

АНГЛОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ

Стаття присвячена проблемам англомовних запозичень в українській мові, зокрема у фінансово-економічній термінології. У статті розглянуто причини англомовних запозичень, проаналізовано особливості їх перекладу українською мовою.

Ключові слова: фінансово-економічна термінологія, неологізм, запозичення, адаптація, методи перекладу.

This article is devoted to the problems of English loanwords in Ukrainian language, financial economic terminology in particular. The article describes the reasons of borrowing loan words, analyses the peculiarities of their translation into the Ukrainian language.

Key words: financial economic terminology, neologism, loan word, adaptation, translation methods.

Всесвітня глобалізація, стрімкі зміни в економіці та розширення міжнародного співробітництва України з іншими країнами світу протягом останніх десятиліть спричинили стрімке надходження в українську мову англомовної лексики, адже виникла потреба в найменуванні українською мовою нових явищ, що вже існують у англомовній світовій практиці. Зв'язок України із зарубіжними, а саме англомовними країнами, вплинув на приєднання англійської лексики до української. Політичні та економічні реформи зумовили це явище, викликавши потребу в номінації процесів у нашій державі. Через початок активного формування ринкових відносин і організацію нових структур в Україні виникла потреба у збагаченні мови новими категоріями й термінами, притаманними для економіки вільного підприємництва.

Сьогодні англомовні запозичення притаманні всім європейським мовам. Сучасна українська термінологія також активно поповнюється новими одиницями – переважно запозиченнями з англійської мови, наприклад: *траса, кліринг, маркетинг, демпінг, файл, курсор, байт, інтерфейс*.

Поняття фінансово-економічна термінологія охоплює термінологію таких галузевих систем, як фінанси, менеджмент, маркетинг, облік, банківська справа та ін. Сьогодні в різних галузях фінансово-економічної терміносистеми ми маємо велику кількість англомовних запозичень. Так, наприклад, буденними вже стали терміни: *бюджет, аванс, дефіцит, баланс, кредит, офшор, актив*. Однак такі терміни, як: *кліринг, таймінг, індосамент, аутсорсинг, інжиніринг, трейдер* та багато інших традиційно потребують спеціальних словникових тлумачень.

Поява великої кількості англомовних запозичень у сучасній науково-публіцистичній літературі викликають неоднозначне ставлення мовознавців: з одного боку, дослідники відзначають певне збагачення мови, наближення за допомогою асимільованих англійських запозичень до світових досягнень у економічній, управлінській, торговельній сферах, з іншого, – спостерігається перевантаження та засмічення рідної мови чужими лексемами, часто-густо навіть за наявності власне українських відповідників.

Багато досліджень у світовій лінгвістиці були присвячені вивченню інноваційних процесів у мові. Вітчизняні лінгвісти також ретельно досліджували цю проблему. Роботи Б. Ажнюка, О. Ахманової, Ю. Жлуктенка, О. Муромцевої тощо присвячені проблемі запозичень. Протягом останніх десятиріч Л. Кислюк, А. Наумовець, О. Махньова, О. Стишов, С. Федорець та інші активно досліджували запозичення англіцизмів. Отже, проблема появи нових слів у лексичній системі мови та принципи їхньої класифікації

активно досліджуються в українському мовознавстві. Та, на жаль, англомовні запозичення зокрема у фінансово-економічній термінології та способи їх перекладу не достатньо вивчені, тому й потребують ретельного дослідження. **Метою** дослідження є висвітлення питань перекладу англомовних запозичень у фінансово-економічній термінології у сучасній українській мовній практиці.

У низці мов американо-західноєвропейського мовного ареалу більша частина фінансово-економічних термінів давно існує у вигляді інтернаціоналізмів. Ці інтернаціоналізми почали активно запозичуватися українською мовою разом з новими поняттями на початку 90-х років ХХ ст. Тому в українській фінансово-економічній термінології терміни-інтернаціоналізми часто-густо виявляються запозиченнями із західноєвропейських термінологічних систем. Процес новітнього запозичення англіцизмів в українську мову відбувається у межах загальної для всіх сучасних мов тенденції до універсалізації та інтернаціоналізації словникового складу. Особливістю сучасного періоду є те, що найчастіше за основу інтернаціональної лексеми обирається англійська за походженням номінація – власна або створена в англійській мові на базі латинських або грецьких міжнародних елементів. Цьому також сприяє й той факт, що протягом минулого сторіччя англійська мова стала мовою міжнародного спілкування та посіла місце засобу інтернаціональної комунікації.

Серед найважливіших причин запозичень науковці визначають:

- 1) потребу в найменуванні нового об'єкта;
- 2) потребу в розмежуванні змістово близьких, проте нетотожних понять;
- 3) потребу в спеціалізації поняття в тій чи тій сфері;
- 4) наявність у мові, яка запозичує, сформованих терміносистем, що мають традиційні джерела запозичення термінів;
- 5) соціально-психологічні причини – сприйняття іншомовного слова як більш престижного.

Однією з найактивніших сфер залучення до української мови нової англомовної лексики є засоби масової інформації. Через мову ЗМІ до українського лексичного складу потрапляє значна кількість запозичень. Особливо інтенсивно такий процес відбувається в останні десятиліття. Щоб привернути увагу україномовної аудиторії, нерідко маскуються звичайні речі, що іноді можуть мати й українську назву. Наприклад, *дайджест* – огляд, *кеш* – готівка, *сервіс* – обслуговування, *прайм-тайм* – найкращий час, *флаєр* – листівка, *дистриб'ютер* – розповсюджувач, *консумація* – споживання, *консумент* – споживач, *сейл* – розпродаж, *офіс* – контора, *сек'юриті* – охорона, *дисконт* – знижка, *бартер* – товарообмін, *лізинг* – оренда тощо.

Уживання запозичених термінів в українській мові завжди потребує певної адаптації до власних мовних законів. Багато англіцизмів, які активно вживаються в сфері економіки та фінансів, також проходять певні етапи адаптації. На сьогодні в усній та писемній українській мовній практиці все частіше використовуються гібридні композити, перша основа яких становить іншомовну лексему в неадаптованій формі (інколи навіть в іншомовній графіці). Наприклад, *marginal analysis* – маргинальний аналіз, *certificate of deposit* – депозитний сертифікат.

Сучасні неологізми, що використовуються в українській фінансово-економічній термінології, також активно беруть участь у словотворенні. Наприклад, *PR-відділ*, *політ-PR*, *віп-місця*, *офшорний*, *бартерний*, *дисконтний*, *ваучерний*, *рейтинговий*, *спонсорувати*, *спонсорство*, *ріелторський*, *екстримний*, *мультимедійний*, *серверний*, *сканерувати*, *провайдерський*, *іміджмейкерський*.

Деякі слова, що донедавна вживалися у вузькій термінологічній галузі, починають долати цей бар'єр і завдяки ЗМІ та рекламі переходять до загальноживаної мови, розширюючи при цьому свої семантичні можливості і нерідко набуваючи нових значень. Наприклад: *трансфери* (компенсаційні виплати за офіційний перехід спортсмена в іншу команду), *фігурант* (співучасник гучних подій).

Існують усталені в перекладацькій практиці способи перекладу термінів. Одним із найпоширеніших способів перекладу фінансово-економічних термінів є **транслітерування** (від лат. trans – крізь, через, та litera – літера) – передача літер іншомовного слова за допомогою літер алфавіту мови перекладу. Наприклад: brand (бренд), grant (грант), multimedia (мультимедія) overdraft (овердрафт) тощо.

Ще одним видом перекладу фінансово-економічних термінів є пряме **запозичення**, яке, як правило, використовується в симбіозі з українською лексемою, з вказівкою на рід або вид, наприклад, PR-відділ, VIP-місця. У переважній більшості сучасні запозичення англійського походження відповідають вимогам, що висувуються до слів-термінів: бути максимально точними та лаконічними. Запозичання часто відбувається саме задля економії мовних засобів порівняно з питомими чи калькованими описовими виразами. Наприклад: *бренд* (розрекламована торгова марка певного товару), *пертурбації* (несподівана зміна звичайного стану), *прайм-тайм* (ефірний час на радіо і телебаченні, що охоплює максимальну кількість радіослухачів і телеглядачів), *грант* (грошова допомога на навчання чи наукове дослідження), *фундація* (пожертвування коштів на заснування чого-небудь), *офшор* (території, які забезпечують пільговий фінансовий режим із закордонними партнерами) тощо. Однак цей метод зазнає чимало критики з боку перекладознавців, адже сприяє варваризації мови-сприймача, примушуючи реципієнтів перекладу знати й іноземну мову.

Одним із найпоширеніших способів відтворення термінів є **калькування** – засіб перекладу лексичної одиниці шляхом заміни її складових частин (морфем або слів) їх лексичними відповідностями у мові перекладу. Наприклад, service center – сервісний центр, discount card – дисконтна картка, dumping prices – демпінгові ціни, marketing analysis – маркетинговий аналіз.

Таким чином, за умови збереження комунікативності і функціонально-стилістичних обмежень, запозичення стає одним із джерел поповнення сучасного фінансово-економічного словника української мови. Значна частина запозичених одиниць поступово стає частиною термінологічної системи і часто-густо потрапляє до загальнозживаної лексики. При цьому адаптація неологізмів відбувається у більшості випадків через мовлення засобів масової інформації, оскільки ЗМІ на сьогоднішній день є надзвичайно поширеними та мають певний вплив на широкий загал населення.

Основними способами відтворення фінансово-економічної термінології є транслітерування, калькування та пряме запозичення. Через активність процесу англізації української мови питання запозичання заслуговують на подальше докладне наукове дослідження. Доцільність використання запозичень у фінансово-економічному дискурсі пов'язана з закріпленням лексичних засобів за певними функціональними стилями мови. Так, науковому стилю в цілому притаманна лаконічність, нейтральність та відсутність засобів стилістичного увиразнення. При відтворенні термінів шляхом запозичення, транслітерування чи калькування зберігається стилістичний компонент, що є характерною рисою безеквівалентної лексики. Уживання іншомовних слів, що мають обмежену сферу поширення, може бути виправдано читацьким колом. Іноземна термінологічна лексика є незамінним засобом лаконічної й точної передачі інформації в текстах, призначених для вузьких фахівців. З іншого боку, через особливості термінологічної одиниці (точність, однозначність) та наукового стилю в цілому запозичені фінансово-економічні терміни можуть виявитися непереборним бар'єром для розуміння науково-популярного тексту, принаймі для пересічного читача.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М.: Межд. отнош., 1975 – 190 с.
2. Влахов С. Непереваемое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Межд. отнош., 1980. – 344 с.
3. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад / Р.П. Зорівчак. – Львів: ЛНУ, 1989. – 216 с.

4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) /В.Н. Комиссаров. – Учеб. для ин-тов и фак. иностр.яз. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
5. Мазурик Д. Українська неологічна традиція / Д. Мазурик // Вісник Львівського університету. – Вип. 34. – Ч. 1. – Львів, 2004. – С. 219-225.
6. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы / Г.Д. Томахин. – М.: Высш.шк., 1988. – 239 с.
7. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика / А. Д. Швейцер. – М., 1973.– 212 с.
8. BBC Science Focus: Science and technology // Focus. – London: Immediate Media Company, 2012. – № 12. – P.108.