

Крайняк Л. К.,

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету

Дуда О. І.,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету

Рибачок С. М.,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету

Боднар О. Б.,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету

АНГЛО-УКРАЇНСЬКИЙ ПЕРЕКЛАД ЗАГАЛЬНОВЖИВАНОЇ ЛЕКСИКИ ТЕКСТІВ ЕКОНОМІЧНОГО ДИСКУРСУ

Анотація. Запропонована стаття присвячена виявленню мовних особливостей перекладу загальноновживаної лексики текстів англійської економічної літератури українською мовою. В результаті аналізу досліджуваного матеріалу авторами встановлено, що чим багатозначнішим є загальноновживане слово, тим більше власних значень, залежних від економічного контексту, воно набуває.

У роботі здійснена спроба класифікації загальноновживаних лексем за ступенем залежності від контексту. Аналіз досліджуваного матеріалу засвідчив, що перша група загальноновживаних слів (типу *provision, patent, discount*) не викликає труднощів у перекладі, а з другою частиною цього типу слів пов'язані певні проблеми, оскільки переклад таких лексичних одиниць безпосередньо залежить від контексту. До останніх віднесено дві групи різновидів загальноновживаної лексики:

1) службові слова типу *before, since, as, after, for*. Особливістю цих слів є те, що вони можуть виконувати функції різних частин мови і, крім того, деякі з них мають різні значення в межах однієї частини мови;

2) слова, які вживаються у значеннях, які відрізняються від загальноприйнятих у повсякденному побуті.

На відміну від термінів загальноновживана лексика економічних текстів характеризується тим, що вона не має властивості позначати поняття та об'єкти сфери економіки, але може разом з термінами визначати специфіку науково-економічного та популярно-економічного стилів. Загальноновживана лексика економічного дискурсу складається зі слів, словосполучень, відокремлених утворень, спеціальних оборотів і кліше, що використовуються для вираження зв'язків та відносин між термінованими поняттями та об'єктами, а також для вираження якісних, кількісних та інших оціночних характеристик у диференціації та класифікації загальнонаукових та спеціальних понять економічної галузі.

На матеріалі досліджуваної літератури авторами встановлено, що під час перекладу економічних текстів слід враховувати взаємозв'язок між галузевою термінологією та загальноновживаною лексикою. Особливу увагу в економічному перекладі слід приділяти тому, що багато невмотивованих слів побутової лексики стають мотивованими в економічній сфері внаслідок переосмислення закріплених значень вже існуючих у мові найменувань та утворень у них нових значень.

Ключові слова: загальноновживана лексика, тексти англійської економічної літератури, економічний контекст, спеціальне поняття економічної галузі.

Постановка проблеми. У зв'язку з останніми змінами у світі економічна тема стала однією з найпопулярніших як для фахівців, так і для людей, які безпосередньо не залучені до сфери фінансів, кредиту, грошового обміну та виробництва. Виришуючи проблему фінансової кризи, економісти, політики та бізнесмени практично всіх країн об'єднали свої зусилля у створенні антикризових програм. Економічні журнали всіх країн публікують статті, огляди, аналітичні повідомлення, останні новини на цю тему. Люди різного віку та професій активно обговорюють події економічного світу і висловлюють своє ставлення до них. За таких умов надзвичайно зростає роль перекладу як, обслуговуючого чинника економічних відносин народів. Як область практичної мовної та мовленнєвої діяльності економічний переклад є одним із видів спеціального перекладу, об'єктом якого є різноманітні матеріали економічного дискурсу, що використовуються для перекладу – різні за жанрами, стилями та функціями.

Аналіз попередніх досліджень. Термін «дискурс» (франц. *discours*, англ. *discourse*) почав широко вживатися на початку 70-х років ХХ століття у значенні, близькому до того, в якому

у вітчизняній лінгвістиці існував термін «функціональний стиль» [1, с. 234; 2, с. 103]. Дискурс тоді вважався функціональним стилем. Так як термін «дискурс» не є однозначний, то вживається в сучасному мовознавстві у трьох значеннях. Перше – дискурс як мова, «вписана в комунікативну ситуацію і як категорія з чітко вираженим соціальним змістом у порівнянні з мовленнєвою діяльністю індивіда» [3; 4; 5]. Друге значення – це використання терміна «дискурс» як способу говоріння. У цьому контексті дослідників цікавить не дискурс взагалі, а його конкретні різновиди, що визначаються широким набором параметрів: чисто мовними відмінними рисами (у тій мірі, якою вони можуть бути чітко ідентифіковані), стилістичною специфікою (багато в чому визначається кількісними тенденціями використання мовних засобів), і навіть специфікою тематики, системою переконань, способів міркування тощо. Дискурс у цьому розумінні – це стилістична специфіка плюс ідеологія, що стоїть за нею [6, с. 35–36].

Існує нарешті третє значення терміна «дискурс», пов'язане насамперед із ім'ям німецького філософа та соціолога Ю. Хабермаса. Воно може вважатися видовим по відношенню до попереднього розуміння, оскільки має семантичну специфіку. У цьому третьому розумінні «дискурсом» називається особливий ідеальний вид комунікації, здійснюваний в умовах максимально можливого усунення від соціальної реальності, традицій, авторитету, комунікативної рутини тощо. В контексті другого значення це можна назвати «дискурсом раціональності» [7, с. 5–7].

Дискурс – багатозначний термін низки гуманітарних наук, предмет яких безпосередньо чи опосередковано передбачає вивчення функціонування мови, – лінгвістики, літературознавства, семіотики, соціології, філософії, етнології та антропології. Чіткого та загально визнаного визначення «дискурс», що охоплює всі випадки його вживання, не існує, і не виключено, що саме це сприяло широкій популярності, набутій цим терміном за останні десятиліття [7; 8; 10].

Актуальність вибору теми нашого дослідження полягає в тому, що теорія спеціального економічного перекладу, незважаючи на інтерес до неї в останні роки, залишається малодослідженою, проте дуже важливою. Практична значущість роботи полягає у можливому використанні результатів дослідження під час перекладу англійської економічної літератури українською мовою.

Мета нашої розвідки – виявити мовні особливості перекладу загальноживаної лексики текстів англійської економічної літератури українською мовою, здійснити класифікацію загальноживаних лексем цього виду дискурсу за ступенем залежності від контексту.

Виклад основного матеріалу. В текстах економічного дискурсу, крім спеціальної лексики та термінів, зустрічається і загальноживана лексика, яка є неоднорідною, відтак передбачає різні підходи під час перекладу різножанрових матеріалів цієї літератури [9, с. 111–113].

Наприклад, дієслово *to offer* в економічних текстах найчастіше вживається у значенні *чинити (опир)*, а не *пропонувати*, дієслово *to attack* – *приступити до вирішення (завдання)*, а не *нападати*, дієслово *to happen* – *виявлятися, а не відбуватися, випадково виявитися*. Для іменника *state* основним значенням є *стан, становище*, а не *державна*. *Chain management oversees the enterprise relationships in order to get the information necessary*

to run the business, to get product delivered through the business, and to get the cash that generates profits for the business. (Відділ організації поставки слідкує за зв'язками підприємства, з метою отримати інформацію, необхідну для управління бізнесом, поставки продукції, та отримання готівки, що генерують прибуток.) [10, с. 200].

В економічній літературі найбільш поширеною відповідністю цього слова є дієслово *«керувати»*, на відміну від загальноживаних його відповідностей *«багати»*, *«переслідувати»*.

На особливу увагу заслуговують деякі службові слова, такі як *for, as, since, after, before* та ін. Особливістю цих слів є те, що вони можуть виконувати функції різних частин мови і, крім того, деякі з них мають різні значення в межах однієї частини мови. Наприклад, слово *for* може бути прийменником або сполучником. Як прийменник *for*, крім свого найпоширенішого значення *для*, має значення *протягом*, а як сполучник – значення *так як*.

Значну питому вагу в галузевих текстах з економіки мають слова і словосполучення, що служать для вираження ставлення автора до фактів, що викладаються, або для уточнення цих фактів. Наприклад: *needless to say* – *не викликає сумніву*, *unfortunately* – *на жаль*, *strictly speaking* – *строго кажучи*, *in a sense* – *у сенсі*, *at most* – *у разі тощо*.

У лінгвістиці здатність слова вступати у словосполучення з іншими словами називається валентністю [11; 13; 14]. У спеціальній лексиці виділяється значний перелік поєднань слів, які утворюють своєрідні мікро-контексти з різними рівнями внутрішньої організованості. Ось кілька прикладів зі словом *“problem”*: *basic (chief, main, essential, specific, difficult, complex, etc.) problem; This is a problem dealing (concerned) with (bearing on..., relating to...) computer science; Основна (головна, істотна, певна, важка, складна, і т. д.) проблема; Це проблема, що має справу (стосунок), (що спирається..., торкаючись...) до інформатики*.

Необхідно підкреслити те, що існує велика група слів і термінів, що отримали назву «неправдивих друзів перекладача» (наприклад, *data* – *дані*, *decade* – *десять років*, *instance* – *екземпляр*, *simulation* – *моделювання*), транслітераційний переклад яких призводить до спотворень сенсу тексту, що перекладається [15, с. 70].

Помилково вважати, що вони становлять небезпеку тільки для перекладачів-початківців. Неадекватно перекласти слова, що стосуються цієї групи, цілком може і досвідчений перекладач. Неправильний переклад цих слів може призвести до спотворення змісту документа, і спричинити великі збитки компанії. Перекладаючи фінансово-економічні документи, ми можемо зіткнутися з такими «хибними друзями перекладача», як наприклад: *“interest”* – *«відсотки»*, а не *«цікавість»*, *“data”* – *«дані»*, а не *«дата»*, *“object”* – *«ціль, предмет»*, але не *«об'єкт»*, *“receipt”* – *«квитанція, чек»*, а не *«рецепт»*.

Більш складними випадками є ті англійські «неправдиві друзі перекладача», які лише в одному або двох значеннях збігаються з українськими словами, але розходяться в інших, наприклад: *“balance”* – *«сальдо, залишок»*, а не лише *«баланс»*, *“person”* – *«юридична особа»*, а не лише *«особистість»*; *“figure”* – *«цифра»*, а не лише *«фігура»*, *“contract”* – *«угода»*, а не лише *«контракт (міжнародна угода)»*.

Крім усіх випадків, про які йшлося вище, ми також можемо зіткнутися з багатозначними словами, що мають своє власне

значення в контексті фінансово-економічної документації, наприклад: “return” – «декларация, доходи», а не «повернення», “active” – «ринок з активними торгами», а не прикметник «енергійний», “away” – «відмінний від», а не «далеко», “acceptance” – «акцепт», а не «прийом», “bear” – «спекулянт, який грає на зниження», а не «ведмідь», “to buy in” – «закрити угоду», а не «випувувати назад», “call” – «достоковий», а не «телефонний».

В результаті аналізу досліджуваного матеріалу доходимо висновку, що одна частина загальноживаних слів типу (provision, patent, discount) не викликає труднощів у перекладі, а інша частина цього типу слів викликає певні проблеми, оскільки переклад таких лексичних одиниць безпосередньо залежить від контексту. До останніх можна віднести такі групи різновидів загальноживаної лексики:

1) службові слова (before, since, as, after, for), особливістю яких є те, що деякі з них мають різні значення в межах однієї частини мови і, крім того, вони можуть виконувати різні функції частин мови. Наприклад: “OK, so we have arranged for finance and now we can go ahead with marketing”.

2) слова, які вживаються у значеннях, які відрізняються від загальноприйнятих у повсякденному побуті. Наприклад, прикметник “to be red” у словосполученні “to be in the red” має різне значення на стилістичному рівні та перекладається як «збанкрутувати або мати заборгованість». Наприклад: “The economic crisis shows sign of improving and we are deep in the red at the bank” або інший приклад: “The old model of running the businesses in tandem has outlived its purpose” – «Стара модель ведення бізнесу пережила свою мету».

Зазвичай загальноживана лексика економічних текстів набуває зовсім іншого значення, а ніж те, що міститься у словнику. Наприклад: a party – сторона, to invite – пропонувати, to instruct – доручати, тощо. Очевидно, що загальноживані одиниці можуть виконувати функцію номінації спеціального поняття завдяки поєднанню своїх значень з прикметниками термінами. Наприклад: international guaranties – міжнародні гарантії, packing list – накувальний реєстр, preliminary agreement – попередня домовленість.

Під час перекладу економічних текстів слід враховувати взаємозв’язок між галузеву термінологією та загальноживаною лексикою. Багато невмотивованих слів побутової лексики стають мотивованими в економічній сфері. Відбувається пересмислення закріплених значень вже існуючих у мові найменувань та утворення у них нових значень. Як правило, більшість загальноживаної лексики не викликає особливих труднощів у перекладі економічних текстів. Однак перекладачеві слід звертати увагу на ті слова, які в економічних текстах набувають іншого значення, а також на так звані «неправдивих друзів перекладача». Наприклад, слово “interest” у сфері економіки означає «відсоток», «частку», а слово “data” українською мовою перекладається як «дані», а не «дата».

На відміну від термінів загальноживана лексика економічних текстів характеризується тим, що вона не має властивості позначати поняття та об’єкти сфери економіки, але разом з термінами визначає специфіку науково-економічного та популярно-економічного стилів. Загальноживана лексика економічного дискурсу складається зі слів, словосполучень, відокремлених утворень, спеціальних оборотів і кліше, що використовуються для вираження зв’язків та відносин між тер-

мінованими поняттями та об’єктами, а також для вираження якісних, кількісних та інших оціночних характеристик у диференціації та класифікації загальнонаукових та спеціальних понять економічної галузі.

В економічних текстах виділяються слова, які разом із лексичними одиницями з чітко вираженою інформативною семантикою (problem, information) утворюють лексичне оточення термінів: menu (можливість вибору, набір, перелік), opis (завдання, борг), strength (гідність, перевага), to see (резувати, фіксувати), to drive (привести до спрацювання). Це слова загальноживаної лексики, які іноді у своїх асоціативних значеннях функціонують у ділових, науково-економічних та популярно-економічних текстах.

Особливістю цих слів є труднощі визначення їх значень у тексті оригіналу, і, як наслідок – підбір їм відповідностей у мові перекладу. Серед цих слів нерідко зустрічаються стилістично забарвлені: mushrooming (швидкий розвиток, швидка зміна), bugaboo (проблема, труднощі), beauty (гідність, перевага), workhorse (основний, головний, провідний), wisdom (доцільність, заснованість на точному розрахунку), переклад яких особливо важкий під час розкриття їх значень і знаходження прийнятного еквівалента. Будь-які стилістично забарвлені одиниці оригіналу мають бути трансформовані в нейтральні, що точно передають їх інформаційну суть. У різних контекстах й у різних синтаксичних функціях ці слова можуть бути використані у різних значеннях.

У спеціальних економічних текстах відзначаємо широке вживання таких дієслів, як perform (виконати), obtain (отримати), provide (забезпечити), give (дати), involve (залучити), значення та переклад яких повністю залежить від іменників, що несуть основне смислове навантаження у реченні.

Разом з тим в економічних текстах зустрічаються лексичні елементи, характерні для розмовного стилю, під час перекладу яких перекладачеві доводиться стикатися з необхідністю вибору експресивно-стилістичних варіантів. Трапляється, що економічні тексти часом бувають не зовсім нейтрально-об’єктивні. Очевидно, що для розуміння та перекладу подібних фраз перекладачеві економічної літератури недостатньо мати знання у сфері економічної термінології та спеціальної лексики. Як і будь-який фахівець з перекладу, він повинен володіти всіма багатствами мов, із якими має справу.

Економічна терміносистема англійської мови знаходиться у процесі постійного розвитку, оскільки вона постійно поповнюється новими термінами, що відображають сучасні явища економічної реальності. Взаємозв’язок між науковою термінологією та загальноживаною лексикою проявляється в тому, що багато невмотивованих слів стають мотивованими під час їх вживання в економічній сфері.

Труднощі трансформації змісту економічних текстів виникають не тільки у випадку перекладу спеціальної лексики чи термінів, а й загальноживаної лексики теж. Якщо переклад однієї групи слів не викликає жодних проблем, наприклад: “capital” – «капітал», “corporation” – «корпорація», “address” – «адреса», “to arrive” – «прибувати», “to apply” – «застосовувати», “to give” – «давати», “such” – «подібний», “depending” – «залежний», “independent” – «незалежний», то при перекладі інших загальноживаних слів можуть виникнути проблеми через полісемантичність даних слів і залежність від контексту, наприклад: “bill” – «вексель», а не тільки «білль»,

“principal” – «основна сума (боргу)», а не тільки «головний», “maturity” – «термін боргового зобов’язання», а не тільки «зрілість», “instrumen” – «документ», а не тільки «інструмент, знаряддя», “advising” – «авізо, повідомлення», а не лише «консультування», “outstanding” – «невикористаний, несплачений, прострочений», а не лише «знаменитий».

Висновки. В результаті аналізу досліджуваного матеріалу встановлено, що чим багатозначнішим є загальноживане слово, тим більше власних значень, залежних від економічного контексту, воно набуває.

Загальноживані лексеми класифіковані за ступенем залежності від контексту. Аналіз текстів засвідчив, що перша група загальноживаних слів (типу *provision, patent, discount*) не викликає труднощів у перекладі, а з другою частиною цього типу слів пов’язані певні проблеми, оскільки переклад таких лексичних одиниць безпосередньо залежить від контексту. До останніх віднесено дві групи різновидів загальноживаної лексики: 1) службові слова типу *before, since, as, after, for*. Особливістю цих слів є те, що вони можуть виконувати функції різних частин мови і, крім того, деякі з них мають різні значення в межах однієї частини мови; 2) слова, які вживаються у значеннях, які відрізняються від загальноприйнятих у повсякденному побуті.

На матеріалі досліджуваної літератури авторами встановлено, що під час перекладу економічних текстів слід враховувати взаємозв’язок між галузевою термінологією та загальноживаною лексикою. Особливу увагу в економічному перекладі слід приділяти тому, що багато невмотивованих слів побутової лексики стають мотивованими в економічній сфері внаслідок переосмислення закріплених значень вже існуючих у мові найменувань та утворення у них нових значень.

Література:

1. Андрієнко Т. П. Стратегії і тактики перекладу: когнітивно-дискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську та російську) : монографія. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2020. 336 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод. М. : «Просвещение», 1975. 354 с.
3. Виноградов В. С. Перевод: Общие и лексические вопросы. М. : Высшая школа, 1971. 240 с.
4. Вукілова В. О. Translation as a Component of Intercultural Communication. Формула компетентності сучасного перекладача : матеріали VII Міжнародної науково-методичної конференції. Київ, 4 жовт. 2016 р. К. : НТУУ «КПІ». С. 50–52.
5. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 336 с.
6. Ерогова А. М. Теория и практика перевода экономических текстов с английского языка на русский. М. : Просвещение, 2021. 122 с.
7. Карасик В. И. О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс / В. И. Карасик : сб. науч. тр. Волгоград : Перемена, 2000. С. 5–20.
8. Кибрик А., Паршин П. О понятии дискурс. URL: <http://www.krugosvet.ru/articles/82/1008254/1008254a6.htm> (дата звернення: 15.11.2019).
9. Кияк Т. Р., Д’яков А. С., Куделько З. Б. Основи терміновтворення. Київ : Наукова думка, 2000. 206 с.
10. Кланшакіова А. Ю. Метафора в структурі економічного дискурса: опыт комплексного исследования (на матеріалі англійського мови) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Иркутск, 2003. 286 с.

11. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : учеб. пособие. М. : ЭТС, 2002. 424 с.
12. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М. : ИНФРА-М, 1999. 974 с.
13. Михайленко О. А. Поняття «перекладацькі стратегії» як складова стратегічної компетентності. Педагогічні науки. Харків, 2014. Вип. 121. С. 148–154.
14. Ольховська Н. С. Специфіки тексту та стратегії перекладу. URL: <http://nimfilm.dpu.mozello.com/vseukrainska-internetkonferencija/perekladoznavstvo/params/post/1338438/> (Дата звернення: 15.08.2021).
15. Скороходько Е. Ф. Сучасна англійська термінологія. Київ : Український інститут лінгвістики і менеджменту, 2002. 76 с.
16. Черноватий Л. М., Липко І. П. Співвідношення стратегії перекладу та рівня перекладацької компетентності майбутніх фахівців у галузі міжнародних відносин. URL: http://visnyk.chnpu.edu.ua/?wpfb_dl=1469 (дата звернення: 15.08.2021).

Krainskiy L., Duda O., Rybachok S., Bodnar O. Common vocabulary english-ukrainian translation of economic discourse texts

Summary. The proposed article is devoted to identifying the translation linguistic features of the common vocabulary of English economic literature texts into Ukrainian. As a result of the analysis of the studied material, the authors found that the more meaningful the commonly used word is, the more its own meanings, depending on the economic context, it acquires.

The paper attempts to classify the general words by the degree of dependence on the context. The analysis of the studied material showed that the first group of common words (such as *provision, patent, discount*) does not cause difficulties in translation, but the second part of this type of words is associated with certain problems, because the translation of these lexical units is directly dependent on the context.

The latter ones include two groups of common vocabulary: 1) service words such as *before, since, as, after, for*; the feature of which is that some of them have different meanings within one part of speech and, in addition, they can perform different functions of parts of speech; 2) words that are used in meanings that differ from the generally accepted in everyday life.

In contrast to the terms common vocabulary of economic texts is characterized by the fact that it does not have the ability to denote the concepts and objects of economics, but it can together with the terms determine the specifics of scientific and popular economic styles. Common vocabulary of economic discourse consists of words, phrases, separate formations, special turns and clichés, which are used to express connections and relationships between terminated concepts and objects, as well as to express qualitative, quantitative and other evaluative characteristics in differentiation and classification of general scientific and special concepts of the economic branch.

On the basis of the studied literature the authors have established that when translating economic texts, the interrelation between industry terminology and general vocabulary should be taken into account. Particular attention in economical translation should be given to the fact that a lot of non-motivated words of everyday vocabulary become motivated in the economic sphere as a result of re-modification of fixed meanings of already existing names and creation of new meanings in them.

Key words: common vocabulary, texts of English economic literature, economic context, special concept of economic branch.