

ДО ПИТАННЯ СЕМАНТИЧНОЇ ТА КОНОТАТИВНОЇ МОДИФІКАЦІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНИХ СЛІВ У АНГЛО-УКРАЇНСЬКИХ ДІЛОВИХ КОНТЕКСТАХ

© Людмила Бордюк, 2002

У статті розглядаються семантичні, стилістичні та прагматичні функції прикметника "aggressive" / "агресивний" як атрибутивного елемента ряду термінологічних словосполучень у англо-українських ділових контекстах. Встановлено певну семантичну неадекватність інтернаціональних професіоналізмів та модифікацію їх конотативного значення по відношенню до етимологічного значення слова "aggressive".

Semantic, stylistic and pragmatic functions of the adjective "aggressive" as an attributive component of a number of terminological units in English-Ukrainian business contexts have been under analysis. Some semantic inadequacy of international business terms and modification of their connoting usage as compared to the etymological meaning of the adjective "aggressive" have been determined.

Інтернаціоналізми, тобто мовні одиниці, запозичені з однієї мови кількома генеалогічно різними мовами у однаковій або подібній орфографічній та фонетичній структурі та з ідентичним семантичним значенням, становлять значну частину лексику різних мов. Особлива роль належить інтернаціональним лексичним одиницям у міжмовній комунікації, зокрема за умов глобалізації світового суспільного та економічного розвитку.

З точки зору семантичної асиміляції та перекладу інтернаціоналізми умовно поділяють на три групи [5, ч. II, с. 143]:

1. справжні (або повні) інтернаціоналізми, семантичні структури яких тотожні, напр.: gas, atom, dentist etc.
2. часткові інтернаціоналізми, що мають тільки частину тотожних значень, напр.: control – контроль та керування; construction – конструкція та будівництво.
3. псевдоінтернаціоналізми, що не мають подібних значень, напр.: scholar – вчений, а не школяр, familiar – знайомий, а не фамільярний.

Інтернаціональні слова відіграють особливу роль у формуванні різножанрових термінологічних систем (політичної, економічної, соціальної, наукової, технологічно-інженерної, мистецької тощо).

У ході аналізу з метою перекладу ряду американських статей економічної та комерційної тематики було встановлено групу слів латинського походження, що дещо відрізняються в англійських та українських контекстах своєю семантичною структурою та прагматичною функцією по відношенню до джерела запозичення. У данній статті предметом семантичного, стилістичного та функціонального аналізу обрано прикметник "агресивний" / "aggressive" як атрибутивний елемент ряду термінологічних словосполучень. Джерелом аналізу були англійські, англо-українські, англо-російські та тлумачні українські словники економічного, комерційного та загального профілю, а саме: The Oxford Dictionary for the Business World, 1993 [14], Oxford Dictionary of Business English for Learners of English, 1994 [13], Англо-русский экономический словарь, 1981 [2], Англо – русский коммерческий словарь-справочник, 1992 [2], English-Ukrainian Dictionary, 1996

[11], Словник іншомовних слів, 2000 [7], Новий тлумачний словник української мови, 2001 [6], Словник синонімів української мови, 2001 [8], Словарь русского языка Ожегова, 1984 [9], Економічний словник. Банківська справа. Фондовий ринок. Англо-український-російський економічний термінологічний словник, 2000 [3], Фінансовий словник, 1997 [10].

Одним із об'єктів аналізу була стаття групи дослідників Школи Бізнесу Гарвардського університету "Euro Disney: First 100 Days" ("Євро Дісней: 100 перших днів", написана у 1992 р. [12]. Визначальними напрямками успішного функціонування компанії Walt Disney є "aggressive management", "aggressive marketing" та "aggressive cross-training of managers and supervisors", наведені у наступних контекстах:

"Nothing was left to chance at Disney theme parks. Standards of service, park design and operating details, and human resource policies and practices were integrated to ensure that the Disney "play" would be flawlessly performed every day in and day out at each location. Known for its **aggressive management** of operational details, Disney's stated goal was to exceed its customers expectations every day" [12, p.4].

"At the same time Disney **aggressively cross-trained** managers and supervisors to ensure service quality. Prior to opening, 270 managers were cross-trained in the Disney methods at the company's other three theme parks. Also, another 200 managers were imported from the other parks to work at Euro Disney" [12, p.12].

"Euro Disney was **aggressively marketed** by Disney as well as other firms. Disney successfully encouraged dozens of articles on the complex in magazines throughout Europe. Prior to the opening it sent a model of the Sleeping Beauty Castle around Europe to dramatically publicize the park. An extensive Europe-wide ad campaign was launched to market the opening celebration, which was broadcast live across Europe. In addition, Swiss food giant Nestle sponsored extensive cross-promotions of Euro Disney at its own expense" [12, p.12].

Аналізовані термінологічні словосполучення "aggressive management" та "aggressive marketing" є інтернаціональними лексичними одиницями і не становлять труднощів при сприйнятті для фахових реципієнтів інформації, в тому числі і українських. Вирази-кальки "агресивний менеджмент" та "агресивний маркетинг" є одиницями професійного жаргону у галузі бізнесу та менеджменту. При цьому слід брати до уваги певну семантичну неадекватність цих інтернаціональних професіоналізмів та модифікацію їх конотативного значення та прагматичної функції по відношенню до етимологічного значення слова **aggressio** (лат.) – напад.

Аналіз словникової статті прикметника "агресивний" в англо-українських та українських словниках свідчить про однорідність його семантичної структури та повну відповідність латинському джерелу запозичення. Наприклад, Новий тлумачний словник української мови [6]:

1. здійснювати методом агресії, нападницький, загарбницький;
2. наступальний, ворожий;
3. спец. який хімічно руйнує речовину;
4. терм. Агресивна вода, що руйнує, роз"їдає карбонатні гірські породи та бетон внаслідок вмісту деяких кислот.

Словник іншомовних слів [7]:

1. загарбницький, нападницький;
2. ворожий, войовничий (напр. А тон, А поведінка).
3. техн., мед., хім, який шкідливо впливає на що-небудь.

Функціональний аналіз наведених уривків з "Євро Дісней ..." свідчить про певну семантичну неадекватність прикметника "агресивний" по відношенню до його

етимологічного значення. Агресивний менеджмент та агресивний маркетинг не передбачає жодної агресії у своїй діяльності. Натомість вони означають активні дії, наступальну стратегію для оптимізації функціонування компанії (“dramatic publicity”, successful encouragement, extensive self-promotion). Такій семантиці є співзвучним лексико-семантичний варіант “forceful, self-assertive” (напористий, наполегливий), наведений у Oxford Dictionary of Business English for Learners of English. Провідні фахівці Інституту економіки та менеджменту Національного університету “Львівська політехніка” пропонують “**активний менеджмент**” та “**наступальний маркетинг**” як термінологічні відповідники.

У розділі “Англо-український-російський економічний термінологічний словник” Економічного словника. Банківська справа. Фондовий ринок [3] містяться наступні терміни з компонентом “aggressive”:

Aggressive bank management – агресивне банківське управління

Aggressive dividend policy – агресивна дивідендна політика

Aggressive financial policy – агресивна фінансова політика

Aggressive investment policy – агресивна інвестиційна політика

Aggressive portfolio – агресивний портфоліо.

У Фінансовому словнику [10] подано тлумачення поняття “**папери цінні агресивні**” як “цінні папери, курс яких згідно з очікуваною кон’юктурою фондового ринку, прогнозами, може значно підвищуватися. Такі цінні папери звичайно купують у розрахунку на отримання великого прибутку, але їх купівля супроводжується значним ризиком”.

Підводячи підсумок проведеного дослідження, слід зазначити, що семантичне значення слова під впливом лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників може зазнавати певної семантичної модифікації. Притаманна слову “агресивний” негативна конотація значно послаблюється або втрачається у контекстах ділової мови. Як одиниці професійного лексикону “aggressive management” та “aggressive marketing” зберігають латинську транслітерацію – “агресивний менеджмент” та “агресивний маркетинг” ; як одиниці комунікативного процесу, розрахованого на більш широкі кола реципієнтів та користувачів інформації, “aggressive management” та “aggressive marketing” трансформуються, відповідно, у “активний менеджмент” та “наступальний маркетинг”. Подальше дослідження функціонування інтернаціональних термінів латинського походження в англійських та українських бізнес контекстах, їх контрастивно-порівняльний аналіз становлять значний інтерес у перекладацькій практиці.

1. *Англо-русский коммерческий словарь-справочник. Москва: “Моби”. 1990.*
2. *Англо-русский экономический словарь. Москва: “Русский язык”. 1981.*
3. *Економічний словник. Банківська справа. Фондовий ринок. Київ: “Максимум”. 2000.*
4. *Карабан В.І. Посібник-Довідник з перекладу англійської наукової і технічної літератури на українську мову. Ч.І-ІІ. Київ: Політична думка, 1997, 1999.*
5. *Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (Аспектний переклад). Вінниця: “Нова книга”. 2000.*
6. *Новий тлумачний словник української мови. Т І-ІІ-ІІІ. Київ: “Аконіт”, 2001.*
7. *Словник іноземних слів. Київ: “Довіра”, УНВЦ “Рідна мова”. 2000.*
8. *Словник синонімів української мови. Т.І-ІІ. Київ: “Наукова думка”. 2001.*
9. *Словарь русского языка (Ожегов С.И.). Москва: “Русский язык”. 1984.*
10. *Фінансовий словник (Завгородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С.). Львів: “Центр Європи”. 1997.*
11. *English-Ukrainian Dictionary. Vol.I-II. (Балла М.І.). Київ: “Освіта”. 1996.*
12. *“Euro Disney: The First 100 Days”. In: Harvard Business School Rev. June 4, 1993.*
13. *Oxford Dictionary of Business English for Learners of English. Oxford Univ. Press.1994.*
14. *The Oxford Dictionary for the Business World. Oxford Univ.Press. 1993.*