

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ В СИСТЕМІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

© Конівіцька Т. Я., 2016 р.

У статті розглянуто функціонування фразеологічних одиниць в українській фінансово-економічній терміносистемі, зосереджено увагу на проблемі їхнього визначання, проаналізовано особливості власне термінів-фразеологізмів на матеріалі «Фінансово-економічного словника», подано семантичні відношення й типи досліджуваних одиниць.

Ключові слова: українська мова, фінансово-економічна термінологія, фразеологізація, терміни-фразеологізми, ідіоматичні терміни, семантичні типи.

In the article there are highlighted functioning of phraseological units in Ukrainian terminological system of Finance and Economics. The author focuses on the problem of their definition. The article highlights the peculiarities of the phraseological units with terminological meaning in the dictionary of Finance and Economic. The author presents the semantic types of the researched lexical units.

Keywords: Ukrainian language, terminological system of Finance and Economics, phraseologisation, phraseological unit with terminological meaning, idiomatic terms, semantic types.

Одним із найбільш ірраціональних процесів творення термінів є явище фразеологізації сполук у професійній мові різних галузей. Взаємозв'язок термінології і фразеології є об'єктом вивчення багатьох мовознавців, зокрема фразеологізацію термінів англійської мови різних галузей досліджували К. В. Житнікова, О. А. Шиленко, роль термінів-фразем у фаховій мові економіки – Ю. П. Продан.

Останнім часом у мовознавстві вживають декілька термінів на позначення цих одиниць. Наприклад, О. Шиленко, вивчаючи фразеологізацію в англійській фаховій мові, такі одиниці називає *фразеотермінами* й визначає, що це «стійкі образні словосполуки, які складаються з двох або більше слів і постійно відтворюються в мові та мовленні фахівців різних галузей науки і техніки у вигляді фіксованої конструкції з властивими їй лексичним складом і значенням та належать до відповідних терміносистем» [4, с. 228]. Ю. Продан послуговується терміном *термін-фразема*, і в її розумінні це «стійке словосполучення, яке, крім основного номінативного значення, має ідіоматичне (фразеологічне) значення, належить до певної терміносистеми й мови професійного спілкування» [3, с. 119]. К. Житнікова досліджуючи *терміни-фразеологізми*, вважає, що в терміносистемі менеджменту й маркетингу є власне терміни, тобто терміни-фразеологізми, які мають статус одиниць мови й зафіксовані у словниках, та оказіональні терміни-фразеологізми – мають статус одиниць мовлення, не зафіксовані у словниках [2, с. 6].

Проте, незважаючи на значну кількість досліджень, процес осмислення фразеологізації залишається нині цілком актуальним, надто для української термінології, а вивчення особливостей фразеологічних одиниць, зокрема термінів-фразеологізмів у словниках фінансово-економічної терміносистеми, потребує глибшого аналізування.

Мета статті – дослідити семантичні відношення й типи термінів-фразеологізмів в українській фінансово-економічній терміносистемі, визначити їхні особливості функціонування, опрацювавши словниковий склад «Фінансово-економічного словника» А. Г. Загороднього й Г. Л. Вознюка [1].

Нині маємо тенденцію до збільшення фразеологічних одиниць не тільки в щоденному спілкуванні чи публіцистиці, але і в українській фінансово-економічній терміносистемі – професійному використанні та унормуванні їх у термінологічних словниках економічного фаху.

Відповідно до критерію семантичної неподільності термінів-фразеологізмів, який у своїй роботі застосовує К. Житнікова, вивчаючи семантичні та прагматичні особливості фразеологічних одиниць в англомовній терміносистемі менеджменту й маркетингу, їх поділяють на **семантично непрозорі** терміни-фразеологізми, **семантично частково прозорі** та **семантично прозорі** терміни-фразеологізми [2, с. 8], тобто фразеологічні зрощення (ідіоми), єдності і сполуки. Ця класифікація є актуальною для аналізування української фінансово-економічної термінології, оскільки в словниках подано різноманітні за рівнем прозорості терміни-фразеологізми.

Терміни-фразеологізми, значення яких невмотивовано, тобто воно не випливає зі значення їхніх компонентів, є семантично неподільними. Класифікуючи терміни фінансово-економічного словника, **семантично непрозорими** термінами-фразеологізмами (фразеологічними зрощеннями) можна вважати такі: **білий слон** – біржова угода, за якою витрати безсумнівно перевищують потенційно можливий (очікуваний) прибуток від неї; **голубі фішки** – акції найбільш прибуткових і стабільних підприємств; **почесні гості** – іронічна назва дорогих біржових товарів, на які тривалий час нема попиту, але їх настирливо виставляють на продаж; **повітряна кулька** – принцип кредитування, за яким кожна чергова сума повернення основного боргу чи сплати відсотків за кредит перевищує попередню; **завань податкова** – невелика держава, острівна територія, що провадить політику залучання позикових капіталів з-за кордону через надання на своїй території податкових чи інших пільг; **спостерігач за акулами** – фірма, що спеціалізується на запобіганні спробам поглинання іншими компаніями компанії клієнта, а також на аналізі торгівлі її акціями; **гроші «гарячі»** – тимчасово вільні кошти (банків, юридичних і фізичних осіб), що стихійно переміщуються з однієї країни в іншу з метою збереження вартості чи отримання спекулятивних доходів; **дно випало** – ситуація на ринку, коли ціна минула рівень підтримки і починає падати; **дно кам'яне** – рівень, нижче за який ціна не буде падати, **угода джентльменська** – договір між підприємствами в усній формі тощо. Ці терміни є найменшою групою, але все-таки заслуговують на окрему увагу, оскільки є найцікавішими і з погляду творення, і в значеннєвому наповненні.

Семантично частково прозорих термінів-фразеологізмів (фразеологічні єдності), значення яких умотивовує значенням їхніх компонентів, у фінансово-економічному словнику є значно більше: **втеча від грошей** – намагання власників паперових грошей, купівельна спроможність яких знижується, позбутися їх шляхом якнайшвидшого придбання реальних цінностей; **голод грошовий** – один із виявів надмірного знецінення грошей на стадії гіперінфляції; **канікули податкові** – певний період часу, на який платника податків звільняють від сплати одного чи декількох податків; **гроші «довгі»** – довготермінові кредити; **гроші «короткі»** – короткотермінові кредити; **гроші пластикові** – гроші у формі пластикових карток, які є платіжними засобами.

Фразеологічні сполуки, які не є семантичними єдностями, тобто їхнє значення виокремлено чіткіше (**семантично прозорі терміни-фразеологізми**), найчастіше використовують у повсякденному мовленні економіста, і їх найбільше зафіксовано в економічних словниках: *інвестиційний лист, цінні папери, митне законодавство, закон єдиної ціни*.

Як і більшість галузевих терміносистем, економічна термінологія існує не ізольовано, тому в фінансово-економічному словнику зафіксовано такі запозичені ідіоматичні терміни з інших наук (*повітряна яма, шокова терапія*), а також із народного мовлення (*спляча красуня, ведмежі обійми, жирний кіт*).

Терміни-фразеологізми у фінансово-економічному словнику є моносемантичними, адже ознакою терміна є тенденція до однозначності в межах свого термінологічного поля. Багатозначність є рідкісним випадком, наприклад, **депо збитків** має два значення: 1) *фонди, створювані страховими організаціями для майбутніх виплат страхового відшкодування або страхових сум за вже заявленими їм, але ще не оплаченими страховими випадками*; 2) *фонди, створювані згідно з пере-*

страхувальними договорами; **ножиці цін** – 1) порушення співвідношень цін на окремі групи товарів; 2) різниця поміж ціною купівлі і ціною продажу фінансових інструментів. Це небажане явище в термінології, бо може призвести до непорозумінь.

На особливу увагу заслуговує питання синонімії термінів-фразеологізмів, яка також не є бажаною в термінології будь-якої галузі, але уникнути її неможливо. Проаналізувавши синонімію термінів-фразеологізмів фінансово-економічного словника, можна скласифікувати їх у дві групи: 1) два синонімічних терміни-фразеологізми (ідіоми); 2) термін-фразеологізм синонімічний зі звичайною термінологічною словосполучкою. Ці терміни-фразеологізми є абсолютними синоніми, оскільки мають різні назви, описуючи одне поняття, явище або дію.

До першої групи, де синонімічними є обидва ідіоматичних терміни, належать такі: *акції з «блакитними корінцями»/«голубі фішки», вексель «бронзовий»/вексель дружній, голосуюча акція/акція з правом голосу, капітал блукаючий/гроші «гарячі», прання грошей/відмивання грошей, система «канбан»/«точно в термін».*

До другої групи, де терміни-ідіоми мають синоніми серед звичайних термінів-словосполук, належать такі: *картка платіжна наперед оплачена* має відповідний синонім термін-фразеологізм *гаманець електронний*; *зона офшорна – податкове сховище*; *голий опціон – опціон без покриття*.

Явище антонімії також маємо серед термінів-фразеологізмів, оскільки в економічній термінології функціонує чимала кількість термінів-словосполук із протиставленими значеннями. Тут можна вирізнити дві групи: антонімічність значення та антонімічність компонентів. Наприклад, не можна, не знаючи значення фразеологізмів «час бика» і «час ведмедя», уважати їх антонімами. Антонімічність виявляється у визначенні таких ідіом: **час бика** – *цей вислів використовують у контексті «настав час бика» й означає стійке підвищення курсової вартості біржового товару / час ведмедя* – *цей вислів використовують у контексті «настав час ведмедя» й означає стійке зниження курсової вартості біржового товару; ринок «биків»* – *період підвищення фондової кон'юнктури, коли додаткові вигоди отримують біржові спекулянти – «бики» / ринок «ведмедів»* – *період зниження фондової кон'юнктури, коли додаткові вигоди отримують біржові спекулянти – «ведмеді»; спред «бика»* – *опційна стратегія, що полягає в такій комбінації купівлі та продажу опціонів, яка приносить прибуток у разі зростання ринкової кон'юнктури / спред «ведмедя»* – *опційна стратегія, яку використовують у разі зниження ринкової кон'юнктури.*

Термінами-фразеологізмами, протилежність яких виражено не тільки в їхньому визначенні, але і в одному із компонентів, можна вважати такі: **вершина – дно** (*подвійна вершина – термін технічного аналізу, який використовують тоді, коли ціна за короткий час двічі досягла високого рівня, а після цього повернулася до попереднього значення / подвійне дно – термін технічного аналізу для позначання на графіку ситуації, за якої ціна за короткий термін двічі опустилася до низького рівня, а потім піднялася до попереднього значення*); **дорогий – дешевий** (*політика «дешевих» грошей – політика уряду та центрального банку, спрямована на розширення банківського кредиту через зниження ставок відсотка за кредит / політика «дорогих» грошей – здійснювана урядом та центральним банком політика, скерована на скорочення обсягу грошової маси в країні*).

У процесі розвитку термінології невідворотною є взаємодія з іншими стилями мовлення, насамперед розмовним, де основою є загальнонародна мова, і тому все більше з'являються стилістично забарвлені терміни. У розмовному та в публіцистичному стилях професійні жаргонізми вживані часто, та все більше ми їх маємо і в словниках, оскільки вони набувають термінологічного значення: *вал, бики (буйволи), ведмеді, вівця*. Терміни-словосполучки з жаргону економістів набувають фразеологічного значення, їх дедалі більше використовують в економіці і фіксують у словниках. Найбільша група таких термінів має у своєму складі назви тварин: *жирний кіт* (це фінансова фірма, що отримує надприбутки і збагачується – «жиріє»); *змія валютна* (системою погоджених курсів валют європейських держав); *наліт ведмедів* (тобто гуртових торговців). Серед них також: *білий слон, ринок «биків», спред «бика», спред «ведмедя», спред «метелик», час «бика», час «ведмедя», ведмежі*

обійми, гроші «мавпячі». Ці професійні жаргонізми надають процесу спілкування атмосфери невимушеності, іронічності.

Способом метафоризації утворилися терміни-фразеологізми з назвами кольорів. Найпоширенішим є колір золотий, який переважно має метафоричне значення найширшого використання, вирішального голосу або найбільшого впливу: *акція золота, картка золота, ліцензія золота, облігація золота, сертифікат золотий*; рідше асоціюється із самим золотом: *аукціон золотий* – продаж золота з публічних (прилюдних) торгів, *фіксинг золотий* – щоденна фіксація ринкової ціни золота. Чорний колір асоціюється з атрибутами тіньової економіки: економічні відносини з порушенням чинного законодавства – *ринок «чорний»*, нетрадиційним способом проникнення – *ресстрація «з чорного ходу»*, незаконне зберігання й використання коштів – *каса чорна*, неофіційний курс обміну валюти – *курс чорний*. Є і протиставлення кольорів: *білий лицар – чорний лицар*. Також близьким є фразеологізм *ринок «сірий»*, що означає незрегульований ринок.

Рідше трапляються інші кольори, які виражають певні асоціації: *умова червона* називають від червоної позначки на акредитиві – «червоного» застереження; зелений колір (*зелена карта, кредит вічнозелений*) асоціюється з необмеженістю у діях. Фразеологізм «*блакитні фішки*» має варіант «*голубі фішки*» у зв'язку з тим, що його запозичено з англійської мови (*blue chips*), а сучасна англійська мова не розрізняє блакитного й синього кольорів і обидва позначає кольором *blue*. *Білий слон* позначає операцію, коли витрати свідомо перевищують очікуваний прибуток, і також запозичений з англійської мови (*white elephant*) та окреслює щось надзвичайно дороге, але непрактичне й безглузде. В українському варіанті – «*валіза без ручки*».

Висновки:

1) системний аналіз української фінансово-економічної термінології показує, що терміни-фразеологізми функціують в економічній терміносистемі у значній кількості й дедалі більше ідіоматичних термінів автори віднаходять у словниках, надаючи їм термінологічного значення;

2) фінансово-економічна терміносистема функціює не ізольовано, а активно використовує фразеологічні набуток з інших галузей та народного мовлення, а також спосіб метафоризації;

3) дедалі частіше у фінансово-економічній царині використовують фразеологізовані терміни-жаргонізми, які надають процесові спілкування певної невимушеності, іронічності;

4) серед фразеологічних терміносполук можна спостерігати явище синонімії та антонімії, що надає текстові відповідної стилістичної забарви, якої також надають терміни-фразеологізми з назвами кольорів, утворені способом метафоризації.

1. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Л. : Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 844 с. 2. Житнікова К. В. Фразеологічні одиниці в англійській терміносистемі менеджменту та маркетингу : семантико-прагматичний аспект (на матеріалі часопису «*Journal of World Business*») : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.04 / К. В. Житнікова. – К., 2008. – 22 с. 3. Продан Ю. П. Поняття «термін-фразема» у лінгвістиці / Ю. П. Продан // Термінологічний вісник : зб. наук. пр. – К. : Інститут української мови НАНУ, 2013. – Вип. 2(1). – С. 116–121. 4. Шиленко О. А. Фразеологізація в англійській фаховій мові економіки / О. А. Шиленко // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. Івана Франка : наук. часопис. – 2010. – Вип. 49. – С. 228–231.