

Волошук В. І.,
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри теорії та практики перекладу
Національного університету «Запорізька політехніка»

СЕМАНТИЧНІ ПРОЦЕСИ ПОЛІСЕМАНТИЗАЦІЇ, НЕОЛОГІЗАЦІЇ ТА ФРАЗЕОЛОГІЗАЦІЇ У ФІНАНСОВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ

Анотація. У статті аналізуються семантичні особливості англійських та німецьких фінансових терміносистем. Необхідність вивчення семантики терміна викликана його особливістю: для використання як назви спеціального поняття лексична одиниця мови наділяється термінологічним, тобто понятійним, значенням, яке накладається на її власне мовне, тобто лексичне, значення. Відхилення від взаємно однозначної відповідності між поняттями і термінами проявляються у використанні однієї лексичної одиниці для називання декількох понять (омонімія і полісемія) або для використання значень декількох лексичних одиниць для вираження одного поняття (синонімія). В межах термінології під поняттям синонімії розуміють так звані термінологічні дублети, тобто явища, що називають одне й те ж поняття різними назвами. Отже, серйозною проблемою є синонімія у межах однієї сфери, оскільки навіть у межах контексту може бути досить складно виявити найточніше значення, особливо в ході англо-німецького перекладу.

Як уже було зазначено, однією з найголовніших вимог до терміна є його однозначність. Однак, як показала практика, більшість загальноновживаних та вузькоспеціальних термінів має більше одного значення як в англійській, так і в німецькій мовах.

Згідно з аналізом вибірки текстів фінансового фаху встановлено, що англомовні тексти містили досить велику кількість неологізмів, які увійшли в німецьку мову без змін або не увійшли до мови взагалі, оскільки були перекладані описовим способом. Неологізми утворюються також у результаті формування абревіатур, акронімів та усичення слів. В такий спосіб у англійській мові створюється велика кількість нових слів, які зазвичай у своєму питомому вигляді входять до німецької мови без суттєвих змін та адаптацій.

Фразеологічні одиниці відображають складні з точки зору пізнання об'єкти і явища професійної діяльності. Головним критерієм виокремлення складу фінансових фразеологічних одиниць із загального фразеологічного складу англійської та німецької мов є наявність у їх семантиці економічного тематичного інваріанта.

Ключові слова: фінансова термінологія, полісемія, синоніми, неологізми, фразеологізми, термін.

Постановка проблеми. Семантичні особливості усіх терміносистем є дуже важливим фактором під час вивчення, систематизації та використання її термінологічних одиниць. У статті йдеться як про малотипові для термінології явища, такі як полісемія та синонімія, так і про достатньо поширений процес неологізації на базі двох германських мов, а саме англійської і німецької.

Основною вимогою до термінів є однозначність, але питання термінологічного значення дуже тісно пов'язано з проблемою розмежування терміна та загальноновживаного слова. У терміні відображається спеціальне пізнання світу, яке має специфічне лексичне значення та особливу семантичну структуру. Лінгвіст У.К. Юсупов зазначає, що «лише характер сприйняття світу відрізняє термін від загальноновживаного слова» [1, с. 36].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями термінології взагалі і семантичними процесами в ній зокрема займалися багато іноземних та вітчизняних лінгвістів, зокрема В.П. Даниленко, О.В. Суперанська, Н.В. Подольська, Л.О. Симоненко, О.О. Селіванова, М.Г. Зубков, Є.В. Кретьвич, Б.М. Головін. Проте фінансова термінологія, яка є однією з галузей, що найбільш бурхливо розвиваються, сьогодні не є достатньо дослідженою, адже останнім часом у словниковий склад різних мов активно включаються нові терміни фінансової галузі, які мають відображати поняття, що виникли в результаті певних змін у економіці англомовних та німецькомовних країн. Щорічно підписуються численні угоди, конвенції, контракти з іноземними партнерами. Все частіше фахівці обмінюються досвідом, ознайомлюються із зарубіжними науковими досягненнями.

Метою статті є порівняння лексико-семантичних особливостей терміносистем фінансової галузі англійської та німецької мов із звертанням особливої уваги на малотипові для термінології явища полісемантизації, неологізації та фразеологізації. Матеріалом для дослідження послугувала документація з фінансової сфери (більше 50 статей з відомих англомовних та німецькомовних сайтів відповідної галузі).

Виклад основного матеріалу. Корінні зміни, що відбулися за останні десятиліття у всіх сферах життя, знайшли своє відображення у словниковому складі англійської та німецької мов: він став більш інформативно-насиченим. Будучи інструментом пізнання, більшість термінів, що з'явилися в мовах за останні роки, заповнює понятійні лакуни у відповідних терміносистемах. Полісемія виникає в процесі перетворення значень та утворення нових у системі лексикології, яка постійно змінюється і розвивається. У мові полісемія сприймається як закономірність, органічна властивість мови, натомість у термінології полісемія небажана. Вважається, що «невід'ємною частиною нормативної термінології має бути однозначність» як одна з визначальних ознак терміна [2, с. 25]. Проте не можна не відзначити, що полісемантичність властива термінам, зокрема фінансовим. Така тенденція опосередковано приводить до розширення термінологічної синонімії та багатозначності.

Наведемо приклади загальноживаних та вузькоспеціальних фінансових термінів, які мають більше одного значення як в англійській, так і в німецькій мовах. Отже, *property* – власність, майно, властивість, особа, яка працює за контрактом; *estimate* – оцінка, кошторис, визначення вартості; *fund* – запас, резерв, фонд, капітал; *asset* – цінна, корисна якість, майно, фонди, активи; *rate* – норма, розмір, рівень, ставка, тариф, розцінка; *die Gesellschaft* – суспільство, компанія, товариство; *das Ergebnis* – результат, підсумкова сума; *der Gewinn* – виграш, прибуток, дохід, вигода, користь; *der Ersatz* – заміна, відшкодування, компенсація; *der Bestand* – сталість, міцність, стан, запас, фонд.

Вивчення полісемії дає змогу виділити в багатозначних словах основні (первинні) значення, які характеризуються найбільшою частотністю і мінімальною залежністю від контексту, і неосновні (вторинні) значення, менш частотні і завжди зумовлені контекстом. Якщо ж говорити про термінологію, то, як правило, полісемія відбувається за рахунок розширення основного значення слова та його цільового використання.

Щодо синонімії термінів, то слід зазначити, що під поняттям синонімії у загальнолітературній мові і в термінології розуміють іноді не зовсім однакові явища. У загальнолітературній мові синоніми – це рівнозвучні слова, що не збігаються за значенням або мають подібні, близькі значення. Як зауважує дослідник В.В. Чумак, «на відміну від літературної мови, синоніми у відповідних терміносистемах, виражаючи певне поняття, як правило, не характеризують його з різних боків, а є дублетними найменуваннями, що ввійшли в термінологічну систему внаслідок різноманітних мовних контактів і різноспрямованих тенденцій у процесі її формування» [3, с. 212]. Отже, терміни-синоніми називають ту ж річ, але співвідносять її з різними поняттями. Найбільш суттєвою ознакою загальнолітературних синонімів є те, що вони співвідносяться з одним і тим же поняттям і об'єктом. Специфікою терміна є те, що незалежно від контексту він має лише одне значення, тому терміни-синоніми для позначення одного поняття вважаються в термінології небажаними. Однак виявити те, який саме термін є «небажаним», буває досить складно. Ряд синонімів до основних понять у фінансовій сфері можна представити у таких прикладах:

1) ціна – англ. price, worth, value, cost, quotation, quote; нім. der Preis, der Wert, die Preislage, die Preisstellung;

2) акція – англ. share, stock; нім. die Aktie, die Anteilschein, der Anteil, der Stock;

3) обмін – англ. exchange, interchange, barter; нім. der Austausch, das Change, (грошей) die Einwechslung;

4) платня – англ. wage, salary, pay, payment, pay-off, remuneration; нім. der Lohn, das Gehalt, der Bezüge, die Zahlung, das Arbeitsentgelt, die Entlohnung;

5) рахунок – англ. bill, account, invoice, counting; нім. das Abzählen, die Auszahlung, die Faktura, das Faktur, das Konto, die Rechnung.

Слід зауважити, що кожне слово у синонімічному ряді має свій відтінок значення. Наприклад, синонімічний ряд «платня» можна розглянути у таких значеннях: *wage* – заробітна плата робочих; *salary* – оклад службовця; *pay* – платня, заробітна плата, грошове утримання; *payment* – винагорода, оплата (за послугу, разова); *pay-off* – разовий прибуток, дохід, виграш (в азартних іграх); *remuneration* – винагорода, оплата, компенсація (за послугу або додаткову роботу). Як і в німецькій мові, *der*

Lohn – заробітна платня; *das Gehalt* – оклад; *der Bezüge* – дохід; *die Zahlung* – платіж; *das Arbeitsentgelt* – платня за певний вид роботи; *die Entlohnung* – винагорода за працю.

Однак слід зазначити, що досить часто одне слово замінюється іншим з одного синонімічного ряду, а його значення звужується до найбільш вживаного. З одного боку, це економить мовні ресурси, а з іншого боку, це приводить деколи до неправильного розуміння точного значення навіть у межах контексту.

Користуючись визначенням, взятим із «Словника лінгвістичних термінів», можемо сказати, що неологізм (від грецького *neos* – «новий», *logos* – «слово») – це слово або мовний зворот, створено для позначення нового предмета чи вираження нового поняття [4, с. 151]. В.А. Татарінов зазначає, що неологізми – це нові слова, які ще не стали звичними і повсякденними найменуваннями відповідних предметів і понять [5, с. 98].

Неологізми мають різну тривалість «життя» і частоту вживання. Слід зазначити, що неологізми частіше виникають в англійській мові, оскільки з історичної точки зору англійська країна найактивніше впливає на фінансову сферу. У зв'язку з таким явищем, як глобалізація, в англійській мові з'явився цілий ряд неологізмів, таких як *glocalization* (*globalization* + *localization*), *globality* і *globophobia*. У бізнесі з'являється велика кількість неологізмів, які відображають нові реалії, особливо в менеджменті та маркетингу, такі як *ghost brand* (в минулому знаменита торгова марка, товари під яку нині продаються, але не користуються колишньою популярністю), *mass customization* (індивідуалізація товару або послуги, що виробляється у великій кількості), *to kitchen-sink* (розголошувати всю інформацію про поганий фінансовий стан компанії), *barn-raising* (залучення для вирішення завдання співробітників з різних відділів компанії), *brandstorming* (або вироблення нової стратегії по відношенню до торгової марки, або конкурс на кращу назву для нової торгової марки).

Найпродуктивнішими суфіксами для утворення неологізмів-дієслів в англійській мові фінансової сфери виявилися суфікси *-ism* та *-ize*: *brandalism*, *to dollarize* (про країну – переорієнтувати національну економіку на долар), *to enronize* (маскувати фінансові проблеми спритним шахрайством), *to operationalize* (реалізувати) тощо. Найпоширенішим префіксом для неологізмів нині є *de-*. Серед прикладів слід назвати *to de-proliferate* (швидко скорочуватися); *decrutment* (евф. звільнення); *to de-conflict* (врегулювати конфлікт); *to de-risk* (зменшувати ризик).

Усічення – це утворення неологізмів шляхом з'єднання початкової частини одного слова і кінцевої частини іншого слова. Численною є група неологізмів, серед яких слід назвати такі: *optionaire* (*option* + *millionaire* – мільйонер, чий статок складається з фондових опціонів або було створено за рахунок фондових опціонів); *spillonaire* (*spill* + *millionaire* – людина, яка отримала значну компенсацію за викид або витік нафти); *webinar* (*web* + *seminar* – семінар, проведений через Інтернет). Під час роботи з професійними текстами не було знайдено жодного питомо німецького неологізму, а всі німецькі неологізми було запозичено та іноді асимільовано. Так, наприклад, такий термін-дієслово, як *dollarize*, було перекладено як *dollarisieren*, або іменник *Growth recession* – *Wachstumsrezession*. Деякі неологізми-дієслова взагалі втратили свою «новизну», оскільки були перекладені описовим способом: *to de-risk* – *Risiken verringern*, *Risiken mindern*. Однак ті неологізми, що перебувають

на етапі введення до словникового складу певного фаху (з англійської мови в німецьку), зазвичай ніяк не перекладаються та не асимілюються, а вживаються як запозичення: *hedging – das Hedging, leasing – das Leasing*.

Будь-яка професійна одиниця є результатом когнітивної діяльності фахівця, що полягає в концептуалізації, вербалізації та фіксації професійних знань. Фразеологічні одиниці посідають особливе місце в професійній комунікації та своєрідно репрезентують елементи професійного знання.

Питання про особливий статус термінів-фразеологізмів, їх когнітивну специфіку можна віднести до тих, що активно розробляються в термінології. Проте проблема розмежування неоднослівних спеціальних одиниць та виділення фразеологізмів в окрему групу загалом ще слабо вивчена. Так, А.С. Дяков вважає всі складені терміни (або терміни-словосполучення) лексикалізованими одиницями, тобто визнає їх семантичну еквівалентність слову, з одного боку, і стійкий характер вживання, з іншого боку, але про фразеологізми взагалі не згадує [6, с. 101].

Складність диференціації фразеологізмів, що виникли і функціонують в професійному середовищі, пояснюється їх специфічними мовними і когнітивними характеристиками. Поєднуючи властивості фразеології, такі як ідіоматичність і сталість складу та фахової лексики, а саме приналежність до певної галузі знання та співвіднесеність з професійним поняттям, такі фразеологізми виступають особливим способом вербалізації професійно-значимої інформації на стику професійного і повсякденного знання.

За визначенням, наданим у «Словнику лінгвістичних термінів» Д.І. Ганича та І.С. Олійника, фразеологізми являють собою «лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, але неподільна лексично, стійка у своєму складі й структурі, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мові» [4, с. 324]. До таких одиниць можна віднести такі: *growth recession* – рецесія в економіці, яка супроводжується зростанням обсягів виробництва, але темпами значно меншими за звичайні; *lipstick effect* – помітний взаємозв'язок між спадом в економіці і прагненням споживачів купувати в цей час невеликі «втішні» товари; *stores with doors* – реальний, тобто невіртуальний, роздрібний магазин; *green accounting* – система розрахунків, що враховує вплив виробництва та споживання на екологію. Інтернет сьогодні дуже впливає на усі сфери життя, з'являються нові поняття, такі як *dot-com (dotcom, dot com) companies* – компанії, що працюють у мережі Інтернет.

Згідно з проведеним аналізом, більшість фразеологічних термінологічних одиниць в обох мовах було утворено таким способом, коли спеціальне слово поєднувалось зі загальноживаним словом або також спеціальним: *alpha measurement – die Alpha-Messung, pyramid system – das Shneeballsystem, economic bubble – die Spekulationsblase, black market – der schwarzer Markt, gray salary – grauer Lohn, hidden profit – verdeckter Gewinn, open market – offener Markt*.

Аналіз термінологічних сполучень довів, що фразеологізми, що виникають у науковій мові фахівців, репрезентують теоретичне знання про професійні об'єкти і явища. Однак це знання актуалізується в них не логічним, раціональним шляхом, а метафорично, через створення яскравого, незабутнього образу професійного поняття. Крім сталих словосполучень, фінансова сфера насичена багатьма фразеологічними виразами,

що використовуються не в офіційних документах, а, наприклад, у рекламі з надання фінансових послуг, статтях, виданнях тощо. Головним критерієм виокремлення складу фінансових фразеологічних одиниць із загального фразеологічного складу англійської та німецької мов служить наявність у їх семантиці економічного тематичного інваріанта. Так, у семантиці таких фразеологізмів, як *red figures – rote Zahlen (дані, що показують дефіцит балансу), count every penny – jeden Pfennig (dreimal) umdrehen (берегти кожен пфенінг), make ends – sich über die Runde bringen (утримувати себе, заробляти на життя)*, фінансова інваріантність закована імпліцитно, а в семантиці фразеологічних одиниць типу *black market – schwarzer Markt (чорний, нелегальний ринок), dead capital – totes Kapital (мертвий капітал), steep price – gepfefferte Preise (нечувани ціни)* – експліцитно. У кожному словосполученні виокремлюється слово-індикатор з фінансової сфери, що вказує на причетність цього сталого словосполучення до саме фінансової або економічної сфери. Такими найбільш поширеними індикаторами фінансової сфери є *market – der Markt, money – das Geld, price – der Preis, capital – das Kapital, account – die Rechnung (das Konto), payment – die Zahlung, business – das Geschäft, sum – die Summe*.

Так, наприклад, у фінансовому словнику слово *money – das Geld* (гроші) в прямому значенні може виступати як спеціальний термін, у складі фразеологічних одиниць слово *money – das Geld* розглядається з позиції закріплених за ними моральних суджень (наприклад, *through money around – mit dem Geld um sich werfen (schmeißen) (жбурляти грошима); to squander money – Geld auf die Straße werfen (кидати гроші на вітер); wealth and possessions – Geld und Gut (все придане); save money for a rainy day – Geld auf der hohen Kante haben (мати заощадження)*).

Висновки. Отже, семантичні відносини в межах фінансової сфери дуже розвинені. Багатозначність, хоч і не бажана, все ж таки присутня в термінології. Англійська та німецька терміносистеми фінансової сфери насичені контекстуальними синонімами. В межах термінології під цим поняттям розуміють так звані термінологічні дублети, тобто явища, що називають одне й те ж поняття різними назвами. Можна побачити тенденцію до розширення значення одного терміна, який може замінити майже всі слова зі свого синонімічного ряду.

Щодо неологізмів, то аналіз вибірки показав, що мовою-продуктом неологізмів є саме англійська мова. Німецька мова найчастіше нейтралізує «неологічність» понять шляхом описового перекладу. Коли описовий переклад не підходить для введення нового поняття, терміни-неологізми входять до терміносистеми шляхом запозичення, при цьому іноді вони асимілюються та «підкорюються» правилам німецької мови.

Фразеологічні стійкі вирази відіграють помітну роль у семантичних відносинах у межах фінансової сфери. Фразеологічні одиниці, що виникли використовуються в професійній комунікації, є стійкими утвореннями, які мають властивість ідеоматичності, в якій об'єктивується знання, отримане в рамках професійного досвіду в типових ситуаціях професійної діяльності. У них відображаються складні з точки зору пізнання об'єкти і явища професійної діяльності, які не можуть бути позначені однослівним найменуванням.

Звичайно, у статті звернено увагу на нетипові для термінології явища, але те, що вони присутні в новітній термінології, має стати предметом подальших наукових розвідок.

Література:

1. Юсупов У.К. Сопоставительная лингвистика как самостоятельная дисциплина. Москва : Наука, 1988. 110 с.
2. Симоненко Л.О. Лінгвістичні проблеми унормування наукової термінології. *Українська термінологія і сучасність*. 2007. Вип. 7. С. 21–25.
3. Чумак В.В. Про синонімію і варіантність в екологічній терміносистемі. *Українська термінологія і сучасність*. 2007. Вип. 7. С. 211–215.
4. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.
5. Татаринев В.А. Общее терминоведение. Москва : Московский Лицей, 2006. 528 с.
6. Д'яков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ : KM Academia, 2000. 218 с.

Voloshuk V. Semantic processes of polysemantization, neologization and phraseologization in financial terminologie in English and German

Summary. The article analyzes the semantic features of English and German financial terminology. The urgency to study the semantics of the term is caused by its peculiarity – in order to be used as the name of a special concept, the lexical unit of language acquires terminological, i.e. conceptual meaning, which is added to its own linguistic, i.e. lexical meaning. Deviations from the mutual unambiguity between concepts and terms are manifested in the use of one lexical unit

to name several concepts (homonymy and polysemy) or to use the meanings of several lexical units to express one concept (synonymy). Within terminology, the synonymy is understood as the so-called terminological doublets, phenomena that call the same concept by different names. So a serious problem is synonymy within one area, because even within the context it can be quite difficult to find the most accurate meaning, especially in English-German translation.

As already mentioned, one of the most important requirements for the term is its unambiguity. But as practice has shown, most commonly used and highly specialized terms have more than one meaning in both English and German. According to the analysis of selected financial texts, English-language texts contain a large number of neologisms that entered the German language unchanged or did not enter the language at all, because they were translated descriptively. Neologisms are also formed on the basis of abbreviations, acronyms and word truncation (clipping). This method creates a large number of new words in English, which are usually used in their specific form and are part of the German language without significant changes and adaptations.

Phraseological units reflect objects and phenomena of professional activity considered complex in terms of cognition. The main criterion for distinguishing the composition of financial phraseological units from the general phraseological structure of English and German is the presence of an economic thematic invariant in their semantics.

Key words: financial terminology, polysemy, synonyms, neologism, phraseology, term.