

Людмила Бондарчук
Львівський національний аграрний університет

МЕТАФОРИЧНА НОМІНАЦІЯ ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНОЇ ФАХОВОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

© Бондарчук Л., 2008

Стаття торкається проблем термінотворення на базі метафоричного номінування. Наведено конкретні приклади стирання метафори, переростання її в наукове економічне поняття. Окремо увагу звернено на економічні терміноїди, їхні функції та переклад. Теоретичні висновки сформовано на підставі аналізу корпусу фахової лексики з сучасних англо-українських перекладів наукової літератури економічного змісту.

The given paper is focused on the problems of terminologic formation based on metaphorical nomination. It presents concrete patterns of original metaphors and their developing into scientific economic notions. A particular attention is given to economic terminoids, their function and ways of rendering. Theoretical conclusions are formed on the analysis of the corpus of special lexicon taken from modern English-Ukrainian translations of economics scientific literature.

Численну групу англійської фахової лексики з економіки становлять лексеми, які називають наукові поняття загальнозживаними словами і словосполученнями шляхом метафоричної номінації. Феномен метафори останнім часом переміщено в епіцентр багатьох термінологічних і термінографічних досліджень, оскільки, як справедливо зазначають О. Сербенська та О. Волошак: «Сьогодні метафору розглядають не тільки як важливий стилістичний засіб, художній прийом, що виконує орнаментально-художню функцію, а й як універсальний спосіб мислення і один із способів організації пізнання світу у всіх сферах діяльності» [1, с. 137].

З другої половини ХХ ст. все більше мовознавців у різних країнах починають активно досліджувати феномен метафори наукової мови (Г. Кулієв, В. Петров, А. Хаютін, В. Хайруллін, О. Винник, О. Плаксієв, Р. Норман, С. Перелман та ін.). Предметом дослідження ми обрали загально-економічну метафоризовану фахову лексику англійської мови, зокрема проблеми її семантичного підґрунтя, а також деякі способи відтворення таких слів українською мовою. Свої висновки ми формували на основі корпусу фахової лексики з перекладних та тлумачних лексикографічних видань й англо-українських наукових перекладів економічної тематики.

Через потенційну двоплановість своєї семантичної структури образні терміни дають змогу отримати одне поняття через призму іншого. Утворені таким чином терміни збагачують терміносистеми новоутвореннями з ресурсів власної мови, захищаючи її від іншомовних інтерференцій. З іншого боку, велика кількість інтернаціональної лексики зароджувалася свого часу від побутових назв, імен, висловів в одній мові, які згодом потрапляли в культуру інших країн.

Заглиблюючись у «лінгвістичну генетику» (термін М. Маковського), нерідко з'ясовується, що «багато слів, які вважали омонімічними, коли їх розглядали близько, виявляються генетичними «родичами»; і так само слова, зовні «не схожі» один на одного, насправді постають не як різні слова, а як «нащадки» тих чи інших лексико-семантичних комбінаторик» [2, с. 13].

У багатьох випадках терміни творили на основі метафори, часто давно забутої, або, як її ще називають «мертвої» [3, р. 354] чи «стертої» [4, с. 72]. Так, англійське слово *calculation* (підррахунок)

походить від латинського *calculus* (камінець). Номінація тут відбулася через називання предмета рахунку [5, с. 137].

Показовою в цьому випадку є історія слова *bank*, яке походить від італійського *banco* (лавка). Італійські лихварі та міняйла сиділи просто на площах за невисокими столиками (*banco* чи *banca*). Цим словом стали називати діяльність міняйлів, а згодом й особливу установу – банк [6, с. 117].

Індивідуальний і певною мірою штучний характер мають загальні назви, утворені від власних назв. Походження деяких із них уже багато в чому забули носії мови.

Так, слово *монета* (англ. money, нім. Münze, франц. Monnaie) походить від назви римського храму Juno Moneta, тобто Юнони Провидиці, де відкарбовували перші металеві гроші [5, с. 131].

До лексем, утворених у такий спосіб, належить і слово *ломбард* (англ. Lombard) – від назви італійської області Ломбардія, де, починаючи з XIII ст., у банках почали створювати ломбарди [5, с. 131].

Серед лексем економічної термінології трапляються антропоніми, утворені від імен особистостей (найчастіше негативно конотованих). Так, слово *бойкот* (англ. boycott) – мовчазний протест – виникло в 1880 р. у зв'язку з агітацією земельної ліги в Ірландії проти капітана Бойкота [7, с. 78]. А слово *тариф* (англ. tariff), що означає офіційно встановлений розмір оплати або оподаткування чогось, походить від імені арабського полководця Таріфа Бен Малика, який у VIII ст. першим розробив реєстр розмірів плати судовласників за перетин острова в Середземному морі [8, с. 213].

На тлі усталених і звичних термінів за останні десятиліття в англійській мові сформувалася потужна група фахових лексем, які образно (словом або словосполученням) називають певні ділові операції, угоди, засоби, обов'язки, установи тощо. Помітною особливістю такої лексики є вживання надто незвичних для цієї галузі загальнозживаних слів: *cow, devil, bed and breakfast, golden parachute* тощо.

Нема відповіді на питання, чому існує така лексика. Одна з версій полягає в тому, що для точної назви певного фахового поняття потрібно було вжити багатокомпонентний термін, який важко запам'ятати. Дуже часто в такому випадку для мовної економії вживають аббревіатури. Можливо, було важко підібрати милозвучну аббревіатуру й автори цих термінів пішли іншим шляхом, а саме: вони вирішили взяти для цієї мети загальнозживане слово, яке дуже влучно називає підрозділ чи фірму, наприклад фірма-зірка, тобто фірма, яка слугує прикладом того, як розвивати бізнес тощо [9, с. 86].

Існує такий підхід, прихильники якого визначають статус указаної лексики як метафоричних (образних) терміносполук, фразеологізмів, термінологізованих жаргонізмів: передтермін або квазітермін, напівтермін, жаргонний термін. З нашого погляду, переконливіша позиція тих лінгвістів, які поряд із жаргонними ознаками помічають їхні термінологічні риси і вводять поняття «терміноїд». Зокрема, А. Хаютін вважає, що терміноїд – проміжне поняття між термінами й нетермінами, називаючи, очевидно, «нетерміном» жаргонізми [10, с. 46].

Образність значно ускладнює переклад таких слів, оскільки, з одного боку, потрібна влучність передачі змісту, а з іншого – реципієнти не завжди бувають обізнаними з явищами, властивими світовому ринкові й часто невластивими сучасній українській економіці. Неминучими в такому випадку є примітки або посилання на глосарій у кінці видання, що не завжди зручно для сприйняття інформації. Тому перекладачі часто уникають дослівного перекладу образної лексеми, натомість вводять у контекст пояснення її значення: «*The cold turkey strategy tries to cut the inflation rate fast*» [11, с. 536] – «*Політика різких змін намагається швидко сповільнити інфляцію*» [12, с. 519]; «*The so-called small menu cost approach argues that small costs of changing prices can have large effects*» [11, с. 700] – «*Згідно з так званим методом малих затрат, малі затрати на зміни цін можуть мати великі наслідки*» [12, с. 681]; «*Many states have "lemon laws"*» [13, с. 615] – «*Багато штатів мають закони про неспотріб*» [14, с. 427].

Деякі перекладачі транскрибують терміноїд, ігноруючи його образ, але не порушуючи цілісність інформації: «*Recent payoffs, called "green mail", out of the corporate purse to those attempting*

to take over a firm have confirmed these views» [15, с. 250] – «Нещодавно виплати з гаманця акціонерів (які одержали назву «грін мейл») тим, хто прагнув викупити ту чи іншу фірму, лише підтвердили такі підозри» [16, с. 250].

Натомість абсолютно неприйнятним вважаємо варіант перекладу, коли таке транскрибування не супроводжується будь-якими тлумаченнями: «*Trade Unions have long recognized the nature of the free-rider problem» [15, с. 165] – «Профспілки давно зрозуміли “проблеми зайців”» [16, с. 212].*

Як обов’язкові атрибути західної економіки ці лексеми також часто вживають українські економісти у своїх дослідженнях, роблячи при цьому певне тлумачення, як-от: «*Не можна забувати про розповсюдження практики «безплатного проїзду» (free ride), коли хтось сподівається отримати бажаний ефект, не докладати власних зусиль» [17, с.109]; «Якщо темпи зростання ринку і товарів однаковою мірою незначні, то товари дістають назву «собаки». Іноді їх ще називають “невдахами”» [18, с. 29].*

Суть окремих образів можна з’ясувати, скориставшись економічними тлумачними словниками, які укладають здебільшого економісти:

«**Акули**» – (1) *арбітражери і «хижаки», приналежувати запахом «крові» жертви перед початком і в процесі поглинання компанії; (2) визискувачі типу лихварів, що позичають гроші під неймовірні проценти» [19, с. 12].*

«**Бранка**» – *формально незалежна дочірня фірма, що обслуговує виключно (або в основному) материнську компанію» [19, с. 137].*

У першому прикладі хижаками-акулами образно називають тих юридичних осіб, які за сприятливих для них фінансових умов готові поглинути компанії, що зазнали краху. У другому прикладі образ ув’язненої асоціюється з поняттям відсутності свободи економічної діяльності. Іншими словами, не лише загальний настрій (жорстокість і жадоба чи приниження і другорядність), а й семантично близькі явища об’єднують ці образні терміни з економічними поняттями, які вони описують.

Перекладають образні фахові лексеми, що означають маловідомі або й цілком нові для вітчизняної економіки поняття, у глосаріях та термінологічних словниках переважно калькуванням «*golden parachute*» – «*золотий парашут*», «*poison pill*» – «*отруйна таблетка*», «*Chinese Wall*», – «*Китайська стіна*» тощо.

Д. Лотте називає кальки перекладними запозиченнями [20, с. 12]. У процесі калькування запозичується не зовнішня оболонка, не зовнішня форма, а внутрішня форма слова: «*Employers often required yellow-dog contract» [13, с. 716] – «При наймі робітників на роботу від них нерідко домагалися так званого “жовтого зобов’язання”, тобто угоди не вступати у трудову спілку» [14, с. 551].*

Як бачимо, образ, зафіксований терміноідом, перекладач частково зберігає через напівкальку: перекладено колір, але залишено поза увагою образ собаки. Такий варіант перекладу вважаємо цілком коректним, оскільки, по-перше, лексема **жовте зобов’язання** вже існує в мові українських ЗМІ та лексикографії [21, с. 377], а, по-друге, цільова інформація залишається адекватною через пояснення в кінці речення.

Лексична калька не завжди може точно пояснити господарське чи наукове поняття, але саме кальки поповнюють українську економічну науку знаннями про нові явища світового господарювання. «Влучна калька – це надбання даного перекладу, яка за сприятливих умов (мовних та позамовних) може стати надбанням мови-реципієнта» [22, с. 119].

Однак у випадку із надто великим семантичним віддаленням фахової лексеми від свого оригінального значення його переклад калькуванням стає неможливим. Наприклад, лексема **bucket shop**, що сьогодні означає нелегальне брокерство й загалом будь-який нелегальний бізнес, в оригіналі означає дешевий шинок, де алкогольні напої тримали у відрах [23, с. 96]. Символ зібрання нешанованого товариства став основою образної назви нешанованого державою нелегального бізнесу. Лексема втратила своє історичне значення, оскільки в Англії давно немає «відерних

забігайлівок». Тому лексикографи або використовують транскрибований варіант лексеми *бакет шоп* [23, с. 96], або перекладають цю лексему поясненням [24, т. 1. с. 156].

Прикметно, що від сполуки *bucket shop* утворилися лексичні похідні: *bucketing, bucketee*, які перекладають здебільшого за допомогою транскрипції або пояснення: *бакетинг, нелегальне брокерство, нелегальний бізнес, нелегальний брокер, нелегальний підприємець*.

Отже, економічні терміноіди є унікальним лінгвістичним явищем, свого роду проміжною ланкою між термінами і фаховою жаргонною лексикою у сфері бізнесу. Образи таких лексем не завжди мають чітке обґрунтування. Тому переклад терміноідів у контексті переважно здійснюють за допомогою додаткових тлумачень. Натомість переклад мефоризованої свого часу термінології відбувається звично, без особливого занурення в діяxронію лексеми, оскільки чимало слів під час функціонування втратило свою внутрішню мотивацію, а подекуди набуло цілком несподіваних відтінків або й значень. У зв'язку з цим мовознавці мають уважніше ставитися до такої лексики у своїх лексикографічних працях, а також термінологічних та перекладознавчих лінгвістичних розвідках.

1. Сербенська О., Волощак М. *Актуальне інтерв'ю з мовознавцем. 140 питань і відповідей*. – К.: Просвіта, 2001. – 204 с.;
2. Маковський М. М. *Лингвистическая генетика*. – М.: Наука, 1992. – 189 с.
3. Barnet S., Stubbs M. *Practical Guide to Writing*. – Boston-Toronto: Little, Brown and Company, 1980. – 642 p.
4. Верба Л. Г. *Порівняльна лексикологія англійської та української мов: Посіб. для перекладацьких відділень вузів*. – Вінниця: Нова книга, 2003. – 160 с.
5. Маковський М. М. *Системность и асистемность в языке. Опыт исследования антиномий в лексике и семантике*. – М.: Наука, 1980. – 210 с.
6. Секирин В. П. *Заимствование в английском языке*. – К.: Изд-во Киевского ун-та, 1964. – 152 с.
7. Аристов В. М. *Англо-русские языковые контакты*. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1978. – 151 с.
8. Коваль А. П. *Пригоди слова: Науково-популярне видання*. – К.: Рад. школа, 1985. – 215 с.
9. Поплавська Ж., Свірська О. *Англо-український словник із стратегічного менеджменту // Лінгво-дидактичний плюралізм навчального процесу з іноземних мов у вищих навчальних закладах: матеріали 2-ї західно-регіональної наук.-метод. конф. викладачів іноз. мов вищих навч. закл.* – Тернопіль, 1999. – С. 84–86.
10. Хаяутин А. Д. *Термины, терминология, номенклатура (учебное пособие)*. – Самарканд: Самаркандский гос. ун-т им. Алишера Навои, 1972. – 130 с.
11. Dornbusch R., Fisher S. *Macroeconomics*. – New York: McGraw-Hill Publ. Co, 1990. – 828 с.
12. Дорнбуш Р., Фішер С. *Макроекономіка*. / Пер. з англ. В. Мусієнко та В. Овсієнко. – К.: Освіта, 1996. – 814 с.
13. McConnell C. R., Brue S. L. *Economics. Principles, Problems and Politics*. – McGraw-Hill, Inc., 1996. – 825 с.
14. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. *Аналітична економія. Принципи, проблеми і політика*. / Пер. з англ. за наук. ред. С. Панчишина. – Львів: Просвіта, 1999. – 650 с.
15. Stiglitz J. E. *Economics of Public Sector*. – New-York, London: W. W. Norton and Company, 1988. – 856 p.
16. Стігліц Дж. *Економіка державного сектора* / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К.: Основи, 1998. – 854 с.
17. Зіновчук В. В. *Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу*. – 2-е вид. – К.: Логос, 2001. – 380 с.
18. Герасимчук В. В. *Маркетинг*. – К.: Вища школа, 1994. – 327 с.
19. *Універсальний словник економічних термінів. Інвестування, конкуренція, менеджмент, маркетинг, підприємництво* / Укл. В. А. Коломойцев. – К.: Молодь, 2000. – 383 с.
20. Лотте Д. С. *Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов*. – М.: Наука, 1982. – 152 с.
21. McConnell C.R., Brue S.L. *Economics. Principles, Problems and Politics*. – McGraw-Hill, Inc., 1996. – 825 с.
22. *Англо-український тлумачний словник економічної лексики* / Укл. А.Шимків. – К.: Вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2004. – 429 с.
23. Зорівчак Р. П. *Принципи підходу до фразеологічної одиниці в перекладознавчих дослідженнях // Теорія і практика перекладу*. – Вип. 1. – К.: Вид-во Київ. ун-ту, 1979. – С. 108–122.
24. *Великобританія: Лингвострановедческий словарь* / Сост. А. Р. У. Рум. – 2-е изд., стереотип. – М.: Рус. язык, 2000. – 560 с.
25. *Англо-український словник у двох томах* / Укл. М. І. Балла. – К.: Освіта, 1996. – Т. 1. – 752 с.