

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЗАГОЛОВКІВ ЕКОНОМІЧНИХ СТАТЕЙ (НА ПРИКЛАДІ ЯПОНСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ)**

*Статтю присвячено особливостям та складним випадкам перекладів заголовків економічних статей з японської на українську мову та з української на японську. Висвітлюються характерні особливості заголовків економічних газет японською мовою.*

**Ключові слова:** економічна термінологія, заголовки, економічні статті, ідіоматичні вислови.

Розвиток українсько-японських відносин зумовлює виникнення нових вимог до перекладів з японської на українську мову та навпаки. Газетні та журнальні статті є актуальним матеріалом для перекладу, а отже і розгляд особливостей та складних випадків такого перекладу можна назвати актуальною темою для статті. Новизна цієї статті полягає у тому, що до особливостей наукового та офіційно-ділового мовлення можна віднести те, що крім загальноживаної лексики, у ньому широко використовуються терміни. Терміни – це слова, словосполучення, які називають предмети, явища, дії, поняття з певної галузі суспільного життя і дають їм точне визначення. [Козлюк В.О., с. 1]

Економічні терміни – це слова, що функціонують в економічній сфері суспільства і утворюють термінологічне поле економіки як науки. На сьогодні економічні терміни широко використовуються не лише тими, хто здобуває економічну спеціальність чи працює в економічній сфері, а й тими, хто активно цікавиться подіями у сучасному світі. Багато термінів використовуються у газетах, журналах, сюжетах телевізійних новин, які розраховані на пересічного громадянина.

Економічні статті з японської мови перекладаються багатьма мовами світу. Для того, щоб передати зміст таких статей українською мовою, необхідно враховувати особливості економічної лексики, які притаманні українській мові.

Становлення української економічної термінології відбулося у XVI-XVIII ст., коли була вироблена термінологія фінансово-економічної сфери, у цей же час починається засвоєння українською мовою іншомовних економічних термінів. Інтенсивне формування економічної термінології припадає на XIX ст. Зокрема, великий внесок до формування економічної термінології української мови зробив Іван Франко, адже саме в його роботах закріпилися такі терміни, як податки, промисел, ціна, вартість, доход, капітал, дивіденд, конкуренція, обмін, продаж, бухгалтерія, промисловий капітал [Чорновол 2004].

У сучасній періодичній пресі виділяється дві основні групи термінолексем. Терміни, які використовуються у прямому значенні (номінативно-дефінітивна функція), і терміни, які використовуються у переносному значенні, набуваючи емоційно-експресивного забарвлення (метафоричне перенесення в різних групах лексики та поєднання спеціальної одиниці з конотативно забарвленими компонентами).

У випадку, коли публікація призначена для широкого кола читачів, мета тексту активно втручатися у життя, здійснювати вплив на реальні події. Щоб здійснювати такий вплив, необхідною умовою є розуміння читачем спеціальної лексики, використаної у статті. Без розуміння реципієнтом комунікативного ефекту не буде досягнуто. Ось чому іноді пояснення суті терміну є необхідним елементом комунікації. Дійсно, під час перекладу економічних статей з японської на українську мову іноді необхідним є пояснення терміну, оскільки певне поняття може мало вживатися в одній з мов, або взагалі не мати перекладацького еквіваленту. Наприклад, широко використовуване в українській пресі слово «люстрація» не має еквіваленту в японській мові, а японський термін *アベノミクス* буде незрозумілим українським читачам без пояснення.

Під час перекладу сталих або ідіоматичних виразів засобами перекладача можуть стати неповні еквіваленти, подібні, близькі за значенням ідіоматичні вирази або описовий переклад [Ярова 2009, с. 22].

Наприклад, для перекладу слову «стаття на комерційні рейки», який часто зустрічається в українських виданнях, найкраще підійшов би описовий переклад на японську мову словом *商業化する*, яке буквально може бути перекладене як «стаття комерційним».

З іншого боку, вислів «вдарити по гаманцю», який має значення «спричинити збитки», не має ідіоматичного еквіваленту, який би широко використовувався в японських газетах, тому під час перекладу можна використовувати описовий еквівалент *経済損失をもたらす* («спричинити економічні збитки»).

Проте, для перекладу заголовків статей з японської мови необхідно брати до уваги не лише особливості економічної лексики, а й особливості формування заголовків японських статей. За словами Ногучі Такако, заголовок – це дуже лаконічно переданий конспект самої статті (*新聞の見出しは、「最も的確・簡潔に要約された記事」* [Noguchi, p. 94]).

Вважається, що до особливостей заголовків статей японською мовою можна віднести наступне: використання речень, які закінчуються на іменники та відмінкові частки (*名詞止め、助詞止め*); частотне використання іменників та відносно невелика кількість дієслів; безсполучниковість речень у випадку, коли в назві є більше, ніж одне речення; відсутність граматичних показників часу дії; використання ідіоматичних висловів та гри слів у заголовках. Також у назвах статей нерідко можуть використовуватися аббревіатури або скорочення, які часто потребують не лише перекладу, а й пояснення.

Заголовки українських газет дещо відрізняються від японських. За заголовками в українських виданнях не завжди можна легко передбачити зміст статті (на відміну від японських); у заголовках можуть використовуватися показники часу (в японських же заголовках не завжди зрозуміло, чи дія відбулася, чи тільки має відбутися). До спільних рис можна віднести те, що в українських заголовках теж використовується багато аббревіатур, гра слів, сталі ідіоматичні вирази.

Наприклад, під час перекладу заголовку статті *「金融庁が大証に報告命令 デリバティブ取引中継問題」* (MSN産経ニュース) можуть виникнути труднощі із скороченням *大証*, яке є скороченням назви *株式会社大阪証券取引所*. Ми пропонуємо

такий переклад: «Агентство фінансових послуг повідомляє Осацьську біржу цінних паперів про проблему транзакцій із похідними фінансовими інструментами».

При перекладі заголовку 「グリコ増税で自販機のアイスを値上げ」(MSN産経ニュース), необхідно знати, що 自販機 – це скорочення від自動販売機, а グリコ – це назва компанії-виробника солодоців (відома карамель «Гліко») та соломка у шоколаді під назвою «Rocky»). Наш варіант перекладу: «Підвищення цін на товари виробника солодоців «Гліко» в автоматах з морозивом через підвищення податків».

У заголовку 「韓国は「北朝鮮」より「アベノミクス」が恐い。。。」「円安・ヴォン高」で塗炭の苦しみか」(MSN産経ニュース) складними елементами для перекладу є вислів 塗炭の苦しみ, який позначає незгоди, втрати і поняття та неологізм アベノミクス, який означає політичний курс у сфері економіки, запроваджений урядом прем'єр-міністра Японії Шіндзо Абе. Ми пропонуємо переклад: «Страх перед абеномією у Південній Кореї більше, ніж у Північній... Проблеми через знецінення японської єни відносно південнокорейської вони».

У заголовку 「京銀、長岡支店をCO2排出ゼロに 最先端の省エネ技術を導入」(MSN産経ニュース) використовується скорочення 京銀, яке позначає 京都銀行. Наш варіант перекладу: «Відділення Кіотського банку у місті Нагаока зведе до нуля викиди CO<sub>2</sub>. Запровадження найсучасніших технологій у сфері економії енергії».

У випадку перекладу заголовків статей з української мови використання ідіом, гри слів, метафор, безеквівалентної лексики теж стає неабиякою перешкодою для перекладача. До простих заголовків можна віднести такі.

«Ефект бумеранга» [Газета «День», 13.03.2014], який можна перекласти, як 「ブーメラン効果」.

«Агрохолдинги хочуть урізати» [Газета «День», 13.03.2014], який може бути перекладеним, як 「アグロホールディング、カットされる見込み」.

«Фінансовий хаос на тлі економічного колапсу» [Газета «День», 12.03.2014], що може перекладатися японською мовою, як 「経済危機を背景に、金融市場の混乱」.

«Енергоемність української економіки зменшується» [Газета «День», 11.02.2014]. ウクライナ経済における。。。エネルギー消費量の減少.

До складних випадків перекладу заголовків статей можна віднести наведені нижче, оскільки вони містять ідіоматичні вислови, гру слів, суто українські реалії.

«Так солодко, що цукру вже не треба» [Газета «День», 12.02.14]. У статті йдеться про те, що за 2013 рік кількість виробленого цукру зменшилася вдвічі, проте вироблений обсяг є цілком достатнім для споживачів внутрішнього ринку, тому ціни на товар поки залишаться без змін. Відповідно до змісту статті адекватним варіантом перекладу її заголовку можна вважати резюмовану суть статті. Наприклад: 「ウクライナ、砂糖の値段はそのまま」. Також у якості варіанту для заголовку ми пропонуємо 砂糖の味わい.

У статті «Торгове «вікно» у Європу відкрито» [Газета «День», 13.03.2014] розповідається про підтримку України Європейськими країнами та поступовий перехід на європейські стандарти. Також згадується про можливість спрощення процедури перетину кордону в Європу для українських товарів. Оскільки в російській та україн-

ській мові ми досить часто використовується вислів «вікно в Європу», для російськомовних та україномовних читачів буде без пояснень зрозуміло, яке саме вікно має на увазі автор статті. Але для розуміння суті статті під час перекладу та прочитання матеріалу японською мовою, ми пропонуємо варіант перекладу ヨーロッパへの道のり.

Одним із аргументів на користь саме такого перекладу може слугувати те, що словом 道のり не позначають близьку відстань, тривалість. (道のりは、普通、物理的、心理的非常に短い距離の事柄には使われない [goo辞書]).

У статті «Труба кличе» [Газета «День», 18.03.2014] мова йде про стан української енергетики, зобов'язання уряду перед газовими та нафтогазовими компаніями, прогнози експертів щодо сплачування Україною газової заборгованості. Слово «труба», яке в усіх асоціюється із газовою трубою використовується у сталому вислові «труба кличе», який позначає проблему, яку негайно треба вирішувати. У цьому випадку ми вважаємо доцільним перекласти описово, передаючи головний зміст статті, наприклад: 「ウクライナが滞納するガス代金」. В японській мові існує вислів 警笛を鳴らす, який означає «вмикати сирену, попереджувальний дзвінок; дмухати у свисток», оскільки і труба, і свисток – це музичні інструменти, а ідіоми в обох мовах, до яких вони входять, позначають «давати попереджувальний сигнал», то ми вважаємо доцільним додати до назви: ガスプロム、警笛を鳴らす.

У статті із назвою «Борщовий набір подорожчає» [Газета «День», 07.02.2014] йдеться не про борщ, як можуть зрозуміти читачі, якщо буквально перекласти назву японською мовою, а про те, що ціни на українську продукцію залишаються незмінними, а ціни на імпортовані товари будуть зростати. Наприклад, м'ясо та молоко не подужчають (хоча вітчизняні овочі та цибуля можуть), а імпортовані цитрусові, алкоголь, риба можуть зрости у ціні. Назву цієї статті, ми вважаємо, доцільно перекладати 「ウクライナ製品、価格はそのまま」.

Отже, спробувавши перекладати заголовки економічних статей з японської на українську мову та навпаки, ми переконалися, що під час перекладу слід брати до уваги особливості написання заголовків, які вже існують у різних мовах, варто ретельно читати статтю, зважати на ідіюстиль автора. Під час перекладу заголовків статей економічного характеру ми виявили, що важливим елементом є адекватний переклад економічної лексики, що є досить проблематичним через відсутність по-сібників із перекладу економічної лексики з японської на українську мову. До складнощів перекладу заголовків з української мови на японську можна віднести те, що в україномовних виданнях, на протипагу японським статтям, досить часто використовуються розмовні вирази.

#### Список використаних джерел:

1. «День» [Електронний ресурс]: режим доступу до газети: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/ekonomika>
2. Козлюк В. О. Історія становлення української економічної термінології [Електронний ресурс]: Філологічні науки/8. Рідна мова і література. / В. О. Козлюк. – Режим доступу до статті: [http://www.rusnauka.com/10\\_NPE\\_2010/Philologia/62350.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Philologia/62350.doc.htm)

3. Чорновол Г. В. Новітня економічна термінологія та її стилістичне вживання в сучасній українській мові (на матеріалі періодичних видань) : автореф. дис. канд. філол. наук. : 10.02.01 НАН України. Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні / Чорновол Г. В. – К., 2004. – 23 стор.

4. Ярова Г. Г. The ONE: Навчальний посібник з усного та письмового перекладу для студентів старших курсів вищих навчальних закладів. – Київ : Логос, 2009. – 283 с.

5. 経済用語基礎辞典 [Електронний ресурс] – режим доступу до словника: <http://www.lkeizai.net/>

6. MSN産経ニュースWEST [Електронний ресурс] – режим доступу до електронного видання: <http://sankei.jp.msn.com/west/west.htm>

7. 野口崇子 「見出し」の“文法”解説への手引と著問題 [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IXKeFlr2csUJ:dspace.wul.waseda.ac.jp/dspace/bitstream/2065/3385/1/30283\\_a.pdf+&cd=2&hl=uk&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IXKeFlr2csUJ:dspace.wul.waseda.ac.jp/dspace/bitstream/2065/3385/1/30283_a.pdf+&cd=2&hl=uk&ct=clnk&gl=ua)

**О. Кулиш**

Киевский национальный университет  
имени Тараса Шевченко, Киев

### **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ЯПОНСКОГО И УКРАИНСКОГО ЯЗЫКА)**

*Статья посвящена особенностям и сложным случаям перевода заголовков экономических статей с японского на украинский язык и с украинского на японский язык. В статье описаны особенности заголовков экономических газет на японском языке.*

**Ключевые слова:** экономическая терминология, заголовки, экономические статьи, идиоматические выражения.

クリシ・オクサナ

タラス・シェフチェンコ記念キエフ国立大学

### **経済新聞の見出しの翻訳の特徴について (日本語・ウクライナ語の用例から)**

経済記事の見出しを日本語からウクライナ語に翻訳する場合、注意すべきポイントについての記事である。日本語の見出しの構成、形式、特徴についての記事である。

キーワード：経済用語、見出し、経済記事、慣用表現