

Online ISSN 2335-2388



RESPECTUS PHILOLOGICUS

2014 Nr. 26 (31)

RESPECTUS PHILOLOGICUS Nr. 26 (31)

MOKSLINIS TĖSTINIS LEIDINYS

Leidžia Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas ir Jano Kochanovskio universiteto Humanitarinis fakultetas Kielcuose du kartus per metus (balandžio 25 d. ir spalio 25 d.).

Mokslo kryptis: filologija (04H). Mokslo sritys: gramatika, semantika, semiotika, sintaksė (H 352), bendroji ir lyginamoji literatūra, literatūros kritika, literatūros teorija (H 390).

Pagrindinės kalbos: lietuvių, lenkų, anglų, rusų.

CZASOPISMO NAUKOWE

Wydawcy: Uniwersytet Wileński – Wydział Humanistyczny w Kownie oraz Uniwersytet Jana Kochanowskiego – Wydział Humanistyczny w Kielcach. Ukazuje się dwa razy w roku: 25 kwietnia i 25 października.

Kierunek naukowy: filologia (04H). Dyscypliny naukowe: gramatyka, semiotyka, semantyka, syntaktyka (H 352), literatura ogólna i porównawcza, krytyka literacka, teoria literatury (H 390).

Podstawowe języki: polski, litewski, angielski i rosyjski.

ONGOING ACADEMIC PUBLICATION

Published twice a year (April 25, October 25) by Vilnius University Kaunas Faculty of Humanities and The Jan Kochanowski University Faculty of Humanities in Kielce.

Scientific field: philology (04H). Research areas: grammar, semantics, semiotics, syntax (H 352), general and comparative literature, literary criticism, literary theory (H 390).

The journal accepts articles and correspondence written in English, Lithuanian, Polish and Russian.

DUOMENŲ BAZĖS / BAZY DANYCH / ABSTRACTING AND INDEXING

Elektronische Zeitschriftenbibliothek (2002) Arianta (2002)	Frei zugängliche E-Journals Universitätsbibliothek Regensburg
Balcan Rusistics (2004)	Naukowe i branżowe polskie czasopisma elektroniczne Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego
C.E.E.O.L. (2005)	Russian Language, Literature and Cultural Studies Central and Eastern European Online Library DFG Nationallizenzen
EBSCO (2006)	Humanities International Complete Humanities Source Current Abstracts Humanities International Index TOC Premier
MLA (2007)	Modern Language Association International Bibliography
Index Copernicus (2008)	Index Copernicus International Journal Master List
Lituanistika (2011)	The database of the humanities and social sciences in Lithuania
Linguistic Bibliography Online (2012)	Brill Leiden, Netherlands
Ulrichs (2013)	Ulrich's Periodicals

PATIKRA / WERYFIKACJA / VERIFICATION



Redakcijos adresas / Adres redakcji / Address of the editorial board

Žurnalas „Respectus Philologicus“

Respectus Philologicus

Vilniaus universitetas

Vilnius University

Kauno humanitarinis fakultetas

Kaunas Faculty of Humanities

Muitinės g. 8, LT-44280 Kaunas, Lietuva

Muitines 8, Kaunas 44280, Lithuania

Tel. +370 37 750 536

El. paštas / E-mail Respectus.Philologicus@khf.vu.lt

Interneto svetainė / Strona internetowa / Homepage www.rephi.khf.vu.lt

Moksliniai ir kalbos redaktoriai / Redakcja naukowa i językowa / Proof-readers

Gabija Bankauskaitė-Sereikienė (lietuvių kalba / język litewski / Lithuanian language)

Kazimierz Luciński, Beata Piasecka (lenkų kalba / język polski / Polish language)

Giedrė Drėgvaitė (anglų kalba / język angielski / English language)

Eleonora Lassan, Viktorija Makarova (rusų kalba / język rosyjski / Russian language)

Vertimas / Tłumaczenie / Translation

Beata Piasecka, Živilė Nemickienė

Pagrindinė redaktorė / Redaktor prowadzący / Publishing editor

Viktorija Makarova

Print ISSN 1392-8295, Online ISSN 2335-2388

© Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas, 2014

© Uniwersytet Jana Kochanowskiego – Wydział Humanistyczny w Kielcach, 2014

REDAKTORIŲ KOLEGIJA — KOLEGIUM REDAKCYJNE

- Eleonora Lissan** VU KHF profesorė, habil. dr. (04H), Lietuva, *vyriausioji redaktorė*
 Profesor Uniwersytetu Wileńskiego – Wydział Humanistyczny
 w Kownie, dr hab. (04H), Litwa, *redaktor naczelny*
- Kazimierz Luciński** Jano Kochanovskio universiteto Kielcuose profesorius, habil. dr.
 (04H), Lenkija, *vyriausiosios redaktorės pavaduotojas*
 Profesor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, dr hab.
 (04H), Polska, *zastępcza redaktora naczelnego*
- Irina Oukhvanova-Shmygova** Baltarusijos valstybinio universiteto profesorė, dr. (04H), Balta-
 rusija, *vyriausiosios redaktorės pavaduotoja*
 Profesor Białoruskiego Uniwersytetu Państwowego, dr (04H),
 Białoruś, *zastępcza redaktora naczelnego*
- Gabija Bankauskaitė-
 Sereikienė** VU KHF profesorė, dr. (04H), Lietuva, *atsakingoji sekretorė*
 Profesor Uniwersytetu Wileńskiego – Wydział Humanistyczny
 w Kownie, dr (04H), Litwa, *sekretarz kolegium*
- Daiva Aliūkaitė** VU KHF docentė, dr. (04H), Lietuva
 Docent Uniwersytetu Wileńskiego – Wydział Humanistyczny w
 Kownie, dr (04H), Litwa
- Danutė Balšaitytė** VU Užsienio kalbų instituto profesorė, dr. (04H), Lietuva
 Profesor Uniwersytetu Wileńskiego – Instytut Języków Obcych,
 dr (04H), Litwa
- Wiesław Caban** Jano Kochanovskio universiteto Kielcuose profesorius, habil. dr.
 (05H), Lenkija
 Profesor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, dr hab.
 (05H), Polska
- Renato Corsetti** Romos universiteto „La Sapienza“ profesorius, habil. dr. (04H),
 Italija
 Profesor Uniwersytetu Rzymskiego „La Sapienza“, dr hab. (04H),
 Włochy
- Anatolij Chudinov** Uralo valstybinio pedagoginio universiteto profesorius, dr. (04H),
 Rusija
 Profesor Uralskiego Państwowego Uniwersytetu Pedagogicznego,
 dr (04H), Rosja
- Hans-Jürgen Diller** Bochumo Ruhro universiteto profesorius, habil. dr. (04H),
 Vokietija
 Profesor Uniwersytetu Ruhry w Bochum, dr hab. (04H),
 Niemcy
- Alozas Gudavičius** Šiaulių universiteto profesorius, habil. dr. (04H), Lietuva
 Profesor Uniwersytetu w Šiauliai, dr hab. (04H), Litwa
- Laima Kalėdienė** Lietuvių kalbos instituto vyriausioji mokslo darbuotoja,

- profesorė, dr. (04H), Lietuva
Starszy pracownik naukowy, profesor w Instytucie Języka Litewskiego, dr (04H), Litwa
- Juris Kastinš** Latvijos universiteto profesorius, habil. dr. (04H), Latvija
Profesor Uniwersytetu Łotewskiego w Rydze, dr hab. (04H), Łotwa
- Asta Kazlauskienė** Vytauto Didžiojo universiteto profesorė, dr. (04H), Lietuva
Profesor Uniwersytetu Witolda Wielkiego, dr (04H), Litwa
- Jurij Kleiner** Sankt Peterburgo universiteto profesorius, habil. dr. (04H), Rusija
Profesor Uniwersytetu w Sankt Petersburgu, dr hab. (04H), Rosja
- Aleksandras Krasnovas** VU KHF profesorius, dr. (04H), Lietuva
Profesor Uniwersytetu Wileńskiego – Wydział Humanistyczny w Kownie, dr (04H), Litwa
- Jadvyga Krūminienė** VU KHF profesorė, dr. (04H), Lietuva
Profesor Uniwersytetu Wileńskiego – Wydział Humanistyczny w Kownie, dr (04H), Litwa
- Jurgita Mikėlionienė** Kauno technologijos universiteto docentė, dr. (04H), Lietuva
Docent Uniwersytetu Technologicznego w Kownie, dr (04H), Litwa
- Gerald E. Mikkelson** Kanzaso universiteto profesorius, dr. (04H), JAV
Profesor Uniwersytetu w Kansas, dr (04H), USA
- Olegas Poliakovas** VU KHF profesorius, habil. dr. (04H), Lietuva
Profesor Uniwersytetu Wileńskiego – Wydział Humanistyczny w Kownie, dr hab. (04H), Litwa
- Marek Ruskowski** Jano Kochanovskio universiteto Kielcuose profesorius, habil. dr. (04H), Lenkija
Profesor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, dr hab. (04H), Polska
- Yuri Stulov** Minsko valstybinio lingvistikos universiteto profesorius, dr. (04H), Europos „Amerikos studijų asociacijos“ Baltarusijos filialo prezidentas, Baltarusija
Profesor Państwowego Uniwersytetu Lingwistycznego w Mińsku, dr (04H), prezes białoruskiej filii Europejskiego Stowarzyszenia Studiów Amerykanistycznych, Białoruś
- Leona Tokor** Jeruzalės hebrajų universiteto profesorė, habil. dr. (04H), Izraelis
Profesor Uniwersytetu Hebrajskiego w Jerozolimie, dr hab. (04H), Izrael

EDITORIAL BOARD

Eleonora Lissan	Professor (04H), Vilnius University (Kaunas Faculty of Humanities), Lithuania, <i>editor-in-chief</i>
Kazimierz Luciński	Professor (04H), The Jan Kochanowski University in Kielce, Poland, <i>deputy editor-in-chief</i>
Irina Oukhvanova-Shmygova	Professor (04H), Belarusian State University, Belarus, <i>deputy editor-in-chief</i>
Gabija Bankauskaitė-Sereikienė	Professor (04H), Vilnius University (Kaunas Faculty of Humanities), Lithuania, <i>managing secretary</i>
Daiva Aliūkaitė	Associate Professor (04H), Vilnius University (Kaunas Faculty of Humanities), Lithuania
Danutė Balšaitytė	Professor (04H), Vilnius University (Institute of Foreign Languages), Lithuania
Wiesław Caban	Professor (05H), The Jan Kochanowski University in Kielce, Poland
Renato Corsetti	Professor (04H), Sapienza University of Rome, Italy
Anatolij Chudinov	Professor (04H), Ural State Pedagogical University, Russia
Hans-Jürgen Diller	Professor (04H), Ruhr University Bochum, Germany
Aloyzas Gudavičius	Professor (04H), Šiauliai University, Lithuania
Laima Kalėdienė	Professor (04H), Senior Researcher, Institute of the Lithuanian Language, Lithuania
Juris Kastinš	Professor (04H), University of Latvia, Latvia
Asta Kazlauskienė	Professor (04H), Vytautas Magnus University, Lithuania
Jurij Kleiner	Professor (04H), St. Petersburg State University, Russia
Aleksandras Krasnovas	Professor (04H), Vilnius University (Kaunas Faculty of Humanities), Lithuania
Jadvyga Krūminienė	Professor (04H), Vilnius University (Kaunas Faculty of Humanities), Lithuania
Jurgita Mikelionienė	Associate Professor (04H), Kaunas University of Technology, Lithuania
Gerald E. Mikkelson	Professor (04H), The University of Kansas, USA

Olegas Poliakovas	Professor (04H), Vilnius University (Kaunas Faculty of Humanities), Lithuania
Marek Ruskowski	Professor (04H), The Jan Kochanowski University in Kielce, Poland
Yuri Stulov	Professor (04H), Minsk State Linguistic University, President of European Association for American Studies in Belarus, Belarus
Leona Toker	Professor (04H), The Hebrew University of Jerusalem, Israel

TURINYS / SPIS TREŚCI

I. DISKURSO IR NARATYVO TYRIMAI / BADANIA NAD DYSKURSEM I NARRACJĄ

Olga Senkāne (Latvija / Łotwa). Implied Author in Philosophical Novels.....	13
Ewa Piotrowska-Oberda (Lenkija / Polska). The Quest for Knowledge in the <i>King James Bible</i>	27
Jurgita Astrauskienė, Jadvyga Krūminienė (Lietuva / Litwa). John Webster's Drama <i>The Duchess Of Malfi</i> : The Contexts and Contests of Wit	44
Елена Бразговская (Rusija / Rosja). Человек в «точках интенсивности»: сад как пространство самоидентификации	57
Анна Дащенко (Ukraina / Ukraina). «Послесловие к запискам о надписях на бронзе и камнях» Ли Цинчжао	68
Anna Wzorek (Lenkija / Polska). Wojciech Żukrowski (jakiego nie pamiętamy) – dla małoletniego odbiorcy	87
Kristina Bačiulienė (Lietuva / Litwa). Meilės kalba Marcelijaus Martinaičio knygoje <i>Atmintys</i>	98
Ewa Anna Piasta (Lenkija / Polska). Funkcja milczenia w powieści <i>Chusta Weroniki</i> Gertrudy von le Fort.....	110
Agnieszka Łobodziec (Lenkija / Polska). Violent Black Man and the Myth of Black Macho in Eugene O'Neill's <i>The Dreamy Kid</i>	123
Svetozar Poštić (Lietuva / Litwa). To Act or not to Act: How Coleridge Changed the Way We See <i>Hamlet</i>	133

II. KALBA. VISUOMENĖ. KULTŪRA / JĘZYK. SPOŁECZEŃSTWO. KULTURA

Tatyana Skrebtsova (Rusija / Rosja). The Concepts “Centre” and “Periphery” in the History of Linguistics: From Field Theory to Modern Cognitivism	144
Лара Синельникова (Ukraina / Ukraina). Дискурсивное пространство лингвокультурного типажа «профессор».....	152
Dorota Polowniak-Wawrzonek (Lenkija / Polska). Metafora w ujęciu kognitywnym.....	166
Gabija Bankauskaitė-Sereikienė, Eglė Keturakienė (Lietuva / Litwa). Amžinas dabartiškumas <i>Naujosios Romuvos</i> (1931–1940) reklamosė	177
Skirmantė Biržietienė, Eglė Gabrėnaitė (Lietuva / Litwa). Eristinis argumentavimas reklamoje	190
Elżbieta Michow (Lenkija / Polska). Polskie i bułgarskie frazeologizmy somatyczne motywowane przez nazwy części ciała służących do myślenia	203
Małgorzata Krzysztofik (Lenkija / Polska). Aksjologia czasu antropologicznego w XVII-wiecznych kalendarzach gdańskich Stefana Furmana.....	217

Greta Kaušikaitė, Tatyana Solomonik-Pankrašova (Lietuva / Litwa). Vernacular Translation as Enarratio Poetarum: Cædmon's "Hymn of Creation"	230
Ирина Роляк (Lenkija / Polska). Об особенностях терминологической группы слов со значением 'цена – стоимость' / 'cena – wartość' и проблеме их эквивалентности в переводе	239
Marek Przeniosło, Małgorzata Przeniosło (Lenkija / Polska). Wilno i Wileńszczyzna w okresie ewakuacji wojsk i władz rosyjskich w 1915 r.	248
Iłona Mickienė, Rita Baranauskienė (Lietuva / Litwa). Veliuonos apylinkių pravardžių struktūros ypatumai: antrinės pravardės	262
 III. SKAUDŪS KLAUSIMAI / DRAŹLIWE KWESTIE	
Алла Дюмидова, Виктория Макарова (Lietuva / Litwa). Движение «естественное родительство» – как (как бы) противостояние обществу потребления	270
 IV. MŪSŲ VERTIMAI / NASZE PRZEKŁADY	
John R. Taylor (Naujoji Zelandija / Nowa Zelandia). Kalba mąstyme. II dalis. Vertė / Tłum. Živilė Nemickienė	283
 V. MOKSLINIO GYVENIMO KRONIKA / KRONIKA ŻYCIA NAUKOWEGO	
Knygų recenzijos / Recenzje książek	
Йенс Херльт (Šveicarija / Szwajcaria). КОВТУН, Н. В. (ред.), 2014. <i>Кризис литературоцентризма. Утрата идентичности vs. новые возможности</i> . Москва: Флинта	295
Gabija Bankauskaitė-Sereikienė (Lietuva / Litwa). MAČIULIS-MAIRONIS, Jonas, 2014. <i>Pavasario balsai. 1920 metų leidimo maketo fotografinė kopija</i> . Rengėja ir įvadinio teksto autorė Virginija Babonaitė. Kaunas: Naujasis lankas	298
Michał Mazurkiewicz (Lenkija / Polska). BISKUPSKI, Mieczysław B. B., 2011. <i>Nieznana wojna Hollywood przeciwko Polsce 1939–1945</i> . Warszawa: Fijorr Publishing	302
Ewa Kula, Tomasz Maliszewski (Lenkija / Polska). LOBANOV, N. A., MAŹEIKIENĖ, N., SKVORTSOV, V. N. (Eds), 2013. <i>Continuous education as a prerequisite of the development of professional competences. Monography</i> , Saint-Petersburg	304
Anonsai / Zapowiedzi	308
 VI. REIKALAVIMAI STRAIPSNIAMIS / ZASADY OPRACOWYWANIA PUBLIKACJI	
VII. MŪSŲ AUTORIAI / NASI AUTORZY	323

CONTENTS

I. RESEARCH OF DISCOURSE AND NARRATIVE

Olga Senkāne (Latvia). Implied Author in Philosophical Novels	13
Ewa Piotrowska-Oberda (Poland). The Quest for Knowledge in the <i>King James Bible</i>	27
Jurgita Astrauskienė, Jadvyga Krūminienė (Lithuania). John Webster's Drama <i>The Duchess of Malfi</i> : The Contexts and Contests of Wit	44
Elena Brazgovskaya (Russia). Man in the "Points of Intensity": Garden as a Space of Self-Identification.	57
Ganna Dashchenko (Ukraine). "Postface to a Catalogue on Bronze and Stone Inscriptions" by Li Qingzhao	68
Anna Wzorek (Poland). Wojciech Żukrowski (who We do not Remember) – for the Young Reader	87
Kristina Bačiulienė (Lithuania). Language of Love in Marcelijus Martinaitis <i>Atmintys</i>	98
Ewa Anna Piasta (Poland). The Function of Silence in Gertrud von le Fort's Novel <i>The Veil of Veronica</i>	110
Agnieszka Łobodziec (Poland). Violent Black Man and the Myth of Black Macho in Eugene O'Neill's <i>The Dreamy Kid</i>	123
Svetozar Poštić (Lithuania). To Act or not to Act: How Coleridge Changed the Way We See <i>Hamlet</i>	133

II. LANGUAGE. SOCIETY. CULTURE

Tatyana Skrebtsova (Russia). The Concepts "Centre" and "Periphery" in the History of Linguistics: From Field Theory to Modern Cognitivism	144
Lara Sinelnikova (Ukraine). Discourse Space of the Linguocultural Character Type "Professor"	152
Dorota Połowniak-Wawrzonek (Poland). Metaphor in Cognitive Approach	166
Gabija Bankauskaitė-Sereikienė, Eglė Keturakienė (Lithuania). Eternal Contemporaneity in Advertisements of <i>Naujoji Romuva</i> (1931–1940).....	177
Skirmantė Biržietienė, Eglė Gabrėnaitė (Lithuania). Eristic Argumentation in Advertising....	190
Elżbieta Michow (Poland). Polish and Bulgarian Somatic Phrases Justified with the Names of the Parts of the Body Designed for Thinking	203
Malgorzata Krzysztofik (Poland). Axiology of Anthropological Time in Stefan Furman's Calendars of the 17 th Century Gdansk.	217
Greta Kaušikaitė, Tatyana Solomonik-Pankrašova (Lithuania). Vernacular Translation as Enarratio Poetarum: Cædmon's "Hymn of Creation"	230

Irina Rolak (Poland). On the Peculiarities of Terminological Word Group with Meaning “Value-Based Pricing” and the Problem of Their Equivalence in Translation.....	239
Marek Przeniosło, Małgorzata Przeniosło (Poland). Vilnius and the Vilnius Region in the Period of Evacuation of Russian Army and Authorities in 1915.....	248
Ilona Mickienė, Rita Baranauskienė (Lithuania). The Peculiarities of Nickname Structure in the Vicinity of Veliuona: Secondary Nicknames	262
 III. SENSITIVE ISSUES	
Ala Diomidova, Viktorija Makarova (Lithuania). Movement of “Natural Parenting” as (as if) a Confrontation with a Consumer Society	270
 IV. OUR TRANSLATIONS	
John R. Taylor (New Zealand). Kalba mūsų mintyse. II dalis / Language in the Mind. Part II. Translated by Živilė Nemickienė.....	283
 V. SCIENTIFIC LIFE CHRONICLE	
Book reviews	
Йенс Херльт (Switzerland). КОБТУН, Н. В. (ed.), 2014. <i>Кризис литературоцентризма. Утрата идентичности vs. новые возможности</i> . Москва: Флинта	295
Gabija Bankauskaitė-Sereikienė (Lithuania). MAČIULIS-MAIRONIS, Jonas, 2014. <i>Pavasario balsai. 1920 metų leidimo maketo fotografinė kopija</i> . Ed. Virginija Babonaitė. Kaunas: Naujasis lankas	298
Michał Mazurkiewicz (Poland). BISKUPSKI, Mieczysław B. B., 2011. <i>Nieznana wojna Hollywood przeciwko Polsce 1939–1945</i> . Warszawa: Fijorr Publishing	302
Ewa Kula, Tomasz Maliszewski (Poland). LOBANOV, N. A., MAŽEIKIENĖ, N., SKVORTSOV, V. N. (Eds), 2013. <i>Continuous education as a prerequisite of the development of professional competences. Monography</i> , Saint-Petersburg.....	304
 Announcements	308
 VI. REQUIREMENTS FOR PUBLICATION	310
 VII. OUR AUTHORS	323

Ирина Роляк

Университет им. Яна Кохановского в Кельцах

Институт иностранной филологии

ul. Świętokrzyska 21D, 25-406 Kielce, Polska

Tel. +48 41 349 71 31

E-mail: irene4@op.pl

Область научных интересов автора: экономический дискурс, преподавание делового языка, переводоведение

**ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ГРУППЫ СЛОВ
СО ЗНАЧЕНИЕМ 'ЦЕНА – СТОИМОСТЬ' / 'CENA- WARTOŚĆ' И
ПРОБЛЕМЕ ИХ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ**

В статье проводится семантический анализ ряда избранных терминов с одновременной сравнительной характеристикой их синтагматических и парадигматических особенностей. Основными понятиями рыночной экономики являются «цена», «стоимость» и «ценность» товара и, соответственно, обозначающие их лексемы, поэтому в статье рассматривается информация, заключенная в этих лексемах, и их соответствия в польском и русском языках. Предлагаются также прогностические варианты их перевода. Трудности определения объема рассматриваемых понятий связаны и с тем, что эти слова в экономическом дискурсе являются общими понятиями (гиперонимами), включающими ряд частных. Автор рассматривает факторы, влияющие на взаимный перевод польских и русских терминологических выражений, весьма часто являющихся кальками английских терминов. На адекватный перевод влияет учет таких моментов, как понимание терминологического и нетерминологического характера переводимого выражения; знание идиоматических выражений, используемых при переводе английской терминологической лексики; учет закономерностей синтагматической сочетаемости слова. На примерах использования выражений из русского и польского экономического дискурсов автор показывает специфику употребления отдельных терминов и предлагает адекватные варианты их перевода. Проведенный анализ отношений внутри названной терминологической группы показал, что при переводе и выборе синонимов следует учитывать такие факторы, как терминологическое и нетерминологическое значение слова, наличие устойчивых выражений в обоих языках, являющихся кальками с английского, наличие традиции в реализации синтагматических связей слова.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: перевод, терминологическое значение, синонимические эквиваленты, калькирование.

Терминологическая лексика давно находится в поле зрения лингвистов — как в силу специфики ее значения (требуемой монозначности), так и с точки зрения источников ее происхождения: заимствования, словообразовательные процессы в рамках исконного языка, семантические сдвиги в значениях общелитературных слов, их метафоризация — все это привлекает внимание современных терминоведов (Назаренко 2005). Следует сказать также о такой проблеме, как близость и различие лексики в рамках одной терминологической сферы близкородственных языков: эта проблема весьма актуальна как для специализированной лексикографической практики, так и при обучении специалистов иностранному деловому языку.

По мнению В. С. Виноградова, при сопоставительном лингвостилистическом анализе семантики двух языков следует абстрагироваться от фонетических и формально-грамматических характеристик слова, «принося их в жертву» содержанию, информации, заключенной в словах (Виноградов 2006: 47–48). Виноградов подчеркивает использование именно термина «информация» вместо «значение» слова, поскольку его объем шире: в него входят также различные смысловые, оценочные оттенки, коннотативные наслоения и пр. Это замечание актуально и для переводоведения, в частности, при передаче экономической терминологии в текстах, переводимых на другой язык, что мы и покажем ниже.

Основными понятиями рыночной экономики являются «цена», «стоимость» и «ценность» товара и, соответственно, обозначающие их лексемы. В польском языке названным русским терминам соответствуют *cena*, *wartość* и *cenność*. Часто лексемы *цена / cena* и *стоимость / wartość*, а также *стоимость* и *ценность*, *wartość* и *cenność* могут заменять друг друга: как в нетерминологическом употреблении (*цена товара* и *стоимость товара*), так и в терминологическом (*потребительская стоимость* и *потребительская ценность*) (Словари и энциклопедии на Академике, он-лайн), хотя между обозначаемыми ими понятиями имеется существенное различие, если следовать экономическим дефинициям. Подобное явление наблюдается и в польском языке. Так, можно сказать *cena usług* и *wartość usług*.

Рассмотрим понятие «цена» и заключенную в нем информацию. В самом широком понимании *цена* – это сумма денег, которую покупатель платит продавцу за приобретаемый товар. Так, словарь Ожегова толкует это слово следующим образом: *то, чем окупается, возмещается что-нибудь... 2. – денежное выражение стоимости товара; плата*. В словаре Ефремовой первое значение слова *цена* описывается как *денежное выражение стоимости товара*; ср. определение в Кратком экономическом словаре: «сумма денег, за которую продается или покупается товар (предоставляются услуги). В теории цена рассматривается: а) как денежное выражение стоимости товара; б) как денежное выражение его полезности» (<http://ekslovar.ru/slovar/ts-/tsena.html>). Как мы видим, слова *цена* и *стоимость* находятся в отношениях смысловой эквивалентности – одно толкуется через другое, что ведет к их взаимозаменяемости и на уровне употребления в речи: *стоимость билетов – цена билетов*; *стоимость изделия – цена изделия* и т. д.

Если же обратиться к определению стоимости, восходящему к теориям А. Смита и Д. Рикардо, то мы увидим определенные несовпадения между *ценой* и *стоимостью*. **Стоимость** – «в политэкономии: количество общественно необходимого труда, затраченного на производство товара и овеществленного в этом товаре. Прибавочная с. (часть стоимости, к-рая производится наемными рабочими сверх стоимости рабочей силы). Меновая с. Потребительная с. (полезность вещи, ее способность удовлетворять какую-н. потребность человека)» (Ожегов, Шведова). Понятие полезности товара в экономических науках соотносится с понятием «ценность» – оно, как отмечено в словаре Брокгауза и Эфрона, отражает представление человека о хозяйственном значении предметов внешнего мира, то есть является в известной степени изменчивой и субъективной категорией. Таким образом, упрощая содержание

экономических теорий, скажем, что возможны случаи невзаимозаменяемости слов *цена* и *стоимость* на основании того, что стоимость может пониматься как количество затраченного труда, в силу чего возможно подобное выражение: *стоимость этого предмета не соответствует его цене*. Например: «Цена, каждого отдельного товара не обязательно совпадает с его стоимостью: она может быть выше или ниже стоимости в зависимости от спроса и предложения на данный товар» (inventech.ru »Библиотека»Ценообразование»Цена и стоимость). *Цены* могут *расти*, *стоимость* (ед. ч.) также *может расти*, однако, если мы говорим о затратах на производство, мы чаще выберем выражение *стоимость производства*, а не *цена производства*, так как речь идет о его себестоимости. Равно как в выражении *теория трудовой стоимости* невозможна замена слова *стоимость* словом *цена*, так как *стоимость* здесь означает терминологическое понятие, изменчивое по содержанию в различных экономических теориях, в то время как *цена* всегда соотносится с ситуацией обмена товара на его денежный эквивалент. Так, говоря о букете сирени, можно спросить «Какова сегодня цена на цветы?», но вряд ли кто-то спросит «Какова сегодня стоимость цветов?». Цветы не обладают стоимостью в терминологическом значении этого слова, так как не требуют трудовых затрат.

Весьма сложным для описания является еще одно из основных понятий экономики – понятие «ценность», по-разному трактуемое в экономических теориях (ценность = стоимость = количество труда; ценность = полезность; ценность = цена). Если не вдаваться в экономические теории, то можно, упростив парадокс А. Смита о воде и бриллианте, сказать, что ценность – изменчивая категория. В пустыне вода обладает высокой ценностью, а бриллианты – нет. За воду жаждущие заплатят больше, чем за бриллианты. Здесь играет роль полезность предмета. В обыденной жизни полезность воды и бриллиантов остается той же, но бриллиант считается гораздо более ценной вещью, чем вода. Цена бриллианта выше, поскольку выше его ценность, престижность в глазах общества. Эти выкладки нужны нам для того, чтобы показать случаи невзаимозаменяемости слов и попытаться объяснить их. Так, невозможность замены выражения *величина стоимости товара* на выражение *величина ценности товара* объясняется тем, что эти выражения имеют разное содержание: *ценность* соотносится с изменчивым взглядом покупателя на общественную престижность товара и необходимость в данный момент (та же вода в пустыне), а *стоимость* может означать как цену товара (в нетерминологическом употреблении), так и количество затраченного на его производство труда. Поэтому при употреблении слов *ценность* / *стоимость* / *цена* следует помнить, что они взаимозаменяемы только в рамках определенных экономических теорий, но далеко не всегда в повседневной речи.

Значение польского слова *cenność*:

1. ‘cecha tego, co ma dużą wartość materialną’ (свойство того, что имеет большую материальную ценность);
2. ‘rzecz mająca dużą wartość materialną’ (вещь, имеющая большую материальную ценность);
3. ‘cecha tego, co ma duże znaczenie’ (свойство того, что имеет большое значение)

(Wydawnictwo Naukowe PWN, Słownik języka polskiego: интернет-сайт) (перевод наш. – И. Р.).

Как видим, в польских толкованиях появляется слово *wartość*, которое и является собственно терминологическим, поскольку именно оно используется в экономических текстах, где польское *cenność* не употребляется. Итак, мы обозначили одну из точек несовпадения в польской и русской терминологии: в русском *ценность* относится как к общепотребительной, так и к терминологической лексике, в то время как *cenność* – только к общепотребительной.

Трудности установления объема понятий, названных разбираемыми выше словами, связаны и с тем, что не только различие экономических теорий является причиной их различного толкования, но и то, что эти слова в экономическом дискурсе являются общими понятиями (гиперонимами), включающими ряд частных. Так стоимость включает в себя разные виды стоимости: потребительская (потребительная), рыночная, инвентаризационная, равно как и понятие, обозначенное в польском языке словом *wartość*. Польское терминологическое словосочетание *wartość konsumencka* (варианты: *wartość dla klienta* и *wartość użytkowa*) имеют в русском языке соответствия в виде клише *потребительская* (вариант: *потребительная*) *стоимость* и *потребительская ценность*. Это международное понятие. В английском языке оно номинировано языковыми клише *consumer (customer) value* и *use value*. Рассмотрим значения этих терминов. В польских источниках мы обнаруживаем следующее толкование термина *wartość konsumencka*: ‘специфическая комбинация разного вида пользы, получаемой покупателями вследствие приобретения товаров, которая включает качество, цену, условия покупки, пунктуальную поставку, а также предпродажные и послепродажные услуги’ (перевод наш. – И. Р.) (*Leksykon biznesu. Wartość konsumencka* он-лайн).

В русском терминологическом словаре имеется следующее определение устойчивого словосочетания *потребительская стоимость*: ‘способность товара удовлетворять потребности покупателя, полезность вещи (Словари и энциклопедии на Академике он-лайн). Польская дефиниция является более пространной и разлагает понятие *потребительской стоимости* на составляющие его компоненты. Русское определение ограничивается понятием полезности, весьма размытым, так как неясно, что является более полезным для потенциального покупателя – драгоценности или продукты питания. Поэтому встает вопрос: всегда ли *wartość konsumencka* и *потребительская стоимость* равнозначны по содержанию обозначенного этими словосочетаниями понятия?

Что касается клише *потребительская ценность*, то этот термин в русских текстах взаимозаменяем с термином *потребительская стоимость*. Приведем примеры из русского перевода книги профессора американской бизнес-школы Kellogg Филипа Котлера «Основы маркетинга». *После определения отдельных видов издержек покупатель оценивает, как соотносятся общие издержки приобретения тракторов Caterpillar и Komatsu и общая ценность для потребителя каждой из моделей. Наиболее вероятно, что он примет решение о покупке той техники, производитель которой предлагает наиболее высокую воспринимаемую потребителем стоимость* (Котлер 2005: 88). Возьмем еще примеры: *суммируя ожидаемую ценность*

товара, услуг, персонала и имиджа, покупатель убеждается в том, что компания Caterpillar предлагает ему максимальную общую ценность (Котлер 2005: 87). Поскольку американская компания стремится выиграть борьбу за потребителя, она должна предложить ему большую, чем Komatsu, осязаемую стоимость (Котлер 2005: 87). Здесь, очевидно, *ценность* и *цена* не эквивалентны друг другу: *ценность* является синонимом *полезности*, которая трактуется более прозрачно в польских источниках, поэтому клиент может быть заинтересован в более высокой ценности/стоимости, но не в более высокой цене. Поэтому более приемлемым нам представляется использование термина *ценность*, чем термина *стоимость* в аналогичных контекстах. Пример: *Фирма-покупатель планирует использовать новый трактор на строительных работах и хотела бы, чтобы он обладал определенным уровнем надежности, прочности и хорошими техническими характеристиками. Строительная компания оценивает полученные предложения и на основе данных о каждом тракторе приходит к выводу, что наибольшей для нее **ценностью** обладает трактор Caterpillar. Одновременно потенциальный потребитель рассматривает условия покупки и набор сопутствующих услуг – сроки поставки, обучение персонала, ремонтное обслуживание – и решает, что американский производитель обеспечивает и наилучший сервис... И наконец, он более высоко оценивает общий корпоративный имидж компании из США. Суммируя ожидаемую **ценность** товара, услуг, персонала и имиджа, покупатель убеждается в том, что компания Caterpillar **предлагает** ему максимальную **общую ценность*** (Котлер 2005).

Интересно, что в русском переводе книги Филипа Котлера, выполненном в 1998 году, в указанном контексте используется слово *стоимость* (*система создания и передачи стоимости*) (Котлер 1998), в переводе 2005 года *стоимость* и *ценность* используются взаимозаменяемо, а в издании, вышедшем на русском языке в 2006 году под названием «Маркетинг. Менеджмент», используется уже только слово *ценность* (*система создания и передачи ценности*) (Котлер 2006). Очевидно, такая замена говорит о постепенной адаптации английской терминологии к семантике и синтаксису русского языка и об эквивалентности *стоимости* и *ценности* в рамках определенной экономической теории. Отметим, что в окружении слова *ценность* появились новые синтагматические связи слова *ценность* – она *предлагается* клиенту (см. выше), кроме того, *ценность* концептуализируется как предмет, поэтому ею можно *обладать*, *суммировать* и т. д. Кроме того, *потребительскую ценность* (стоимость) можно *создавать*, *предоставлять*, *передавать* и *получать*: «А то, в какой степени совпадут обещания компании и характеристики реального товара (услуги), определяется системой предоставления ценности» (Котлер, Келлер 2010). Указанная выше сочетаемость слова *ценность* (*предоставлять... / передавать...*) не свойственна общеупотребительной речи, в которой *ценностью* можно только *обладать*, равно как необычным кажется и выражение *передача стоимости*. Однако в экономическом дискурсе это сочетание возможно, правда, в ограниченном контексте: обычно это калька с английского (transfer of Value) и используется в следующем значении: *передача стоимости* – ‘уменьшение стоимости имущества лица в результате дарений (Батлер, Джонсон, Сидуэлл, Вуд 2003).

Следует заметить, что *стоимость* и *ценность* допускают взаимозаменяемость только в рассматриваемых выше терминологических словосочетаниях. Безусловно, существует и синтагматическое различие этих лексем. Так, можно сказать «стоимость предмета составляет X рублей», но нельзя – «ценность предмета составляет X рублей». Причиной невзаимозаменяемости в этом случае является то, что *стоимость* здесь не имеет терминологического значения и употребляется в значении '*цена*'.

Таким образом, следует учесть, что русское слово *стоимость* имеет как терминологическое значение (полезность вещи, определяемая на основе суммирования различных факторов), так и нетерминологическое: *цена* – то есть 'количество денег (или других товаров и услуг), уплачиваемое и получаемое за единицу товара или услуг' (БЭС). Синонимические замены возможны только при учете того, в каком значении используется это слово, равно как и перевод на польский язык: в терминологическом значении возможно использование только слова *wartość*, в то время как при переводе нетерминологических значений возможно употребление слов *koszt* и *cena* (напр., «Какова стоимость поездки?» – „Jaki jest koszt podróży?“).

В польском экономическом дискурсе одно из ключевых понятий обозначается словом *wartość* (стоимость), которое имеет и значение 'высокое качество', что следует из одной из дефиниций данного слова: *wartość* 2. 'cecha tego, co jest dobre pod jakimś względem' (Portal Wiedzy PWN он-лайн).

Перевод на русский язык данного слова при помощи русскоязычных аналогов, рассматриваемых нами выше (*стоимость, ценность*), невозможен. Адекватный перевод следующих высказываний предполагает использование слова *качество*:

Konsument w poszukiwaniu wartości, konsument bez trosk oraz konsument oszczędny – to trzy dominujące w Europie postawy konsumenckie (Polski konsument lubi zakupy он-лайн) – *Потребитель, ценящий качество, беззаботный потребитель, а также экономный потребитель – вот три доминирующие в Европе позиции потребителя*. Такой перевод представляется наиболее соответствующим еще и потому, что далее в цитируемом тексте следует: *Dla zdecydowanej większości Polaków podstawowym kryterium wyboru produktu jest jego jakość.* – *Для значительного большинства поляков основным критерием выбора товара является его качество* (перевод наш. – И. Р.).

Однако как перевести в таком случае выражение *wartość (życiowa) klienta*? Здесь, как нам показалось, не подходит ни один из указанных выше эквивалентов. Что означает это понятие, и как оно появилось в польском языке? «Po raz pierwszy pojęcie *wartości klienta* (ang. Customer Lifetime Value – CLV) pojawiło się w literaturze w latach 80. XX wieku w pracy Lawson Traphagen Hill pt. „Let’s Stop Miscalculating Lifetime Value”» (Info bibliograficzne: P. Tomczyk он-лайн).

Как видно из приведенного высказывания, это обозначение – калька английского выражения, причем русский вариант этого термина звучит как *пожизненная ценность клиента*. Ср.: «По мнению нескольких профессоров Wharton, подробно изучавших вопрос, легкого ответа нет, несмотря на все новые и все более сложные методы измерения так называемой «пожизненной ценности клиента», “Customer Lifetime Value” (далее – CLV) – текущей ценности вероятных будущих доходов, полученных от конкретного покупателя» (Каких клиентов... он-лайн). Переводя

на нетерминологический язык, *пожизненная ценность клиента* – это количество денег, которые он принесет определенной компании. Здесь мы явно имеем дело с переносным значением слова *ценность*, появившимся вследствие калькирования заимствованного термина.

Польское *wartość* имеет еще одно значение – ‘величина’. Ср.: *W jego trakcie (okresu poprawy) wyprzedzający wskaźnik ufności konsumentów zwiększył swoją wartość z minus 42,2 do minus 16,3 punktu, czyli o niemal dwie trzecie* (Przasnyski он-лайн). Данное предложение желательно перевести следующим образом: *В период улучшения экономического положения опережающий индекс доверия потребителей увеличился* (дословно: *повысил свою величину*) *с минус 42,2 до минус 16,3 пунктов, то есть почти на две трети* (перевод наш. – И. Р.). Здесь трудно вывести закономерность употребления соответствующего глагола (*увеличиться*), однако нужно помнить, что идиома *wskaźnik ufności konsumentów* в русском экономическом дискурсе имеет эквивалент *индекс потребительского доверия*, и при нем употребляются глаголы со значением увеличения-уменьшения (*увеличиться-уменьшиться*).

Проведенный анализ отношений внутри терминологической группы слов со значением *цена* и *стоимость / cena, wartość* показал, что русская и польская экономическая терминология находится под влиянием английской терминологической лексики. В силу того, что ряд выражений является новым для обоих языков и в то же время включает слова, которые имеют общеупотребительное хождение, при их переводе и выборе синонимов следует учитывать такие факторы, как

терминологическое и нетерминологическое значение слова;

наличие устойчивых выражений в обоих языках, являющихся кальками с английского;

наличие традиции в реализации синтагматических связей слова.

Мы провели сжатое описание проблем передачи на другом языке одной небольшой терминологической группы. Тем не менее, нам представляется, что эта работа соответствует потребностям современного общества в целом. Актуальность подобных исследований выражена в словах профессора университета Сорбонны в Париже Астрида Гийома: «... в глобализованном мире, где экономика правит бал, культура и все языки, кроме английского, подвергаются серьезным испытаниям, по логике вещей перевод – тоже, но он все-таки сохраняет свою стратегическую роль проводника знания, и поэтому в ближайшем будущем переводу должно быть отведено первостепенное место, т. к. в отсутствии переводов многочисленные языки будут вынуждены исчезнуть под давлением гегемонии английского языка... Эффективное противодействие этому было предложено Умберто Эко, и звучит оно так: «Язык Европы – это перевод!» (цит. по Марчук он-лайн).

Литература

БАТЛЕР, Б., ДЖОНСОН, Б., СИДУЭЛЛ, Г., ВУД, Э., 2003. Финансы: Оксфордский толковый словарь. *Transfer of value*. Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/533/symbol/84/page/7> (см. 4.05.2014).

ВИНОГРАДОВ, В. С., 2006. *Перевод: Общие и лексические вопросы. Учебное пособие*. Москва: КДУ.

Каких клиентов стоит удерживать, а каких нет. Использование CLV (Customer Lifetime Value): Итем портал. Технологии корпоративного управления, он-лайн. Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_23/article_1522/ (см. 4.10.2013).

КОТЛЕР, Ф., 1998. *Маркетинг, менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль*. Москва: URSS.

КОТЛЕР, Ф., 2005. *Маркетинг и менеджмент (11-е изд.)*. Санкт-Петербург: Питер.

КОТЛЕР, Ф., 2006. *Маркетинг. Менеджмент (11-е изд.)*. Режим доступа: mgt-edu.ru/4-19.php (см. 4.05.2014).

КОТЛЕР, Ф., КЕЛЛЕР, К. Л., 2010. *Маркетинг менеджмент*. Санкт-Петербург: Питер. Режим доступа: <http://books.google.ru/books?id=ByjzNaMsUewC&pg=PT108&lpg=PT108&dq#v=onepage&q&f=false> (см. 10.07.2014).

КОТЛЕР, Ф., АРМСТРОНГ, Г., 2009. *Основы маркетинга. Профессиональное издание (12-е изд.)*. Москва: ООО «И.Д.Вильямс».

Краткий экономический словарь, он-лайн. Режим доступа: <http://ekslovar.ru/slovar/ts-/tsena.html> (см. 4.05.2014).

МАРЧУК, Ю. Н., он-лайн. *Общепотребительная и терминологическая лексика в переводе*. Режим доступа: <http://www.nor-dipo.ru/ru/node/298> (см. 4.05.2014).

НАЗАРЕНКО, Н. А., 2005. *Структурно-семантические и функциональные характеристики экономической терминологии (в рамках сегмента терминосферы «рыночная экономика»)*. Режим доступа: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=1743> (см. 4.05.2014).

ОЖЕГОВ, С. И., ШВЕДОВА, Н. Ю., 1992. *Толковый словарь русского языка*. Москва: Азъ.

Словари и энциклопедии на Академике. Бизнес-словарь. Потребительская ценность, он-лайн. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=>;

Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике. Потребительская стоимость. Режим доступа: <http://socialieconom.academic.ru/1795/> (см. 4.05.2014).

Словари и энциклопедии на Академике. Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике. Стоимость потребительская, он-лайн. Санкт-Петербург: Российская национальная библиотека. Режим доступа: <http://socialieconom.academic.ru/2288/> (см. 4.10.2013).

Словари и энциклопедии на Академике. Большой экономический словарь, он-лайн. Стоимость. Режим доступа: http://big_economic_dictionary.academic.ru/15095/%D0%A1%D0%A2%D0%9E%D0%98%D0%9C%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC (см. 4.10.2013).

INFO BIBLIOGRAFICZNE: P. TOMCZYK, он-лайн. *Wartość klienta. Od definicji do formuły. Wpis na blogu Instytutu Zarządzania Wartością SGH, 2012.06.16*. Режим доступа: <http://www.valucomesfirst.pl/wartosc-klienta/> (см. 4.10.2013).

KOTLER, PH., ARMSTRONG, G., SAUNDERS, J., WONG, V., 2002. *Marketing. Podręcznik europejski*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Режим доступа: http://www.mrf.pl/index.php?mod=m_artykuly&cid=111&id=69 (см. 4.10.2013).

LEKSYKON BIZNESU. *Wartość konsumencka*. [J. Penc]. Режим доступа: <http://www.placet.pl/?mod=Leksykon&act=View&id=1900&r=2&tyt=Warto%B6%E6%20konsumencka> (см. 4.10.2013).

PORTAL WIEDZY PWN. *Słownik – wartość*. Режим доступа: <http://sjp.pwn.pl/sownik/2534732/warto%C5%9B%C4%87> (см. 4.10.2013).

PRZASNYSKI, R., он-лайн. *Nastroje konsumentów pomogą gospodarce*. 17 paź, 13:36 И Biznes.pl.: Режим доступа: <http://biznes.pl/wiadomosci/kraj/nastroje-konsumentow-pomoga-gospodarce,5583273,-news-detal.html> (см. 4.10.2013).

WYDAWNICTWO NAUKOWE PWN, он-лайн. *Słownik języka polskiego. Cennosc*. Режим доступа: <http://sjp.pwn.pl/haslo.php?id=2447455> (см. 4.10.2013).

Irene Rolak

The Jan Kochanowski University in Kielce, Poland

Research interests: economic discourse, Business Russian teaching, translation

ON THE PECULIARITIES OF TERMINOLOGICAL WORD GROUP WITH MEANING «VALUE-BASED PRICING/ЦЕНА-СТОИМОСТЬ/CENA-WARTOŚĆ» AND THE PROBLEM OF THEIR EQUIVALENCE IN TRANSLATION

Summary

The paper presents a semantic analysis of a range of selected terms along with contrastive characteristics of their syntagmatic and paradigmatic peculiarities. “Price”, “cost” and “value” are the basic notions of market economy and, correspondingly, the lexemes denoting them. As a result, the paper focuses on the information these lexemes transmit along with their equivalents in the Polish and Russian languages. Probable variants of their translation are also shown. The problem of evaluation of their linguistic volume refers to the functioning of these words in economic discourse as general notions (*hyperonyms*) that involve a range of particular ones. The author takes into consideration the factors, which have the impact on translation of the Polish and Russian terminological phrases (word groups) that are often calques of English terms. An adequate translation is influenced by the following: understanding of terminological and non-terminological nature of a phrase being translated, acquaintance with idiomatic expressions used at translation of English terminological lexis, taking into account the regularities of syntagmatic collocation of a word. On the basis of use of phrases from the Russian and Polish economic discourses, the author shows the characteristics of use for selected terms and gives some adequate variants of their translation. The analysis of relations within the terminological group under study has shown that in the process of translation and choice for synonyms terminological and non-terminological meaning of a word, use of idiomatic expressions in both target languages that are calques from English, a tradition in realization of syntagmatic collocation of a word should be taken into consideration.

KEY WORDS: translation, terminological meaning, synonymic equivalents, calquing.

Gauta 2014 01 10

Priimta publiktuoti 2014 08 11