

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ЛЕКСИКА СУЧАСНОЇ
АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0350-ап-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Перекад (англійський)
Корінець Анна Олександрівна

Керівник к.ф.н., проф. Клименко О. Л.

Рецензент д.ф.н., проф. Зацний Ю.А.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно) – перша англійська
Освітньо-професійна програма Переклад (англійський)

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри теорії та практики
перекладу з англійської мови**

Запольських С.П. _____

«____» _____ 2021 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

КОРІНЕЦЬ АННІ ОЛЕКСАНДРІВНІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Фінансово-економічна лексика сучасної англійської мови як проблема перекладу»

керівник кваліфікаційної роботи Клименко Ольга Леонідівна, к.ф.н., професор

затверджені наказом ЗНУ від 13 квітня 2021 року №590-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи 22 листопада 2021 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту): фінансово-економічна лексика англійської мови в перекладацькому аспекті

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) фінансово-економічна термінологія, її класифікація та характеристики; специфіка економічного дискурсу; способи, методи та прийоми перекладу фінансово-економічних термінів; критерії якості перекладу економічних текстів; основні стратегії та прийоми перекладу фінансово-економічної термінології; багатозначність та варіативність відповідей в перекладі; безеквівалентні фінансово-економічні терміни та їх переклад; переклад англійських фінансово-економічних термінів з метафоричним значенням; особливості перекладу скорочень в фінансово-економічних текстах.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Клименко О.Л. к.ф.н., проф.	09.06.2021	09.06.2021
Розділ 1	Клименко О.Л. к.ф.н., проф.	02.09.2021	02.09.2021
Розділ 2	Клименко О.Л. к.ф.н., проф.	01.10.2021	01.10.2021
Висновки	Клименко О.Л. к.ф.н., проф.	20.10.2021	20.10.2021

6. Дата видачі завдання 04.02.2021

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	лютий – квітень 2021	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень 2021	виконано
3	Написання вступу	червень 2021	виконано
4	Написання теоретичного розділу	вересень 2021	виконано
5	Написання практичного розділу	жовтень 2021	виконано
6	Формулювання висновків	жовтень 2021	виконано
7	Проходження нормоконтролю	листопад 2021	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	листопад-грудень 2021	виконано
9	Захист	грудень 2021	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

_____ (підпис) А. О. Корінець
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис) О. Л. Клименко
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис) В. В. Погонєць
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 75 стор., 96 джерел

Об'єкт дослідження: фінансово-економічна лексика, що використовується при складанні фінансових документів, звітів, написанні літератури відповідної фахової тематики в фінансово-економічній галузі.

Мета роботи: дослідити особливості передачі різних груп англійської фінансово-економічної лексики українською мовою та виявити частотність застосування різних способів перекладу з англійської на українську мову.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення теорії дискурсу та термінознавства (В. Артюх, А. Д'яков, Т. Кияк, З. Куделько, С. Кришталь, Д. С. Лотте, Б. М. Головін та ін.).

Отримані результати: Узагальнено особливості різних груп фінансово-економічної лексики та її властивості; визначено особливості фінансово-економічних термінів; уточнено поняття та характеристики фінансово-економічних реалій та фразеологізмів; проведено дослідження частотності стратегій та прийомів перекладу фінансово-економічної термінології; визначено основні прийоми перекладу безеквівалентної фінансово-економічної лексики; досліджено особливості утворення та прийоми перекладу нової фінансово-економічної термінології та скорочень.

Ключові слова: *фінансово-економічна термінологія, термін, безеквівалентна фінансово-економічна лексика, скорочення, професіоналізм*

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	7
1.1 Загальна характеристика фінансово-економічної лексики та її складу.....	7
1.2 Функціонально-стилістична й експресивно-стилістична класифікація фінансово-економічної лексики	14
1.3 Шляхи й способи поповнення фінансово-економічної лексики	20
1.3.1 Лексико-семантична деривація	20
1.3.2 Морфологічний спосіб словотвору	24
1.3.3 Синтаксичний та морфолого-синтаксичний способи словотвору	30
1.3.4 Запозичення	34
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ 2 ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	39
2.1 Переклад термінів фінансово-економічної сфери	39
2.2 Особливості перекладу нової фінансово-економічної лексики	47
2.3 Способи й прийоми передачі реалій та скорочень	52
2.4 Переклад фразеологізмів, кліше та мовних штампів фінансово-економічної сфери	60
2.5 Особливості перекладу професіоналізмів та професійних жаргонізмів фінансово-економічної сфери	66
Висновки до розділу 2	71
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76

ВСТУП

Процеси інтеграції й глобалізації бізнесу, розширення міжнародного співробітництва, динамічний розвиток економічних відносин роблять підмову економіки об'єктом пильної уваги дослідників. Інтерес для лінгвістів становить як вивчення розвитку фінансової, економічної, управлінської лексики тієї або іншої мови, так і дослідження проблем її перекладу [Багова 1998, Дудина 2004, Малиновская 1985, Черноватий 2005]. У зв'язку з цим дослідження та систематизація лексичних одиниць фінансово-економічної сфери становить не тільки теоретичний інтерес, але й має прямий вихід у практику перекладу оригінальної економічної літератури та методика викладання англійської мови в економічному вузі, що обумовлює **актуальність** даного дослідження.

З розвитком і вдосконалюванням форм організації й здійснення комерційної діяльності зростає й роль фінансово-економічної лексики, що перетворюється в невід'ємну частину, необхідний елемент, ланку загальної стратегії економічної діяльності. Відомо, що від мистецтва ведення ділових переговорів, від вибору мовних формулювань тих або інших понять економічної сфери залежить успіх у здійсненні поставлених цілей. Фінансово-економічна лексика - це лексика ділових переговорів і ділової кореспонденції, лексика спілкування між продавцями й покупцями, підприємцями, керівниками й співробітниками комерційних і державних структур.

Фінансово-економічна лексика, незважаючи на її поширення й функціонування в світі, а також активне проникнення в усі без винятку функціональні стилі національної літературної мови, дотепер залишається недостатньо вивченою в лексикології саме як система. Сучасні дослідження із проблем її перекладу носять частковий, описовий характер і не становлять фундаментального, нормативного опису теорії перекладу економічних текстів.

Однак, при розширенні й поглибленні торгово-економічного, культурного й науково-технічного співробітництва України із закордонними країнами вже

зараз необхідно забезпечувати значеннєва відповідність тих або інших валютно-кредитних, фінансово-бухгалтерських термінів і понять при комерційній діяльності українських юридичних осіб на зовнішньому ринку (у тому числі при веденні ділової переписки, підготовці договірно-правових документів і проведенню комерційних переговорів з іноземними партнерами).

Об'єктом даного дослідження є фінансово-економічна лексика сучасної англійської мови.

Предметом дослідження є особливості перекладу фінансово-економічної лексики з англійської мови українською.

Матеріалом дослідження слугували одиниці фінансово-економічної лексики, які добиралися з посібників та довідників, тлумачних і перекладних словників з різних напрямків сучасних економічних відносин. Критерієм відбору відповідних слів і виразів була предметно-понятійна віднесеність цих лексичних одиниць до розглянутої професійної галузі.

Мета роботи полягає в системному порівняльному аналізі сучасного стану фінансово-економічної лексики сучасної англійської та української мов та дослідженні особливостей її перекладу з англійської мови українською.

Реалізація мети зумовила необхідність вивчення і розв'язання таких завдань:

- проаналізувати сучасний стан фінансово-економічної лексики як системи, для чого визначається склад і особливості її функціонування в області усної й письмової професійної комунікації;
- визначити тенденції збагачення економічного лексикону англійської мови шляхом аналізу словотвірних, семантичних і фразотворчих процесів;
- дослідити експресивно-стилістичні підгрупи фінансово-економічної лексики англійської мови;
- виявити лексичні одиниці англійської мови, що відносяться до досліджуваної сфери, переклад яких викликає певні труднощі, та визначити фактори, що обумовлюють проблеми перекладу;
- розробити рекомендації з рішення проблем перекладу фінансово-

економічної лексики з англійської мови українською.

Наукова новизна роботи полягає в проведенні міжмовного зіставлення фінансово-економічної лексики англійської й української мови на лексико-семантичному рівні, подальшому розвитку питань, що стосуються проблем перекладу англійської лексики даної сфери українською мовою й причин їх виникнення та розробленні рекомендацій стосовно вирішення існуючих проблем перекладу.

При вирішенні поставлених завдань були використані наступні **методи** дослідження: описовий - з метою систематизації, опису й класифікації мовного матеріалу із застосуванням словотворчого аналізу, лінгвістичного спостереження й узагальнення; порівняльний - з метою порівняльної характеристики досліджуваної лексики в українській та англійській мовах; методи лінгвістичного аналізу, лексикографічний, контекстуальний аналіз, елементи етимологічного аналізу.

Теоретичне значення даного дослідження визначається внеском у подальшу розробку питань перекладу економічної лексики; у визначенні основних тенденцій словотвору в англійському фінансово-економічному лексиконі; поглибленні обґрунтування методологічних положень щодо складу, функціонування та особливостей перекладу в межах лексичної підсистеми фінансово-економічної сфери, а також у можливості застосування отриманих даних для аналізу інших фахових підсистем.

Практичне значення одержаних результатів полягає, насамперед, у можливості використання матеріалів дослідження у викладанні теоретичних курсів лексикології, теорії та практики перекладу, у підготовці спецкурсів із неології, словотвору, фразеології, викладанні іноземної мови для економічних спеціальностей. Здобутки роботи знайдуть також застосування при укладанні навчальних та методичних посібників з перекладу, словників і довідників англійської мови, зокрема словників з перекладу економічної та фінансової лексики, а також у перекладацькій діяльності.

Логіка дослідження зумовила структуру роботи: вступ, два розділи, висновки,

список використаних джерел.

У вступі подано загальну характеристику дослідження, актуальності теми, мети, завдань, визначення об'єкту, предмету та структури роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про склад фінансово-економічної лексики, її функціонально-стилістичну й експресивно-стилістичну класифікації, розглянуто шляхи й способи поповнення фінансово-економічної лексики.

Другий розділ містить проблеми перекладу термінів фінансово-економічної сфери, нової фінансово-економічної лексики, реалій, скорочень, фразеологізмів, кліше, мовних штампів, професіоналізмів та професійних жаргонізмів фінансово-економічної сфери та основні способи їх відтворення при перекладі на українську мову.

У висновках подано узагальнену інформацію результатів проведеного дослідження.

Загальний обсяг роботи 75 сторінок, кількість використаних джерел 96 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

1.1 Загальна характеристика фінансово-економічної лексики та її складу

Необхідність дослідження спеціальної лексики, що обслуговує певну професійно-виробничу сферу, неодноразово підкреслювалася багатьма вітчизняними й закордонними лінгвістами. Донедавна переважна більшість спроб дослідження спеціальної лексики зводилися до вивчення лише термінології. Різні аспекти теорії терміна й терміносистем одержали висвітлення в роботах вчених – лінгвістів [Суперанская 2004, Лотте 1961, Реформатский 1968, Квитко 1986, Головин 1987, Скороходько 1988, Авербух 2004] та інших.

У лінгвістичній літературі виділяються два підходи до вивчення природи терміна: «нормативний» і, з іншого боку, «дескриптивний» або ж «субстанціональний» і, з іншого боку, «функціональний». Прихильники нормативного підходу [Лотте 1961; Arnold 1973] відстоюють положення про те, що термін – це лексична одиниця певного типу, що має особливу семантичну й граматичну структуру, що відрізняє її від слів загальнолітературної мови, а термінологія є особливим типом знакової системи загальнолітературної мови. Представники даної точки зору категорично виключають наявність системних відносин загальномовного характеру в терміносистемі: термінологія - це семіотична система із однозначними відповідностями знака й позначуваного, які усувають властиво знакові системні відносини (наприклад, загальномовної полісемії, синонімії, омонімії) і регламентують властивості мовного знака, роблячи його терміном.

Прихильники протилежного підходу [Головин 1987, Котелова 1970]

представляють функціональну точку зору на природу терміна, відповідно до якої термін виступає не як особливе слово, а слово в особливій функції. Відповідно до цієї теорії практично будь-яке слово може стати терміном, і навпаки, - будь-який термін може перетерпіти детермінологізацію й перейти в сферу загального вживання, а, отже, основні семасіологічні характеристики, у тому числі і явища полісемії, синонімії, омонімії, властиві й термінологіям, оскільки в них діють закони загальномовної парадигматики.

Безумовно, термінологія становить основну частину, ядро спеціальної лексики. З безлічі існуючих визначень терміна приведемо найбільш ємне, дане А. В. Суперанською: «Термін – це словесне позначення поняття, що входить у систему понять певної області професійних знань» (тут і далі переклад наш) [Суперанская и др. 2004, с. 14]. Відповідно, «термінологія - це сукупність термінів, що виражають історично сформовані поняття, якої-небудь галузі науки або техніки, взагалі – спеціальної сфери людських знань або діяльності» [Квитко 1986, с. 17].

На основі огляду основної літератури з термінології можна сформулювати базові вимоги до терміна: це точність семантики, номінативність, дефінованість, експресивна й модальна нейтральність, лексична й словотворча системність, однозначність у межах свого «термінологічного поля» [Реформатский 1968, с. 114], відсутність синонімії й омонімії.

Спеціальні дослідження, присвячені системному вивченню фінансово-економічної лексики в якій-небудь одній або декількох національних мовах на даний момент проводилися в недостатній мірі.

Робота М. В. Белозьорова [Белозьоров 2003] присвячена комплексному лінгвістичному аналізу шляхів та способів поповнення економічного лексикону англійської мови залежно від макросоціальних економічних чинників. Дослідження зосереджено на з'ясуванні активності і виявленні взаємодії певних словотвірних способів і механізмів, аналізі формування нових, продуктивних у словнику сфери економіки дериваційних засобів, виділенні напрямків

функціональної мобільності лексичних одиниць, механізмів та видів семантичної деривації, вивченні структурних і семантичних особливостей нової фразеології, шляхів її формування.

О. Р. Зарума-Панських [Зарума-Панських 2001] присвятила свою роботу комплексному аналізу мови текстів міжнародних договорів, особливостям функціонування спеціальної, зокрема договірної, та фахової лексики, деяким аспектам слововживання на морфологічному, семантичному, синтаксичному рівнях, а також у лексикографічній, когнітивній та функціональній площинах опису. Також було розглянуто особливості семантики власних та перейнятих з інших галузей термінологічних лексем і словосполучень.

Як бачимо, роботи, присвячені дослідженню структурно-семантичних особливостей фінансово-економічної лексики, нечисленні. Набагато частіше увагу дослідників привертала різні аспекти економічної термінології. Аналізу економічної термінології в англійській мові присвячені спеціальні роботи вчених – лінгвістів [Цаголова 1985, Грицьків 2003, Багова 1999].

Значний внесок у вивчення економічної термінології внесла робота А. В. Грицьківа. У дослідженні одержують висвітлення багато питань, що стосуються термінології в цілому й англійській фінансової термінології зокрема [Грицьків 2003]. Робота присвячена з'ясуванню галузевої та стратифікаційної структури англійської фінансової термінології, ролі семантичної та мотивуючої взаємодії лексичних систем як одного з чинників термінотворення. Визначено термінологічне поле фінансів та засоби його репрезентації в англійській мові, з'ясовано особливості номінації фінансових понять, кількісні та статистичні характеристики форм міжсистемної взаємодії в контексті семантичних способів термінотворення, вивчено шляхи оптимізації форми фінансових термінів за рахунок використання матеріальних оболонок побутових слів.

В. Л. Іщенко в своїх працях досліджує економічні терміносистеми англійської мови у структурному, семантичному та функціональному аспекті на матеріалі термінологічних словосполучень з прикметником [Іщенко 2000]. У

роботі Цаголової [Цаголова 1985] описуються результати дослідження парадигматичних і синтагматичних системних властивостей політико-економічних термінів. Особливо цікавим представляється розділ про їхню семантичну структуру. Автор виходить із польової організації термінології, що дозволяє охопити весь її склад.

Значний інтерес представляє робота С. Р. Багової, у якій автор розглядає структурно-морфологічні й структурно-семантичні особливості економічної термінології, основні способи словотвору в рамках цього лексичного шару. У роботі описуються деривативні властивості економічної термінології, визначається співвідношення валентних і безвалентних іменників у всіх структурно-морфологічних типах слів [Багова 1999]. Дослідження С. Р. Багової цікаво для нас у тому відношенні, що в ньому дається системний опис структурно-семантичних властивостей економічної терміносистеми англійської мови.

І. В. Малиновська досліджує економічну термінологію в історичному аспекті. У своїй роботі вона розглядає процеси формування й функціонування даної терміносистеми. На думку І. В. Малиновської, економічна термінологія є великою системою, що складається з ряду інших підсистем, зв'язаних між собою відносинами системної залежності, що поєднують їх у єдине ціле [Малиновская 1985]. У роботі показано, що становлення й розвиток засобів вираження наукових понять відбувається в тісній взаємодії із процесом розвитку самої науки. Автор аналізує основні способи формування лексичних засобів тієї або іншої науки в застосуванні до економічної термінології.

Таким чином, аналіз наукових праць в області економічної термінології показав, що увагу дослідників привертала різні аспекти фінансово-економічної термінології: її формування й функціонування, лексико-семантичні особливості, структурно-словотворчі й синтагматичні характеристики. Певна кількість досліджень проводилася і в галузі перекладу фінансово-економічної лексики [Пышная 2002, Диниско 2000, Емельянова 2004]. Всі вищевказані роботи, безсумнівно, становлять великий інтерес для

подальшого вивчення фінансово-економічної лексики та особливостей її перекладу.

Одним з основних понять нашого дослідження є загальна концепція фінансово-економічної лексики. Як і будь-яка інша спеціальна мова, підмова сучасної економіки, – це мала лінгвістична підсистема, що містить набір мовних структур і одиниць, заданих тематично однорідною областю соціального або професійного функціонування мови, що володіє функціонально-стилістичною спрямованістю й обслуговує певну сферу спілкування. У даній роботі фінансово-економічною лексикою вважається вся сукупність повнозначних одиниць однієї національної мови, що позначають специфічні поняття, процеси й реалії, пов'язані із практичним веденням справ у вищезазначеній сфері, а також з теоретичним осмисленням зазначених відносин.

Основа сучасного вокабуляру сфери економіки виникає й активно формується на базі буржуазної політичної економії в другій половині XIX і в XX столітті у зв'язку з інтенсивним розвитком капіталістичних відносин. Тому можна вважати, що фінансово-економічна лексика є відносно «молодим» лексичним шаром у будь-якій сучасній національній мові.

У лінгвістичній літературі неодноразово підкреслювалося, що в семантико-понятійному відношенні спеціальний професійний словник характеризується неоднорідністю вхідних у його склад лексичних одиниць. Не є виключенням у цьому розумінні й фінансово-економічна лексика. Відзначаємо, що безпосередня взаємодія економіки з різними галузями професійно-побутової сфери визначила гетерогенний характер фінансово-економічної лексики із семантико-номінативної точки зору. У її межах можна виділити наступні лексичні шари:

- 1) вузькоспеціальна лексика;
- 2) галузева лексика;
- 3) загальнонаукова лексика;
- 4) загальноповживана лексика.

Співвідношення цих шарів в межах фінансово-економічної лексики нерівнозначне. Очевидно, що її основу становлять вузькоспеціальні одиниці, що називають поняття й предмети, характерні тільки для розглянутої професійної галузі (*exports, finance house, monopoly, jobber, investment, inflation, margin, currency, account*) [Шимкін 2004].

Наступну групу лексичних одиниць утворюють галузеві терміни, які позначають поняття, що відносяться до різних сфер суспільної праці, але функціонуючі й у комерційній практиці. У словниковому складі сфери економіки представлена юридична термінологія (*assignee, testamentary, lawsuit*), математична (*primal constraint, ceiling, concept of dominance, behavior coefficient*), комп'ютерна (*monitor, software, hardware*), транспортна (*coaster, containerization, desk cargo*), статистична (*degree of belief, duplication, classical estimation, conjecture*) та ін.

Загальнонаукова термінологія, позначаючи категоріальні поняття загальногалузевого характеру, обслуговує не тільки економіку, але входить і в більшість терміносистем інших галузей знання. Вона представлена такими лексичними одиницями, як *dynamics, equilibrium, hypothesis, theory* і ін. Під загальнонавчальною лексикою в даній роботі розуміються слова, широко використовувані в межах фінансово-економічної лексики й вхідні в основний словниковий фонд мови, які служать позначенням повсякденних понять, наприклад, найменування різних товарів: *meat, coffee, sugar, cars* і т.д.

Різностороння, чотирикомпонентна структура даної лексики з погляду змісту дає нам можливість розглядати й характеризувати її із двох точок зору - у вузькому й широкому розумінні. У широкому розумінні фінансово-економічна лексика – це сукупність всіх шарів лексики, тобто вузькоспеціальної, галузевої, загальнонаукової, загальнонавчальної, що служить позначенням будь-якого поняття або предмета, які так чи інакше пов'язані з фінансово-економічною сферою: є об'єктом наукового дослідження, вивчення або використання в процесі практичного ведення справ [Аксенова 1989, с. 74]. Фінансово-економічна лексика у вузькому розумінні являє собою, на нашу

думку, сукупність вузькоспеціальних лексичних одиниць, що називають специфічні для даної галузі діяльності явища.

Аналіз лінгвістичної літератури, що стосується різних ділянок фінансово-економічної термінології й професійної лексики, що відноситься до сфери ділового спілкування, виявив ряд загальних і специфічних для української й англійської мов характеристик, що стосуються особливостей формування й функціонування даного шару лексики. До загальних характеристик фінансово-економічної лексики в обох мовах відносять її міждисциплінарний характер, вихід за межі властиво професійного вживання (серед представників різних соціальних груп мовців).

Функціонування словникового складу економічної сфери обох мов постійно супроводжують такі процеси, як: 1) поява нових лексичних одиниць, покликаних до життя потребами називання тих або інших економічних процесів, явищ та абстрактних понять; 2) віддалення на периферію лексичного складу частини слів у зв'язку з втратою ними номінативної актуальності, спричиненої частковою або повною втратою суспільної ваги відповідними поняттями.

Неологізми – слова, а також їх окремі значення, вислови, які з'явилися в мові на даному етапі її розвитку й новизна яких усвідомлюється мовцями (загальномовні) або були вжиті тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові певного автора (стилістичні, або індивідуально-авторські неологізми). Неологізми поділяються на лексичні й семантичні. Новизна лексичних новотворів виявляється у формі (*euro, expromission, backwardation*). Семантичні неологізми – це нові значення, які розвиваються в словах, уже наявних у мові (*hybrid, gondola, freehold*).

Можна виділити такі понятійні блоки сфери економічного життя, які є головними постачальниками неологізмів: загальноекономічні поняття, які використовуються в економічних теоріях, доктринах, економічній політиці (*monetarism, supply-sideism, trickle-down economics, knowledge economy*); реорганізація управління економікою й бізнесом (*make-over, downsizing, re-*

engineering, downaging, smartsizing); фінанси й кредит (*back office, insider trading, microlending*); валютний і фондовий ринки (*junk bond, junk debt, fallen angel*); інформаційні бізнес-технології (*teleworker, e-commerce, cybershopping, virtual executive, road warrior*) та ін. [Белозьоров 2003, с. 91].

Розвиток англійської мови під впливом змін в економічній сфері не обмежується лише появою нових слів та словосполук. Виникли певні різновиди економічно спрямованих форм мовлення, для позначення яких використовують напівафікс *-speak*: *bizspeak, management-speak, marketing-speak, banker-speak, techspeak, quality-speak, guruspeak* тощо.

Особливістю української фінансово-економічної лексики на сучасному етапі є її формування під впливом англійської мови, що виражається у великій кількості запозичень. До особливостей економічної термінології англійської мови відносять стабільність складу, мінімальну кількість новітніх запозичень, умотивованість більшої частини найменувань, наявність синонімічних відносин.

1.2 Функціонально-стилістична й експресивно-стилістична класифікація фінансово-економічної лексики

Одним з найважливіших аспектів дослідження фінансово-економічної лексики є стилістичний, що має не тільки суто теоретичне, але й важливе практичне значення, оскільки проблема доречності вживання й, відповідно, перекладу окремих одиниць надзвичайно актуальна для забезпечення адекватності передачі й сприйняття інформації в такій професійній сфері, як економіка. Незнання стилістичних конотацій або зневага ними видає низьку професійну підготовку перекладача й здатне привести до небажаних результатів спілкування [Алексєєва 2001, с. 144]. Відомо, наприклад, що невірно (не тільки граматично, але й стилістично) оформлений текст реклами

напевно викличе ефект, зворотний передбачуваному. З іншого боку, точне, вільне володіння відповідною лексикою, безпомилкове розміщення семантико-стилістичних акцентів у мові - гарантія успіху в досягненні поставлених цілей.

Професійна комунікація, здійснювана в сфері фінансів, характеризується жанрово-стилістичним різномаяттям письмових текстів і усних форм професійного спілкування. Письмові тексти представлені наступними джерелами:

- наукова література (монографії, наукові доповіді, дисертаційні дослідження);
- навчальна література (навчальні посібники);
- науково-популярна література, доступна й зрозуміла неспеціалістам (періодичні видання - газети, журнали, - призначені для широкої аудиторії, у яких містяться матеріали економічної тематики);
- лексикографічні видання (словники, тезауруси і т.д.);
- ділова документація й кореспонденція (договір, контракт, гарантійне зобов'язання, страховий поліс, митна декларація, експортна декларація, комерційний лист, лист-запит, пропозиція, замовлення, протокол і т.д.);
- довідкові видання (довідники про товари й послуги, торговельні каталоги, рекламні тексти й т.д.).

Як бачимо, письмові тексти, у яких функціонує фінансово-економічна лексика, відрізняються достатнім жанрово-стилістичним різномаяттям. Не меншим багатством володіє й усна форма професійного спілкування, що сполучає в собі безліч стильових і жанрових різновидів: наукова доповідь, лекція, публічний виступ (на симпозіумі, конгресі), наукова дискусія, а також ведення ділових переговорів, наприклад, стосовно купівлі-продажу, специфіка яких полягає в тому, що учасниками таких переговорів можуть виступати як безпосередньо зайняті в цій галузі фахівці (економісти, менеджери, комерсанти, дилери, посередники, торговці й т.д.), так і представники найрізноманітніших професій і соціальних прошарків суспільства, що виступають як продавці або, найчастіше, покупці. Зовсім очевидно, що фактор напівофіційності або

неофіційності, властивій ситуації професійного спілкування, а також різниця в рівнях практичної підготовки й поінформованості перекладача будуть служити причиною мовної варіативності спеціальної лексики.

Усне й письмове спілкування в сфері економіки забезпечує спеціальна лексика, що, як показують наші спостереження, вживається в наступних сферах: у наукових творах; ділових документах; публіцистичних текстах; розмовній мові професійної орієнтації; творах художньої літератури.

Ці сфери відповідають основним функціональним стилям, які виділяються дослідниками в межах літературної мови. Під функціональним стилем більшість лінгвістів розуміє «певну систему мовних засобів, використовуваних з певною метою в певних умовах мовного спілкування, актів комунікації» [Алимов 2005, с. 80]. Відносно номенклатури мовних стилів ми дотримуємося найпоширенішої класифікації: розмовний; публіцистичний; науково-технічний; стиль художньої літератури; офіційно-діловий.

Економічна лексика різними шляхами потрапляє в усі стилі літературної мови (насамперед у науково-технічний та офіційно-діловий), поширюється по численних каналах масової комунікації (у різного роду повідомленнях, що друкуються у газетах, журналах, електронних засобах масової інформації, у передачах радіо й телебачення, а також у художніх фільмах). Багато спеціальних найменувань сфери економіки стають відомими широкому колу носіїв мови, що пояснюється, насамперед, соціальною значимістю розглянутої галузі діяльності в сучасному світі, її величезним практичним потенціалом [Гойко 2004, с. 97]. Внаслідок сказаного, значна частина спеціальних найменувань фінансово-економічної лексики стає доступною і зрозумілою великій кількості людей.

Таким чином, специфічними рисами фінансово-економічної лексики виступають її відкритість, незамкненість, доступність широким верствам населення, що істотно відрізняє її від спеціальної лексики інших виробничих сфер, що функціонують звичайно лише у вузькому колі фахівців, наприклад, лексики гірників, рибалок, металургів і т.д.

Аналізуючи специфіку даної лексики й характер її функціонування й, пов'язані із цим труднощі перекладу в письмовому й усному варіанті, доходимо висновку, що фінансово-економічна лексика неоднорідна та в її структурі виділяють два великих шари: термінологія та професійна лексика. В межах професійної лексики доцільно виділяти наступні підгрупи: професіоналізми та професійні жаргонізми.

Дамо визначення вихідним поняттям. Термін розуміємо як слово або словосполучення, змістом якого є наукове поняття, що входить у систему понять економічної науки, що функціонує в комерційній практиці. Професіоналізм – експресивний еквівалент терміна з ослабленим елементом прямого номінативного значення, що не відповідає нормам професійного вживання, що функціонує в розмовній мові бізнесменів. Професійний жаргонізм – специфічний вираз, що існує винятково в неофіційному усному мовленні комерсантів, що характеризується яскраво вираженим емоційно-експресивним забарвленням і вкрай слабким номінативним значенням.

У ході історичного розвитку мови чітко спостерігається динамізм спеціальної лексики, за певних умов професійного слововживання може відбутися перехід найменування з одного розряду в інший. Так, наприклад, терміни *contango* (контанго) і *margin* (маржа) споконвічно були жаргонними. Слово *boom* (бум: фаза економічного циклу) перейшло з розряду розмовного в термінологічний.

Дані факти наочно свідчать про постійні процеси руху й зіткнення зазначених лексичних шарів, тобто практично провести чітку демаркаційну лінію між термінами, професіоналізмами й жаргонізмами вкрай складно саме через їхню постійну взаємодію й міграцію.

Як значні особливості термінологічної й професійної лексики виділяються наступні:

1) наявність образності, емоційно-експресивних конотацій. Стилістичній нейтральності термінів протиставляється образність, експресивність професіоналізмів. Так, наприклад, у спеціальній економічній лексиці

словосполучення *crown jewels* є яскравою характеристикою найбільш привабливих складових частин корпорації (дочірніх компаній), буквально «коштовності корони»; *shark repellent* (заходи щодо захисту компанії від недружнього поглинання) викликає образні асоціації «відлякувач акул»; *taxeater* (особа, що живе на державну допомогу), «поглинач податків»;

2) відхилення від норми професійного вживання. Професіоналізми у своїй більшості є синонімами термінів. Позначаючи спеціальні поняття, вони семантично наближаються до термінів, однак не відповідають професійній нормі способу вираження цих понять. Так, наприклад, позначаючи надзвичайно високий прибуток (*exorbitant profit*) слово *plum* не є офіційним терміном, оскільки не відповідає нормі професійного вживання в силу особливої образності: слива, ласий шматочок. З погляду нормативного підходу відзначається небажаність уживання професіоналізмів у науковому й офіційно-діловому стилі;

3) функціонально-стильова обмеженість вживання. Професіоналізми звичайно відносять до розмовної мови, протиставляючи їх термінам, які належать до розряду книжкової лексики. Наприклад, книжні терміни: *advertisement, foundation, shop-girl*, відповідні професіоналізми: *buildup, floating, shoppy*. Терміни, на відміну від професіоналізмів, вживаються в усіх без винятку функціональних стилях мови.

У складі професійної лексики виділяємо професійні жаргонізми як особливі групи в силу їх нормативних, стилістичних і експресивних відмінностей від термінології й професіоналізмів. Наприклад: *bullet* (куля): облігація разового погашення; *cash cow* (грошова корова): продукт під добре відомою торговельною маркою, на який доводиться більша частка ринку а, отже, що приносить стійкий притік готівки; *lame duck* (кульгаюча качка): компанія, що має національний престиж, але, однак, не може вистояти перед іноземною конкуренцією й вижити без допомоги уряду.

Можна відмітити, що жаргонізми сфери бізнесу відрізняються від професіоналізмів більшим ступенем експресивної насиченості. Так, професійні

позначення типу *sweat* (піт) – виснажлива праця або *to milk* (доїти) – викачувати ресурси підприємства є словами, ужитими в переносному значенні, однак не мають настільки яскравого експресивного забарвлення, як, наприклад, жаргонізми *golden handcuffs* (золоті наручники) – фінансовий стимул, що використовується для того, щоб переконати фахівців не йти з фірми або *wallflower* (дама, що залишилася без кавалера на вечірці) – акція, що залишилася поза увагою інвесторів.

Для жаргонізмів характерна менша в порівнянні із професіоналізмами номінативність. У їхніх значеннях присутній лише слабкий натяк на ту реальну ситуацію, що вони позначають: *head and shoulders* (голова й плечі): крива зміни курсу цінних паперів; *century* (століття): 100 доларів; *to grease* (змазувати, підмазувати): давати хабара.

Найпоширенішими є лексичні одиниці з пейоративної експресією, що вказують на невдоволення мовця, на неприйняття їм предмета мови. Окремі жаргонізми мають іронічне, жартівливе забарвлення. Прикладом може служити жаргонізм *beeswax*. Крім предметно-логічного значення (бізнес) дана одиниця виражає жартівливе відношення до предмета мови (віск). Наявність непередметної (додаткової стосовно основної, предметно-логічної) інформації є диференціальною ознакою жаргонної лексики.

Аналізуючи фактичний матеріал, приходимо до висновку, що професійні жаргонізми на відміну від професіоналізмів мають яскраво виражений емоційно-оцінний характер з перевагою експресивної функції над номінативною (конотації над денотацією).

Невизначеність теоретичних концепцій у визначенні й інтерпретації таких понять як професіоналізм, розмовне слово або висловлювання, жаргонізм, сленг, призводять найчастіше до неправильного тлумачення стилістичного статусу тієї або іншої лексичної одиниці, що може негативно позначитися на перекладі відповідних лексичних одиниць, а звідси, і на практиці реального професійного спілкування.

Все вищесказане дозволяє нам стверджувати, що фінансово-економічна

лексика сучасної англійської мови являє собою гетерогенний об'єкт, що складається з різних стилістичних стратумів, які не статично існують, а перебувають у деякому складному й динамічному русі, тому межі між стилістичними розрядами досліджуваної лексики є хиткими, нестійкими, і виділяються доволі умовно.

1.3 Шляхи й способи поповнення фінансово-економічної лексики

1.3.1 Лексико-семантична деривація. Під лексико-семантичною деривацією мається на увазі використання слова загальнолітературної мови або професійної сфери для найменування іншого, спеціального поняття зі збереженням базової семантики, з одного боку, з іншого боку, тропейний перенос за типом метафори, метонімії й т.ін. Існує п'ять основних типів переносу найменування: конкретизація семантики; спеціалізація семантики; метафоричний перенос; метонімічний перенос; транстермінологізація [Бортничук 1988, с. 131].

Першим видом лексико-семантичної деривації є конкретизація, або уточнення значення загальноповживаних слів, додання їм наукової визначеності. При цьому ніяких істотних змін у семантичній структурі слів-термінів не відбувається. Загальноповживане слово й термін збігаються по своїй формальній і змістовній структурі.

Так, наприклад, під загальноповживаним словом *market* розуміється «місце, де продають і купують товари». На перше місце тут висувуються фізичні параметри (територія, будинок і т.д.), потім – функціональний параметр (для продажу й покупки товарів). Порівняємо наукову дефініцію терміна *market*: «система, керована співвідношенням попиту покупців і пропозиції продавців». Як бачимо, у визначенні ринку як найважливішої економічної категорії пріоритетними є абстрактні, системні характеристики даного поняття. До

лексичних одиниць даного типу відносяться в основному базисні економічні терміни, такі як *demand, income, value, capital, profit* і ін.

Можна зробити припущення, що використання загальноживаних слів у функції найменування базисних економічних понять без істотних змін семантичної структури обумовлено, з одного боку, тяжінням до економії лексичних засобів, з іншого – особливим соціальним значенням найважливіших реалій суспільно-економічного життя людей, до яких відносяться капітал, праця, вартість, доход, товар та ін.

Другим видом лексико-семантичного перетворення є спеціалізація або звуження значення загальноживаного слова. У цьому випадку утворення слів-термінів відбувається за рахунок появи нових диференціальних ознак у семантичній структурі загальноживаних слів національної мови [Багова 1998, с. 135]. Розглянемо як приклад слово *list*. Вихідне значення слова *list* – документ, що містить перелік яких-небудь відомостей. Потім відбувається помітне звуження, спеціалізація семантики: в іменуванні об'єкта (список певних документів, зокрема, цінних паперів), в обмеженні сфери застосування даної лексичної одиниці в межах професійної галузі економіки (практика біржових операцій). Зазначеним способом утворені: *swap, coupon, risk, tariff* та ін.

За нашою думкою, поширеність в фінансово-економічній лексиці такого виду лексико-семантичної деривації пов'язана з такими причинами, як відкритий характер даної професійної сфери, залучення до неї широкого кола людей різного віку та різних професій, а також з тим, що основний лексичний фонд обмежений, у порівнянні з кількістю понять, і часто слову, що вже закріплене за певним поняттям, надається нове, термінологічне значення. Серед професійної лексики фінансово-економічної сфери даний вид лексико-семантичної деривації не зафіксований.

Крім використання загальноживаних слів у їх прямому, номінативному значенні, у фінансово-економічній лексиці зафіксоване також широке використання слів у переносному, метафоричному значенні. Можна побудувати наступну класифікацію термінів-метафор. До першої категорії відносяться

слова, вживання яких засноване на подібності виконуваних дій: *spurt* (струмінь; ривок) – несподіване підвищення (цін або курсів), *runner* (бігун) – посильний банку або брокерської фірми й ін. Наступна група утворена на основі функціональної подібності: *garage* – переведення зобов'язань або активів у фінансовий центр, що має мало спільного з даною операцією, звичайно з метою зменшення податку від прибутку, *hedge* (огорожа) – хедж (термінова угода, укладена для страхування від можливої зміни ціни). Наступну категорію представляють терміни, мотивовані якісною подібністю з позначеними раніше явищами: *maturity* (зрілість) – строк платежу за векселем, *sluggish* (повільний, млявий) – застійний, що характеризується відсутністю економічної активності.

Далі простежимо аналогічний процес лексико-семантичної деривації в професійній лексиці бізнесу. Як показує фактичний матеріал, метафоризація є основним і найважливішим джерелом розвитку й поповнення складу професійної лексики бізнесу. Яскравими прикладами метафор є професіоналізми *bit* (шматочок; частка) – дрібна монета; *cabbage* (капуста), *lettuce* (салат-латук), *spinach* (шпинат) – гроші. Серед жаргонізмів, що мають метафоричну основу, можна вказати також наступні: *pip* (кісточка, зернятко) – найменша грошова одиниця; *rat* (пацюк) – штрейкбрехер; *lubricant* (мастильний матеріал) – хабар.

На відміну від термінів-метафор, що втратили образність внаслідок сталого характеру вживання, у професіоналізмах і професійних жаргонізмах зберігається образний, емоційно-експресивний компонент, що явно відчувається носіями професійного варіанта мови. Маючи яскраві емоційно-оцінні конотації, професіоналізми й жаргонізми реалізують у фінансово-економічній лексиці експресивну функцію.

Домінуюча тенденція до метафоризації фінансово-економічної лексики обумовлена, на наш погляд, впливом наступних факторів: загальною тенденцією до вживання колоритних порівнянь та тяжінням до свіжих, несподіваних зіставлень, що підкреслюють індивідуальне відношення мовця до об'єкта номінації.

Четвертий вид лексико-семантичного перетворення у фінансово-економічній лексиці – метонімічний перенос загальноживаного найменування на спеціальне поняття на основі суміжності денотатів двох мовних одиниць. [Черникова 2001, с. 87]. Слово *share* демонструє метонімічну трансформацію за семантичною моделлю: «предмет – дія – документ»: частка – участь - акція. Метонімічні «зрушення» зафіксовані в наступних мовних одиницях: *account*, *bill*, *duty*, *stock*, *supply* та деякі ін.

Відносно професійної лексики відзначаємо, що метонімічний перенос здійснюється тут набагато рідше в порівнянні з термінологічною лексикою. Професійна лексика сфери економіки дає приклади особливого різновиду метонімії – антономасії, тобто використання власних імен у значенні загальних: *shylock* – жадібна людина, що добуває гроші шляхом обману (персонаж п'єси В. Шекспіра "*The Merchant of Venice*"), *scrooge* – скнара (ім'я персонажа розповіді Ч. Діккенса "*A Christmas Carol*").

Різновидом семантичної деривації вважається також транстермінологізація, під якою розуміється «перенесення готового терміну з однієї дисципліни в іншу з повним або частковим його переосмисленням і перетворенням у міжгалузевий омонім» [Суперанская 1989, с. 194]. Аналіз фактичного матеріалу підтверджує, що зміни значень галузевих термінів можуть бути зведені до двох основних типів: уточнення значення терміна: *realization* (процес перетворення різних засобів і ресурсів у гроші), *stabilization* (покупка або продаж власної валюти країни з метою захисту її курсу); зміна значення терміна за аналогією понять: медичний термін *injection* (ін'єкція) піддається істотним семантичним зрушенням: потоки коштів, спрямовані на придбання національного продукту, створеного усередині країни.

У професійній лексиці бізнесу транстермінологізація представлена спеціальними лексемами стилістично зниженого характеру, що зберегли вихідне значення. Прикладом є жаргонізм *brass* (вище керівництво), запозичений практично без змін з військового жаргону, де він позначає військову верхівку. У деяких міжгалузевих запозиченнях відчувається певне

метафоричне зрушення, засноване на аналогії понять. Наприклад, жаргонізм *parking* (в автолексичі – місце стоянки автомобіля) має метафоричне значення: «тимчасово безпечне інвестування активів».

Таким чином, лексико-семантична деривація займає стійкі позиції в фінансово-економічній лексиці. Процес термінологізації загальноживаних слів здійснюється шляхом конкретизації і спеціалізації значень при збереженні вихідної семантики. Найпоширенішим типом лексико-семантичної деривації при утворенні професіоналізмів і жаргонізмів є метафоризація, яка сприяє розвитку емоційної виразності та образності вказаних найменувань, що реалізують експресивну функцію в фінансово-економічній лексиці.

1.3.2 Морфологічний спосіб словотвору. У досліджуваному лексичному складі, крім описаних вище лексико-семантичних переносів словесного знака, широко представлений морфологічний спосіб словотвору. Аналіз фактичного матеріалу показав, що у фінансово-економічній лексиці присутні всі традиційні способи морфологічного словотвору: суфіксальний, префіксальний, префіксально-суфіксальний; словоскладання, аббревіація.

Найбільш продуктивним афіксальним способом утворення термінів є суфіксація. Суфікс *-tion* (*-sion*, *-ssion*, *-ion*) утворює іменники від дієслівних основ і позначає, як правило, дію, процес, стан, на які вказує основа (*quotation* – котирування, курс; ціна; *commission* – комісійна винагорода, комісійні) або фінансовий документ (*obligation* – боргове зобов'язання; облігація) [Грицьків 2003, с. 12]. Суфікс *-er* (*-or*) приєднується до дієслівних основ і передає агентивне значення, тобто значення особи або діяча за професією, родом занять або дією, наприклад: *auditor*, *broker*, *buyer*, *creditor*, *investor*, *customer* та ін.

За допомогою суфікса *-ing* утворюються іменники від дієслівних і субстантивних основ зі значенням дії, процесу: *investing*, *advertising*, *marketing*, *saving*, *purchasing* і т.д. В одиничних випадках деривати із суфіксом *-ing* виражають значення результату дії, наприклад: *earnings* – доходи, прибуток, заробітна плата, надходження, виторг. Суфікс *-ment* утворює

абстрактні віддієслівні іменники, що позначають дію або результат дії: *apportionment* – постатейний розподіл (асигнувань); *investment* – інвестування, розміщення капіталу.

Відмітною рисою суфіксальної деривації в стилістично зниженій групі лексичних одиниць економічної сфери є її суб'єктивно-оцінна конотація, що досягається завдяки використанню емоційно-забарвлених суфіксів: *-eer* (*marketeer* – продавець, ринковий агент; *racketeer* – шантажист, здирник), *-(o)crat* (*debnocrat* – службовець банку, що спеціалізується на наданні грошових позик на високому рівні, звичайно країнам третього світу), *-ling* (*yearling* – річник, річничок – цінний папір, що емітується англійськими органами місцевого самоврядування зі строком на один рік), *-ie* (*cheapie* – дешевий товар). Відзначено утворення ряду жаргонізмів за допомогою стилістично маркірованого новітнього суфікса *-aholic* (*shopaholic*, *workaholic*). Отримані деривати мають певну конотацію: вони виражають іронічний відтінок сильного бажання, пристрасті до того, що виражено твірною основою.

На сучасному етапі розвитку фінансово-економічної лексики префіксація як спосіб словотвору має обмежене вживання. Більш розповсюджений префіксально-суфіксальний спосіб словотвору. Найбільш активним є префікс *re-* (*recourse*, *reexport*, *recede*, *redraft*, *reseller*), що виражає значення повторного здійснення дії. Префікс *over-* (*overdue*, *overtime*, *overturn*, *overcharge*), приєднуючись до основ дієслів, іменників і прикметників, має узагальнене значення надмірності або надмірності того, на що вказує основа. Префікс *de-* бере участь в утворенні похідних від дієслівних і субстантивних основ і має значення зворотної дії (*denationalization*, *devaluation*, *decline*), ліквідації, вилучення, видалення (*decasualization*, *demonetization*, *deprivation* і т.д.).

Відносно професійної фінансово-економічної лексики відзначаємо відмінну від термінології тенденцію. Тут префіксація як спосіб словотвору не поширена. Зафіксований лише один жаргонізм із префіксом *up-*: *uptick* – короткочасне підвищення цін. Даний факт свідчить про те, що така важлива системна якість, як регулярність передачі понять одного класифікаційного ряду

за допомогою однотипних словотворчих засобів для професійної лексики в цілому не характерно.

У фінансово-економічній лексиці наявні численні терміни-композиції, основна відмінність яких полягає в тому, що завдяки їх семантично ємній структурі створюється оптимальна номінація спеціального поняття, мотивованого необхідною кількістю відповідних ознак. Виходячи зі структури номінативних складових, у фінансово-економічній лексиці виділяються наступні типи складних термінів:

- терміни, що складаються із простих основ: *back-pay*, *busy-work*, *checklist*, *middleman*, *waybill*, *banknote*, *cost-plus*, *buydown* та ін.;
- терміни, у яких один з компонентів: *back-selling*, *cost-effectiveness*, *cross-booking*, *shareholder*, *wage worker*, *profit-sharing*, *fair-trader* та ін.;
- терміни, у яких один з компонентів є складним словом: *alongside-date*, *sale-leaseback*, *warehouseman*, *buy-turnman*.

З погляду способів поєднання компонентів терміни-композиції підрозділяються на:

- складні слова, утворені простим складанням основ: *passbook*, *bankwire*, *buydown*, *cross-hedge*, *leasehold* і ін.;
- складні слова, компоненти яких зв'язані сполучної приголосної -s-. Кількість таких слів незначна: *craftsman*, *partsman*;

- складні слова, у яких номінативні складові зв'язані службовим словом (прийменником або сполучником): *end-on-courses*, *job-and-finish*, *stock-in-trade*, *work-to-rule*, *all-or-none* і деякі інші.

З точки зору семантичних відносин між номінативними складовими виділяють наступні типи слів-композицій:

- мотивовані складні слова, значення яких можна вивести як суму значень їх складових: *banknote* – банківський білет; *trademark* – торговельний знак; *duty-free* – безмитний; *warehouse* – товарний склад та ін.;
- частково мотивовані слова, в яких помітний зсув значення одного з компонентів: *passbook* – депозитна книжка; *self-cheque* – чек, що пред'являється

на банк, на який він виписаний. Незважаючи на певні зміни в семантичній структурі одного з компонентів, значення композита в цілому є досить прозорим, мотивованим;

– ідіоматичні композити, семантика яких не відповідає окремо взятим значенням їх компонентів [Карпухина 2002, с. 30]. Це найменш розповсюджений тип складних термінів у фінансово-економічній лексиці: *bookkeeper* – бухгалтер.

Фактичні дані свідчать, що словоскладання має високу продуктивність при утворенні професіоналізмів і особливо жаргонізмів. З погляду семантичної зв'язаності між компонентами складного слова в професійній лексиці бізнесу переважають ідіоматичні композити: це, наприклад, деякі професіоналізми *moonlighting* (працювати за сумісництвом), *cartwheel* (американський срібний долар), і численні жаргонізми *deadbeat* (неплатник), *bluefingers* (робітники, що походять з однієї родини та ефективно виконують поставлені завдання й працюють як єдина команда), *razorback* (некваліфікований робітник) та ін.

Зустрічаються частково мотивовані композити: *comeback* (поновлення замовлень, повернення), *rag-fair* (барахолка), *moneybags* (багаті люди), *shortlist* (перелік кандидатів на роботу, які мають більші шанси бути запрошеними на співбесіду) та ін.

Аналіз стилістично маркованих складних слів фінансово-економічної лексики показує, що найменування даного структурного типу утворюються в основному за тими самими моделями, що й терміни-композити. Основна відмінність полягає в семантико-стилістичних особливостях професіоналізмів і жаргонізмів, обумовлених незвичайним, специфічним об'єднанням стандартних слів, у результаті чого виникає лексема, що володіє яскравим емоційно-експресивним забарвленням, що й визначає високу активність даного способу серед інших видів морфологічного словотвору.

Абревіація в економічній лексиці як спосіб словотвору отримує велике поширення, оскільки це оптимальний засіб створення короткого варіанта спеціального слова. Особливою продуктивністю вона

характеризується в термінології.

Скорочені терміни можуть бути представлені трьома структурними типами. Найбільш численну групу створюють буквені, ініціальні аббревіатури (акроніми): *AFC* – *average fixed costs*, *VMS* – *vertical marketing system*, *PLC* – *product life cycle*, *USP* – *unique selling proposition*.

У термінології економіки й фінансів існують лексичні одиниці, у яких тільки два або три компоненти представлені початковими буквами, наприклад: *CVP analysis* (*CVP* – *cost-volume-profit*), *HR planning* (*HR* – *human resources*).

Особливу групу акронімів представляє ряд прикладів, у яких сполучаються процеси ініціальної аббревіації й еліпсиса, тобто опущення одного з компонентів словосполучення або складного слова, наприклад: *MIT* – *market-if-touched order*, *OTC* – *over-the-counter-market*, *TCD* – *total cost approach to distribution*.

В окрему групу виділяємо також акроніми, у яких один або кілька компонентів первісного словосполучення представлені більш ніж однією буквою, наприклад: *ANOVA* – *analysis of variance*, *AVCO* – *average cost*.

Далі розглянемо структурні особливості одиниць аббревіатурного типу, що відносяться до професійної лексики бізнесу. Серед них найбільш поширені наступні типи: апокопа (*ad* – *advertisement*, *admin* – *administration*, *rep* – *representative*, *div* – *dividend*, *exec* – *executive*) та складноскорочені слова (*con-trick* – *confidence trick*, *adman* – *advertisement* + *man*, *promo-tools* – *promotional tools*).

Окрему групу становлять складноскорочені слова, за термінологією деяких вчених «телескопні слова» [Бортничук и др. 1988, с. 174]. Складноскорочене слово являє собою результат злиття повної й усіченої основ, або тільки усічених основ вихідного слова. Моделі складноскорочених слів:

- а) злиття усіченої й повної із трикомпонентного утворення з опущенням середнього компонента (*compratio* – *comparative salary ratio*),
- б) злиття фрагментів двох основ (*forex* – *foreign exchange*),
- в) злиття усіченої основи першого компонента з повною основою другого

(*covariance – common variance, flexitime – flexible time*).

Нечисленну групу скорочених слів становлять усічені слова. У фінансово-економічній лексиці виділяють наступні категорії слів:

- апокопа (відсікання кінця слова) – *arb (arbitrager), depo (deposit)*,
- синкопа (усікання середини слова) – *stg-sterling*,
- змішаний тип – *pty (proprietary), svgs (savings)*.

Таким чином, робимо висновок, що для лексики досліджуваної сфери характерний процес активізації аббревіації, що обумовлено з одного боку, характером підприємницької діяльності, що відрізняється особливим динамізмом, рухливістю, прагматизмом; з іншого боку, основною причиною, базою аббревіації є сама структурно-словотворча система, у якій превалюють багатоконпонентні, складні утворення, що викликають появу різного роду скорочень.

У цілому відзначаємо, що активізація процесу аббревіації як особливого способу морфологічного словотвору відбувається в основному в термінології. У професійній лексиці, навпроти, даний спосіб словотвору не проявляє високої активності, що обумовлено структурно-словотворчими особливостями даного шару спеціальної лексики.

Отже, аналіз морфологічного способу словотвору в фінансово-економічній лексиці виявив тенденцію до вибіркості й закріплення певних словотворчих моделей і словотворчих афіксів, що є найбільш характерним принципом термінологічної номінації. Відзначається тенденція до семантичної спеціалізації словотворчих засобів, що в цілому забезпечує зовнішню системність термінології. Відмінною рисою морфологічного словотвору в професійній лексиці фінансово-економічної сфери є широке використання композитних найменувань із підвищеною ідіоматичністю, створених за допомогою незвичайного поєднання загальнолітературних слів, а також отримання професіоналізмами й жаргонізмами додаткових конотативних елементів у процесі деривації, що відрізняє їх від похідних термінів.

1.3.3 Синтаксичний та морфолого-синтаксичний спосіб словотвору. У термінологіях різних наук і галузей виробництва за допомогою синтаксичного способу утворюються численні складені терміни або термінологічні словосполучення. Висока інформативність і точність, властиві термінологічним словосполученням, забезпечили їм міцне місце й у фінансово-економічній лексиці.

З погляду структури словосполучення підрозділяємо на двослівні, або прості (*capital loss, economic efficiency, annuity bonds, import license* та ін.), і багатокomпонентні, де число складових може варіюватися від 3 до 7 слів (*cash flow after interest and taxes*) [Іщенко 2000, с. 245].

За морфологічним типом стрижневого слова переважають субстантивні словосполучення: *aggregate demand, autonomous investment, balanced budget, bank bill*.

Виділяються також нечисленні словосполучення наступних видів: дієслівні (*pay to bearer, trade on the equity, make or buy*), ад'єктивні (*free on board, due to banks, eligible for rediscount*), адвербіальні (*jointly and severally*).

Аналіз термінологічних словосполучень фінансово-економічної лексики з погляду значеннєвої розкладності компонентів дозволив виділити наступні групи:

– розкладні терміни-словосполучення. До цих термінів належать слова, які є самостійними термінами: *commercial insurance, credit manager, demand inflation, earned income, employment costs, executive director* та ін.;

– напіврозкладні терміни-словосполучення. У словосполученнях даного виду одна зі складових частин є терміном, інша ж – загальноживаним словом, загальнонауковим або галузевим терміном, що не виражає специфічного поняття розглянутої професійної області: *accounting code, alternative cost, bargaining structure, bonus schemes, business purpose, channel money* та ін.;

– умовно розкладні терміни-словосполучення. У складі таких словосполучень немає компонентів, які були б самостійними термінами розглянутої лексичної системи: *efficient scale* – найменший

економічно ефективний масштаб (діяльності), *block system* – система сортування й перевірки чеків у касах банків; *due date* – строк погашення кредитного зобов'язання, строк платежу;

– нерозкладні терміни-словосполучення, так звані термінологічні фразеологізми. Нерозкладні словосполучення можуть являти собою термінологізовані літературні фразеологізми (*white elephant, window dressing*), термінологічні фразеологізми, що були запозичені з іншої професійно-лексичної системи й перетерпіли процес семантичного переосмислення (*blue chip* – професійне вираження з карткової гри в покер), або властиво термінологічні фразеологізми, створені винятково в сфері економіки для позначення специфічного поняття (*white knight, back door, hidden hand, bed and breakfast, poverty trap* і ін.) [АУФС 2005].

Фразеологічні обороти професійної орієнтації в рідній мові найчастіше - результат метафоричного переосмислення. При переході в іншу мову семантика даного фразеологізму передається сполученням слів, що найбільше точно передають значення цього поняття.

У процесі дослідження мови ділового спілкування відзначені наступні типи фразеологічних одиниць: ідіоматизми (*forbidden game* – людина, яку не можна критикувати, *pay through the nose* – заплатити шалені гроші), термінологічні фразеологізми (*cut corners (a corner)* - а) зрізати кут, б) йти напролом, в) діяти незаконно), фразеоматизми (*work to rule* – проводити страйк шляхом відмови від понаднормової роботи, *come to terms* – домовлятися), компаративні фразеологізми (*as right as ninepence* – цілий та непошкоджений, усе в порядку, *as safe as the Bank of England* – абсолютно надійний, безпечний).

Фразеологічні одиниці мають різний ступінь закріпленості своїх компонентів; у деяких з них складові частини зберігають більшу або меншу семантичну самостійність, в інших же ця самостійність повністю втрачена, і все сполучення сприймається як єдиний, нерозкладний комплекс. Із цього погляду фразеологічні одиниці можна розділити на три категорії: фразеологічні сполучення; фразеологічні єдності; фразеологічні зрощення.

Фразеологічне сполучення є рухливим семантичним комплексом, компоненти якого зберігають своє основне значення, але вступають у сполучення лише з певними словами: *hot money* – гарячі гроші (капітали, що спонтанно переміщуються між державами з метою збереження вартості або отримання спекулятивного надприбутку); *bullet loan* – залпова позика (виплачується одноразово після закінчення строку запозичення).

Фразеологічна єдність, на відміну від сполучення, являє собою нерухомий синтаксичний комплекс. Загальне значення єдності (так само, як і фразеологічного сполучення) мотивовано значенням вхідних у його склад слів, але воно не допускає ні підстановок, ні замін: *dollar shortage* – доларовий голод; *black market* – чорний ринок.

Фразеологізми-зрощення становлять більшу групу професійно орієнтованої лексики. Особливість їх у тому, що складені терміно-компоненти (слова загального вживання) характеризуються максимальною злитістю й виступають як назва єдиного поняття [Коралова 1987, с. 48]. Наприклад: *fat cat* – жирний кіт (дуже багата людина, що в основному живе на відсотки й дивіденди від інвестицій і не займається активно бізнесом); *blue chip* – блакитна фішка (першокласні акції, ризик зниження доходів по яких мінімальний).

Дериваційна база складених найменувань професійної лексики бізнесу різна: це можуть бути окремі слова (*peppercorn rent, mom and pop store*), або готові словосполучення (сталі або вільні) загальномовного характеру (*red herring, lion's share, new blood, cold pig, deep pockets, golden handcuffs*), або запозичення з інших професійно-лексичних систем (*air pocket* – з авіаційної лексики, *boll weevil* – з термінології зоології).

З погляду семантичного злиття компонентів у даній групі лексичних одиниць виділяються напіврозкладні й нерозкладні словосполучення (власне фразеологізми). Словосполучення першого типу поширені більшою мірою серед професіоналізмів: *captain of industry* (керівник великої промислової фірми), *sunset industry* (традиційна галузь, значення якої зменшується). Найбільше поширення серед професійних жаргонізмів одержують нерозкладні

словосполучення. У словосполученнях даного типу відбиваються зовнішні ознаки іменованих предметів і явищ, що надає їм особливу образність: *bell cow* (корова, що мукає) – продукція, що користується більшим попитом, ходовий товар), *palm oil* (пальмове масло) – підкуп і багато інших.

Можна зробити висновок, що співвідношення синтаксичного способу словотвору в різних стилістичних шарах фінансово-економічної лексики нерівномірно. Для термінологічної лексики даний спосіб утворення є найбільш продуктивним, досить численні складені найменування й серед професійних жаргонізмів, для професіоналізмів же даний спосіб є найменш характерним.

До морфолого-синтаксичного типу словотвору відносять конверсію. Термін «конверсія» використовується в працях більшості лінгвістів для позначення безафіксального способу словотворення [Бортничук 1988, с. 92].

Найбільш продуктивною конверсійною моделлю є модель V–N, наприклад: *to affiliate* – приєднувати як філію, *affiliate* – афілійована компанія, дочірнє або підзвітнє, залежне підприємство; *to consign* – відправляти, посилати на консигнацію, *consign* – доручення перевізникові (з передачею коносаменту) доставити партію вантажу. Досить розповсюдженим у фінансово-економічній лексиці є процес субстантивації прикметників (Adj–N): *convertibles* – *convertible securities*, *ordinaries* – *ordinary stock*, *cooperative*, *executive*.

В межах професійної лексики фінансово-економічної сфери існує велике різноманіття моделей конверсії, у порівнянні з термінологічною лексикою. Найбільшу роль у поповненні словникового складу грає процес субстантивації прикметників (Adj – N): *grand* (грандіозний, великий) – *a grand* (тисячодоларова банкнота); *casual* (випадковий, нерегулярний) – *casual* (тимчасовий робітник); *ready* (готовий) – *ready* (готівка). Досить численні випадки утворення віддієслівних іменників (V–N): *to show down* (відкрити карти) – *showdown* (розкриття власних планів); *to buy* (купувати) – *buy* (товар, що купують із прибутком); *to take* (стягувати, знімати) – *take* (будь-який прибуток від комерційної діяльності, що звичайно має підозрілі джерела). Також досить розповсюджена субстантивація числівників (Num – N): *seconds* –

другосортний товар; *thirty-three* – потенційний клієнт, що відмовляється зробити покупку в одного продавця й передається іншому.

Отже, термінологічні словосполучення, відбиваючи класифікаційні ознаки поняття, указують на його місце у відповідній науковій системі. На відміну від термінів, складові професіоналізми й жаргонізми містять лише зовнішні ознаки названих речей, що не сприяє доданню зовнішньої системності професійній лексиці бізнесу. Дія конверсії в фінансово-економічній лексиці практично обмежена утворенням іменників від дієслів і прикметників, що цілком закономірно, оскільки лексика даної сфери в цілому носить іменний характер. У професійній лексиці, навпроти, активно діють і розвиваються різні напрямки конверсії, що говорить про менш чіткий системний характер.

1.3.4 Запозичення. Не останнє місце серед інших джерел поповнення спеціального словникового складу є міжмовні запозичення, які в області спеціальної лексики становлять завжди значно більший відсоток у порівнянні із запозиченнями в загальнолітературній лексиці. Сучасна економічна перевага англійських держав над тими країнами, де англійська мова не є національною, спричиняє провідну роль англійської мови як основного джерела збагачення лексичного фонду фінансово-економічної сфери й визначає низьку частку запозичень із інших національних мов.

Більшість запозичень прийшла у фінансово-економічну лексику з романських мов, насамперед французької (*entrepot, entrepreneur, bourse, coulisse* і ін.); далі впливають італійські запозичення (*agio, scenario*) й іспанські (*bonanza*). Значну групу становлять латинські запозичення (*ex ante, bona fide, ad valorem* і ін.). Запозичення з німецьких мов, навпроти, нечисленні: *ersatz, zoll-verein*. Зустрічаються також одиничні приклади запозичення з арабської мови (*baksheesh*).

Запозичення може простежуватися як по лінії окремих слів (*affidavit, clique, ecretement, numeraire* і ін.), так і по лінії синтаксичних конструкцій

(*caveat emptor, pro forma, ad valorem, en route, balance des paiement courants* і ін.). Крім того, у термінології бізнесу виявляється тенденція до використання запозиченої синтаксичної моделі N+Adj., що наповнюється споконвічним лексичним матеріалом: *director general, accounts payable, accounts receivable, account current, books open*. Є всі підстави вважати, що дана структурна модель, яка відрізняється в англійській мові специфічним порядком слів, була запозичена з романських мов, зокрема, французької.

Фактичний матеріал демонструє, що ступінь асиміляції іншомовних запозичень може бути різною. Так, наприклад, багато запозичених слів виявляють здатність до входження в термінологічні словосполучення або до утворення композитів разом з компонентами – термінами споконвічного походження, у результаті чого утворюються змішані запозичення або «терміні-гібриди» [Лотте 1961, с. 14]: *alpha stocks, extra dividend, scenario writing approach, solus offer, entrepot trade, fourchette-spread, pro forma invoice* та ін.

Лише деякі запозичені терміни виявляють більш широкі комбінаторні можливості, що виражаються в участі при побудові гнізда похідних полілексемних одиниць, що свідчить про більший ступінь лексико-семантичної асиміляції: *ad valorem tax, ad valorem equivalent, ad valorem tariff; nostro account, nostro overdraft; scenario writing approach, worst case scenario*.

Іншим критерієм лексико-семантичної асиміляції є здатність до утворення похідних дериватів. Приклади показують, що в фінансово-економічній лексиці лише незначна кількість іноземних запозичень демонструє дериваційну активність: *entrepreneur – entrepreneurial, entrepreneurship; bourse – boursiers*. Більшість же термінологічних запозичень мають особливий мовний статус: вони не впроваджуються в словотвірну систему англійської мови, зберігаючи споконвічну морфологічну структуру, що перешкоджає їхньому повному засвоєнню мовою-реципієнтом.

Особливу групу власне лексичних запозичень у термінології економіки й фінансів становлять екзотизми, тобто слова, що позначають специфічні поняття, властиві економіці інших країн [Бестаева 2002, с. 127], наприклад:

gensaki – японський ринок короткострокових операцій з облігаціями, *Schatzwechsel* – зобов'язання німецького Казначейства, *mercado de contado* – грошовий ринок або ринок наявного товару на фондових біржах в Іспанії й ін. До даного розряду запозичень відноситься група найменувань грошових одиниць іноземних держав: *escudo, dinar, peso, yen, rupee, piaster, rouble* і мн. ін.

Далі проаналізуємо аналогічний процес поповнення словникового складу в професійній лексиці бізнесу. Дослідження показує, що даний шар лексичних одиниць поповнюється запозиченнями вкрай рідко. Серед професіоналізмів фінансово-економічної сфери запозичення з інших національних мов не зафіксовані. Жаргонні слова запозичуються в основному з германських мов, насамперед, німецької: *schlock, blitz, Ganze macher*. Далі йдуть романські мови: латинська (*ultra*), іспанська (*peso, sawu*), французька (*boutique*). Зустрічаються запозичення й з інших мов: іврити (*mazuma, shekel*), японської (*karochl*).

Більшою мірою в професійній лексиці сфери економіки поширені метафоричні запозичення. Так, наприклад, латинське слово *ultra* (далеко, більше, поверх того) у професійній лексиці отримує подальший метафоричний розвиток значення – клієнт, що вимагає все вищої якості. Таку ж метафоризацію значення перетерпів професійний жаргонізм *blitz* (маркетингова кампанія, що починається з більшим розмахом), запозичений з німецької мови, де слово *Blitz* має одне зі значень «повітряний наліт, бомбардування».

Таким чином, на основі проведеного аналізу можна стверджувати, що в силу об'єктивних факторів такий спосіб поповнення словникового складу, як запозичення, значного поширення в фінансово-економічній лексиці не має. Основна частина запозичень попадає до термінології; у професійній лексиці їхнє число вкрай обмежене. Для термінології характерне запозичення цілих слів і словосполучень, як правило, у їх прямому, номінативному значенні. У професійній лексиці, навпроти, найчастіше здійснюється запозичення окремих лексичних одиниць із одночасною трансформацією семантичної структури за метафоричною і метонімічною моделлю, що обумовлено загальною тенденцією професійної лексики до експресивності й виразності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Представлені в лінгвістичній літературі дослідження лексичного шару фінансово-економічної сфери носять фрагментарний і, у цілому, безсистемний характер. Аналізу піддаються, як правило, семантичні особливості не груп, а окремих лексичних одиниць, що належать словниковому складу розглянутої професійної галузі. Найчастіше досліджуються різні аспекти фінансово-економічної термінології: структурно-семантична організація, проблематика багатозначності економічних термінів, особливості їх перекладу.

Вживання лексичних одиниць фінансово-економічної сфери актуалізується в широкому діапазоні комунікативно-прагматичних ситуацій і відповідних типів і жанрів мови. Специфічні особливості сфери бізнесу як особливої галузі професійної діяльності людини визначили структуру фінансово-економічної лексики із семантико-номінативної точки зору. Склад досліджуваної нами лексики представлений наступними лексичними шарами: вузькоспеціальна лексика, галузева лексика, загальнонаукова лексика, загальноповивана лексика.

З урахуванням характеру функціонування спеціальної лексики фінансово-економічної сфери в усному й письмовому варіанті професійної комунікації в її складі виділяються два основних шари: термінологія, професійна лексика. Як значні особливості названих лексичних шарів виділяються наступні: наявність або відсутність образності, емоційно-експресивних конотацій; відхилення від норми професійного вживання; функціонально-стильова обмеженість вживання.

Професійна фінансово-економічна лексика підрозділяється на дві різні групи: професіоналізми й професійні жаргонізми, що мають ряд визначних рис, основними серед яких є: ступінь емоційно-експресивної насиченості та перевага конотативної функції над номінативною.

У створенні лексичних одиниць фінансово-економічної сфери застосовуються усі без винятку традиційні способи номінації: лексико-

семантичний, морфологічний, синтаксичний, морфолого-синтаксичний і міжмовні запозичення.

Найбільш продуктивним способом утворення фінансово-економічної термінології на даний час є синтаксичний, тому що компоненти термінологічних словосполучень здатні найбільш точно відбивати необхідні класифікаційні ознаки поняття, яке вони називають. В утворенні однослівних термінів особливою продуктивністю відрізняється морфологічний спосіб. Серед його різновидів найбільш активна суфіксація, що забезпечує класифікаційну послідовність термінологічних рядів за допомогою семантично спеціалізованих афіксів. Лексико-семантична деривація загальноживаних слів здійснюється при утворенні ряду окремих слів, а також компонентів словосполучень, у результаті чого відбувається сумарна дія лексико-семантичного й синтаксичного способів словотвору.

В результаті дослідження встановлено, що професіоналізми й жаргонізми фінансово-економічної сфери виникають здебільшого в результаті лексико-семантичної деривації загальноживаних слів і словосполучень на основі метафори, внаслідок чого професійна лексика здобуває образний, емоційно-експресивний характер. Морфологічний спосіб менш продуктивний, в професійній лексиці бізнесу для нього характерне використання стилістично маркірованих суфіксів і отримання емоційно-експресивних конотацій. Найменш розповсюдженим способом номінації в фінансово-економічній лексиці є міжмовне запозичення, що обумовлено рядом об'єктивних причин екстралінгвістичного характеру.

Фінансово-економічна лексика не є застиглим шаром, а постійно змінюється. Її зміна пов'язана з досягненнями в різних галузях економіки та з політичними перетвореннями в суспільстві. У синхронному аспекті досліджувана лексика являє собою гетерогенний масив лексичних одиниць різного стилістичного статусу, що перебувають у безперервному динамічному русі й взаємодії.

РОЗДІЛ 2

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

2.1 Переклад термінів фінансово-економічної сфери

Фінансово-економічний термін є номінативною лексичною одиницею (словом чи словосполученням), значення якого відображає систему грошових відносин, котра є основним інструментом розподілу та перерозподілу національного продукту й національного доходу, створення необхідних децентралізованих і централізованих грошових доходів і резервів. Питання про специфіку термінів і проблеми їхнього перекладу завжди займали особливе місце в порівняльному мовознавстві: його розглядали у своїх роботах з теорії перекладу Л. С. Бархударов [Бархударов 1975]; А. В. Федоров [Федоров 2002,]; вони все частіше є об'єктом пильної уваги сучасних учених [Авербух 2004; Гореликова 2002].

Якщо завдання перекладу – забезпечення еквівалентності як «спільності змісту текстів оригіналу й перекладу» [Комиссаров 1990, с. 47], то при перекладі спеціальних текстів термінам варто приділяти особливу увагу: саме вони визначають інформаційний зміст спеціального тексту, будучи своєрідними ключами, що організують, структурують й кодують спеціальну інформацію.

Довгий час термінологічні системи досліджувалися у відриві від якогось-небудь конкретного словесного оточення, ситуації мови, жанру висловлення – словом, від будь-якого тексту: «термін зв'язаний не з контекстом, а з термінологічним полем, що і заміняє собою контекст. Тому, якщо відомо «термінологічний ключ», то контекст вже не важливий. Терміни можуть жити поза контекстом, якщо відомо, членами якої термінології вони є»

[Реформатский 1961, с. 46]. На практиці, однак, застосування такого підходу породжує проблему визначення меж термінологічного поля, що посилюється багатозначністю термінів, що функціонують у різних вузьких наукових галузях у різних значеннях.

Відзначимо, що «термінологічний ключ», по суті, визначається саме межами науково-професійної області, у рамках якої здійснюється комунікація. Так, термінологічний ключ до термінології бухгалтерського обліку може «не підійти» для систематизації термінів банківської або біржової справи, незважаючи на те, що всі ці вузькі області входять у фінансову термінологію. Більш того, навіть у системі підмови досить вузької наукової області актуалізація того або іншого значення терміна може визначатися характером конкретного жанру тексту та завданнями комунікації.

Термінам, як і іншим лексичним одиницям, властиві синонімія й полісемія. Так, виникнення переносного значення слова *commerce* (угода) веде до розвитку відносин полісемії для одних слів (*commerce* – торгівля; угода) і синонімії для інших (*transaction* – угода й *commerce* – угода). Тому при перекладі необхідно провести розмежування значень термінів. При цьому можуть бути використані контекстологічний аналіз, визначення лексичної сполучуваності, компонентний аналіз, а також аналіз на морфологічному й синтаксичному рівнях.

Беручи до уваги, що термін, насамперед слово, але й з огляду на його відмінності від останнього, для перекладу виділяють три категорії відповідностей: 1) еквіваленти; 2) варіантні й контекстуальні відповідності; 3) всі види перекладацьких трансформацій [Довбыш 2000, с. 71]. Багато проблем фінансової термінології обумовлені різним перекладом окремих термінів, у першу чергу з англійської мови, необґрунтованим калькуванням окремих термінів. Дана обставина в ряді випадків є причиною різного трактування фінансових термінів у вітчизняній літературі.

Труднощі пошуку однослівного терміна-еквівалента в англо-українському словнику можна спростити й узагальнити у два види:

а) в українській мові немає знака-еквівалента, тому що термін ще не створений. У цьому випадку перекладач може вдаватися до описового перекладу: *demerger* – поділ однієї великої компанії на кілька самостійних компаній, особливий поділ компаній, що злилися раніше; *commingling* – об'єднання коштів з індивідуальних рахунків клієнтів для спільних інвестицій. Цей прийом має й недоліки, головний з яких полягає в тому, що деякі описи виходять громіздкими й виглядають стороннім предметом у тексті перекладу (наприклад: *carnets* – митні документи, по яких дозволяється вивозити за кордон зразки товарів без сплати експортних мит).

Також при перекладі безеквівалентних фінансових термінів можна використати прийоми транскрипції й транслітерації. Метод транслітерації полягає в тому, щоб за допомогою українських букв передати букви, що становлять англійське слово, наприклад, *put* – «пут» (опціон), *Nikkei* – «Ніккей» (індекс курсів цінних паперів на Токійській фондовій біржі) і т.д.

Значно більше поширення в перекладацькій практиці теперішнього часу має прийом транскрибування, що полягає в передачі не орфографічної форми слова, а фонетичної. У силу значної відмінності фонетичних систем української й англійської мови, така передача завжди трохи умовна й відтворює лише деяку подобу англійського звучання: *accept* – акцепт, *futures* – ф'ючерс, *dealer* – дилер.

б) в англо-українському словнику ми знаходимо кілька значень терміна. Наприклад, термін *option* перекладається як: «вибір, право заміни, опціон, угода із премією». Вибрати потрібний еквівалент ми можемо тільки, якщо окреслимо всі 3 спеціальні поняття й співвіднесемо їх з контекстом. Для цього потрібно звернутися до понятійної системи й замінити термін «опціон» на опис спеціального поняття.

При перекладі термінів ми можемо зустрітися з наступними моментами:

– частина термінів, має міжнародний характер, передається шляхом транслітерації й не має потреби в перекладі: *debitor* – дебітор, *fixing* – фіксинг, *budget* – бюджет;

– деякі терміни мають прямі відповідності в українській мові й передаються відповідними еквівалентами: *income* – доход, надходження; заробіток, *wholesaler* – оптовик.

Оскільки характерною рисою терміна є чіткість семантичних меж, він має значно більшу самостійність стосовно контексту, ніж звичайні слова. Залежність значення терміна від контексту виникає лише при наявності в ньому полісемії.

Серед власне перекладних способів в окрему галузь виділяється калькування, що займає проміжне положення між повністю перекладними й неперекладними способами передачі. Калькування як прийом створення еквівалента майже те саме що й буквальный переклад – еквівалент цілого створюється шляхом простого додавання еквівалентів його складових частин. Звідси виходить, що калькуванню піддаються тільки неологізми складного слова [Крысин 2004, с. 223]. Наприклад, слово *multicurrency* складається з *multi* і *currency*, що окремо можуть бути переведені як «багато-» (суфікс, що позначає множинність) і «валюта», при їхньому додаванні виходить «багатовалютний (наприклад кредит)»; або *interbank (market)* = *inter-* («між-») + *bank* («банківський») – «міжбанківський (ринок)».

Перевагою прийому калькування є стислість і простота одержуваного з його допомогою еквівалента і його однозначна співвіднесеність із вихідним словом. До інших трансформаційних прийомів, що застосовуються при перекладі термінів можна віднести: конкретизацію та генералізацію.

Конкретизація понять. полягає в переході від родового поняття до видового. Конкретизація понять у деяких випадках виявляється необхідною, оскільки в мові перекладу може не існувати відповідного родового поняття. Залежно від контексту *esopoty* перекладається як «господарство, економіка, народне господарство, економія»; «робота» як "*job*", "*labor*", "*work*" і т.д. Конкретизація понять як прийом перекладу викликає труднощі, якщо з контексту незрозуміло, про яке видове поняття йде мова.

Генералізація понять – прийом, зворотний конкретизації: мова йде про

перехід від видового поняття до родового. Прийомом генералізації понять доводиться застосовувати, якщо в мові перекладу немає конкретних понять, аналогічних поняттям вихідної мови. Наприклад, *wear and tear* (зношування основного капіталу) і *accumulated depreciation* (зношування основних засобів) в українській мові передаються одним словом «зношування».

Антонімічний переклад являє собою заміну в перекладі поняття, вираженого в оригіналі, протилежним за змістом. До антонімічного перекладу досвідчені перекладачі вдаються і у випадках, якщо не можуть підшукати іншомовного еквівалента до того або іншого терміна. Антонім із запереченням до вихідного поняття виявляється досить простим виходом з ситуації. Наприклад: безробітний – незайнятий (*unemployed*), вільна конкуренція – необмежена конкуренція (*unrestricted competition*).

Логічний розвиток понять. Це найбільш складний прийом, що вимагає певної майстерності від перекладача. Сутність цього прийому полягає в заміні при перекладі одного поняття іншим, якщо ці поняття зв'язані один з одним як причина й наслідок або як частина й ціле, знаряддя й діяч [Алексеева 2004, с. 176]. Наприклад: *ex-responsible* (колишній відповідальний) переводиться як «колишній керівник», *industrial action* (виробничий виступ) як «страйковий рух».

Деякі терміни можуть позначати однакові поняття у двох мовах, але розрізнятися фоновою інформацією, закладеної в них (наприклад, термін *speculation*). При перекладі такого роду термінів двомовний словник не завжди може бути надійним джерелом. Перекладачеві необхідне не тільки знання термінології, але й навички роботи з подібними лексичними одиницями, володіння відповідною стратегією.

Варто пам'ятати, що з однієї мови на іншу терміни не перекладаються як звичайні слова. Оптимальним є такий шлях перекладання термінів: «поняття - український термін», а не «іншомовний термін – український термін», з якої мови не відбувався б переклад. Тобто пошук терміна-відповідності починається з аналізу властивостей нового поняття. Цілком можливо, що котрась із

властивостей «підкаже» іншу назву цьому поняттю, ніж вона є в мові, з якої здійснюється переклад.

Іноколи для знаходження оптимального національного терміна доцільно зіставити терміни-відповідники з кількох мов і вибрати для перекладу найвдаліший. Так, термін-інтернаціоналізм *direct mail* означає «реклама товарів і послуг через розсилання конкретним адресатам». Ось деякі національні назви цього поняття: англійська: *direct mail*; німецька: *Werbung der Post*; російська: директ-мейл. Умотивованість німецького терміна підказала термінологам найкращий варіант для українського відповідника: «рекламування поштою».

З погляду структурної організації фінансово-економічної термінології відзначається перевага полілексемних економічних термінів над однослівними. Стійкі термінологічні словосполучення набагато легше піддаються перекладу, ніж складні слова-терміни, тому що в них усі компоненти граматично оформлені, що полегшує розкриття значеннєвих зв'язків між ними.

Переклад складної термінологічної групи (розглянемо його на прикладі термінологічної групи *cross option agreement*) являє собою ряд логічно обумовлених операцій, виконуваних у наступній послідовності:

1. Ідентифікація термінологічної групи, що полягає у виявленні ключового слова й визначенні меж ліворуч і праворуч.

2. Переклад ключового слова як первинного значущого елемента групи. При перекладі ключове слово переходить із характерного для англійської мови положення праворуч у положення ліворуч, характерне для структури українських термінологічних груп.

3. Переклад ключового слова разом з першим уточнюючим, тобто найбільш близьким до базового слова визначенням. Якщо базовим словом групи є широкий термін «угода», то для спільного перекладу до нього треба вирішити питання «угода із чим?». Відповіддю буде «угода з опціоном».

4. Переклад уточненого значення ключового слова спільно із іншим уточнюючим визначенням [Котелова 1970, с. 121]. Для цього ставиться питання «угода з яким опціоном?». Відповіддю буде «угода з перехресним опціоном».

Таким чином, переклад англійської термінологічної групи здійснюється в порядку її будівництва, тобто з права наліво. Переклад вхідних до складу групи простих термінів повинен бути адекватним і відповідати прийнятим серед фахівців галузі значенням.

Фактором, що спричиняє певні труднощі для розуміння термінів-словосполучень, є еліпс, тобто пропуск компонента, що несе змістовну характеристику іменованого поняття. Наприклад, *marginal product (marginal product of input)* – граничний продукт; *equilibrium point (supply-and-demand equilibrium point)* – точка ринкової рівноваги, *low rate (low interest rate)* – низька процентна ставка.

Переклад термінологічних словосполучень відбувається з урахуванням, з одного боку, сполучення термінів і нетермінів, з іншого – ступеня вмотивованості й наявності українських термінів-знаків [Черноватий та ін. 2005, с. 248]. Спрощено узагальнюючи переклад термінологічних словосполучень, можна зробити такими способами:

- використання запозиченого терміну: *crossed cheque* - кросований чек;
- послівний, лексико-граматичний переклад термінів, що складають фразу: *corporation tax* – податок на прибуток корпорацій, *accumulated dividends* – накопичені дивіденди;
- опис спеціального поняття: *money market – short term loans are arranged between banks* – короткострокові позички між банками.

Переклад термінів-неологізмів, що являються відносно вільними сполученнями, які можуть виникати лише один раз, особливо важкий. Якщо неологізми контекстуально залежні, звичайно використовують метод виключення найбільш неприйнятних варіантів. В інших випадках перекладачеві доводиться більш докладно ознайомитися з науковими творами автора, щоб дістатися значеннєвої точності терміна в мові перекладу.

Не менше проблем виникає й з перекладом стандартизованих термінів. Незважаючи на поширену думку, навіть стандартизовані терміни можуть мати кілька значень навіть в одній області знання, не говорячи вже про безліч

можливих значень у різних областях. Так, у теорії інституціональної економіки *to institute* може означати *to set up, establish, found, introduce або to start, initiate, to appoint smb. to an official position* (засновувати, установлювати, представляти, вводити (правила), починати, ініціювати, призначати на посаду, тобто вводити в певний статус), *an institution – an instituting or being instituted, establishment, an established law, custom, practice, system* (щось установлене, інституція, установа, установлення, закон, порядок, практика, система, інститут), але також і *an organization, society, or corporation, having a public character* (організація, суспільство, корпорація, відомство, установа) [Королькевич 2003].

Крім того, варто мати на увазі зміни значення терміна залежно від сполучуваності (те саме слово в різних сполученнях з іншими словами має різні значення). У цьому випадку мова йде про варіантні відповідності, наприклад: *utility maximization* – максимізація корисності; *utility model* – промисловий зразок.

Ще однією проблемою варто вважати розходження між спеціальними й описовими термінами. У мові оригіналу автор може використати описовий термін для позначення спеціального поняття (об'єкта) по трьох причинах: новому поняттю ще не відповідає спеціальний термін; описовий термін заміняє звичайний спеціальний, щоб уникнути повтору; описовий термін уживається в контрастних цілях. У цьому випадку варто домагатися точної відповідності спеціального й описового терміна в мові перекладу, а не намагатися переводити описовий термін спеціальним і навпаки.

Однак, якщо описовий термін у мові оригіналу вжитий автором через недбайливість або непоінформованість, а також якщо словникова відповідність попросту відсутня у вихідній мові, але існує у вигляді спеціального терміна в мові перекладу, описовий термін може бути переведений спеціальним. Відсутній у мові перекладу спеціальний термін, що існує у вихідній мові, може бути виражений описовим терміном. Так, наприклад, *adverse possession* недостатньо перевести як незаконне володіння. Більш точним і зрозумілим варіантом буде переклад: володіння, засноване на затвердженні правового

титулу всупереч законному домаганню іншої особи.

Певні проблеми при перекладі можуть бути пов'язані з інтернаціональними та псевдоінтернаціональними словами. Неправильне розуміння таких слів може стати причиною концептуальних перекручувань (*arbitrage operations* – арбітражні операції), змішанню близьких понять, буквального перекладу (*loan officer* – комерційний офіцер).

Таким чином, для перекладу фінансових і економічних термінів необхідно виробляти вміння аналізувати термін у контексті, працювати із тлумачними словниками, зіставляти значення англійського й українського термінів, а також фонові інформації й, виходячи з цього, підбирати відповідний еквівалент. Наявність подібних навичок дозволить правильно підходити до перекладу фінансово-економічної термінології й запобігатиме появі буквальних перекладів або помилок, що приводять до концептуальних перекручувань.

2.2 Особливості перекладу нової економічної лексики

Серед неологізмів фінансово-економічної сфери розрізняють неологізми двох видів: нові слова, і нові значення, які з'явилися в «старих» слів. Обидва види становлять труднощі для перекладу, тому що такі слова й значення неможливо знайти у звичайних англо-українських словниках і далеко не завжди можна знайти навіть у новітніх англо-англійських словниках. Кожному перекладачеві добре відомо, що будь-який словник відстає в області реєстрації нових слів і значень принаймні на кілька років. Однак відставання словника – це ще не найбільш значна проблема для перекладача.

Основні труднощі при перекладі неологізмів – це з'ясування значення нового слова. Власне переклад неологізму, значення якого вже відомо перекладачеві, завдання порівняно більш прості, і вирішується воно шляхом

використання способів, наведених нижче, залежно від того, до якого типу слів належить даний неологізм.

Якщо нове слово відсутнє в англо-українському словнику, то варто спробувати знайти його в англо-англійському тлумачному словнику. Багато неологізмів можна знайти в словниках і розділах присвячених сленгу. Варто мати на увазі, що найбільш оперативно готуються й видаються словники малого й середнього обсягу, однак у силу обмеженості свого словника вони не в змозі задовольнити потреб професіонала.

Проте, словники по об'єктивних причинах не можуть повною мірою відбивати всі нові слова, хоча б тому, що лексикографи остерігаються включати в словники так звані «оказіональні» неологізми, тобто індивідуальні новотвори, що вводяться окремими авторами для даного випадку. Такі слова часто виявляються «нежиттєздатними» і так само швидко зникають, як і з'являються.

Іншим фактором, що гальмує реєстрацію неологізмів, як в англо-українських, так і в англо-англійських словниках, є їх тимчасове, швидкоплинне існування в мові, тобто спостерігається те ж явище, що й в області сленгу. Неологізми й інші образні слова й фрази, так само як і сленгізми народжуються настільки стрімко, особливо в мові публіцистики, економіки, науки й техніки, що ніякий словник не може, та й не повинен відразу фіксувати їхню появу.

От чому багато неологізмів англійські лексикографи називають «оказіональними», тобто вжитими незвичайно, випадково. Елемент випадковості ще більше підсилюється в тих випадках, коли неологізм являє собою нове слово зі сфери сленгу, тобто з тієї області мови, що взагалі, як відзначалося вище, характеризується великою мінливістю.

Отже, перекладачеві, насамперед, варто усвідомити собі значення неологізму на основі контексту й аналізу його структури. В іншому випадку може допомогти коренева структура слова. Наприклад, термін *Nixonomics*. Так американські журналісти охрестили економічну політику колишнього

президента США Ніксона. Спершу даний термін уживався тільки жартівливо, але в цей час він уже досить широко використовується в пресі і його можна зустріти навіть в офіційних текстах [Белозьоров 2003, с. 91].

В епоху масової комунікації існують воістину безпрецедентні можливості для розвитку й поширення неологізмів. Багато з них, щоправда, так і залишаються «неологізмами-одноденками», тоді як інші «слова-експромти» все-таки поступово переходять в основний словниковий фонд. Це, зокрема, такі (тепер вже широковідомі) слова й словосполучення, як: *sweat shop* – підприємство, на якому існує потогінна система; *trouble shooter* – уповноважений з улагоджування конфліктів, термін *hooverize* буквально означає «жити по Гуверу», тобто заощаджувати на їжі, недоїдати.

Аналіз перекладів неологізмів переконує нас у тому, що найпоширенішим виявляється переклад шляхом підбора відповідного аналога в іншій мові. Нажаль, словники неологізмів українською мовою видаються вкрай рідко.

Другий спосіб – це переклад шляхом транскрибування або транслітерації. Це квазінеперекладні методи передачі неологізмів. Названі так тому, що при використанні цих прийомів акт перекладу немов би обходиться й замінюється актом запозичення звукової (при транскрибування) або графічної (при транслітерації) форми слова разом зі значенням з мови оригіналу до мови перекладу. Однак фактично тут запозичення здійснюється саме заради перекладу як необхідна передумова для його здійснення. Запозичене слово стає фактом мови перекладу й уже в якості такого виступає як еквівалент зовні ідентичного з ним іншомовного слова. Вказаними методами перекладені наступні неологізми: *ageism* – ейджизм, *bonification* – боніфікація, *clutter* – клаттер, *force-majeure* – форс-мажор.

Взагалі перекладачеві варто завжди мати на увазі, що при використанні прийому транскрипції завжди є елемент транслітерації. Підсумовуючи все сказане можна констатувати, що елементи транслітерації при транскрибуванні виявляються в наступному:

– транслітерація невимовних звуків;

- транслітерація скорочених голосних;
- передача подвійних приголосних;
- при наявності декількох варіантів вимови вибір варіанта, більш близького до графіки.

Третій спосіб – метод калькування – припускає існування двосторонніх міжмовних відповідностей між елементарними лексичними одиницями, які й використовуються для відтворення внутрішньої форми запозиченого або перекладного слова чи словосполучення: *ethical fund* – етичний фонд, *eurobond* – єврооблігація, *freepost* – безкоштовна пошта.

Наступний метод – описові еквіваленти. Вони принципово відрізняються від калькування тим, що в описових способах передачі неологізмів інваріантом перекладу є саме значення іншомовної одиниці безвідносно до характеру її зв'язків із зовнішньою структурою слова, у той час як при калькуванні інваріантом перекладу є форма одиниці мови оригіналу (хоча, не звукова або графічна, як при транскрибуванні або транслітерації, а лексична або морфологічна) [Катфорд 2004, с. 104].

Інакше кажучи, описовий переклад складається в передачі значення англійського слова за допомогою більш-менш розповсюдженого пояснення. Цей спосіб можна застосовувати як для пояснення значення в словнику, так і при перекладі неологізмів у конкретному тексті. Описовий переклад здійснюється різними способами. Розглянемо два випадки.

Біржовий термін *open outcry*, використовуючи калькування, можна було б передати як «відкритий вигук» не зважаючи на буквалізм, оскільки всім відомо, що на біржі необхідно дуже швидко реагувати на попит та пропозицію й при призначенні ціни, для того, щоб випередити конкурентів, не кричати просто не можливо. Однак такий спосіб передачі (а тим більше транскрибування або транслітерація) є неприйнятним, тому що не розкриває значення цього слова. У цьому випадку найбільш вдалим прийомом був би описовий переклад. Отже, за значення терміна можна прийняти пояснення в тлумачному словнику мови оригіналу. Так в тлумачному словнику значення

терміна *open outcry* роз'ясняється як «метод біржової торгівлі шляхом прямого контакту продавця й покупця».

Розглянутий на даному прикладі спосіб описового перекладу називають пояснювальним, оскільки в еквіваленті як би пояснюються істотні елементи значення перекладного слова. Пояснювальний переклад стоїть ближче до тлумачення слова, але він все-таки залишається перекладом і придатний для використання в реальному тексті. Однак навіть при оптимальному підборі пояснювального еквівалента йому властиві такі недоліки, як багатослівність і деяка факультативність еквівалента в мові перекладу.

Прийом описового перекладу при передачі неологізмів може бути втілений й іншим способом – прийом передачі неологізму, при якому в якості його еквівалента використовується вже існуюче в мові перекладу слово (або словосполучення), що не є в ній неологізмом, але має достатню спільність значень із вихідним словом. В ідеальному випадку тут може бути досягнута семантична конгруентність, тобто збіг обсягу денотативних значень (при неминучій розбіжності в деяких конотативних елементах) [Пантюхіна 2006, с. 74]. Прикладами такого повного збігу обсягів значень у межах пари лексикографічних відповідностей можуть служити: *order interval* – цикл замовлення (інтервал між послідовними замовленнями), *managed floating rate* – корегуємий змінний курс.

Збіг обсягів значень – відносно рідкий випадок. Набагато частіше при підстановці відбувається семантична трансформація, тобто слово мови оригіналу передається словом мови перекладу, значення якого відрізняється за своїм обсягом або змістом. Така трансформація може бути або концентричною, або зміщеною. У першому випадку відбувається звуження або розширення значення при заміні слова його еквівалентом. У другому – неповний збіг значень пари слів, що корелюють, за змістом.

Прикладом концентричної трансформації може служити *transition country* – країна з перехідною економікою (звуження значення; дослівно – країна переходу), *industrial country* – промислово-розвинена країна (звуження

значення; дослівно – промислова країна). Еквіваленти зі зміщеним значенням серед підстановочних еквівалентів зустрічаються досить часто, що цілком природно, оскільки прийом підстановки власне кажучи використовується саме тоді, коли в совах, що зіставляються, немає конгруентної між собою пари лексичних еквівалентів. Наприклад, *exchange rate* – обмінний курс.

Виходячи із усього вищесказаного, варто виділити основні способи перекладу неологізмів: переклад шляхом підбору відповідного аналога в іншій мові, метод калькування, описовий переклад, переклад шляхом транскрибування або транслітерації.

Що стосується вибору того або іншого способу передачі неологізмів, то він залежить від багатьох суб'єктивних факторів, таких як, наприклад, особистість перекладача, його досвід, інтелект, здатність оперувати абстрактними поняттями, обстановка під час процесу перекладу, а також від стилю тексту (публіцистичний, науковий, художній і т.д.), стилю конкретного автора та ін. Однак насамперед необхідно прагнути до того, щоб еквівалент неологізму мови оригіналу у максимальному ступені відповідав нормам і правилам мови перекладу.

2.3 Способи й прийоми передачі реалій та скорочень

Як лінгвістичне явище реалії відносяться до категорії безеквівалентної лексики. Вони є частиною фонових знань і становлять значний інтерес при дослідженні взаємодії мови й культури. Найбільш повне визначення реалії дають болгарські вчені С. Влахов і С. Флорин: «Реалії – це слова (і словосполучення), що називають об'єкти, характерні для життя (побуту, культури, соціального й історичного розвитку) одного народу й далекі іншому, будучи носіями національного та/або історичного колориту, вони, як правило, не мають точних відповідностей (еквівалентів) в інших

мовах, і, отже, не піддаються перекладу на загальній підставі, вимагаючи особливого підходу» [Влахов, Флорин 1980, с. 131].

В економічній літературі більшість реалій відносяться до наступних груп:

– топоніми. В економіці це переважно назви вулиць, районів міст, які крім вказівки на географічний об'єкт несуть також певну значеннєву інформацію: *Lombard Street* – Ломбард-Стрит (вулиця в лондонському Сіті), на якій перебувають контори багатьох провідних банків; фінансовий світ Великобританії; лондонський грошовий ринок; *Wall Street* – Уолл-Стріт; у переносному значенні Нью-Йоркська фондова біржа, а також фінансові кола країни, фондовий ринок США;

– грошові одиниці, монети, банкноти (у т.ч. і їх сленгові варіанти): *dollar*, *Dolly*, *buck* - долар; *cent* – цент; *penny* – монета в 1 цент; пенні, пенс;

– реалії законодавчої влади, що стосуються економічної життя суспільства: *Act to Regulate Commerce* – Міжштатний транспортний закон; *Finance Act* – закон про державний бюджет Великобританії (приймається палатою громад на основі пропозицій міністра фінансів);

– державні установи й посади: *Agricultural Marketing Service* – служба маркетингу сільгосппродукції (при Міністерстві сільського господарства США); *Board of Exchequer* – Міністерство фінансів (в Англії);

– фінансові й кредитні установи: *Old Lady of Threadneedle Street* – «Стара дама з Треднідл-Стріт» – Банк Англії (*Bank of England*); *Big Board* – «Велике табло» – прізвисько Нью-Йоркської фондової біржі (*New York Stock Exchange*); *Royal Exchange* – Королівська біржа (у Сіті); *Crown agents* – інвестиційне агентство Великобританії;

– ономастичні реалії – власні імена загальновідомі в середовищі носія: *Dow Jones* – індекс Доу-Джонса - фондовий індекс, що розраховується по котируваннях акцій на Нью-Йоркській фондовій біржі; *Carter bond* – облігація Картера (середньострокова облігація казначейства США, випущена за межами країни);

– історичні реалії, пов'язані з певними подіями в економіці: *Black Monday*

– «чорний понеділок» (19 жовтня 1987р., коли відбулося різке падіння фондової кон'юнктури, що ознаменувало біржовий крах); *May Day* – Травневий день – розповсюджена назва дня реформи фондового ринку, у тому числі скасування фіксованих комісійних ставок – 1 травня 1975.

Також до економічних реалій відносяться назви цінних паперів, індексів, рейтингів і інших економічних показників: *Yankee bonds* – облігації «янки» – доларові облігації, випущені іноземними банками на американському внутрішньому ринку; *Kangaroos* – австралійські акції; *fallen angel* – «занепалий ангел» – високоприбуткова облігація, що втратила з тієї або іншої причини рівень рейтингу, прийнятний для інвесторів.

Відтворення семантико-стилістичних функцій реалій у перекладі кардинальне питання перекладознавства. Чимало дослідників розглядало це питання й часто доходило при цьому не зовсім однакових висновків. Перш ніж приступитися безпосередньо до перекладу, необхідно осмислити незнайому реалію в оригіналі, тобто місце, займане нею в контексті, – як вона подана автором і якими засобами він користується, щоб довести до свідомості читача її семантичне й конотативне значення.

Дослідження питання, пов'язаного з передачею своєрідності оригіналу в перекладі, зводиться, головним чином, до розкриття способів передачі слів, що позначають реалії національного життя. Переклад реалій – частина великої проблеми передачі національної й історичної своєрідності, що сходиться до самого зародження теорії перекладу як самостійної дисципліни. Причому, як відзначають С. Влахов і С. Флорин, поняття «переклад реалій» двічі умовно: реалія, як правило, неперекладна (у словниковому порядку), і, знов-таки, як правило, вона передається (у контексті) не шляхом перекладу [Влахов, Флорин 1980, с. 97].

Основних труднощів передачі реалій при перекладі дві: відсутність в мові перекладу відповідності (еквівалента, аналога) через відсутність у носіїв цієї мови позначуваного об'єкта (референта) і необхідність поряд із предметним значенням (семантикою) реалії передати колорит (конотацію) – її

національне й історичне забарвлення. Навіть тоді, коли в реалії є словниковий еквівалент у мові й він зафіксований у словниках, перекладач далеко не завжди може бути впевнений у тому, що цей еквівалент входить у рецептивний словник кінцевого одержувача.

Різні дослідники пропонують різноманітні прийоми перекладу слів-реалій, включаючи той або інший прийом передачі національно-маркованої мовної одиниці й не беручи до уваги іншої. Найпоширенішими способами є транслітерація, транскрипція, калькування, описовий переклад, наближений переклад.

Транслітерація та транскрипція досить часто застосовуються при перекладі реалій у сфері економіки. Як правило, це назви компаній, фірм, газет, журналів: *Bank of America* – «Бенк ов Америка», *General Motors* – «Дженерал моторс», *Business Week* – «Бізнес уїк». Одне з основних достоїнств транскрипції й транслітерації як прийому є максимальна стислість, що в ряді випадків є основною причиною використання даного прийому.

Варто помітити, що дані прийоми варто застосовувати з обережністю, оскільки в деяких випадках передача колориту, не будучи визначальним чинником, може відтіснити на другий план передачу значеннєвого змісту реалії, не виконавши тим самим комунікативне завдання перекладу. Значна кількість транскрибованих слів може привести до перевантаження тексту реаліями, що не зближає читача з оригіналом, а віддаляє від нього.

Калькування – передача іншомовних реалій за допомогою заміни її складових частин – морфем або слів їх прямими лексичними відповідностями в мові перекладу: *Brain Trust* – мозковий трест; *twenty-percent cushion rule* – правило двадцятивідсоткової подушки; *341 meeting* – зустріч 341; *Buttonwood Tree Agreement* – Угода платанового дерева; *gold window* – золоте вікно; *blue-sky laws* – закони блакитного неба. Недоліком даного способу є те, що він не розкриває значення лексичної одиниці, і такого роду слова без відповідних пояснень залишаються незрозумілими читачеві.

Описовий переклад розкриває істотні ознаки позначуваного даною

реалією явища: *baby bond* – облігація з номіналом, що не перевищує 100 доларів; *Code of Dealing* – операційний кодекс Лондонської фондової біржі; *Curb stock* – акції, що котируються на нью-йоркській біржі; *greenmail* – форма вимагання – особа скуповує досить велика кількість акцій компанії, так що в її керівництві виникає побоювання, що компанію перекуплять, після чого особа продає компанії скуплені акції за завищеною ціною.

Цей спосіб вважається досить громіздким і неощадливим. Тому не завжди можливо застосувати його при перекладі текстів. Часто перекладачі прибігають до сполучення двох прийомів – транскрипції або калькування й описового перекладу, даючи останній у зносі або в коментарі. Це дає можливість сполучати стислість і ощадливість засобів вираження, властиві транскрипції, з розкриттям семантики даної одиниці, що досягає через описовий переклад: *Big Business* – «великий бізнес» (найбільші корпорації країни, у яких працює значна частина працездатного населення й у руках яких зосереджені великі активи); *blue buttons* – «сині значки» (прізвисько учнів маклерів на Лондонській фондовій біржі по синіх значках, які вони носять); *dollar-a-year-man* – «людина за долар у рік» (державний чиновник або великий менеджер, звичайно заможна людина, що погодилася одержувати символічну заробітну плату в розмірі одного долара в рік або ж мінімальну визначену законом заробітну плату); *yellow-dog contract* – «контракт жовтого собаки» (трудова угода між наймачем і працівником, по якому останній дає зобов'язання не вступати в профспілку); *hemline theory* – «теорія довжини жіночих спідниць» (жартівна теорія, відповідно до якої ціни на акції рухаються в тому самому напрямку, що й довжина жіночих спідниць).

Наближений переклад полягає у підшуканні найближчої за значенням відповідності в мові перекладу для лексичної одиниці мови оригіналу, що не має в мові перекладу точних відповідностей [Ерогова 1974, с. 95]. Такого роду приблизні еквіваленти лексичних одиниць можна назвати «аналогами»: *bargain basement* – відділ знижених у ціні товарів; *white-collar jobs* – конторські посади; *anchor tenant* – популярне торговельне підприємство. Застосовуючи в процесі

перекладу «аналогі» потрібно мати на увазі, що в деяких випадках вони можуть створювати не цілком правильну уяву про характер позначуваного ними предмета або явища.

Варто додати, що виділяють ще один спосіб передачі реалій – гіпонімічний (від англійського слова *hiponуту*, складеного із грецьких корінь). Для цього способу перекладу характерне встановлення відносини еквівалентності між словом оригіналу, що передає видове поняття – реалію, і словом у мові перекладу, що називає відповідне родове поняття. При гіперонімічному перейменуванні, по суті, відбувається дереалізація реалій, тому що часто конкретне поняття передається лексемою надзвичайно широкої, розпливчатої референції. При такому виду перекладу стилістична роль реалій незначна [Виноградов 2004, с. 120]. Наприклад, *yankee market* при гіпонімічному перекладі передається як американський ринок, *Maggie May* – британська облігація.

Отже, на підставі представлених даних можна стверджувати, що наявність безеквівалентних одиниць не означає, що їхнє значення не може бути передане в перекладі або що вони перекладаються з меншою точністю, ніж одиниці, що мають прямі відповідності. Справа в тому, що реалії щораз ставлять перекладача перед проблемою вибору того або іншого способу їхньої передачі. Вибір шляху залежить від декількох передумов: від характеру тексту; від значимості реалії в контексті; від характеру самої реалії, її місця в лексичних системах мови оригіналу та мови перекладу; від самих мов - їхніх словотворчих можливостей, літературної і мовної традиції; від читачів перекладу (у порівнянні із читачами оригіналу). Тому культурно-маркована лексика вимагає творчого підходу й глибоких лінгвокраїнознавчих знань перекладача при передачі її іншими мовами.

Переклад слів-реалій у сфері економіки – складна творча процедура, що вимагає від перекладача високого рівня підготовки. Серед найбільш часто використовуваних прийомів перекладу економічних реалій можна виділити: транскрипцію, транслітерацію й калькування. Кожний з даних прийомів має

свої переваги й недоліки, і у зв'язку із цим варто використовувати комбіновані способи перекладу цих одиниць, не обмежуючись одним прийомом, а сполучаючи два або три прийоми, наприклад, транскрипцію й описовий переклад, або ж давати пояснення або коментар кожної реалії.

Важливим є й вміння перекладача бути не тільки мовним, але й культурним посередником. Як відомо, економічні реалії можуть бути різні в різних країнах. Кожна термінологія відбиває як подібність понять, так і свої внутрішні реалії, включаючи особливості економічного розвитку й національний менталітет.

Значні труднощі в процесі перекладу фінансово-економічної лексики становить також переклад скорочень. Під скороченням звичайно розуміють деяку одиницю письмової мови, створену з окремих елементів більш складної вихідної форми, з якою ця одиниця перебуває в лексико-семантичному зв'язку. Скорочення, як і цілі слова, можуть виступати в реченні в різних синтаксичних функціях і оформлятися морфологічно за всіма правилами англійської граматики (мати множину, уживатися в присвійному відмінку).

Процес перекладу відсутнього в словниках і довідниках скорочення виконується у два етапи, першим з яких є дешифрування скорочення, тобто виявлення вихідної англомовної форми або корелята. Дешифрування відсутнього в словниках скорочення є трудомістким етапом перекладу й може бути успішно виконане перекладачем, що добре представляє можливу структуру вихідної термінологічної групи й знайомий з даною областю знань.

Другим етапом є передача корелята засобами української мови, тобто пошук еквівалентної української форми, що найбільш точно передає виявлений зміст [Чарычанская 2003, с.75]. Це завдання може бути вирішена такими способами:

1) Передача англійського скорочення еквівалентним українським скороченням, наприклад: *COMECON* (*Council for Mutual Economic Assistance*) - РЕВ (Рада економічної взаємодопомоги).

При пошуку еквівалентного українського скорочення перекладач

знаходить українське опорне джерело, максимально близьке за своїм змістом до мікроконтексту скорочення, і за допомогою предметного покажчика, введення або навіть відповідних розділів опорного джерела встановлює наявність (або відсутність) еквівалентного українського скорочення. У випадку відсутності українського еквівалента перекладач передає зміст корелята за допомогою одного із способів, що наведені нижче.

2) Запозичення англійського скорочення. Цей спосіб застосовується для передачі буквено-цифрових скорочень, що входять до складу різних систем позначень. Так, наприклад, методом прямого запозичення українською мовою можуть передаватися назви стратегічних, пенсійних планів, угод і стандартів: *401(k)*, *403 (b)* – розділи Кодексу Служби внутрішніх доходів США, *ISO*.

3) Передача англійського скорочення методом транслітерації або транскрипції: *NASDAQ* – *National Association of Securities Dealers Automated Quotation* – НАСДАК – американська фондова біржа, що спеціалізується на акціях високотехнологічних компаній (виробництво електроніки, програмного забезпечення й т.д.); *SWIFT* – *Society for Worldwide Interbank Financial Transactions* – Міжнародна міжбанківська система передачі інформації й здійснення платежів (СВІФТ).

4) Описовий переклад англійського скорочення. Цей спосіб передачі англійського скорочення звичайно зводиться до перекладу корелята скорочення з урахуванням його мікроконтексту. Спосіб використовується в тих випадках, коли застосування описаних вище методів виявляється неможливим: *FET* (*foreign economic trends*) – звіти закордонних представництв США про економічні й торговельні тенденції іноземних ринків; *SOAP* – *Sunflowerseed Oil Assistance Program* – Програма підтримки експортерів соняшникового масла Міністерства сільського господарства США.

5) Створення нового українського скорочення. Даний спосіб може бути рекомендований тільки в тих випадках, коли перекладач працює в тісному контакті з фахівцями галузі. Нове скорочення вводиться тільки в тих випадках, коли є досить обґрунтовані причини для відмови від викладених вище способів

передачі, і воно повинне бути схвалене фахівцями [Косарева 2004, с. 43]: *IMF* (*International Monetary Fund*) – МВФ, *VAT* (*Value Added Tax*) – ПДВ, *WIPO* (*World Intellectual Property Organization*) – ВОІВ.

При перекладі скорочень потрібно враховувати, що в українському офіційно-діловому стилі скорочені слова вживаються значно рідше й тому багато англійських скорочень необхідно розгортати в повні слова. Таким чином, запропоновані нами способи й правила скорочень, хоча й можна вважати універсальними, у кожному окремому випадку будуть своїми, оскільки підсистема скорочень перебуває в постійному розвитку, позначаючи нові денотати, і створюючи щодня свої номенклатурні позначення.

2.4 Переклад фразеологізмів, кліше та мовних штамів фінансово-економічної сфери

Фразеологічними одиницями або фразеологізмами звичайно називають образні сталі словосполучення, до числа яких відносяться такі важливі виразні засоби мови, як ідіоми, прислів'я, приказки й інші словосполучення, що мають переносне значення. Фразеологізмам належить особлива роль у вербальній комунікації, вони не просто передають певну інформацію, але й впливають на почуття й уяву рецептора. Багато авторів і оратори спеціально насичують свої тексти такими засобами, щоб створити бажаний ефект. Зрозуміло, що й у перекладі бажано зберегти цей ефект, і належне відтворення фразеологізмів становить одне з важливих завдань перекладача.

Виникнення певної кількості нових слів та словосполучень фразеологічного типу пов'язане з тенденцією до евфемізації мови, у т.ч. з метою досягнення «політичної коректності». Наприклад, бізнесові хабарі іменуються *facilitation payments*, бухгалтерські маніпуляції – *creative accounting*, шпигунство за конкурентами – *competitor analysis*. В англійську

мову увійшла ціла низка меліоративних субституцій понять «скорочення виробництва» та «звільнення робітників і службовців»: *termination, cost containment, cost management, internal efficiencies, involuntary separation from payroll; to trim costs, to pare down*.

В останній час спостерігається активний процес збагачення англійської мови в галузі економіки фразеологічними неологізмами номінативного типу, особливо бінарними сталими словосполученнями (*bulge bracket, quality circle, bracket creep*). Переосмислення вільних словосполучень як основний спосіб формування фразеології відбувається не лише у процесі перенесення останніх із загальноживаної мови в мову економіки (*catch a cold, tie the knot*), а також при їх перенесенні в економічну терміносистему з іншої (*zero drag, black hole*).

Повторна метафоризація є як механізмом утворення нової фразеології, так і механізмом, що спричиняє семантичний розвиток фразеологічних неологізмів [Зорівчак 1983, с. 88]. Фразеологія, яка виникла в межах економічної сфери, поширюється в загальноживаній мові, зазнаючи певних значеннєвих модифікацій (*best-before date* «вік, після якого не приймають на роботу»), внаслідок чого виникають нові фразеологічні одиниці (*to pass one's sell-by date* – «бути не в кращій порі»).

Семантичні неологізми (*silicon, Internet, portfolio, golden, platinum, power*) нерідко стають центрами формування нової фразеології, вони починають вступати у фразеологічні зв'язки й утворюють елементи своєї фразеологічної парадигми, що свідчить про широку інтеграцію таких неологізмів у систему мови, підкреслює взаємозв'язок між лексикою та фразеологією. Формування нової фразеології продовжується шляхом виокремлення частин більш складних фразем, а також внаслідок еліпса та лексикалізації комунікативних фразеологізмів (*golden goose – Kill the goose that laid the golden eggs; falling knife – Never try to catch a falling knife*).

Певна частина фразеологічних неологізмів утворюється за зразком існуючих словосполучень (*people pill, suicide pill – poison pill; pink pound, blue pound – grey pound*). Аналогічне фразотворення, нерідко

поєднане з метафоричним чи метонімічним механізмом, є дійовим чинником розширення явища синонімії та антонімії у фразеології взагалі та в новій фразеології зокрема.

Переклад фразеологічних одиниць пов'язаний зі значними труднощами, тому особливо важливо, щоб перекладач добре знав основні типи фразеологічних відповідностей і способи їхнього застосування. Характер і способи застосування фразеологічних відповідностей багато в чому визначаються особливостями семантики фразеологічних одиниць. Семантика таких одиниць являє собою складний інформативний комплекс, що має як логічний, так і конотативні компоненти. Найбільш важливими з них з погляду вибору відповідності в мові перекладу є наступні: переносний або образний компонент значення фразеологізму; прямий або предметний компонент, що становить основу образу, «образний стрижень»; емоційний компонент; стилістичний компонент; національно-етнічний компонент значення фразеологізму. Нерідко кожний компонент називають значенням фразеологічної одиниці [Пономаренко 2007, с. 12].

Пропонуються наступні способи перекладу образної фразеології, вибір з яких робиться виходячи з характеру фразеологічної одиниці й контексту:

1) Фразеологічний еквівалент – образна фразеологічна одиниця в українській мові, що повністю відповідає за змістом якомусь англійському фразеологізму й заснована на одному з ним образі: *cash flow* – рух грошових потоків, *money begets money* – гроші створюють гроші; *money has no smell* – гроші не пахнуть, *flea market* – блошиний ринок. Українські еквіваленти є, в основному, у так званих інтернаціональних вираженнях, що зустрічаються в більшості європейських мов. Більшість із них були запозичені різними мовами з одного джерела. Переклад фразеологізмів за допомогою еквівалентів – найбільш простий випадок і не викликає ніяких труднощів.

2. Фразеологічний аналог – образна фразеологічна одиниця в українській мові за змістом аналогічна англійській фразеологічній одиниці, але заснована на іншому образі: *a buck three eighty* – копійки ламаної не вартий; *a good buck* –

шалені гроші; *big shot* – крутий бос; *to give palm oil* – дати на лапу; *be flush with money* – грошей кури не клюють, *cut-throat competition* – нещадна конкуренція, *window dressing* – причісування, підфарбовування балансу.

Підбор фразеологічного аналога вимагає від перекладача вільного володіння всіма ресурсами української мови, а також ретельного дотримання стилістичної й жанрової однорідності аналогу з фразеологічною одиницею оригіналу. Нерідко в англійській фразеологічній одиниці буває кілька українських аналогів, що відрізняються стилістичними характеристиками й відтінками слововживання: *not for love or money* – ні за що у світі, ні за які гроші. Підбір аналога часто вимагає уважного аналізу контексту, характеру перекладної фразеологічної одиниці і її української відповідності.

3. Калькування – дослівний переклад англійської фразеологічної одиниці. Стійкі сполучення слів іноді доводиться перекладати дослівно, незважаючи на наявність повного або часткового еквівалента. Дослівний переклад особливо важливий, коли образ, що відтворений у фразеологізмі, дуже значний для розуміння тексту, а заміна його іншим образом не дає достатнього ефекту. Дослівний переклад часто застосовується при наявності розширеної метафори, фразеологічних синонімів, гри слів і каламбурах. Цей спосіб уступає двом попереднім й використовується у випадку відсутності в англійського фразеологізму еквівалента або аналога в українській мові (або неможливості використання аналога за умовами контексту). Отримане в результаті калькування вираження не є фразеологізмом в українській мові. До нього ставляться дві обов'язкових вимоги:

- образність його повинна легко сприйматися українським читачем;
- у ньому повинні бути дотримані всі норми української мови.

За допомогою калькування перекладаються англійські фразеологічні одиниці з яскраво вираженим мотивуванням: *poison pill* – отруйна таблетка; *bank holidays* – банківські канікули, *dollar zone* – доларова зона, *two-dollar broker* – дводоларовий брокер, *invisible hand* – невидима рука, *dead cat bounce* – підстрибування дохлої кішки. Калькування фразеологічних одиниць не

обходиться без певних втрат. З іншого боку, фразеологічні одиниці, що часто калькуються, можуть поступово ввійти до складу української мови.

4. Описовий переклад – передача значення англійської фразеологічної одиниці вільним виразом в українській мові. У цьому випадку неминуха втрата образності, а виходить, і експресивної виразності оригіналу. До цього способу перекладач прибігає, якщо неможливо використати жоден із проаналізованих вище: *to make a fast buck* – швидко розбагатіти; *white elephant* – власність, що вимагає великих витрат, але не дає ніякого прибутку; *back door* – анонімні регулюючі операції Банку Англії за посередництвом одного з акцептних будинків, *shelf warmer* – товар, що залежався; *buck a (the) trend* – укладати угоди всупереч кон'юктурі.

Багато англійських фразеологічних одиниць сфери економіки не мають еквівалентів в українській мові. Це в першу чергу відноситься до фразеологізмів, що позначають неіснуючі в нас реалії. При перекладі подібних фразеологізмів використовуються калькування й описовий переклад. Калькування дає можливість донести до читача живий образ англійського фразеологізму, що неможливо при використанні вільного необразного словосполучення, що є українським поясненням значення англійського фразеологізму [Гаврилина 2002, с. 24]. Наприклад: *The old lady of Threadneedle Street* жартівливо «стара леді з Треднідл-стріт» (англійський банк). Розумінню перекладу допомагає примітка: Названий «старою леді» через свій консерватизм (Треднідл-стріт-вулиця, на якій він перебуває). Переклад «англійський банк» не передає специфіки даного фразеологізму.

Відзначені вище особливості перекладу фразеологізмів, показують, як важливо для перекладача враховувати стилістико-семантичні розходження лексичних одиниць. Дана особливість ще більш демонстративно виявляється при аналізі кліше, до яких ми відносимо стереотипні слова й фрази. У ділових паперах використовуються мовні кліше, під якими розуміють мовні одиниці, яким властиві постійний склад компонентів, звичність звучання, відтворюваність готових мовних блоків і водночас семантичне членування,

характерне для вільних словосполучень [Миньяр-Белоручев 1980, с. 86]: *fluctuation of personnel* – плинність кадрів, *consumers services* – сфера обслуговування. У сучасному мовознавстві роль кліше й особливості, пов'язані з їхнім перекладом, мало вивчені. Недостатній аналіз ролі кліше пояснюється порівняно слабкою вивченістю психології сучасної комунікації. Тим часом у наш час фрази-кліше в загальному арсеналі мовних засобів займають особливо важливе, якщо не чільне, місце.

Деякі дослідники досить широко тлумачать поняття «кліше»: ідіоми, які стали кліше; інші стійкі вираження й стереотипи мови; набір готових фраз і широко відомі вислови з інших мов; вирази з англійської літератури.

Проаналізуємо особливості перекладу кліше на ряді прикладів. Найпоширеніший метод перекладу кліше – це підбір аналогічних українських еквівалентів. Деякі англійські фрази-кліше або слова-кліше мають аналогічні українські відповідності й, отже, легко піддаються перекладу: *all things considered* – враховуючи все вищезазначене; *guiding principle* – головний принцип, *cash on delivery* – оплата за фактом одержання, *old terms* – попередні умови, *as arranged between us* – згідно нашої домовленості, *subject to* – за умови, припускаючи, якщо.

Зовсім інше питання – переклад недавно виниклих фраз і слів-кліше, які, як правило, не мають сталого «паралельного» еквівалента мовою перекладу. Такого роду лексика найбільш характерна для певної соціальної групи й, по суті, являє собою своєрідний соціальний діалект, і, природно, що це породжує особливі труднощі для перекладу: *meaningful contacts* – корисні контакти; *meaningful talks* – конструктивні переговори; *financial gap* – фінансова криза.

Повторюваність – найважливіша ознака кліше, але повторюваність має й зворотну сторону, вона поступово вихолощує зміст кліше, перетворюючи його в мовну формулу з позитивним або негативним фарбуванням. Такі обороти гублять зв'язок з денотатом (позначуваним явищем або предметом) і викликають у реципієнта (читача або слухача) лише позитивну або негативну реакцію. У стилі ділових документів емоційна сторона висловлювань на ранніх

етапах розвитку літературної англійської мови зберігала своє дійсно емоційне значення. Такі слова й словосполучення, як *most humbly*, *entreat*, *I humbly subscribe*, *most humble and obedient servant* наполегливо повторювалися в листах такого роду. Їхнє емоційне значення поступово втрачалося, і вони перетворювалися в умовні формули обігу.

Штампи, як і кліше, є часто повторюваною в усній або письмовій мові мовною формулою. Такі формули являють досить зручне явище, оскільки полегшують спілкування між людьми й вивчення нової мови [Гаврюшина 2000, с. 58]. Найуживаніші штампи в діловому мовленні – це універсальні слова, які вживаються у найневизначеніших загальних значеннях, часто замінюють слова з конкретним значенням: *thanks to* – за рахунок, *by force of* – шляхом і т.д.

Штампи викликають більші труднощі в перекладі, вони не піддаються значеннєвому способу перекладу, їхній семантичний аналіз нічого не дає; у той же час вони надають позитивне або негативне забарвлення сказаному. Тому в перекладі для них потрібно або мати готові еквіваленти, або знаходити заміну, здатну викликати в адресата адекватну ініціальну реакцію: *most humbly* – с повагою. Ця обставина говорить про користь еквівалентів для найпоширеніших штампів ділової мови, поява яких у вихідному тексті не буде викликати затримок і невиправданих пауз у перекладі.

2.5 Особливості перекладу професіоналізмів та професійних жаргонізмів фінансово-економічної сфери

При перекладі сучасної англійської літератури та періодики актуальною є проблема адекватно передати нестандартні одиниці, які широко вводяться в текст багатьма авторами ХХ століття. Як відомо, адекватний переклад передбачає врахування всіх особливостей одиниць мови оригіналу (їх

денотативної й конотативної семантики, структурних особливостей) й підбір еквівалентних одиниць мови перекладу.

Стосовно перекладу професіоналізмів та професійних жаргонізмів виконання цих завдань виявляється особливо складним, тому що факти використання даної лексики у мовленні викликають різне відношення залежно від конкретної мовленнєвої ситуації, а на рівні мови, поза контекстом, і в теоретичних дослідженнях, і в лексикографічних працях ця лексика оцінюється, як пласт, який знаходиться за межами літературної мови, але не є діалектним [Лихолитов 1994, с. 58].

Професійні жаргонізми фінансово-економічної сфери є бар'єром двомовної комунікації навіть для досвідченого перекладача через поєднання мовних (лексико-семантичних, структурно-морфологічних, функціонально-стилістичних) та позамовних (культурних, історичних, країнознавчих, соціальних, політико-актуальних, психологічних) чинників утворення.

Можна вважати, що одиниці англійської та української мов не тільки характеризуються однаковою соціальною оцінкою, але й схожими особливостями, які протиставляють їх, відповідно, англійській та українській літературним мовам. Однак, адекватний переклад професіоналізмів та професійних жаргонізмів з англійської мови українською в деяких випадках виявляється надто складним, а іноді навіть неможливим.

Перша причина труднощів адекватного перекладу професіоналізмів та професійних жаргонізмів з англійської мови – це розходження складу лексико-семантичних груп слів, хоча в цілому напрямок лексико-семантичного варіювання слів в цих мовах співпадає. Друга причина ускладнень – це розбіжність прагматичних компонентів значення слів, еквівалентних за своїми основними лексико-семантичними варіантами, що спричинює розходження результатів лексико-семантичного варіювання цих слів в англійській та українській мовах. До інших причин можна віднести: недостатність досліджень даного лексичного шару, відсутність англо-українських словників сучасних професіоналізмів та жаргонізмів економічної

сфери; відсутність готових перекладацьких відповідників в активному репродуктивному запасі перекладача.

Таким чином, завдання перекладу професіоналізмів та жаргонізмів з англійської мови українською є комплексним і включає:

- врахування основного значення слова літературної мови, від якого утворена нестандартна одиниця,
- врахування використаних при її утворенні прагматичних компонентів значення,
- врахування денотативного значення самої утвореної нестандартної одиниці. При перекладі професіоналізмів та жаргонізмів з англійської мови обов'язково виконується завдання знайти еквівалент денотативного значення цієї одиниці. В тих випадках, коли вони не несуть особливого семантичного навантаження в тексті і їх втрата не змінює його змісту, а переклад є складним, вони можуть зовсім не передаватися в тексті [Сахневич 1998, с.16].

Відправним пунктом для функціонального перекладу професіоналізмів та професійних жаргонізмів можна вважати пошук елементів зниженого стилю в мові перекладу як можливих аналогів мови оригіналу. Словник часто обмежується стилістично-нейтральними варіантами, що передають лише загальний зміст нестандартної одиниці. Задача перекладача полягає в тому, щоб відшукати в мові перекладу одиницю з відповідними образно-експресивними відтінками. Перекладачу також необхідно мати «фонові знання» про ситуативне вживання відповідних одиниць англійської мови, оскільки подібна інформація дуже слабо відображена в сучасних двомовних словниках, та не забувати про фактор часу.

Отже, при перекладі професійного жаргону найбільш природним, безперечно, буде вдатися до функціональних аналогів за наявності їх в українській мові: *cabbage* – капуста (гроші), *cheapie* – дешевка, *new blood* – свіжа кров. Труднощі виникають при їх відсутності у двомовних і навіть одномовних словниках жаргонів. В таких випадках перекладачеві доцільно застосовувати наступні методи:

– пошук часткових еквівалентів (вибіркових, контекстуальних): *loser* – фірма-невдаха, *hawk* – торгувати з рук, *comeback* – повернення товару, *facelift* – косметичний ремонт, *mom-and-pop store* – сімейний магазин, *sell like hot cakes* – розпродаж «на льоту», *wet a bargain* – обмити угоду;

– підбір експресивів мови перекладу, які, однак не повинні спотворювати оригінал: *cushion* – заначка, *haircut* – навар, *money-grubber* – хапуга, *take a bath* – вилетіти в трубу, *push a pen* – протирати штани, *grand* – штука (баксів), *freebie* – щось, отримане на халяву;

– описовий переклад: *melon* – великий додатковий дивіденд, *deadbeat* – неплатник, *razor-back* – некваліфікований робітник, *jawbone* – неформальний тиск центрального банку на банкірів, *ready* – готівкові гроші,

– переклад із відповідними коментарями: *sleeper* – «соня» – цінний папір із заниженою ціною, що не викликає особливого інтересу інвесторів, але має великий потенціал росту ціни після його публічної презентації,

– транскрибування чи транслітерація: *parking* – паркінг (безпечне інвестування активів),

– калькування: *cash cow* – «дойна корова», *junk bond* – «сміттєва» облігація [DASE, 2007].

Зазначимо також найбільш розповсюджені помилки в процесі перекладу професіоналізмів та жаргонізмів українською мовою, що іноді грубо спотворюють оригінал:

– незнання предметно-логічного значення і невдала спроба вивести це значення з мікро контексту;

– незнання предметно-логічного значення і спроба замінити його описовою дефініцією, заснованою на передбачуваному знанні екстралінгвістичної, звичайно дуже далекої від оригіналу ситуації, тобто неправильної.

Демократичність англомовних інформаційних джерел економічної сфери виявляється у вживанні величезної кількості професіоналізмів та жаргонізмів, які характеризуються оціночністю та образністю,

використовуються для передачі прагматичної інформації – позитивного або негативного відношення автора, для надання тексту експресивності або відтінку фамільярності. В україномовних джерелах тенденція до подібної демократизації не відбувається. Вони відрізняються більшою консервативністю і стриманістю у виборі мовних засобів.

Відома консервативність норм україномовного офіційно-ділового стилю накладає і на перекладача певні рамки, які часто обумовлюють необхідність відмовлення від моноеквівалентів на користь лексичних одиниць стилістично-нейтральних чи розмовних слів. При перекладі рекомендується здійснювати «адаптацію» тексту перекладу до стилістичних і культурних норм мови перекладу, тобто перекладати жаргонізми англійської мови за допомогою колоквіалізмів або нейтральної лексики української мови, використовуючи різні види трансформацій та прийоми компенсації.

Важливо пам'ятати, що ступінь співвіднесеності експресії іншомовної й рідної лексики являє собою доволі складне питання. Найчастіше перекладачі, з огляду на подібну розбіжність ступеня експресії, дають переклад менш експресивними еквівалентами української мови.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

При перекладі фінансово-економічної лексики виникають як лексичні проблеми: відсутність еквівалентів мови перекладу одиницям мови оригіналу, труднощі при з'ясування значення окремих лексичних одиниць, так і стилістичні: окрім стилістично нейтральних слів, існують слова та словосполучення, вживання яких обмежене певними жанрами та типами мовлення. Аналіз фактичного матеріалу доводить, що найпоширенішим виявляється переклад шляхом підбору відповідного аналога в іншій мові. На жаль, число таких безпосередніх відповідностей між англійською й українською мовами досить обмежено. Тому розв'язання зазначених проблем можливе за допомогою застосування певних методів та прийомів перекладу.

Описовий переклад є найбільш універсальним прийомом перекладу фінансово-економічної лексики. Він особливо необхідний, якщо в мові перекладу не існує відповідного поняття з тих або інших причин соціального, або національного порядку, значною мірою це стосується перекладу економічних реалій, термінів та нової фінансово-економічної лексики. Серед недоліків прийому варто зазначити те, що деякі описи виходять громіздкими й виглядають зайвими у тексті перекладу.

Останню проблему допомагає вирішити прийом калькування, якому більш притаманна стислість і простота одержуваного за його допомогою еквівалента. Цей прийом застосовується для перекладу неологізмів - складних слів, реалій економічного світу, термінів-словосполучень, фразеологізмів, професіоналізмів, жаргонізмів, кліше та штампів сфери економіки. Однак збереження семантики не означає збереження колориту, оскільки частини слова або словосполучення передаються засобами мови перекладу. Недоліком даного способу є те, що він не розкриває значення лексичної одиниці, і такого роду слова без відповідних пояснень залишаються незрозумілими читачеві.

Застосування методів транскрибування та транслітерації допомагає подолати обоє труднощів – передачу й значеннєвого змісту, і колориту.

Найбільш широко вказані методи застосовуються стосовно перекладу економічних реалій (особливо якщо вони характеризуються стилістичною яскравістю), скорочень та неологізмів. Необхідно зазначити, що транскрибування, як і будь-який інший прийом, варто застосовувати з обережністю, оскільки в деяких випадках передача колориту, не будучи визначальним чинником, може відтіснити на другий план передачу значеннєвого змісту реалії, не виконавши тим самим комунікативного завдання перекладу.

Конкретизація, генералізація понять та антонімічний переклад застосовуються, переважно, при перекладі економічних термінів, так як у професійному спілкуванні часто виникають ситуації, коли в мові перекладу відсутні родові або, навпаки, конкретні поняття аналогічні поняттям мови оригіналу. Але для даного прийому характерне обмеження застосування через значну залежність від контексту, який визначає яке видове чи родове поняття мається на увазі.

Кожний з даних прийомів має свої переваги й недоліки, і у зв'язку із цим доцільно застосовувати комбіновані способи перекладу фінансово-економічної лексики, не обмежуючись одним прийомом, а сполучаючи два або три прийоми, наприклад, транскрибування й описовий переклад, або ж давати пояснення та коментарі.

Таким чином, для перекладу фінансово-економічної лексики необхідно виробляти вміння аналізувати лексичні одиниці у контексті, працювати із тлумачними словниками, зіставляти значення англійських й українських лексичних одиниць, а також фонові інформації й, виходячи з цього, підбирати відповідні еквіваленти. Наявність подібних навичок дозволить правильно підходити до перекладу фінансово-економічної лексики й запобігатиме появі буквальних перекладів або помилок, що призводять до концептуальних порушень.

ВИСНОВКИ

В ході дослідження встановлено, що фінансово-економічна лексика сучасної англійській мові є своєрідною підсистемою загальнолітературної мови, її відносно самостійним структурним і функціональним різновидом. Обслуговуючи сферу економічних відносин і будучи, таким чином, лексикою професійного, тобто обмеженого вживання, вона проте не становить замкнутої системи, а активно проникає в усі без винятку функціональні стилі сучасної англійської мови.

Виявляючи певну специфіку в лексико-семантичному й словотворчому плані, фінансово-економічна лексика певною мірою виявляється тісно пов'язаною з лексикою загальнолітературної мови: тут спостерігаються основні лексико-семантичні процеси загальномовного характеру, поповнення словникового складу відбувається також за рахунок загальновідомих способів словотвору.

Весь склад лексичних одиниць, що відносяться до словникового фонду сфери економіки та бізнесу, характеризується варіативністю. В результаті аналізу специфіки даної лексики, характеру її функціонування ми дійшли висновку, що фінансово-економічна лексика неоднорідна і залежно від особливостей плану вираження й плану змісту можна виділити два основних шари спеціальної лексики: термінологічний і професійний, до того ж останній, у свою чергу, виявляє стилістичну неоднорідність і розпадається на професіоналізми й жаргонізми. Зазначене розмежування фінансово-економічної лексики дозволило виявити конкретні співвідношення й розходження між терміном, професіоналізмом і жаргонізмом, усвідомити структурно-семантичні особливості даних груп найменувань.

Англійська мова знаходить ресурси для поповнення лексикону економічної сфери переважно в межах своєї системи за рахунок словотвірної та семантичної деривації, а також завдяки міжваріантним контактам. Збагачення

лексикону сфери економіки відбувається і завдяки надходженню в літературну мову лексики та фразеології з професійних жаргонів.

У ході аналізу встановлено, що в області словотвору фінансово-економічної термінології існує тяжіння до створення багатоконпонентних найменувань, що обумовлено об'єктивним прагненням фахівців до уточнення економічних та фінансових понять. Зростає значення комплексних способів породження інновацій, що свідчить про ускладнення когнітивних та номінативних процесів.

Структурно-словотворчі характеристики професіоналізмів і жаргонізмів, навпроти, не покликані забезпечити системність плану вираження. Дери́ваційні морфеми використовуються для створення професіоналізмів і жаргонізмів набагато рідше, ніж у термінології. Лексико-семантична деривація відбувається найчастіше на основі метафоризації, у результаті чого створюються численні образні, колоритні найменування, а це надає професійній лексиці в цілому емоційно-експресивний характер.

Іншомовні слова, які поповнюють економічний словник англійської мови, становлять незначну частку. Вони запозичуються в англійську як з метою найменування специфічних для англосовного світу економічних понять, так і позначення нових реалій та понять ділового життя, особливо сфери фінансів і фондового ринку.

Переклад фінансово-економічної лексики є впорядкованим процесом, що складається з ряду строго послідовних, взаємозалежних і логічно несуперечливих етапів і націлений на адекватний переклад мовної одиниці за допомогою комплексу універсальних операцій та прийомів.

Кожен із зазначених в роботі перекладацьких методів та прийомів має свої недоліки й переваги. Наприклад, транслітерація зберігає колорит іншомовного тексту, але іноді вимагає коментарів та пояснень. Приблизний переклад зовсім зрозумілий читачеві, не потребує пояснень, але послабляє національно-специфічні особливості оригіналу. Створення нового слова за допомогою калькування застосовується рідше, ніж зазначені вище способи, і не

завжди можливо через тяжіння до буквализму. Описовий переклад застосовується в тому випадку, коли читачеві необхідно роз'яснити сутність даного явища.

Вибір того або іншого способу передачі фінансово-економічної лексики залежить від багатьох суб'єктивних факторів, таких як, наприклад, особистість перекладача, його досвід, інтелект, здатність оперувати абстрактними поняттями, обстановка під час процесу перекладу, а також від стилю тексту, стилю конкретного автора та ін. Однак насамперед необхідно прагнути до того, щоб еквівалент лексичної одиниці мови оригіналу в максимальному ступені відповідав нормам і правилам мови перекладу. Правильне рішення стосовно перекладу можливе тільки при знанні еквівалентів двох мов і вмінні виділити позначуваний ними денотат з навколишньої дійсності.

Питання про переклад фінансово-економічної лексики внаслідок своєї суперечності являє собою велике поле для проведення найрізноманітніших досліджень, оскільки дати повний і абсолютний перелік прийомів перекладу досліджуваного в даній роботі лексичного шару, вказівок і пояснень до них неможливо. Нами були досліджені способи та прийоми перекладу, що найчастіше застосовуються при перекладі загальної маси фінансово-економічної лексики. Однак внаслідок розмаїтості цих мовних одиниць і їхніх індивідуальних особливостей, прийоми передачі мовою перекладу можуть змінюватися й сполучатися один з одним.

Результати дослідження свідчать, що проблеми функціонування та передачі фінансово-економічної лексики становлять подальший інтерес в різних аспектах: лінгвістичному, дискурсному, соціальному, перекладознавчому. Ці питання з точки зору перекладознавства, когнітивної лінгвістики, дискурсознавства та стилістики можуть стати предметом майбутніх досліджень. Проведений аналіз лексичних одиниць фінансово-економічної сфери може бути використаним у дослідженнях нових одиниць інших сфер суспільного життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксенова А. К. Учебное пособие по экономическому переводу. Москва: МГИМО, 1989. 148 с.
2. Авербух К. Я. Общая теория термина. Иваново : Авторское издание, 2004. 252 с.
3. Алексеева И. С. Введение в переводоведение. Санкт-Петербург : АCADEMIA, 2004. 352 с.
4. Алексеева И. С. Професійний тренінг перекладача. Санкт-Петербург : Союз, 2001. 288 с.
5. Алимов В. В. Теория перевода: перевод в сфере профессиональной коммуникации. 3-е изд., стереотип. Москва : УРСС, 2005. 160 с.
6. Арутюнова М. С. Особенности воспроизведения неологизмов в современном переводе (на материале текста научно-публицистического стиля). Ставрополь: Северокавказский государственный технический университет, 2004. 16 с.
7. Багова С. Р. Структурно-семантические и деривативные свойства экономической лексики : дис. канд. филол. наук : 10.02.04. Пятигорск, 1998. 169 с.
8. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Москва : Международные отношения, 1975. 196 с.
9. Бестаева С. С. Практический курс экономического перевода : английский язык. Москва : МГИМО, 2002. 255 с.
10. Белозьоров М. В. Англійські лексичні та фразеологічні новотвори у сфері економіки : структурний, семантичний і соціофункціональний аспекти : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2003. 181 с.

11. Бортничук Е. Н., Василенко И. В., Пастушенко Л. П. Словообразование в современном английском языке. Київ : Вища школа, 1988. 261 с.
12. Бурмистрова А. В. Лингвостатистический анализ английской терминологии фондового рынка. Автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Иваново, 2001. 24 с.
13. Виноградов В. С. Перевод : Общие и лексические вопросы. Москва : КДУ, 2004. 240 с.
14. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. Москва : Международные отношения, 1980. 352 с.
15. Гаврилина О. В. Способы достижения эквивалентности перевода текста экономического содержания. *Вестник Волжского университета. Серия: Филология*. Тольяти, 2002. № 2. С. 23-27.
16. Гавришина И. Н. Учебное пособие по экономическому переводу. Москва : МГИМО, 2000. 117 с.
17. Гарбовский Н. К. Теория перевода. Москва : МГУ, 2004. 544 с.
18. Гойко І. Ф., Підвисоцький Н. Ю. Фінансові звіти англійською. Львів : Високий замок, 2004. 193 с.
19. Головин Б. Н., Кобрин Р. Ю. Лингвистические основы учения о терминах. Москва : Высшая школа, 1987. 104 с.
20. Гореликова С. Н. Природа термина и некоторые особенности терминообразования в английском языке. *Вестник Одесского Государственного Университета*. Одесса, 2002. №8. С. 126-136.
21. Грицьків А. В. Міжсистемна взаємодія як чинник термінотворення (на прикладі англомовних фінансових термінів): автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2003. 24 с.
22. Грицьків А. В., Скороходько Е. Ф. Взаємодія термінологічних систем (на матеріалі англомовних фінансових термінів). *Теоретична та прикладна лінгвістика*. Вип. 1. Київ : УГЛМ, 2003. С. 138-147.

23. Гузова Е. Е. Техника перевода английских экономических и общественно-политических текстов. Мурманск : МГТУ, 2002. 67 с.
24. Девкин В. Д. Приблизительный перевод безэквивалентных реалий. Дальше от буквализма – ближе к точности перевода. *Вопросы лингвострановедения и лексикологии*. Москва, 2003. С. 94-107.
25. Диниско Н. С. Особенности перевода специальных текстов. *Сборник научных трудов. Серия: Гуманитарные и социально-экономические науки*. Ростов-на-Дону, 2000. С. 96-97.
26. Довбыш О. В. К вопросу о проблемах перевода экономической терминологии. *Когнитивные аспекты изучения языковых явлений в германских языках*. Самара : Научная книга, 2000. С. 70-74.
27. Дроздова Т.И. Проблемы понимания научного текста (англоязычные экономические тексты). Астрахань : АГТУ, 2003. 224 с.
28. Дудина И. А. Практикум по переводу терминологии теории новой институциональной экономики. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2004. 74 с.
29. Єгоров Б. Н. Техніка перекладу аудиторських звітів на англійську мову з урахуванням різниць у законодавстві країн. Київ : Либідь, 2005. 103 с.
30. Ерогова А. М. Теория и практика перевода экономических текстов с английского языка на русский. Москва : Международные отношения, 1974. 189 с.
31. Зарума-Панських О. Р. Англійська лексика міжнародних договорів : структурні, семантичні та дискурсні особливості : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2001. 25 с.
32. Зацний Ю. А. Неологізми англійської мови 80-90 років ХХ століття. Запоріжжя : РА Тандем-У, 1997. 369 с.
33. Зацний Ю. А. Пахомова Т. О. Мова і суспільство : збагачення словникового складу сучасної англійської мови. Запоріжжя : ЗДУ, 2001. 176 с.

34. Зацний Ю. А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 228 с.
35. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою). – Львів : ЛНУ, 1983. 175 с.
36. Іщенко В. Л. Структурні особливості англійських економічних термінів-словосполучень. *Гуманітарний вісник. Сер.: Проблеми сучасної світової літератури та лінгвістики*. Черкаси, 2000. № 4. С. 157-161.
37. Ивина Л. В. Некоторые особенности терминосистемы венчурного финансирования английского языка. *Научно-техническая терминология*. Вып.1. Москва : МГТУ, 2001. С. 34 – 43.
38. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця : Нова книга, 2001. Т. 2. 304 с.
39. Карпухина Н. М. Особенности фразеологически связанных значений профессионально ориентированных наименований (на материале экономической лексики). *Научно-техническая информация. Серия 2: Информационные процессы и системы*. Москва, 2002. №1. С. 30-32.
40. Касьянов В. В. Сопоставительный анализ современной терминологии финансовой деятельности в английском и русском языках : дис. канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 2001. 245 с.
41. Катфорд Дж. К. Лингвистическая теория перевода : Об одном аспекте прикладной лингвистики. Мсква : УРСС, 2004. 208 с.
42. Квитко И. С., Лейчик В. М., Кабанцев Г. Г. Терминоведческие проблемы редактирования. Львов : Вища школа, 1986. 151 с.
43. Китайгородская М. В. Современная экономическая терминология (состав, устройство, функционирование). Москва : АСТ, 1996. С. 162 - 236.
44. Колот Л. А., Бальзаннікова Л. Г. Англійська мова ділової кореспонденції. Київ : КНТЕУ, 2005. 140 с.
45. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Москва : ЭТС, 2002. 420 с.

46. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця : Нова Книга, 2003. 448 с.
47. Коралова А. Л. Осторожно – фразеологізм! *Тетради перекладача*. – Вып. 22. Москва : Высшая школа, 1987. С. 99-106.
48. Косарева Т. Б. Международный коммерческий контракт. Составление и перевод. Москва : УРСС, 2004. 85 с.
49. Котелова И. З. К вопросу о специфике термина. Лингвистические проблемы научно-технической терминологии. Москва : МГУ, 1970. С. 122-127.
50. Крысин Л. П. Калькирование в русском языке конца XX века. *Русское слово, свое и чужое*. Москва : МГИМО, 2004. С. 222-227.
51. Лебедева Г. Г. Трудности перевода итальянских экономических терминов и возможности преодоления этих трудностей. *Внешнеэкономический бюллетень*. Москва, 2003. № 7. С. 74-78.
52. Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Москва : АН СССР, 1961. 158 с.
53. Малиновская И. В. Экономическая терминология в английском языке: процессы формирования и функционирования : автореф. дисс. канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 1985. 20 с.
54. Мелихова Н. В. Артемюк Н. Д. Пособие по экономическому переводу на немецком языке. Москва : НВИ-Тезаурус, 1999. 168 с.
55. Миньяр-Белоручев Р. К. Общая теория перевода и устный перевод. Москва: Воениздат, 1980. 237 с.
56. Наумова Н. Г. Терминология деловой сферы общения. *Вісник ЗДУ. Серія: Філологічні науки*. Запоріжжя, 2000. № 1. С. 128–130.
57. Пантюхина Л. В., Маслина И. Н. Практикум по экономическому переводу с английского языка. Москва : МГИМО, 2006. 167 с.
58. Папазян А. А. Структурно-семантическое описание терминов менеджмента (на материале экономической лексики) : автореф. дисс. канд. филол. наук : 10.02.04 Краснодар, 2007. 21 с.

59. Пичкова Л. С. Реферирование, аннотирование и перевод экономических текстов : теория и практика. Москва : Анкил, 1999. 159 с.
60. Пономаренко В. А. Фразеологические единицы в деловом дискурсе (на материале английского и русского языков) : автореф. дисс. канд. филол. наук : 10.02.04 Краснодар, 2007. 23 с.
61. Попряник Л. В. Практикум по переводу с немецкого языка на русский текстов экономического содержания. Москва : НВИ-Тезаурус, 2000. 136 с.
62. Пышная Л. М. Особенности экономической терминологии. *Вісник СумДУ*. Суми, 2002. №4 (37). С. 161-164.
63. Реформатский А. А. Термин как член лексической системы языка. *Проблемы структурной лингвистики*. Москва : АН СССР, 1968. С. 103 - 125.
64. Саркисов А. Л. Основные тенденции формирования и функционирования специальной лексики бухгалтерского учета : автореф. дисс. канд. филол. наук : 10.02.04. Краснодар, 2007. 15 с.
65. Сахневич С. В. Преодоление разнопереводности на русский язык английских экономических терминов : автореф. дисс. канд. филол. наук : 10.02.04. Москва, 1998. 19 с.
66. Скороходько Э. Ф. Термины, выражающие новые знания в структуре научных текстов. *Научно-техническая информация. Серия 2: Информационные процессы и системы*. Москва, 2001. №4. с. 68-84.
67. Соколова Т.В. Особенности перевода английских экономических текстов. *Социальные и гуманитарные исследования : традиции и реальности*. Саранск, 2000. С. 341-342.
68. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология. Вопросы теории. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 248 с.
69. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы. Москва : Высшая школа, 1988. 239 с.
70. Труфанова Н. О. Проблема номинации лиц в финансово-экономической терминологии (на материале русского и английского языков) : автореф. дисс. канд. филол. наук : 10.02.19. Москва : РАН, 2006. 26 с.

71. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. Москва, 2002. 414 с.
72. Цаголова Р. С. Лексико-семантические особенности политико-экономической терминологии. Москва : МГУ, 1985. 146 с.
73. Чарычанская И. В. Перевод реалий как средство выражения коммуникативного намерения переводчика. *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. Воронеж, 2003. № 1. С. 74-79.
74. Черникова Н. В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии. *Филологические науки*. Москва : МГУ, 2001. № 1. С. 82 - 90.
75. Черноватий Л. М., Карабан В. І., Пенькова І. О. Переклад англomовної економічної літератури. Економіка США. Загальні принципи. Вінниця : Нова книга, 2005. 496 с.
76. Arnold I. V. The English Word. Москва : Высшая школа, 1973. 223 p.
77. Ilyish B. The structure of Modern English. Москва : МГУ, 1971. 378 p.
78. Kotler P. Marketing: an Introduction. 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1993. 473 p.
79. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago, 1980. 420 p.
80. Maddock R.C. Marketing to the Mind : Right Brain Strategies for Advertising and Marketing. Westport, Conn. : Quorum Books, 1996. 280 p.
81. Marchand H. The categories and types of present-day English word-formation. Wiesbaden, 1960. 379 p.
82. Marconi J. Image Marketing : using public perceptions to attain business objectives. Chicago, 1996. 233 p.
83. Nord C. Translating as a purposeful activity. Functionalist approaches explained. Manchester, 1996. 273 p.
84. Savory Th. The Language of Science. Its Growth, Character and Usage. London, 1967. 184 p.
85. Toury G. Descriptive Translation Studies and Beyond. Amsterdam-Philadelphia, 1995. 199 p.
86. Translation studies : Perspectives on an emerging discipline. Cambridge, 2003. 244 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

87. Англо-український тематичний словник для ділового спілкування (менеджмент, маркетинг, банківська справа); за ред. І.Г.Анікеєнко. К. : Лінгвіст, 2003. 224 с.
88. Англо-український фразеологічний словник. Укл. К.Т. Баранцев. Київ: Знання. 2005. 756 с. (АУФС)
89. Зацный Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку ХХІ століття : англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008. 360 с.
90. Николаева О. Е. Толковый англо-русский словарь основных терминов управленческого и финансового учета. Москва : УРСС, 2002. 109 с.
91. Финансовый менеджмент. Новый англо-русский толковый словарь : под ред. Ю.Н. Маляревской и М.А. Сторчевого. Москва : УРСС, 2004. 285 с.
92. Финансовые рынки. Новый англо-русский толковый словарь; под ред. Т. Е. Апанасенко и М.А Сторчевого. Москва : УРСС, 2004. 314 с.
93. Шимкін А. Англо-український словник економічної лексики. Київ : Нова думка, 2004. 432 с.
94. Bryan A. G. The Oxford Dictionary of American Usage and Style. NY: Berkley Books, 2000. 323 p.
95. Davies D., Pickett D. English for commerce. Longman Group UK, 1997. 164 p.
96. Dictionary Of American Slang With Examples. Oxford : Oxford University Press, 2007. 753 p. (DASE)
97. Dictionary of Finance and Banking. Oxford : Oxford University Press, 2005. 437 p.
98. Enciclopedia Britannica. Oxford : Oxford University Press, 2007. 594 p.
99. Hornby A.S. Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford : Oxford University Press, 1998. 1428 p.

SUMMARY

The thesis presents the comprehensive study of semantic structure, pragmatic as well as stylistic functioning of financial and economic vocabulary. A special attention has been paid to the main peculiarities of the translation of this particular group of vocabulary from English into Ukrainian.

The work provides some insights into the problem of word-building processes in the system of financial and economic vocabulary. It reveals the activity of certain word-formation types and mechanisms, analyses the formation of new productive derivational elements. The morphological structure of English financial and economic vocabulary is conditioned by the typology of English word-forming processes. Special attention is paid to the comprehensive study of the semantic derivation within the system of financial and economic vocabulary in English and its comparative analysis with the similar Ukrainian vocabulary.

The study determines the role of specific social and economic factors in the development of the financial and economic vocabulary. A thorough analysis of certain peculiarities of functional and stylistic nature of the vocabulary under consideration as well as correlation and variance between different lexical layers of financial and economic vocabulary has also been conducted.

The target of this paper is to underline the problems of translation of financial and economic vocabulary from English into Ukrainian. The translation methods of financial and economic terms, neologisms, realias, abbreviations, phraseological units, cliches and professional jargon are explored. The translation strategy for the financial and economic vocabulary is to provide semantic and pragmatic peculiarities of a lexical unit by rendering its denotative and intra-lingual meanings on the basis of full incorporation of resources of target language and culture, taking into account extra-linguistic factors and offering optimal translation equivalence.

Key words: *financial and economic vocabulary, translation, word-formation, denotative meaning, connotative meaning, source language, target language.*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, КОРИНЕЦЬ АННА ОЛЕКСАНДРІВНА студент(ка) 2 курсу магістратури, форми навчання заочної, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма переклад (англійський), адреса електронної пошти annakorinets25@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА ЛЕКСИКА СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ**»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ КОРИНЕЦЬ АННА ОЛЕКСАНДРІВНА