальних феноменів, їх структурних та функціональних особливостей тощо.

Основна частина. Міжмовними омонімами або «фальшивими друзями перекладача» виступають терміни в англійській та українській мові, які фактично мають однакове написання, але позначають різні соціальні феномени. На думку вітчизняної вченої І. Сидорук, для уникнення помилок при перекладі міжмовних омонімів, вибираючи найбільш вдалий відповідник, необхідно звертати увагу на зміст речення і, також на весь контекст, а також його жанр і стиль [1]. Звідси завдання перекладача полягає у пошуку релевантних дефініцій досліджуваних термінів та визначення контекстуальних особливостей академічного тексту, що сприятиме уникненню помилок та неточностей у перекладацькій діяльності.

Нижче в алфавітному порядку подані деякі англійсько-українські міжмовні омоніми з досліджуваної проблематики з відповідним перекладом англійським термінів [2] та змістовним тлумаченням української термінології:

1) *collection* – збирання даних (не тільки колекція), *methods of sociological data collection* – методи збору соціологічної інформації, *колекція* – накопичення речей;

2) *conference* – нарада, зустріч, захід, з'їзд, конгрес (не тільки конференція), *parent-teacher conference* – збори, *конференція* – науковий захід;

3) *contingent* – умовний, випадковий, частка (не тільки контингент), *контингент* – сукупність осіб, які утворюють відносно однорідну групу;

4) *data* – дані; *sociological data* – будь-яка інформація про соціальний світ, наприклад, поведінка, системи та інститути [3], *дата* – певна календарна подія;

5) *direction* – напрямок, вектор, керівництво, розпорядження, (не тільки дирекція), *new directions for the sociology of education* – нові напрямки розвитку соціології освіти, *дирекція* – керівний орган, який очолюється директором;

6) *effectively* – фактично, реально (не тільки ефективно); *ефективно* – те, що призводить до потрібних результатів, дає найбільший ефект;

7) *industry* – галузь, виробництво, бізнес, старанність (не тільки індустрія), *the higher education industry* – сфера вищої освіти, *індустрія* – промисловість;

8) *magazine* – журнал, *science magazine society* – науковий журнал про суспільство, *магазин* – заклад роздрібної торгівлі;

9) *phenomenon* – явище (не тільки рідкісна подія), *social phenomenon* – соціальне явище, *феномен* – рідкісний факт;

10) *to realise* – розуміти, усвідомлювати (не тільки реалізувати), *реалізувати* – здійснювати, виконувати щось;

11) *sense* – почуття, розуміння, точка зору, *сенси* – сутність, зміст явища;

12) *scholar* – вчений, *школяр* – учень загальноосвітньої школи;

13) *substance* – сутність, зміст, матерія, матеріал, засіб; (не тільки субстанція), *sociological work: method and substance* – соціологічна робота: метод й сутність, *субстанція* – речовина;

14) *thesis* – дисертація, *тези* – стисло сформульовані основні положення доповіді, лекції, статті тощо;

15) *to utilize* – використовувати, задіювати, (не тільки утилізувати),

16) *to utilize social media tools to increase student engagement* – використовувати інструменти соціальних медіа для підвищення участі студентів, *утилізувати* – передбачає екологічну переробку відходів.

Висновки. Порівняльний аналіз англійсько-українських міжмовних омонімів з проблематики освіти і науки засвідчує складність академічної лексики соціологічного напрямку, що зумовлює здобувачів вищої освіти активно використовувати фахову довідкову літературу академічного рівня для покращення якості наукового перекладу. При цьому завдання викладачів вищої школи стимулювати студентів до активного наукового пошуку й коректного використання інструментів технічного перекладу, які не враховують різні особливості англійської професійної літератури з соціологічної науки.

Використана література:

1. Сидорук Г. І., Шостак Н. А. Міжмовні омоніми як об'єкт лінгвістичного дослідження та перекладацькі прийоми їх вирішення // Науковий вісник

Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Філологічні науки. – 2017. – Вип. 272. – С. 206-212.

2. Сучасний англо-український, українсько-англійський словник : (200 000 слів) / уклад.. В. Мюллер, М. Зубков, В. Федієнко ; наук. та літ. Ред. Кононенко К. М. — Вид. 3-тє, випр. та доп. — Х. : ВД «ШКОЛА», 2014 . — 944 с.
3. Sociology/Theories and methods/Types of data [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/social-studies/theories-and-methods/types-of-data/>

Желтобородов О. М.

reskator2132@gmail.com

кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри гуманітарних наук

Харківської державної академії фізичної культури
м. Харків, Україна

ФІГУРА ГЕРОЯ В ПРОСТОРІ ІСТОРИЧНОГО ЧАСУ

Фігура героя сьогодні як ніколи актуальна. У «героїчну епоху» давнини про героїв розповідали міфи, а героїзм і доблесть були визнаним еталоном поведінки. Не кожен міг бути героєм, але багато хто прагнув бути схожим на славних героїв, намагаючись досягти рівня та розмаху героїчного. Фігура героя спирається насамперед на стародавню міфологію [2]. Герой - це людина, що володіє екстраординарними здібностями, що здійснює незвичайні масштабні вчинки - подвиги, неможливі для пересічного індивіда. Культурний герой робить позитивний внесок у людську культуру, а епічний герой славиться військовими перемогами над ворогами чи чудовиськами. Фігура героя завжди пов'язана з вищими цінностями або сакральним світом, і це надає його діям надлюдський розмах і масштаб. Центральна тема героїчного – тема долі та смерті. Підкорившись долі або вільно протиборствуючи їй, герой підноситься над смертю і увічніює себе у славі.

У той самий час пересічна людина майже будь-коли може бути героєм. Говорячи «героїчна особистість», ми маємо на увазі, що хтось здійснив подвиг - видатний вчинок, що перевищує звичайні людські можливості і служить на благо