

6. The American Heritage Dictionary of the English Language. 155 000 entries. – New York : American Heritage Publishing Co., Inc., 1969. – 1500 p.
7. The New Bantam English Dictionary. Over 80 000 definitions / E. B. Williams – general editor. – Toronto, New York, London : Bantam Books, 1979. – 1078 p.
8. Shifting Borders. East European Poetries of the Eighties / Compiled and Edited by Walter Cummins. – London, Toronto : Associated University Press, 1993. – 485 p.

Кислицына Н.Н., Сакиева И.К.

УДК 811.111'255'373.43

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ: ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ

Постановка проблемы. В современном языкознании общепринятым считается положение о то, что основу любого естественного языка составляет специфическая картина окружающей действительности. Изучение специфики формирования когнитивной базы предметно-специальных языков, к числу которых относится язык экономической науки, представляет собой отдельную задачу. Под специальным языком понимается «естественный язык с элементами языков искусственных, точнее специализированных искусственных языков или символических языков науки» [2 с. 205]. В современной экономике наблюдается динамичное развитие терминологической системы, что находит выражение в образовании неологизмов – новых словарных и фразеологических единиц, появившихся в языке на данном этапе его развития и обозначающих новые понятия или выражающие новыми словами, уже существующие понятия. Часто новые термины, еще не зафиксированные словарями, являются носителями наиболее важной информации, ради получения которой и осуществляется дешифровка текста на исходном языке. Перевод неологизмов остается на периферии системных научных исследований, однако интенсификация процессов обновления словарного состава современных языков и немаловажная роль межкультурной коммуникации обуславливают **актуальность** данной статьи. **Объектом** исследования являются неологизмы экономического подязыка, вошедшие в словарный состав в период с 2008 по 2012 гг. **Предметом исследования** – особенности процесса формирования новых лексических единиц в экономической терминосистеме английского языка.

Целью статьи является выявление основных принципов образования и функционирования новых лексических единиц в когнитивном аспекте и формулировка рекомендаций по переводу неологизмов с английского языка на русский. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие **задачи**:

- проанализировать когнитивные механизмы, лежащие в основе формирования предметно-специальных языков;

- вычленить основные словообразовательные модели, а также определить наиболее приемлемые способы перевода с учетом структурных и семантических параметров рассматриваемых единиц.

Пополнение лексического состава языка осуществляется путем номинации, то есть образования языковых единиц, служащих для называния и вычленения фрагментов действительности и формирования соответствующих понятий о них. Природа номинативных актов находится во взаимосвязи с познавательной деятельностью человека, в сознании которого находит отражение окружающей его мир. В рамках когнитивной лингвистики номинация рассматривается с точки зрения познавательных процессов репрезентации внешнего и внутреннего мира мыслящего субъекта с помощью языковых знаков [3 с. 120] и может быть определена как процесс и результат осмысления мира сознанием мыслящего субъекта. Одной из важнейших областей когнитивного направления в лингвистике является когнитивная семантика, задачей которой является исследование взаимосвязи между опытом, системой понятий и семантической структурой, закодированной языком. На формирование новых терминологических единиц существенное влияние оказывают не только внеязыковые факторы, но и особенности грамматического строя того или иного языка, словообразовательной и лексико-семантической систем. Путем анализа языкового материала нами были выделены наиболее продуктивные модели образования новых терминов, к числу которых относятся следующие способы:

1) **Образование терминологических словосочетаний**, подавляющее большинство которых включает ядерный компонент и определение, выраженное либо прилагательным, либо атрибутивной группой, является самым распространенной моделью построения экономических неологизмов (50 %). Например: *dilutive securities* – ценные бумаги, разводняющие капитал. В данном случае исходным термином является слово “*securities*” (*ценные бумаги*), тогда как определением является прилагательное “*dilutive*”, которое в сочетании с существительным образует новый финансовый термин. Примером термина со сложной атрибутивной группой является понятие *reciprocal currency arrangement* (*взаимное валютное соглашение*), в котором ядерным элементом является слово *arrangement*, основные характеристики которого отражает атрибутивная группа.

2) Словообразование – один из способ слово- и, в частности, терминообразования, при котором два или более слова (или их основы) образуют путем соединения новый термин. Например: *off + shore = offshore* (зарубежная компания, зарегистрированная в оффшорной зоне, в которой действуют льготы на налогообложение для компаний-нерезидентов).

3) Контаминация – стяжение осколочных элементов слов или морфем. Например: *credebt* (*credit* + *debt*), *spaving* (*spend*+*saving*), *corperment* (*corporation* + *government*). По результатам анализа контаминация является одним из наиболее продуктивных способов образования новых единиц в экономическом подъязыке (26%).

4) Конверсия – способ словообразования путем перехода слова в другую парадигму словоизменения, то есть трансформации в другую часть речи. Например: *take over* (сменять, переменять) - *takeover* (*of the company*) – поглощение одной компании другой.

5) Прямое заимствование из греческого, латинского или других языков. Например: *malus* – антоним к слову «*бонус*», штрафная санкция для сотрудников, не сумевших достичь поставленных целей. Слово *malus*, как и *bonus*, заимствовано из латыни и переводится как «*плохой, дурной*».

6) Комбинация двух или более вышеперечисленных способов. Например, термин “*bail-out*”, обозначающий выход из экономического затруднения с чьей-либо помощью, образован путем слияния слов “*to bail*” и “*out*” и конверсии данного словосочетания, то есть перехода в парадигму словоизменения имени существительного.

7) Аффикация – образование новых однословных терминов путем прибавления к корню слов префиксов и суффиксов, как правило, заимствованных из греческого и латинского языков. Например: *enoughism*, *streetable*, *Ponzimonium*.

8) Аббревиация как один из способов словообразования представляет собой усечение основы слова или нескольких слов, в результате чего образуется новая лексическая единица, состоящая из одной или нескольких усеченных основ исходных слов. Например, экономический термин *large cap* образован путем усечения основ терминологического словосочетания *large market capitalization* (высокая рыночная капитализация) и отбрасывания одного из его составляющих элементов.

9) Специализация значения общеупотребительного слова. Данный способ терминологического словообразования является достаточно частотным в сфере экономической специальной лексики. Глагол *hedge* в своем общеупотребительном значении переводится на русский язык как «*отгораживать, обносить живой изгородью*», этот же английский глагол используется в качестве термина на рынке ценных бумаг и обозначает страхование от неблагоприятного колебания цен на объекты хеджирования путем заключения форвардных сделок.

10) Метафоризация. Примерами терминов, образованных путем метафорического переноса, могут служить следующие терминологические единицы: *wedding cake* – особый вид опциона с фиксированной выплатой, которая обусловлена колебаниями валютных курсов в заранее установленных пределах; *ankle biter* – ценная бумага с рыночной капитализацией менее 500 млн долларов. Как видно из примеров, образование новых единиц базируется на переносе названия с одного объекта на другой на основе их предполагаемого сходства.

С социальной функцией самих терминов – обеспечивать коммуникацию в определенной профессиональной общности – непосредственно связана мотивированность терминологических единиц [8:1]. При переводе заимствованного термина по возможности необходимо учитывать мотивировочный признак, поскольку он важен для понимания термина и соотнесения его со всей терминосистемой [8:2]. Варианты перевода, в которых сохраняется мотивировочный признак, характеризуются краткостью и точностью – основными требованиями, предъявляемыми к научному стилю. В качестве примера приведем термин *clearing house* (клиринговый дом) – организация, осуществляющая расчеты по сделкам, заключенным на товарной и фондовой биржах, и контроль над их исполнением. Основная деятельность клирингового дома заключается в обеспечении взаимных расчетов между субъектами, то есть для погашения взаимных обязательств. Первоначальное значение слова “*clearing*” (очищение, чистка) раскрывает природу логико-ассоциативной связи экономического термина и слова, находящегося за пределами терминологического аппарата. Процедура безналичного расчета между двумя или более сторонами, участвующими в сделке, рассматривается как освобождение от взаимных обязательств или, иными словами, очищение.

В ходе исследования было установлено, что формирование неологизмов разных словообразовательных типов сопровождается метафорическим и метонимическим переносом. Метафоризация обусловлена ассоциативной природой мышления, которое обеспечивает установление взаимосвязи между различными явлениями действительности. Так, например, понятие *falling knife security*, используемое на фондовой бирже для обозначения ценной бумаги, стоимость которой резко снизилась в течение короткого промежутка времени, образовано по принципу метафоризации. Эффект резкого падения цены ассоциируется с падением ножа. Метонимический перенос, осуществляемый по принципу смежности явлений или объектов, наблюдается в ряде неологизмов: *Paris Hilton Stock Index*, *Harry Potter Stock Index*, *Angelina Jolie Stock Index*, *Facebook Credit*, *Twinternship*.

В переводческой практике, в тех многочисленных случаях, когда отсутствует эквивалент перевода, при передаче неологизмов с английского языка на русский используется ряд приемов. К ним относятся: транслитерация, транскрибирование; калькирование; описательный перевод; прямое включение. Так, например, многие неологизмы экономической сферы вошли в словарный состав языка путем транслитерации, то есть побуквенным воссозданием исходной единицы с помощью алфавита языка-реципиента: *outsourcing* – аутсорсинг, *spaving* - спейвинг. Транскрибирование заключается в фонемном воспроизведении единицы исходного языка: *enoughism* - энафизм. **Калькирование** применяется реже: *synthetic dividend* – синтетический дивиденд, *active inertia* – активная инертность, *taxophobia* - налогофобия.

В последнее время при переводе неологизмов применяется также прием прямого включения, который заключается в использовании оригинального написания переводимой единицы в принимающем языке. Выбор данного способа может быть обусловлен специфичностью звучания или написания слова. Например, термин с неустановленной мотивацией *ovoboby*, созданный Джоном Хассманом, может быть включен в текст перевода без изменений в силу своеобразия его морфологической структуры. Описательный перевод используется тогда, когда затруднительно передать значение неологизма при помощи вышеперечисленных способов, и, как правило, сопутствует транскрипции, калькированию или транслитерации. Так, например: *Free Asset Ratio (FAR) – коэффициент свободных активов FAR, используемый для определения достаточности капитала страховой компании*. В данном случае использовано калькирование, прямое включение и описательный способ. **Вывод:** каждый из перечисленных методов характеризуется как преимуществами, так и недостатками. Выбор того или иного способа обусловлен семантическими и морфологическими характеристиками неологизма, а также задачами, который ставит перед собой переводчик. Если необходимо сохранить терминологическую точность и воссоздать в принимающем языке внешнюю форму исходной лексической единицы, то наиболее приемлемым способом будет транскрибирование или калькирование, сопровождаемое переводческим комментарием. Таким образом, динамичное развитие экономической терминологической системы, обусловленное освоением реальности, бросает вызов языковой личности переводчика и, не в последнюю очередь, его когнитивным способностям.

Источники и литература:

1. Антонова Е. М. Метафорическое моделирование финансово-экономических терминов / Е. М. Антонова // Вестник Московского государственного областного университета. – 2009. – № 2. – С. 70-75.
2. Виноградов С. И. Культура русской речи / С. И. Виноградов, О. В. Платонова и др. – М. : НОРМА-ИНФРА, 1999. – 249 с.
3. Гуральник Т. А. Лингвистические маркеры социокультурного пространства в сфере неонимации (на материале американского варианта английского языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Т. А. Гуральник. – Самара, 2006. – 20 с.
4. Демьянков В. З. Когнитивная лингвистика / В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова // Краткий словарь когнитивных терминов / В. З. Демьянков, Е. С. Кубрякова, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – С. 53-55.
5. Майтова А. В. Терминосистема предметно-специального языка «Банковское дело» в лингвокогнитивном аспекте (на материале русского и немецкого языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. В. Майтова. – Саратов, 2008. – 23 с.
6. Паршин А. Теория и практика перевода / А. Паршин. – М. : Русский язык, 2000. – 456 с.
7. Пересыпкина О. Н. Мотивационные ассоциации лексических единиц русского языка (лексикографический и теоретический аспекты) : дис. ... канд. филологич. наук : 10.02.01 / О. Н. Пересыпкина. – Барнаул, 1998. – 336 с.
8. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр; пер. с фран. А. М. Сухотина; под ред. и с прим. Р. И. Шор. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
9. Чистова Е. В. Мотивированность и демотивированность терминологической единицы в переводе (на материале терминосистемы branding) / Е. В. Чистова // Актуальные проблемы лингвистики и межкультурной коммуникации : материалы конференции «Молодежь и наука» (Красноярск, 19-25 апреля, 2011) / Сибирский федеральный ун-т. – Красноярск, 2011.
10. Штейнгарт Е. А. Лексика алюминиевой промышленности в свете теории мотивации : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Е. А. Штейнгарт. – Томск, 2005. – 27 с.
11. Evans E. Cognitive linguistics. An introduction / E. Evans, M. Green. – Edinburgh University Press, 2006. – 851 p.
12. Investopedia. Financial Buzz Words Terms : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.investopedia.com>.
13. Online Etymology Dictionary : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dictionary.reference.com/etymology/>