УДК 81’1+81’373.46
DOI https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/04

Гнєдкова О. Г.
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Вдодович Я. Ф.
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

АНГЛОМОВНІ НЕОЛОГІЗМИ У СФЕРІ БІЗНЕСУ: ПЕРЕКЛАД ТА АДАПТАЦІЯ

У статті проаналізовано поняття англомовного неологізму, а також запропоновано авторське визначення цього поняття. У статті окремо розглядаються англомовні неологізми сучасної української бізнес-лексики, а також явище сучасної української бізнес-лексики: процес та історичні аспекти її появи й розвитку, процес запозичення англомовних лексем в українську бізнес-лексику, форми перекладу англомовних неологізмів. Англомовні неологізми української бізнес-сфери розглядаються в розрізі професійної та побутової лексики. Надається опис причин такого поділу, а також форма адаптації англомовних неологізмів і в професійної, і в побутової лексиці. У статті розглядаються різні форми перекладів англомовних неологізмів, а також позначені найбільш популярні форми перекладів англомовних неологізмів і в професійній бізнес-лексиці, і в активно використовуваній (побутовій) бізнес-лексиці. Також роз’яснюються причини переходу частини бізнес-лексики у форму побутової та активно використовуваної. Задля доказу активного використання бізнес-лексики серед українського населення було проведено соціологічне опитування, яке пройшло 268 людей різного віку, статі та рівня освіти, щоб побачити зріз соціального мислення з цієї теми. Опитування включало два питання щодо бізнес-тематики: перше питання стосувалося найменування професій, а друге питання охоплювало різні лексеми бізнес-тематики (бізнесу і сервісу), які можуть зустрітися людині в побуті. Дані цього опитування показали високий рівень використання запозичених англомовних лексем у сфері бізнес-тематики серед населення, що дозволяє зробити висновки про активне використання даного типу лексики в побутовому контексті, навіть не дивлячись на те, що більшість бізнес-лексики належить до професійної.

Ключові слова: *неологізм, англіцизм, переклад неологізмів, бізнес-лексика, соціологічне опитування, запозичення.*

Постановка проблеми. Англомовні неологізми активно насичують сучасну українську лексику, проникаючи у всі можливі галузі використання. Для української мови це є відносно новим явищем, адже процес активного насичення лексики англомовними неологізмами активізувався лише у 80–90-х роках ХХ ст. Особливо актуально розглядати використання англомовних неологізмів у розрізі бізнес-лексики, оскільки сучасна бізнес-лексика має унікальні риси, які визначені політичними та соціологічними реаліями незалежної України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес запозичення англомовних неологізмів, їх переклад та адаптація в системі сучасної української мови широко розглядається такими українськими вченими-лінгвістами, як Архипенко Л. М., Архірей О. В., Балахтар В. В., Баранник Д. Х., Брабов Н., Гладка В. А., Голінько Ю. С., Дьолог О., Жиденко Л. А., Кислюк Л. П., Козак Т. Б., Козаченко І. В., Козуб Л. С., Кущ Е. О., Молоткіна Ю. О., Мисечко О. Є., Новікова Д. С., Панченко О. І., Погоріла А. І., Попова Н. О., Семигін Т. Г., Слобода Н. В., Стишов О. А., Тимчук О. Т., Шкуліпа Ю. С., Щерба Д. В.

Постановка завдання. У центрі уваги статті перебуває поняття англомовного неологізму. Мета роботи полягає в тому, щоб розглянути сучасні англомовні неологізми щодо бізнес-лексики.

У зв’язку з цим були визначені такі завдання:

1) проаналізувати різні визначення поняття «неологізм», а також запропонувати авторське визначення даного поняття;

2) розглянути історичні причини активації процесу запозичення англомовних неологізмів, а також форми запозичення англомовних неологізмів у сучасній українській бізнес-лексиці;

3) проаналізувати проведене соціологічне опитування щодо рівня використання англомовних неологізмів у бізнес-лексиці.

Виклад основного матеріалу. Світовий процес глобалізації вплинув на всі аспекти життя сучасного українця, не обійшовши при цьому українську лексику. Крім насичення професійної лексики, англомовні неологізми проникли глибоко в побутову лексику, збагативши при цьому всі сфери використання.

За Академічним тлумачним словником української мови, неологізм – «це нове слово або вислів, що з'являється у мові» [6]. За визначенням В. А. Гладко, неологізмами варто вважати не лише власне нові слова, які позначають нові реалії, а й слова, вживані з новим значенням, з різними комунікативними цілями [3, с. 8]. Однак Н. Брабов надає набагато більш повне визначення, в якому неологізми «є не що інше, як новостворена лексична одиниця – слово або фраза, ще не включена до загальновживаної мови, котра перебуває в процесі входження в загальне використання і є новою або за формою, або за змістом. Таким чином, неологізму зазвичай доводиться пройти кілька стадій соціалізації (прийняття в суспільстві) і лексикалізації (закріплення в мові)» [2 с. 3].

Англомовні неологізми потрапляють у лексику разом із новими поняттями і явищами для їх позначення. Як правило, такі лексеми є результатом науково-технічного прогресу, який зумовлює їх появу для позначення і найменування нових понять і явищ. Такі лексеми можуть з'явитися в мові-реципієнті на невизначений час, а потім зникнути – застаріти разом із поняттям або явищем, яке вони позначають. Неологізми можуть потрапити в мову-реципієнта з будь-якої мови або ж можуть бути створені через власну систему словотворення, проте останнім часом саме англійська мова задає назву новим поняттям і явищам.

За визначенням авторів статті, неологізм – це запозичена або утворена новостворена лексема, яка з'явилася в мові для познаки нового поняття або явища, проте може не прижитися в мові у зв'язку з припиненням її використання.

У цій статті розглядаються англомовні неологізми, тобто лексеми, які останнім часом були запозичені з англійської мови для позначення нових понять та явищ, а також розширення можливості стилістичного забарвлення мови.

Процес активного запозичення англомовних неологізмів почав відбуватися наприкінці XX століття, коли Україна консолідувалася як самостійна держава. Саме тоді впали ті стримуючі фактори, які обмежували колишню УРСР від світової спільноти – на країну обрушився потужний потік нової інформації, можливість вільного переміщення, економічні нововведення, інтернет-епоха. Повалені кордони не тільки підштовхнули українське суспільство стати частиною глобального світу, а й привнесли моду на запозичені слова, які почали витісняти українські аналоги. Ставши самостійною територією на геополітичній карті світу, Україна активізувала ділові, торговельні та культурні зв'язки з іншими країнами. Саме в цей час почався процес активного збагачення лексики новими словами, адже разом із міжнародними зв'язками в Україну прийшов науково-технічний прогрес, який приніс із собою явище глобалізації. Поява великої кількості запозичених слів англійського походження в українській мові пояснюється стрімкими змінами в суспільному та науковому житті. Українське суспільство, що раніше не брало участі в подібних глобальних процесах, стало активізуватися в контексті світового науково-технічного прогресу, тим самим наситивши лексику української мови англомовними неологізмами.

Процес поповнення бізнес-лексики англомовними неологізмами особливо актуальний, оскільки сама бізнес-сфера стала офіційно формуватися лише після прийняття Закону «Про кооперацію», прийнятого 1992 року вже незалежною Україною [5]. Ухвалення цього закону заклало базис для повної трансформації внутрішніх систем країни. У цей час відбулась зміна фінансової та правової системи, яка діяла в Україні за часів СРСР. Оскільки політичний курс України звернувся в бік західних країн, державі необхідно було заново прописати законодавчу базу для врегулювання системи, яка відповідає новим реаліям. Фінансова система країни різко змінилася на капіталістичну.

Такі різкі й глобальні зміни сильно вплинули і на стан соціуму, і на стан лексики. З'явилося багато лексичних новоутворень для номінації нових реалій сучасного життя того часу. Наприклад, зміна фінансової системи на капіталістичну призвела до запозичення таких понять, як *приватне право, приватна власність, підприємець, контора* і т.д. Пізніше, уже з появою даних реалій, коли суспільство перейшло на іншу фінансову систему, з'явилася потреба в найменуванні нових понять і явищ, а також у використанні більш універсальних слів у контексті глобалізації. Наприклад, слово *підприємець* знайшло собі заміну в запозиченому англомовному слові *бізнесмен, контора – офіс* і т.д.

Є кілька поширених способів перекладу англомовних неологізмів, серед яких треба зазначити:

транслітерацію (графічне зображення, а саме передача букв, **транскрипцію (**передача українськими літерами звуків англійських найменувань), **калькування (**заміна складових частин морфем чи слів одиницями оригіналу – їхніми лексичними відповідниками мовою перекладу), **описовий спосіб (**пояснення суттєвих елементів неологізму), **пряме включення (**написання англійського слова в оригінальній (початковій) формі) [4, с. 144–145].

У межах нашого дослідження вважаємо за потрібне розглянути бізнес в аспекті професійної лексики.

Поширення міжнародного бізнесу на території України, а також глобалізація українського бізнесу активували не лише масштабні економічні процеси в країні, а й процес активного запозичення нової лексики в українську мову. Глобалізація українського бізнес-простору призвела до великої кількості запозичень з англійської мови, яка натепер вважається світовою бізнес-мовою.

Звичайно, бізнес-лексика переважно відноситься до професійної лексики, оскільки використовується певною групою людей. Також дана лексика безпосередньо переплітається з економічною галуззю. У цій лексиці багато різної термінології, яка буде не зрозуміла звичайній людині, але якою активно користуватимуться представники даних сфер.

Є безліч англомовних неологізмів, які становлять значну частину української бізнес-лексики. Крім запозичення англомовних неологізмів для найменування нових понять та явищ, одна з найголовніших причин для цих запозичень – «сформовані системи інтернаціональних термінів на основі англійської мови» [1, с. 48].

Серед цих міжнародних термінів – такі лексеми, як *стейкхолдер, корпорація, інвестиція, візіонер, брокер, фронт-менеджер, бек-менеджер, офшор, глокалізація, топ-менеджмент, ліквідність, акселератор, хаб, кластер* тощо. Ці лексеми збагатили не лише українську лексику, а й стали інтернеологізмами. Як правило, такі лексеми запозичуються за допомогою транскрипції, повторюючи звучання оригінального слова, а вже потім після запозичення є можливість скласти нові лексеми всередині мови, використовуючи словотворчі афікси (наприклад: *corporation – корпорация – корпоративний* і т.д.).

Переклад у формі калькування також притаманний англомовним неологізмам у цій сфері. Наприклад, *мультинаціональний – multinational, трансатлантичний – transatlantic, міжбанківський – interbank, мультикультурний – multicultural, ecosystem – екосистема* тощо.

Окремо хочеться розглянути запозичення у формі прямого включення, коли англійські абревіатури чи лексеми використовуються українською мовою. Це такі абревіатури, як IPO (вихід компанії до біржі), LTD (заміна українському ТОВ), CEO (головний виконавчий директор компанії), CFO (головний фінансовий директор компанії), B2B/B2C/C2C системи (системи роботи компанії: бізнес до бізнесу, бізнес до клієнта, клієнт до клієнта), HR (людські ресурси), R&D (дослідження та розвиток), LIFO/FIFO (системи розміщення товарів та товарообіг), RT (повернення інвестиції).

Дані абревіатури запозичуються не тільки для позначення нових понять і явищ, але й для скорочення. Вони є загальноприйнятими у світовій бізнес-спільноті, а отже, будуть легко сприйняті закордонними колегами під час комунікації. Вхід України на міжнародну бізнес-арену спонукає українських підприємців використовувати ці неологізми саме в такій формі.

Також форма прямого включення може бути використана спільно з транскрипцією (наприклад: *front-менеджер, back-менеджер, top-менеджмент, IT-компанія* та інші).

Однак у зв'язку з потребою найменування нових понять та явищ серед усіх форм перекладу найбільше виділяється транскрибування або транслітерація, оскільки в такій формі найпростіше запозичувати нову лексему, еквівалентів якої немає в мові-реципієнті. Описовий спосіб найменше за все підходить для перекладу англомовних неологізмів, оскільки необхідні лексеми бізнес-лексики є переважно термінами, отже, несуть у собі чітко визначене смислове навантаження. Саме через наявність цього чіткого смислового навантаження виникла потреба в запозиченні великої кількості англомовних лексем.

Використання лексики сфери бізнесу також широко розповсюджене в побуті. Стимуляція малого бізнесу, а також розвиток ФОП та ТОВ ще сильніше наблизили бізнес-лексику до побутового використання. Наприклад, у 2021 році уряд України створив ще більш комфортні умови для реєстрації юридичної особи, і тепер будь-який повнолітній громадянин має можливість зареєструвати себе через державний додаток «Дія» як юридична особа протягом трьох днів з моменту подання заявки. Зрозуміло, що таке спрощення наблизило споживача до можливості ведення малого бізнесу, а це означає, що споживач став сприймати частину бізнес-лексики на рівні побутової. Прикладом цього можуть стати Instagram-магазини, які мають велику популярність в українському бізнес-

просторі. Малий бізнес, набуваючи все більшої доступності та легкості ведення, стає масовим. Як правило, підприємець, власник малого бізнесу, самостійно займається його просуванням. Серед молодих підприємців стало популярним просувати свої товари та послуги через Інтернет (особливо популярними для цих цілей стали такі соціальні мережі, як Instagram та Tik-Tok), оскільки вони дають можливість робити це безкоштовно.

Через це лексика малих підприємців та споживачів збагатилася різними неологізмами. Це такі лексеми, наприклад, як *замовляти в директ /замовлятu в direct*, *insta-магазин/instagram-магазин/ інстаграм-магазин*, *таргет/таргетована реклама, e-commerce/е-комерція* тощо. Ці лексеми, з одного боку, є бізнес-лексикою, але, з іншого боку, використовуються на побутовому рівні. Як показано на прикладах лексем вище, є фрагменти неологізмів, які можуть бути використані через пряме включення. Широко використовуються форми без прямого включення і форми з ним, а вибір повноцінної форми перекладу залежить від бажання людини. Наприклад, часто фрагменти прямого включення використовуються для створення «престижної» забарвленості.

Також хочеться відзначити, що українські компанії активно використовують англійські лексеми, англійську графіку або транскрипцію для створення певної «престижності» своїх назв (наприклад: ROZETKA, Justin, Uklon, Київстар, Koblevo, Nemiroff, Roshen і т.д.).

У свою чергу український сучасний споживач також став невід'ємною частиною бізнес-екосистеми, оскільки існування бізнесу в принципі неможливе без споживача. Рівень споживання різних послуг та сервісів в Україні збільшується щорічно, а це мотивує споживача використовувати оновлену лексику у своїй промові.

Серед споживачів також використовується велика кількість слів, запозичених через транскрипцію: *прайс, прайс-лист, сток, індустрія, транзакція, ліквідність, дистрибуція, імпорт, експорт, маркетинг* тощо.

Є також англомовні неологізми, які можуть бути записані повністю прямим включенням (*stock, hub, price* тощо), проте для «побутової бізнес-лексики» така форма перекладу не є популярною.

Для визначення та аналізу рівня використання англомовних неологізмів бізнес-тематики було проведено соціологічне опитування, в якому взяли участь 268 осіб різного віку, рівня освіти і статі.

Деякі з неологізмів, які оновили лексику споживача, можуть бути найменуванням нових професій. Респондентам були представлені такі неологізми, як *нейл-майстер, леш-майстер, блогер, сек'юріті, провайдер, ріелтор, мерчендайзер, аніматор, дизайнер, аудитор, маркетолог, хостес, копірайтер, фрілансер* тощо.

За даними проведеного соціологічного опитування, понад 70% представлених лексем (неологізмів для номінації професій) використовують 55,2% з 268-ми респондентів та лише 18% з респондентів використовують менше ніж 50% з наданих лексем.

Тематику професій можна поєднати з бізнес-тематикою, оскільки вони сильно взаємопов'язані, а частина сучасних професій є частиною сервісів та послуг.

Респондентам також були надані неологізми, пов'язані зі сферою бізнесу та сервісу, а саме: *аутсорсинг, бренд, лого, дедлайн, дистриб'ютор, інвестор, лізинг, маркетинг, нетворкінг, ноу-хау, піар, прайс-лист, стартап, ритейлер, реселлер, бестселлер, рейтинг, фідбек, шоу-рум, бекстейдж, тренд, тестер, лейбл.*

Дані неологізми відображають різні тематики, які можуть бути використані у сфері бізнесу та сервісу: професії, продукти, терміни тощо. За даними опитування можна побачити, що 26% респондентів використовують більш ніж 90% з наданих слів. У свою чергу 22,3% опитаних респондентів використовують від 70 до 90% даних слів, що так само становить значний відсоток використовування. Тож відсоток активного використання наданих слів (від 70%) становить 48,3%. Також цікаво відзначити, що 27,9% респондентів відповіли, що використовують менше 50% даних слів. Ймовірно, це пов'язано з тим, що ці слова трохи вибиваються за межі побутової лексики, оскільки частина слів може бути розцінена як складник професійної лексики. Однак подібні лексичні одиниці поступово проникають у побутову лексику. Це пов'язано з тим, що бізнес-лексика сьогодні переходить із розряду повністю професійної лексики в повсякденному, адже клієнт, споживач цих самих сервісів, також є частиною бізнес-процесу, а сучасний світ передбачає активне використання різних сервісів населенням.

Висновки і пропозиції. Під час розгляду історичних причин активації процесу активного запозичення англомовних неологізмів було визначено суттєвий вплив політичних та соціокультурних змін 80–90-х років XX століття на стан української лексики. Глобалізація українського бізнес-простору створила сприятливі умови для активізації процесу запозичень англомовних лексем. Як

було показано в статті, однією з найпоширеніших форм запозичення англомовних лексем у професійну бізнес-лексику стало пряме включення, яке є досить специфічною формою перекладу.

Окремо від професійної бізнес-лексики також проаналізовано рівень використання подібних неологізмів (з бізнес-сфери) серед населення. Було зроблено висновок, що бізнес-лексика частково перейшла в побутовий розряд, що викликано сучасними реаліями споживання різних сервісів і послуг. Український споживач став невід'ємною частиною бізнес-системи, і це значно збагатило його лексикон.

Проведений аналіз опитування ще раз доказав, що бізнес-лексика стає активно вживаною серед українців. Як правило, це лексика, що стосується поширених послуг та сервісів, наданих на ринку, а також найменування нових професій.

Список літератури:

1. Архипенко Л. М. Інтеграція новітніх англіцизмів у термінологію економічної галузі. *Молодий вчений.* 2019. № 2. С. 46–50.

2. Брабов Н. До питання перекладу англійських неологізмів. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2015. № 13. С. 170–177.

3. Гладка В. А. Поняття «неологізм» у світлі сучасних лінгвістичних парадигм. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2009. № 11. С. 170–177.

4. Погоріла А. І., Тимчук О. Т. Особливості перекладу неологізмів англійської мови. *Молодий вчений.* 2018. № 3.1. С. 143–146.

5. Про споживчу кооперацію : Закон України від 10.04.1992 р. № 2266-XII. Дата оновлення: 19.06.2020 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-12#Text (дата звернення: 15.11.2021).

6. Словник української мови. *Словник.Ua* – портал української мови та культури. URL: https://slovnyk.ua (дата звернення: 04.11.2021).

Hniedkova O. H., Vdodovich Ya. F. ENGLISH NEOLOGISMS IN BUSINESS SPHERE: TRANSLATION AND ADAPTATION

The article analyzes the concept of English neologism, as well as the author's definition of this concept. The article deals with English neologisms of modern Ukrainian business vocabulary, as well as the phenomenon of the modern Ukrainian business sphere: the process of its manifestation and historical aspects of its emergence and development, the process of borrowing English neologisms into Ukrainian business vocabulary, forms of translation of English neologisms. English neologisms of the Ukrainian business sphere are considered in the context of professional and everyday vocabulary. There is a description of the reasons for this division, as well as the forms of adaptation of English neologisms in both professional and everyday vocabulary. The article considers various forms of translation of English neologisms, as well as the most popular forms of translation of English neologisms in both professional business vocabulary and actively used (everyday) business vocabulary. It also explains the reasons for the transition of part of the business vocabulary in the form of household and actively used. In order to prove the active use of business vocabulary among Ukrainians, a sociological survey was conducted, which was conducted by 268 people of different ages, genders and levels of education to see a slice of social thinking on this topic. The survey included two questions on business topics: the first question concerned the names of professions, and the second question covered various tokens of business topics (business and service), which can be found in everyday life. The data of this survey showed a high level of use of borrowed English neologisms in the field of business among ordinary people, which allows us to draw conclusions about the active use of this type of vocabulary in everyday life, despite the fact that most of the business vocabulary is professional.

Key words: *neologism, anglicism, translation of neologisms, business vocabulary, sociological survey, borrowings.*