

УДК 811.112.2'255 = 161.2

DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-2-18>

## СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПИСЬМОВОГО ПЕРЕКЛАДУ В УКРАЇНІ

**Олексишина Лариса Георгіївна,**

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри германського, загального та порівняльного мовознавства

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

larysa\_oleksyshyna@ukr.net

orcid.org/0000-0002-7946-3563

**Вірстюк Ірина Олегівна,**

студентка 6 курсу факультету іноземних мов

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

irina.virstiuk@ukr.net

orcid.org/0000-0003-2831-8064

Актуальність даного дослідження полягає в необхідності аналізу вимог сучасного ринку письмових перекладів шляхом з'ясування першорядних завдань, що постають перед перекладачами, та виокремлення перекладацьких труднощів і проблем, які повинні в подальшому бути врахованими під час формування освітньої програми «Німецько-український переклад та переклад із другої іноземної мови», а також окреслення навиків, які повинні здобувати майбутні перекладачі під час навчання. Об'єктом дослідження є типи письмових текстів, на переклад яких нині існує найбільший попит в Україні. Предметом дослідження стали стратегії та методи здійснення різних видів письмових перекладів, зокрема й нова для українського перекладацького ринку стратегія «транскреція».

**Мета** дослідження полягає в огляді й аналізі найчастотніших видів письмових перекладів в Україні, а також з'ясуванні особливостей застосування транскреції як однієї зі стратегій перекладу. Завдання дослідження полягає у здійсненні анкетування професійних перекладачів в Україні з метою моніторингу типів завдань та типів текстів на сучасному перекладацькому ринку; в аналізі отриманих даних і формулюванні пропозицій щодо актуалізації робочих програм за спеціальністю «Переклад»; проведенні аналізу, яка частка та які типи текстів потребують застосування перекладацької стратегії транскреції.

**Методи.** Щоб досягнути мети дослідження, було використано порівняльний аналіз та метод суцільної вибірки. Для збирання інформації використано метод анкетування. Для створення наукової концепції дослідження використовувалася метод добору наукової літератури.

Основними термінами нашого дослідження є «письмовий переклад», «стратегії перекладу» та «транскреція». З погляду функціональної і комунікативної спрямованості розрізняють художній, суспільно-політичний та спеціальний переклад. Останніми роками виник новий термін «транскреція» на позначення проміжної ланки між перекладом та створенням нового тексту.

**Результати.** У рамках наукового дослідження проведено онлайн-опитування «Сучасні особливості здійснення письмового перекладу в Україні». Ми проаналізували 31 анкету й отримали такі результати:

- найбільш частотнішим видом перекладу є спеціальний переклад;
- збільшується попит на переклад ІТ-тематики та текстів соціальних мереж;
- більшість опитаних не використовують програми автоматичного перекладу, проте зазначають, що переклад за допомогою програмного забезпечення поступово витісняє конвенційний письмовий переклад;
- збільшення числа перекладачів-фрілансерів;
- збільшення попиту на переклад маркетингових та рекламних текстів;
- термін «транскреція» набуває все більшого поширення.

**Висновки.** Отже, сучасний перекладацький ринок зазнає суттєвого впливу через розвиток новітніх технологій. Передусім набувають популярності переклади в галузях ІТ і маркетингу; під час перекладу використовують усе більше технічних засобів.

**Ключові слова:** письмовий переклад, спеціальний переклад, суспільно-політичний переклад, транскреція, стратегії перекладу, сучасний перекладацький ринок, анкетування.



## THE MODERN SPECIFICS OF WRITTEN TRANSLATION IN UKRAINE

**Oleksyshyna Larysa Heorhiivna,**

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of German General and Comparative Linguistics

*Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

larysa\_oleksyshyna@ukr.net

orcid.org/0000-0002-7946-3563

**Virstiuk Iryna Olehivna,**

6th year Student of the Faculty of Foreign Languages

*Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

irina.virstiuk@ukr.net

orcid.org/0000-0003-2831-8064

*The topicality of the study lies in the need to analyze the requirements of the modern translation market by clarifying the priority tasks that translators face and highlighting translation difficulties and problems that should be taken into account in the formation of the educational program "German-Ukrainian Translation and Translation from A Foreign Language". The object of the research is the types of written texts, the translation of which is currently in great demand in Ukraine. The subject of the study is strategies and methods of various types of written translations, including a new strategy for the Ukrainian translation market "transcreation".*

**Purpose.** *The purpose of the study is to review and analyze the most common types of translation in Ukraine and to spread the use of transcreation as one of the translation strategies. Research objectives are the following: to analyze the theoretical sources on this topic; to conduct a survey among the professional translators in Ukraine in order to monitor the types of tasks in the modern translation market; to analyze the data obtained and explore the features of translation of the most frequently mentioned types of texts in the survey; to analyze what part of the texts requires the application of the translation strategy of "transcreation".*

**Methods.** *To achieve the goal of the study, comparative analysis and the method of continuous sampling were used. A questionnaire method was used to gather information. To create a scientific concept of the study, the method of selection of scientific literature was used.*

*The main terms that are used in our study are "translation", "translation strategies" and "transcreation". From the point of view of functional and communicative orientation, there are artistic, socio-political and special types of translation. In recent years, a new term "transcreation" has appeared to denote an intermediate link between translation and the creation of a new text.*

**Results.** *As part of the research, an online survey "Modern Features of Translation in Ukraine" was conducted. We have analyzed 31 responses and obtained the following results:*

- *the most frequent type of translation is the special translation;*
- *the demand for translation of IT topics and texts of social networks is increasing;*
- *the majority of respondents do not use automatic translation programs, but emphasize that the translation with the help of these programs is gradually displacing the conventional translation;*
- *the number of freelance translators is increasing;*
- *the demand for translation of marketing and advertising texts is on the rise;*
- *the term "transcreation" is becoming more common.*

**Conclusions.** *Thus, the modern translation market has been significantly influenced by the development of new technologies. First of all, translations in the fields of IT and marketing are gaining popularity; more and more technical means are used during translation.*

**Key words:** *written translation, special translation, socio-political translation, transcreation, translation strategies, modern translation market, questionnaire.*

### 1. Вступ

На сучасному етапі Німеччина є другим за важливістю торговельним партнером України, крім того, співпраця поширюється теж на медицину, машинобудування, освіту, культуру, сферу інформаційних технологій та інші галузі. Цей чинник сприяє потребі підготовки професійних перекладачів, які здійснюватимуть письмові переклади вузькоспеціалізованих текстів. Наше дослідження покликане

з'ясувати вимоги сучасного перекладацького ринку та відповідно до цього сформулювати рекомендації для адаптації навчальних програм до цих вимог.

**Мета дослідження** полягає в огляді й аналізі найчастотніших видів письмових перекладів в Україні і поширенню застосування транскреції як однієї зі стратегій перекладу. Ми поставили перед нашим дослідженням такі **завдання**: проведення опитування професійних перекладачів в Україні з метою моніторингу типів

завдань та типів текстів на сучасному перекладацькому ринку; аналіз отриманих даних та формулювання пропозицій щодо актуалізації робочих програм за спеціальністю «Переклад»; проведення аналізу, яка частка та які типи текстів потребують застосування перекладацької стратегії транскреації.

**Методи.** Щоб досягнути мети дослідження, було використано порівняльний аналіз та метод суцільної вибірки. Для збирання інформації використано метод анкетування. Для створення наукової концепції дослідження використовувався метод добору наукової літератури.

## 2. Аналіз теоретичного доробку з аналізованого питання

Письмовий переклад – це одна з форм перекладу, коли письмовий текст оригіналу передається письмовим текстом перекладу. Письмовий переклад має низку класифікацій. З погляду функціональної і комунікативної спрямованості розрізняють художній, інформативний або суспільно-політичний та спеціальний переклад (Алимов, 2006). Важливим терміном у перекладознавстві є «стратегія перекладу», це програма здійснення перекладацької діяльності, що формується на основі загального підходу перекладача до виконання перекладу в умовах певної комунікативної ситуації двомовної комунікації, яка визначається специфічними особливостями цієї ситуації і метою перекладу, а також визначає характер професійної поведінки перекладача в рамках певної комунікативної ситуації (Сдобников, 2011: 166–172). Традиційно виділяють такі групи стратегій, як: форенізація, доместикація, нейтралізація. Однак протягом останніх років виник новий підхід до перекладу, який назвали «транскреація». У рекламній індустрії під транскреацією розуміють «переклад рекламного тексту іншою мовою з урахуванням мінливих культурних умов і контекстів» (Transkreation und Adaptation). У процесі транскреації перекладач передає основний зміст та емоційне навантаження текстів за допомогою абсолютно відмінних від вихідної мови засобів цільової мови, тобто це процес, що перебуває між перекладом та творенням нового тексту. Вдаються до транскреації переважно під час роботи з рекламними текстами (реклама, брошури й аналогічні глянцеви продукти), а також щодо так званих «іміджевих текстів» – текстів, важливих для іміджу торговельної марки. Тут ідеться не тільки про аналіз задуму тексту, а й про те, який культурно-специфічний «багаж» він несе і які цінності та мовні асоціації він передбачає в читача.

Різниця між транскреацією і перекладом полягає в тому, що переклад найчастіше використовується для ділових паперів або документів із природничих наук / ІТ, точність яких має першорядне значення. Перекладачі також повинні мати кваліфікацію і знання в конкретній галузі, як-от медицина, юриспруденція, бухгалтерська облік або автомобілебудування. Водночас деякі перекладачі мають змогу проявити креативність через свої переклади, особливо під час проведення маркетингових або рекламних кампаній. Саме тоді у гру вступає транскреація (What are the differences).

## 3. Результати анкетування

У рамках наукового дослідження було проведено онлайн-опитування «Сучасні особливості здійснення письмового перекладу в Україні». За допомогою інструменту Google Форми ми створили анкету, яка містила 20 питань і 1 позицію в кінці, з можливістю внесення зауважень, які виникли під час анкетування (див. Зразок анкети). Під час анкетування було зібрано електронні адреси опитаних з метою ідентифікації кожної анкети, а також підтвердження, що анкетування було проведено серед реальних людей. Інші дані, які б засвідчували особу, не були зібрані.

Запит на проходження анкетування був надісланий на електронні адреси перекладацьких бюро в Чернівцях, а також місцевим перекладачам у Чернівцях, які займаються перекладом як основною діяльністю і додатковою.

Анкетування не було обмежене Чернівцями. Ініціативна група, що об'єднує професійних перекладачів художньої та нехудожньої літератури, дослідників і культурних менеджерів, Translators In Action (Перекладачі в дії) опублікувала запит на проходження анкети на своїй офіційній сторінці у Facebook. Також на сторінці ще однієї спільноти у Facebook «Український переклад» нам було дозволено розмістити оголошення про анкетування. Завдяки цьому, а також поширенню інформації про анкетування іншими перекладачами, ми можемо говорити про всеукраїнське опитування. Ми отримали 31 анкету. У цій статті ми пропонуємо ознайомитися з результатами анкетування «Сучасні особливості здійснення письмового перекладу в Україні».

Стать опитаних: 81,1% жінок і 12,9% чоловіків. 19 опитаних мають диплом магістра, 6 – бакалавра, 3 – спеціаліста, 1 особа є кандидатом філологічних наук, 1 – доктор філософії, 1 особа з вищою незакінченою освітою.

61,3% опитаних здобули перекладацьку освіту. 6% вивчали переклад та іноземну філологію разом. 18% респондентів



вказали філологічні спеціальності: німецька, англійська, українська філологія, прикладна лінгвістика, теорія й історія літератури, компаративістика. Інші вказані спеціальності: викладач історії, юрист, маркетинг, видавнича справа та редагування, радіоелектронні апарати, журналістика.

Найпопулярніша пара мов – англійсько-українська (31%). На другому місці німецько-український переклад (19,4%). Українсько-англійською мовною парою послуговуються 10,3% опитаних, німецько-українською – 8,6%, французько-українською – 5,2%, польсько-українською – 3,4%, німецько-російською – 3,4%, російсько-українською – 3,%. Такі мовні пари становлять по 1,7%: англійсько-російська, італійсько-українська, російсько-німецька, іспансько-українська, румунсько-українська, німецько-турецька, білорусько-українська, українсько-білоруська, чесько-українська.

48,4% опитаних займаються письмовим перекладом, такий самий відсоток, а саме 48,4%, вказали письмовий і усний. Тільки одна особа зазначила, що займається лише усним перекладом.

19,4% опитаних мають перекладацький стаж 3 роки, 16,1% опитаних – 2 роки, ще 16,1% – 1 рік, 9,7% – 12 років, 9,7% – 4 роки, 6,5% – 5 років, 3,2% мають 11, 14, 15, 20 років стажу, 9,7% опитаних ще не мають перекладацького стажу.

Переважає форма зайнятості – це вільна форма, тобто фріланс, яку вказали 20 осіб. 5 осіб працюють штатними перекладачами в бюро, мовних школах, в адміністративних або держаних установах, 3 опитаних – позаштатні перекладачі. Водночас 67,7% вказали переклад своєю додатковою професійною діяльністю, для 32,3% переклад все ж становить основне джерело доходу.

#### 4. Найчастотніші види письмових перекладів

Найчастіше перекладачі працюють зі спеціальними перекладами, серед яких основними є технічні, юридичні та наукові тексти. Рідше перекладають тексти з IT-галузі, економіки та медицини. Військові тексти майже ніколи не опрацьовують.

Перекладачі, які працюють з вузькогалузевими текстами, назвали такі основні способи тематичного та лексичного опанування сфери, у якій вони працюють: самостійне опрацювання матеріалу, практика, співпраця з іншими фахівцями, участь у тематичних заходах, заняття з більш досвідченими колегами, читання багатьох бекграундних текстів, заглиблення в термінологію, ознайомлення з фаховою літературою,

перечитування статей українською мовою для розуміння термінів та контексту, робота з паралельними текстами тощо.

Друге місце за частотністю посідають суспільно-політичні й інформативні переклади. До них відносять і офіційно-ділові тексти. Найчастіше перекладають тексти адміністративної тематики, тобто протоколи, заяви тощо, рідко – ділову переписку, ніколи – державні переклади. Також до суспільно-політичного й інформативного перекладу належать газети, журнали, статті на вебсайтах, рекламні оголошення, брошури, оголошення про вакансії, каталоги продукції. З попередньо переліченого найчастіше перекладають статті на вебсайтах. Усі інші види текстів перекладають рідко або ніколи.

Крім того, в анкеті ми попросили вказати 5 типів тексту, які опитаним доводиться найчастіше перекладати. Ось результати, викладені відповідно до частотності:

- особисті документи (свідчення про народження або шлюб тощо);
- документи про навчання (студентська залікова, довідка про навчання, диплом);
- медична документація різних типів (медичні довідки тощо);
- технічна документація (інструкції з експлуатації тощо);
- статті різної тематики для журналів і вебсайтів, пости в соцмережі;
- офіційні документи (угоди, довідки, накази тощо);
- рекламні брошури;
- наукові тести: статті, анотації до статей, автореферати, дисертації;
- бізнес-контракти, ділова переписка;
- художня література (трилери, наукова фантастика, оповідання), нехудожня література (економіка, психологія, історія, менеджмент);
- різні типи юридичних довідок і свідчення, судова документація;
- статті політичного характеру, дипломатичні листи.

Під час викладання за спеціальністю «Переклад» варто особливо звертати увагу на тексти вказаної тематики, а саме ознайомлюватися з їхніми структурними та лексичними особливостями, комунікативними функціями та жанровими особливостями, опанувати термінологію в найбільш затребуваних галузях.

Також ми дізналися, чи використовують у своїй роботі перекладачі системи автоматичного перекладу. 61,3% опитаних дали заперечну відповідь. 22,6% осіб використовують SDL Trados, 6,5% – SmartCat. Інші

згадані системи Wordfast Classic, OmegaT, Memsource, MemoQ, Across.

Зміни у світі стосуються також і перекладацького ринку. Ми отримали роздуми перекладачів, як змінився переклад останніми роками і які зміни його очікують. Популярною є думка, що ринок поступово збільшується і в майбутньому теж збільшуватиметься попит на різні види перекладу. Опитані перекладачі зазвичай виділяли також, які ж види перекладу виходять на перший план. Абсолютна більшість зазначили, що зріс попит на переклад текстів IT-тематики, маркетингових текстів, на переклад та редагування статей для вебвидань і вебсайтів, соціальних мереж. Було додано, що завдяки певним іноземним інвестиціям у різні сфери збільшився попит на вузькопрофесійних перекладачів, наприклад, у галузі сільського господарства. Також переважає переклад з іноземної мови українською, а не російською, як це було попередніми роками.

46,7% опитаних згодні із твердженням, що протягом останніх років збільшився попит на переклад текстів із рекламних і маркетингових галузей. Тоді як 53,3% не погоджуються з даною думкою.

40% респондентів знайомі з терміном «транскреація». Для 53,7% він залишається невідомим. Також 47,3% перекладали тексти, де важливішою була креативність перекладу з метою зацікавити читача, аніж точність перекладу самого тексту, відповідно 60% не мали такого досвіду.

В анкетуванні було наголошено, що вимоги до якості, швидкості й оформлення перекладу теж стали вищими. З одного боку, це означає професіоналізацію, з іншого, на жаль, з'являється і не дуже якісна (або дуже неякісна) продукція.

Також був виокремлений книжковий перекладацький ринок, який почав розвиватися лише після 2014 р., після заборони ввезення книжок деяких російських видавництв і зростання попиту на україномовну продукцію. На думку одного з опитаних, нині, в умовах кризи, ринок зазнає великих збитків, і це може серйозно його підкосити, якщо держава й далі так ставитиметься до підтримки культури.

Часто було згадано нові технічні підходи до перекладу. Письмовий переклад набуває цифрового формату. Виникає багато технічних засобів, які швидкими темпами заміщують «живий» переклад. Програми для перекладу можуть запам'ятовувати перекладацькі стратегії та варіанти. Тому переклади, виконані за допомогою програм, стають дедалі якісні-

шими. Це стосується і машинних перекладів, як Google Перекладач чи DeepL Перекладач. Було підкреслено, що переклад як такий уже більше схожий на локалізування, трансформацію й уніфікацію інформації, а не переклад у класичному його розумінні.

Опитані все ж вважають, що не в усіх сферах можливе використання технічних засобів, як, наприклад, у військовій сфері, тому перекладацький ринок із високоосвіченими фахівцями й надалі має попит.

Крім того, підкреслено, що значно зросла кількість перекладачів-фрілансерів, а також перекладачів-аматорів, які, наприклад, за допомогою сервісу Google Перекладач без проблем можуть обійтися без послуг професійного фахівця, коли йдеться лише про наближене розуміння тексту.

Отже, у результаті опитування про сучасні особливості здійснення письмового перекладу в Україні ми можемо виділити такі основні тенденції на перекладацькому ринку:

- спеціальний переклад є найбільш частотним видом перекладу щодо функціонального та комунікативного спрямування;
- серед текстів спеціального перекладу домінують тексти технічної, юридичної та наукової галузей;
- збільшується попит на переклад IT-тематики та текстів соціальних мереж;
- більшість опитаних не використовують програми автоматичного перекладу, проте зазначають, що переклад за допомогою програм поступово витісняє конвенційний переклад;
- зростає кількість перекладачів, які працюють за вільною формою зайнятості;
- збільшується попит на маркетингові та рекламні тексти;
- стратегія «транскреація» усе більше поширюється.

Підсумовуючи результати, отримані з анкетування, ми можемо сформулювати перелік навиків, необхідних на сучасному перекладацькому ринку: знання текстових конвенцій найбільш поширених типів текстів; гнучкість мислення, креативність і глибокі культурологічні та країнознавчі знання з метою успішного здійснення транскреації; самодисципліна та вміння планувати час для фрілансерів; уміння працювати з довідковими джерелами та паралельними текстами для заглиблення у вузькогалузеві тематики, уміння працювати із замовниками перекладів, з'ясування цільової аудиторії з метою адаптації тексту для її розуміння; обізнаність із системами автоматизованого перекладу.



## 5. Висновки

Отже, сучасний перекладацький ринок зазнав суттєвого впливу через розвиток новітніх технологій. Хоча на першому місці за частотністю перекладів залишаються технічні та наукові тексти, усе ж переклади з галузей інформаційних технологій та маркетингу набувають популярності. Крім того, під час перекладу використовують усе більше технічних засобів, які допомагають отримати якісніший і швидший результат. Та все ж про витіснення машинним перекладом традиційного перекладу не варто говорити. Під час підготовки майбутніх перекладачів треба звертати увагу на формування навиків, необхідних для успіху на перекладацькому ринку праці.

### ЗРАЗОК АНКЕТИ

1. Електронна адреса.
2. Вкажіть статтю.
3. Вкажіть ступінь вищої освіти.
4. Чи здобули Ви освіту саме за фахом перекладача? (Якщо ні, то вкажіть, який фах Ви вивчали в закладі вищої освіти?).
6. З якими мовними парами Ви працюєте?
7. Яким типом перекладу Ви займаєтесь?
8. (Якщо Ви вивчали переклад) Чи вважаєте Ви, що навчання в університеті дало Вам потрібні знання в галузі перекладу?
9. Вкажіть перекладацький стаж.
10. Вкажіть форму зайнятості (штатний / позаштатний перекладач у бюро перекладів, фрілансер тощо).
11. Чи є робота перекладача Вашим основним джерелом доходу?
12. З якими видами письмового перекладу Ви найчастіше працюєте?
13. З якими видами спеціального перекладу Ви найчастіше працюєте?
14. Якщо Ви займаєтесь спеціальними перекладами, тоді коротко опишіть, як Ви опанували галузь, в якій перекладаєте (наприклад, самостійне опрацювання тощо). Будь ласка, вкажіть галузь.
15. Які офіційно-ділові тексти Ви найчастіше перекладаєте?
16. Які суспільно-інформативні тексти Ви найчастіше перекладаєте?
17. Вкажіть, будь ласка, 5 типів тексту, які Вам доводиться найчастіше перекладати (наприклад, довідка про навчання, рекламні брошури тощо)
18. Чи використовуєте Ви у своїй роботі системи автоматичного перекладу, напри-

клад: SDL Trados, CAT Tools тощо? Якщо так, вкажіть, які саме.

19. Чи можете Ви стверджувати, що останніми роками збільшився попит на переклад текстів із рекламних і маркетингових галузей?

20. Чи знайомі Ви з терміном «транскреція»?

21. Чи доводилося Вам перекладати тексти, де важливішою була креативність перекладу з метою, наприклад, зацікавити читача, аніж точність перекладу самого тексту?

22. Як, на Вашу думку, змінився перекладацький ринок за останні 10–15 років, які зміни його очікують у наступні роки?

23. Якщо у Вас виникли зауваження до анкети, Ви можете вказати їх тут. Буду рада їх прочитати і взяти до уваги.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Українсько-німецькі відносини на сучасному етапі. URL: <http://kimo.univ.kiev.ua/ZPU/57.htm> (дата звернення: 13.07.2020).
2. Алимов В.В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации : учебное пособие. 4-е изд., испр. Москва : КомКнига, 2006. 160 с.
3. Сдобников В.В. Стратегия перевода : общее определение. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2011. Вып. № 1. 166–172 с.
4. Transkreation und Adaptation. URL: <https://www.triacom.com/content.services/transcreation.de.html> (дата звернення: 13.07.2020).
5. What Are The Differences Between Translation And Transcreation? URL: <https://gtelocalize.com/differences-between-translation-and-transcreation/> (дата звернення: 13.07.2020).

### REFERENCES:

1. Ukrainsko-nimetski vidnosyny na suchasnomu etapi. [Ukrainian-German relations at the present stage]. URL: <http://kimo.univ.kiev.ua/ZPU/57.htm> [in Ukrainian].
2. Alimov V.V. Teoriya perevoda. Perevod v sfere professional'noj kommunikacii [Translation in the field of professional communication] : ucheb. posobie, 4-e izd., ispr. Moskva : KomKniga, 2006. 160 s [in Russian].
3. Sdobnikov V.V. Strategiya perevoda : obshchee opredelenie : [Translation strategy : general definition] : Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Vypusk № 1, 2011. 166–172 z. [in Russian].
4. Transkreation und Adaptation. URL: <https://www.triacom.com/content.services/transcreation.de.html>.
5. What are the differences between translation and transcreation? URL: <https://gtelocalize.com/differences-between-translation-and-transcreation/>.

*Стаття надійшла до редакції 17.09.2020.  
The article was received September 17, 2020.*