

**ПЕРЕКЛАД ФІНАНСОВОЇ І МАРКЕТИНГОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ
Й ПРОФЕСІЙНОГО ЖАРГОНУ
(НА МАТЕРІАЛІ КНИГИ МЕРІ ЧАЙЛДС «THE BOND KING»)**

Шевченко Д. О.

гр. ПЕРМ-1-22-1.4д

Київський Університет імені Бориса Грінченка

Наук. керівник – к.пед.н., доцент Меркулова С. І.

Фінансову та маркетингову сфери сьогодні важко уявити без багатослівної термінології та професійного жаргону. Ці мовні інструменти виступають не лише як засіб зручної комунікації серед фахівців цих галузей, але й як ключовий фактор в успіху бізнесу та фінансових операціях. Отже, головним завданням перекладача як фахівця є уміння передати складну термінологію в доступній формі для всіх зацікавлених сторін.

Метою дослідження є аналіз особливостей перекладу фінансової та маркетингової термінології, а також – професійного жаргону з англійської на українську мову на матеріалі книги Мері Чайлдс «*The Bond King*», біографії американського бізнесмена Білла Гроса. Переказуючи події його життя, створення фондової імперії та її втрату, Мері Чайлдс насичує історію відповідною термінологією для відтворення справжньої атмосфери бізнесу.

Відтак, переклад книги було ускладнено наявністю великої кількості фінансової та маркетингової термінології, що представляє собою виклик для перекладачів з кількох причин. По-перше, багато з цих термінів мають дуже конкретні і технічні значення, і їх точний переклад може бути надзвичайно важким завданням. Це підтверджено у дослідженні Анни Кронрод [2], яка наголошує на важливості семантики та конотацій у бізнес-термінах, оскільки ці аспекти мають суттєвий вплив на їхнє сприйняття в інших мовах і мають бути зрозумілими в контексті фінансів та маркетингу і відтворені для іншомовних представників за допомогою відповідних перекладацьких стратегій. Отже, фінансові терміни «exchange-traded fund», «stock ticker» чи «depository receipt», наявні в книзі, мають чітке значення – «фондова біржа», «біржовий тикер», «депозитарна розписка». Передача таких термінів українською мовою стала можливою завдяки застосуванню прийому усталеного еквіваленту [4], тобто пошуку існуючих термінів, які напряду відповідають англійським.

По-друге, складність перекладу полягає в тому, що багато фінансових та маркетингових термінів мають множинні варіанти вживання, в залежності від контексту. Наприклад, термін «market share» може мати різні переклади, в залежності від того, чи використовується він в контексті аналізу ринку, стратегій продажу чи рекламних кампаній. В контексті матеріалу цього дослідження, термін «market share» має значення «ринкова частка» – відсоток від загального обсягу продажів у галузі, створених певною компанією, і досягнення такого перекладу стало можливим не лише завдяки контекстуальному оточення терміну оригіналу, а також через застосування прийому усталеного еквіваленту [4] по причині того, що цей вираз має затверджений еквівалент в українській мові, який також широко використовується в українській фінансовій сфері.

Контекст важливий при перекладі фінансових та маркетингових термінів, оскільки він визначає точне значення та призначення терміну в конкретному тексті. Цей аспект перекладу допомагає уникнути спотворень і забезпечити адекватну передачу інформації. Він дозволяє враховувати особливості мовної ситуації, в якій використовується термін [1]. Наприклад, в контексті фінансового аналізу та звітності термін «revenue» може перекладатися як «оборот», але в контексті маркетингової стратегії – як «доходи».

Базуючись на матеріалі цього дослідження, термін «revenue» відповідає значенню «доходи», що зумовлене контекстуальним оточенням, в якому вживається цей термін. Під час перекладу, враховуючи вищезазначений аспект, використовується прийом конкретизації [4], так як англійське слово "revenue" поза контекстом може мати різноманітні значення в фінансовій, банківій чи маркетинговій сфері (наприклад: «виручка», «прибуток»).

Професійний фінансовий жаргон може бути особливо складним для перекладу, оскільки він включає в себе терміни та вирази, які є специфічними для фінансових ринків і операцій [5]. Наприклад, «bull market», «bear market», «going long», «short selling», «blue-chip stocks» та інші терміни мають свої унікальні значення та використовуються для опису різних аспектів інвестицій та фінансових стратегій, тому варіантами їхнього перекладу можуть бути – «бичачий ринок» (усталений еквівалент [4]); «ведмежий ринок» (усталений еквівалент [4]); «торгувати в довгу» (конкретизація [4]); «короткий продаж» (усталений еквівалент [4]); «акції синіх фішок» (усталений еквівалент [4]). Вибір прийомів перекладу вищезгаданих термінів зумовлений наявністю в українській фінансовій сфері прямих еквівалентів цих виразів, які активно вживаються в мовленні.

Професійний жаргон може також включати аббревіатури та акроніми [5], які регулярно використовуються у фінансовому середовищі, такі як «SEC» (The United States Securities and Exchange Commission), «CBOT» (Chicago Board of Trade) і багато інших. Під час перекладацької діяльності, трансформація цих аббревіатур має наступний вигляд: в контексті матеріалу дослідження використовувалась фраза «SEC rules» – «правила SEC». Доцільність зберігання аббревіатури оригіналу зумовлена відсутністю прямого еквіваленту в українській мові, тому під час перекладу використано прийом калькування [4], а структура виразу залишилась майже незмінною, при цьому одне слово з фрази «rules» було дослівно перекладене. Інша ситуація окреслена під час перекладу аббревіатури «CBOT», яку було трансформовано як «Чиказька Торгова Палата». В цьому випадку це є усталеним еквівалентом [4], оскільки термін є наявним в українській фінансовій термінології та є загальноприйнятим.

Підсумовуючи, аналіз та переклад фінансової та маркетингової термінології є важливим завданням, яке вимагає глибокого розуміння галузей та уважності до контексту. Професійний жаргон також є викликом під час перекладу. Подальші дослідження мають бути спрямовані на дослідження методів та стратегій перекладу для покращення якості та точності перекладів фінансової та маркетингової термінології. Також важливо акцентувати увагу на питанні впливу такого перекладу на ринковий успіх та сприйняття інформації у цих галузях.

Література:

1. Bowker, L. Terminology. In Mona Baker and Gabriella Saldanha (Eds.), *Routledge Encyclopedia of Translation Studies (3rd Edition)*. 2020. pp.579-580.
2. Kronrod, A. (2022). *Language Research in Marketing. Foundations and Trends in Marketing*, 16(3), 308–420. (Дата звернення: 08.10.2023) URL: https://www.researchgate.net/publication/359831158_Language_Research_in_Marketing
3. Mary Childs. *The Bond King: How One Man Made a Market, Built an Empire, and Lost It All*. New York: Flatiron Books. 2022. 336p.
4. Molina, L. & Hurtado Albir, A. (2002). *Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach*. *Meta*, 47(4). С. 498–512.
5. Sun, L. (2020). *A Study on the Translation of Financial English Terms in The Wolf of Wall Street from the Perspective of the Skopos Theory*. *B Journal Name*, Vol. 10, No. 10, с. 1293-1298. URL: <https://www.academypublication.com/issues2/tpls/vol10/10/16.pdf> (Дата звернення: 06.10.2023)