

*Набережнева Т. Є.,
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри теорії та практики перекладу
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

ПЕРЕКЛАД ТЕКСТІВ БАНКІВСЬКОЇ ГАЛУЗІ: ДИСКУРСИВНИЙ ПІДХІД

Анотація. У статті розглянуто можливість застосування дискурсивного підходу у перекладознавчих дослідженнях із галузевого перекладу, зокрема перекладу в банківській сфері. Проаналізовано вплив, який має переклад термінів на когерентність дискурсу, а також взаємодію різномовних дискурсів у процесі перекладу та її результат.

Ключові слова: галузевий переклад, переклад у банківській сфері, дискурсивний підхід, когерентність дискурсу.

Постановка проблеми. Зміна ключових акцентів у вітчизняних перекладознавчих дослідженнях із субститутивно-трансформаційного на комунікативно-діяльнісний та, зрештою, дискурсивний аспект, передусім, охопила розвідки з художнього перекладу, що цілком виправдано творчим характером цього процесу, який нелегко укласти у прокрустове ложе категорій еквівалентності та адекватності. Водночас у студіях зі спеціального перекладу, тобто перекладу текстів певної галузі знань, що має свою спеціальну термінологічну номенклатуру, увага дослідників і далі здебільшого сконцентрована на граматичних, лексичних та стилістичних особливостях мов, а також визначенні перекладних відповідників. Однак, розглядаючи процес перекладу фахових текстів, необхідно враховувати не лише лінгвістичні, але й соціальні, культурні чинники, що є визначальними для перекладу як діяльності, а отже, дослідження спеціального перекладу потребує широкої контекстуалізації, яку саме й забезпечує дискурсивний підхід.

У спробі поєднати комунікативно-діялісну та традиційну субститутивно-трансформаційну моделі перекладу, розробити інтегративний дискурсивний підхід вбачають один з перспективних напрямків розвитку теоретичних перекладознавчих досліджень [1, с. 49–50; 2]. Актуальним він видається і для галузевого перекладу, хоча тут, як слушно зауважує Т.Р. Кияк, важливо розрізняти дискурси за їхнім об'ємом: об'ємний художній дискурс і значно вужчий за об'ємом фаховий [3, с. 86–87]. Зрозуміло, що й фахові дискурси мають різний об'єм: ширший – у суспільних, вужчий – у технічних галузях знань.

Переклад текстів банківської галузі є одним із малодосліджених видів спеціального перекладу у мовній парі «англійська ↔ українська», хоча попит на банківський переклад в Україні незмінно високий. Посилення глобалізаційних процесів у фінансово-кредитній галузі і, як наслідок, виникнення транснаціональних структур, глибша інтегрованість української банківської системи до світової, значна кількість банків з іноземним капіталом (наприкінці 2017 р. в Україні налічується 38 банків з іноземним капіталом із 88 діючих [4]) та збільшення клієнтів-нерезидентів зумовлюють зростаючу потребу української банківської галузі в якісному письмовому та усному перекладі різномовних текстів. Суспільний запит на банківський переклад зумовлює актуальність досліджуваної теми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальність теми дослідження доводять також останні публікації, присвячені банківському дискурсу.

Через свій конфіденційний статус значна кількість банківських текстів недоступна для відкритого аналізу у лінгвістиці та перекладознавстві, тому передусім об'єктом дослідження стають рекламні та PR-тексти цієї галузі, які стали привертати більше уваги після світової фінансової кризи 2008 р. Особливості використання семіотичних ресурсів у мультимодальних текстах банківського дискурсу розглядають, використовуючи принципи та положення соціальної семіотики, що тісно пов'язана з критичним дискурс-аналізом [5]. Останній видається одним із найпопулярніших методів для дослідження професійної комунікації у соціокультурному контексті. При цьому до нього та інших лінгвістичних методів аналізу тексту дедалі частіше звертаються й у розвідках із банківської справи, економіки, менеджменту, визнаючи діалектичний взаємозв'язок мови та інших елементів соціального життя.

Вимоги споживачів до більшої прозорості у діяльності корпорацій, зокрема банків, та розвиток засобів електронної комунікації вже давно зруйнували межі між внутрішніми та зовнішніми сторонами їх функціонування. Так, певні документи, які були призначені суто для внутрішнього користування працівниками, тепер є елементом публічного дискурсу. Предметом одного з останніх досліджень таких PR-текстів стали дискурсивні стратегії банків, використані для саморепрезентації [6].

Активно продовжують вивчати термінологію галузі, створювати та оновлювати термінологічні бази та словники, з'являються розвідки з методики навчання банківської термінології [7; 8].

Однак у перекладознавстві банківський переклад та особливості його здійснення досліджено мало і спорадично, здебільшого у межах фінансового перекладу, проблематика якого також потребує більш системного вивчення.

Метою статті є аналіз окремих дискурсивних чинників, що діють у процесі перекладу текстів банківської галузі.

Виклад основного матеріалу. Банківський дискурс входить до ієрархічно зорганізованого інституційного комунікативного простору, основними одиницями виміру якого є різні види дискурсів, що структурно поділяють на підвиди. Банківський дискурс, власне, можна вважати одним із підвидів бізнес-дискурсу, зміст та суб'єкт якого стосуються діяльності банку як суспільно-економічного інституту.

У межах інституційного комунікативного простору дискурси тісно взаємодіють між собою. Так, бізнес-дискурс, а відповідно, і його підвиди, пов'язаний із такими видами та підвидами дискурсів, як юридичний дискурс, рекламний дискурс, інтернет-дискурс, дискурс переговорів тощо. Цю взаємодію можна яскраво проілюструвати поширеною у когнітивістиці схемою

риб'ячої луски [9]. Спробу типології банківського дискурсу представлено, наприклад, у дисертаційній праці, присвяченій лінгвопрагматичному потенціалу PR-жанру у просторі банківського дискурсу. Дослідниця вирізняє у банківському дискурсі дві сфери інституційного спілкування: діловий та соціально-інформаційний дискурси, які, у свою чергу, поділяє на рекламний дискурс та PR-дискурс [10, с. 6–7]. Мабуть, коректніше було б назвати ці складові частини різновидами банківського дискурсу, як-от банківський діловий дискурс, банківський рекламний дискурс тощо. Ці різновиди формуються зазвичай у сфері взаємодії двох або більше дискурсів, що, безумовно, впливає на їхні лексичні, синтаксичні, стилістичні особливості.

Одним із результатів такої взаємодії може бути термінологічне багатоголосся, використання синонімічних термінів, які переважають у тому чи тому дискурсі. Скажімо, в англійськомовному банківському дискурсі натрапляємо на синонімічні терміни *individual*, *private individual*, *natural person*. Усі три позначають людину як учасника правових відносин, на відміну від організації, створеної в установленому законом порядку. Близьким за значенням є власне банківський термін *personal customer* – фізична особа, яка є клієнтом банку.

Розглянемо особливості їх використання у текстах банківського дискурсу. За онлайн-словником юридичних термінів Black's Law Dictionary, *individual* – це “a single person as distinguished from a group or class, and also, very commonly, a private or natural person as distinguished from a partnership, corporation, or association”. У цій самій словниковій статті зазначено: “this restrictive signification is not necessarily inherent in the word, and that it may, in proper cases, include artificial persons” [11]. Таким чином, термін *individual* у поодиноких випадках може позначати не тільки фізичну, але й юридичну особу. Термін *individual* часто вживають, протиставляючи одну особу групі осіб, наприклад, *Who we help: Individuals and Families, Professionals, Entrepreneurs, Charities* (<https://www.barclays.co.uk>), або зазвичай протиставляючи фізичну особу юридичній: *Our services include a premier team, priority service and a black premier debit card for qualifying individuals* (<https://www.barclays.co.uk>).

Диференційною семою терміна *private individual* є «непосадова особа». Пор.: *She asked whether the provisions applicable in defamation trials varied according to whether the plaintiff was a senior official, a civil servant or a private individual*. Однак у банківському дискурсі ця сема зазвичай нейтралізується, і термін використовують зі значенням «людина як учасник цивільних відносин»: *Eligible deposits are deposits held by private individuals and charities* (<https://international.lloydsbank.com>).

Юридичний термін *natural person*, згідно зі словниковою дефініцією, має значення “a human being, naturally born, versus a legally generated juridical person” [11]. Цей термін є повним відповідником українського юридичного терміна «фізична особа». В оригінальних англійськомовних текстах, зорієнтованих на споживача, клієнта банку, термін *natural person* трапляється вкрай рідко. Водночас його використовують у банківському юридичному дискурсі, наприклад, у законодавчих текстах, текстах договорів: *Deposits of any amount that qualify for protection under the Deposit Guarantee Scheme from natural persons and SMEs, have a higher priority ranking in insolvency than the claims of ordinary unsecured creditors* (<https://www.gov.uk/government>); *For purposes of this Agreement “Consumer” means a natural person who owns an account with respect to which Online*

Banking is requested primarily for personal, family or household purposes (henrystatebank.com/online-banking-agreement/).

Як і в останньому прикладі, термін *natural person* зазвичай використовують для визначення та класифікації інших термінів, зокрема, терміна *individual*: *The term “individual” means a natural person; The term “individual” encompasses only natural persons*.

У текстах, зорієнтованих на споживача, домінують терміни *personal customer*, *individual*, *private individual*. Під впливом англійськомовного дискурсу відбулися зміни в українськомовних банківських текстах. Якщо ще десять років тому, презентуючи свої продукти споживачам, для найменування клієнтів банки використовували юридичні терміни *фізична особа* та *юридична особа*, то тепер в описі банківських продуктів більшість поділяє клієнтів на *приватних осіб / приватних клієнтів* та *бізнес*. Ці терміни співвідносяться з англійськими *private individual / personal customer* та *business* і, вочевидь, увійшли до банківського дискурсу як результат перекладацької діяльності. Таке звертання до клієнта виправдано, передусім, з точки зору маркетингових технологій, оскільки, на відміну від сухих та знеособлюючих юридичних термінів, воно демонструє значущість та цінність клієнта для банку, підвищує його статус.

Інколи вплив англійськомовного дискурсу простежується виразніше. Так, Ощадбанк оновив назви розділів на своєму сайті за зразками відомих європейських, британських, американських банків. Продукти, які пропонує банк, описані у розділах, що позначають різні види банківського обслуговування залежно від виду клієнта: *особистий, малий та середній бізнес, корпоративний*, а також *premium banking* (<https://www.oschadbank.ua/ua/>). Останній подано без перекладу, мабуть, щоб наголосити на престижності послуг такого типу та якості банківського обслуговування, як у найкращих європейських банках. Пор.: типові назви розділів на банківських сайтах англійською – *personal, business, corporate, premium / premier banking*.

Наближеність змінених українських термінів до англійських полегшує переклад з української англійською мовою, допомагає уникати випадків, коли перекладач не диференціює синонімічні англійські відповідники за типом тексту, в якому їх використовують, що призводить до порушення узусу, а зрештою – когерентності дискурсу у комунікативному просторі цільової мови, до якої входить перекладний текст, як-от: *We are glad to inform you on the introduction of a new deposit for natural persons; The bank offers you to get acquainted with our loans for legal entities* (приклади з перекладного банківського рекламного дискурсу). Саме дискурсивний чинник впливає на вибір терміна: вживання юридичних термінів *natural persons* та *legal entities* у назвах банківських продуктів не є характерним для банківського рекламного дискурсу. У перекладі ці терміни доцільно замінити на *personal customers* та *businesses* відповідно.

Альтернативним варіантом перекладу назв банківських продуктів може бути продиктована узусом конструкція «прикметник + іменник». Тобто *депозити для фізичних осіб* або *депозити фізичних осіб* передають англійською як *personal deposits*, за аналогією перекладаємо інші продукти та послуги банку – *кредити фізичних осіб* – *personal loans*, *банківське обслуговування фізичних осіб* – *personal banking*, а *кредити для юридичних осіб* або *кредити юридичних осіб* – *business (corporate) loans*, *депозити юридичних осіб* – *business (corporate) deposits*.

Термін *юридична особа* у текстах, зорієнтованих на споживача, варто відтворювати контекстуальними відповідниками

business або *corporate customers*. Оскільки банки пропонують різні види продуктів для малого та середнього бізнесу, який об'єднують в одній категорії – *business, commercial banking*, і для великих корпорацій – *corporate, corporate banking*, то перекладачеві необхідно залежно від контексту розрізняти (наприклад, *business deposits* та *corporate deposits*). Зауважимо, що термін *business* має ширше значення, може виступати гіперонімом для *corporate customers*. Пор.: *We provide corporate banking services to businesses with an annual turnover of over £6.5 million* (<https://www.barclayscorporate.com/>).

Натомість в англійськомовному банківському юридичному дискурсі переважає термін *legal entity*, зрідка – *artificial person, juridical person, juristic person*, що важливо брати до уваги, здійснюючи й переклад.

Висновки. Таким чином, заради забезпечення когерентності дискурсу, а перекладний текст має увійти до наявного комунікативного простору цільової мови, переклад здійснюють з урахуванням семантичних та граматико-комбінаторних зв'язків та відношень, в основі яких лежить спільність їх функціонально-семантичного значення в рамках дискурсу. Перспективним видається подальше дослідження шляхів досягнення когерентності дискурсу у перекладі, зокрема, у банківській галузі.

Література:

1. Цвиллинг М.Я. Исчерпала ли теория перевода свои возможности? / М.Я. Цвиллинг // Вопросы филологии. – 2002. – № 1. – С. 48–50.
2. Щигло Л.В. Интегративный подход до моделювання процесу перекладу та мовна особистість перекладача / Л.В. Щигло // Філологічні трактати. – 2015. – Том 7. – № 1. – С. 67–73.
3. Кияк Т. Міжкультурна комунікація. Дискурс та переклад / Т. Кияк // Актуальні питання іноземної філології. – 2015. – № 2. – С. 83–91.
4. Довідник діючих банківських установ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/control/uk/bankdict/search>.
5. Janssen A. Social Semiotic Multimodal Analysis of Discourse in Banking / A. Janssen // Text-Based Research and Teaching. – London: Palgrave Macmillan, 2017. – PP. 75–95.
6. Котта Рамузино П. Бизнес-дискурс в постсоветское время. Банки: этика и самопредставление / П. Котта Рамузино // Ритуал в языке и коммуникации. – Москва: Знак, 2013. – С. 164–180.
7. Петрина О.С. Формування та функціонування англійських та українських терміносистем банківської сфери: дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» / О.С. Петрина. – Львів, 2016. – 202 с.
8. Борсук Л.Ф. Структурно-семантичні та функціональні особливості англійської банківської терміносистеми: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Л.Ф. Борсук. – Запоріжжя, 2015. – 18 с.
9. Campbell D.T. Ethnocentrism of Disciplines and the Fish-Scale Model of Omniscience / D.T. Campbell // Interdisciplinary Collaboration: An Emerging Cognitive Science. – New York: Taylor and Francis Group, 2013. – PP. 3–22.
10. Махортова Т.Ю. Лингвопрагматический потенциал PR-жанра в пространстве банковского дискурса: на материале немецкоязычных банковских проспектов: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / Т.Ю. Махортова. – Волгоград, 2007. – 23 с.
11. Black's Law Dictionary: Free Online Legal Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thelawdictionary.org>.

Набережнева Т. Е. Перевод текстов банковской отрасли: дискурсивный подход

Аннотация. В статье рассматривается возможность применения дискурсивного подхода в переводоведческих исследованиях отраслевого перевода, в частности перевода в банковской сфере. Проанализировано влияние перевода терминов на когерентность дискурса, а также взаимодействие разноязычных дискурсов в процессе перевода и результат такого взаимодействия.

Ключевые слова: отраслевой перевод, перевод в банковской сфере, дискурсивный подход, когерентность дискурса.

Naberezhnieva T. Translating Banking Related Texts: Discursive Approach

Summary. The paper considers the applicability of discursive approach in specialized translation, banking translation in particular, as well as analyses the influence the translation of terms has on the discourse coherence, also, the interaction between two discourses in translation and the result of this interaction.

Key words: specialized translation, banking translation, discursive approach, discourse coherence.