УДК 800.866+802.0

ТЕРМИНОЛОГИЯ ДЕЛОВОЙ СФЕРЫ ОБЩЕНИЯ

Наумова Н.Г., ассистент

Запорожский государственный университет

На современном этапе развития международных отношений, в условиях Единой Европы, культурной и экономической интеграции, создания совместных предприятий наблюдается постоянное возрастание значения деловой сферы общения.

Анализ тематики словарей и справочников, изданных в конце 80-х - середине 90-х годов, показывает, что связанные с деловой сферой общения лексико-семантические средства составляют довольно большую часть, причём их число значительно возросло за последние годы.

Деловая лексика и фразеология уступает в количественном отношении лишь научно-технической терминологии, однако последняя, как известно, во многих случаях не может быть отделена от сферы экономики и бизнеса.

Увеличение объёма словарного состава и расширение сферы его функционирования свидетельствует о возрастании роли экономической жизни в современном мире, в условиях экономического строительства и переустройства, осуществляемого во многих странах, делая данную лексико-семантическую систему объектом пристального изучения.

При рассмотрении лексико-семантических средств деловой сферы общения, функционирующих в области экономики многих стран, целесообразно использовать термин “язык делового общения”. Место объекта нашего рассмотрения в системе функциональных стилей определяется как подстиль делового общения в рамках официально-делового стиля.

Избранный подход для анализа терминологии деловой сферы общения позволяет рассмотреть богатый языковой материал в системе функциональных стилей в русле коммуникативной модели описания языка.

Язык подстиля делового общения неоднороден, что связано с разноплановостью отражаемых им аспектов и стилистической градацией лексики. Вся лексика подстиля делового общения образует целостную систему, при изучении которой на первый план выдвигаются слова как самостоятельные языковые единицы, функционирующие в высказываниях в процессе коммуникации, и основные наиболее характерные связи их значений, выявляющиеся в словосочетаниях и деривации слов. В лексико-семантической системе подстиля делового общения выделяются общеупотребительный, общенаучный и терминологический пласты.

Под терминологическим пластом понимается совокупность слов и выражений, выступающих в качестве терминологического обозначения понятий целевого общения. Термины по своей природе динамичны, поскольку динамична сама экономика, важно знать закономерности развития и структуры метаязыка её описания, и, следовательно, динамику функционирования её терминологии.

Терминология подстиля делового общения, включающая специализированные понятия, представляет собой совокупность терминосистем, обслуживающих лексико-тематические группы данного подстиля, которые, являясь её составной частью, образуют микросистемы. Сфера употребления терминологических микросистем более ограничена. Как известно, лексику с ограниченной сферой употребления, относящуюся к определённым отраслям общественной деятельности, называют отраслевой лексикой.

Чем уже и специализированней тема, тем значительнее отличия лексико-семантических групп в пределах данного тематического поля слов от обычных лексических единиц двуязычного словаря, где представляется внеконтекстный. внетематический набор эквивалентов-значений данного слова.

Дальнейшее рассмотрение внутренней организации терминосистем, обслуживающих различные сегменты подстиля, не без основания позволяет констатировать наличие ряда тематических групп. Под тематической группой подразумевается группа терминов, которые вычленяются из отраслевой лексики на основании их семантической общности и которым присуща некоторая общность морфологической и словообразовательной структуры.

Тематический срез терминологии подстиля делового общения отличается многоплановостью и разнородностью, охватывая следующие лексико-тематические группы:

- теоретические аспекты экономической деятельност (микро- и макроэкономика);
- менеджмент, административные вопросы, организация работы в офисе;
- банковское и биржевое дело, финансы, бухгалтерский учёт, налогообложение, страхование;
- торговля - внешняя и внутренняя, розничная и оптовая, экспортно-импортные операции;
- компьютеры, средства деловой коммуникации;
- маркетинг, реклама, продвижение и распространение товаров и услуг;
- правовые аспекты международного сотрудничества и предпринимательской деятельности.

Тематическая классификация по отраслевому признаку позволяет провести более узкую и специфическую сегментацию, выделив терминологию

- промышленности,

- производственных отношений,

- сельского хозяйства,

- строительства,

- контроля качества,

- транспорта.

- сферы услуг (гостиничное дело, туризм, коммунальное хозяйство, общественное питание).

Выделенные тематические сегменты, основу каждого из которых составляет специальная терминология, связаны между собой взаимопроникающими понятиями из общеупотребительного и общетерминологического пластов.

Таким образом обозначаются все виды понятий и, поэтому, можно сказать, что в языке делового общения фигурируют все три основных номинативных класса - имена нарицательные, обозначающие общие понятия: имена собственные, обозначающие индивидуальные понятия и номенклатурные единицы, обозначающие частные понятия.

При всех ограничениях, которые накладываются на термины, анализ показывает, что в роли термина может выступать любое слово, как бы тривиально оно не было. Специфика терминов как лексических единиц состоит в их особом функционировании в рамках языка делового общения.

Как правило, терминологичность подстиля делового общения носит прозрачный и незакрытый характер, доступный для говорящего субъекта и его адресата. Отличительная черта подстиля — его динамичность, постоянное пополнение и формирование новой лексики за счёт лексических заимствований из других языков, структурно-семантическое или семантическое калькирование, миграция терминов и полутерминов из одного лексико-семантического пласта в другой.

При миграции лексических единиц в рамках лингвистических парадигм для закрепления нового понятия используется слово общелитературного языка, меняющее старое значение, но сохраняющее при этом грамматическую и фонетическую форму, наряду с метафорическим переосмыслением.

Процессы миграции, заимствования или образование терминов-соответствий для заимствования являются основными источниками обогащения терминов делового общения.

Среди семантических процессов превалирует универсальный процесс создания терминов сужением значения, его специализацией. Это приводит к созданию семантических неологизмов за счёт изменения значения существующих слов:

Niche,n - *прибыльный рынок сбыта,*

adj *- с ориентировкой на определённый рынок,*

focus,v – специализироваться на чём-либо (о деятельности фирмы, компании),

get - together,n - слияние фирм, компаний.

Целая серия терминов появилась благодаря метафорическому переосмыслению качественных прилагательных, обозначающих цвет или материал: **black, green, golden, grey, while.**

black market, black economy - подпольная экономика, доходы от которой не заявляются в налоговых декларациях,

black-list - список несостоятельных должников,

greenmail,v - шантажировать какую-либо компанию путём скупки её акций,

greenmail,n - экономический шантаж,

grey economy - коммерческая деятельность, не отражаемая в официальной статистике,

grey market - торговля акциями какой-либо компании до их официальной регистрации на бирже.

В ряде случаев метафорическому переносу подвергались термины различных областей, т.е. происходил процесс перетерминологизации: life, boat, meltdown,coalface, soft landing, poison pill, to bottom-line.

Несмотря на довольно большой процент слов, заимствованных ещё в период становления подстиля делового общения, в последние годы заимствования из других языков составляют не более 2,5%. Это свидетельствует о том, что современный английский язык обладает в достаточной мере собственными языковыми ресурсами, многие из которых были в свое время взяты из других языковых систем для адекватного отражения изменений в данной сфере общения.

Между исконными и заимствованными лексическими единицами могут возникать синонимические связи, на основе которых образуются синонимические пары и группы, отличающиеся высокой словообразовательной продуктивностью: *businessman - entrepreneur - undertaker; bookkeeping - accounting; customer - client; merchant - saler -trademan; transportation - shipment- delivery; negotiation - talks - discussion.*

Антонимические ряды, особенно на уровне стилистических парадигм, в отраслевых лексических системах по сравнению с синонимическими - явление довольно редкое.

Динамичность и большая диффузность функционирования терминологического пласта подстиля делового общения объясняет результативность процесса возникновения и активного применения синонимов к точным терминам.

Речь идёт о профессиональных жаргонизмах, взаимосвязанных с единицами терминологического пласта. Обозначением специальных явлений и предметов так называемые жаргонизмы становятся, приходя из общей лексики в результате переосмысления (чаще метафорического) значения. Их отличает эмоционально-оценочный характер значения, наличие к данной экспрессивно-окрашенной лексеме нейтрального синонима (дуплета), переход слова в специальную лексику путём переноса значения, употребление ограниченным кругом лиц. Таким образом, профессиональные жаргонизмы - это лексические единицы, дифференцируемые в лексико-семантической системе по перечисленным выше критериям. Они чётко обозначают специальные понятия и имеют ярко выраженный экспрессивно-оценочный характер, будучи реализацией термина на разговорном уровне, что наглядно иллюстрирует функционирование основных пластов лексико-семантической системы подстиля делового общения в рамках лингвистических парадигм. Они постоянно перекрещиваются, образуя непрерывное полотно высказываний, в которых проявляется субъективная оценка, наблюдается переносное употребление лексических единиц, что, наряду с экстралингвистическими факторами, влияет на выбор оптимальной линии коммуникативного поведения при деловом общении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голодов А.Г. О статусе терминов и профессиональных жаргонизмов в специальной лексике // Иностранные языки в высшей школе. - 1987.- № 20.- С. 104-108.
2. Интернациональные элементы в лексике и терминологии. - Харьков: Вища школа, 1980. – 165 с.
3. Лотте Д.С. - Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминоэлементов - М.: Наука, 1982. – 144 с.
4. Циткина Ф.А. Терминология и перевод: к основам сопоставительного терминоведения. – Львов: Наука, 1988. – 264 с.