

НОВА ЕКОНОМІЧНА ЛЕКСИКА І ТЕРМІНОЛОГІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Белозьоров М.В., аспірант

Запорізький державний університет

Мова розвивається безупинно, але як і будь-яка інша система нерівномірно: у різні періоди в неї активізуються ті чи інші процеси в сфері фонетики, лексики, морфології, синтаксису. В останні роки ХХ століття в лексиці англійської мови сфери економіки і бізнесу можна спостерігати активні, динамічні процеси. Це виражається перш за все в більшій частоті вживання економічної лексики і термінології, а також у появі нових одиниць для номінації нових понять, предметів, явищ, які з'явилися у зв'язку з бурхливим розвитком економічних відносин в останні десятиліття. На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин, культурної та економічної інтеграції, створення транснаціональних компаній спостерігається постійне зростання значення ділової сфери спілкування [1, 128].

Дослідження англійських неологізмів у сфері економіки та бізнесу свідчить про закріпленість певних одиниць за відповідними понятійними блоками. Уявляється можливим виділити такі понятійні блоки сфери економічного життя, які є головними постачальниками неологізмів:

- 1) загально-економічні поняття, які використовуються в економічних теоріях, доктринах, економічній політиці (monetarism, supply-sideism, trickle-down economics, knowledge economy);
- 2) реорганізація управління економікою та бізнесом (make-over, downsizing, re-engineering, downaging, rightsizing, smartsizing);
- 3) маркетинг і реклама (database marketing, telemarketing, downmarket, advertorial, business-to-business advertising);
- 4) фінанси і кредит (back office, bucket trading, insider trading, microlending, microlender);
- 5) валютний і фондовий ринки (junk bond, junk debt, fallen angel);
- 6) людські ресурси (empowering, cross-training, EAP – employee assistance program);
- 7) корпоративна культура (insider, corporat, corporatize, corporate raider, macho culture, process culture);
- 8) інформаційні бізнес-технології (teleworker, teleport, telecottage, cybercommuter, e-commerce, cybershopping, virtual executive, road warrior, virtual megastore);
- 9) виробнича сфера, промисловість (post-fordism, just-in-time, outsourcing, insourcing).

Вживання нових лексичних одиниць економічної сфери актуалізується в широкому діапазоні комунікативно-прагматичних ситуацій і відповідних типах і жанрах мовлення. Центральною зоною функціонування одиниць економічної лексики є спеціальна мова (в писемній та усній формах), особливо слід відзначити мову засобів масової інформації і повсякденне мовлення спеціалістів. Можливо виділити такі зони функціонування нової економічної лексики:

- 1) тексти (в самому широкому аспекті), які актуалізують комерційну практику (“мова” операцій з акціями, цінними паперами, товарами і валютами, “мова” маркетингу і реклами тощо);
- 2) тексти, які актуалізують юридичну практику і “мову” бізнесменів (“мова” комп'ютерних технологій, видавничої справи, офіційно-ділового, юридично-правового спілкування, т.і.);
- 3) жаргон підприємців, менеджерів, маркетологів, рекламистів, валютних ділерів, інших спеціалістів, які працюють у бізнес центрах таких, як Сіті, Уолл Стріт тощо;
- 4) тексти, які актуалізують практику засобів масової інформації (радіо, телебачення, газети, журнали тощо).

Така широка семантико-стилістична сфера вживання нової економічної лексики в системі літературної мови, її кумуляція в публіцистиці, особливості словотворення та вживання створюють ті інтралінгвістичні грані, які і змушують науковців, дослідників лексики і термінології, семантики й стилістики, словотворення та загальномовних проблем хоч би побіжно звертатися до лексики економіки та бізнесу.

Вирішення центральних проблем дослідження економічної лексики в багатьох випадках залежить від того, які структурно-семантичні одиниці входять до її складу. Щоб відповісти на це питання, перш за все необхідно дати дефініцію економічної лексики. Лексика економічної сфери – це та частина словника, до якої входять назви предметів, понять, явищ, процесів соціально-економічного життя, що пов'язана з

відповідними науками, професіями, сферами економічного життя такими, як менеджмент, маркетинг, фінанси, інформаційні технології, людські ресурси, право, виробництво, оподаткування, статистика, страхування тощо.

У другій половині ХХ сторіччя спостерігається посилення інтересу до термінологій різних наук (терміносфер), у зв'язку з чим дослідники диференціюють поняття “термін” і “слово”. На цьому ґрунті і робляться спроби розмежування лексики і термінології. Так, наприклад, Ю.Д. Апресян проводить розмежування лексики і термінології суспільно-політичного змісту: “У випадку, коли одне і те ж слово має строго термінологічне та нетермінологічне вживання (порівняйте, наприклад, іменник агресія), доцільно виділяти у нього два різні значення” [2,63].

Проте в практиці лексикологічних досліджень переважає такий підхід щодо термінології і лексики. Терміни як лексичні одиниці є складовою частиною словникового складу мови, отже їх дослідження підлягає тим положенням, які існують для всієї лексики. Як стверджує вітчизняний мовознавець Т.Й. Лещук, “між загальноновживаними словами і термінами не слід створювати штучного бар’єра, який може утруднити розуміння процесів термінотворення” [3,60]. Враховуючи все ж певні особливості, якими характеризуються терміни, треба їх розглядати стосовно загальних слів, у співставленні, а не у протиставленні [3,60].

Таке трактування термінів ґрунтується на ряді об’єктивних факторів: по-перше, проведення розмежування між термінами і загальними словами практично утруднено, оскільки має місце сплетення і перехід термінів у загальноновживані слова і навпаки. А так звані “загально наукові терміни” починають вживатися практично на рівні інших слів усіма, хто користується мовою.

По-друге, термінотворення ґрунтується на таких же принципах, що і загальне словотворення, будується за такими ж словотворчими моделями.

По-третє, терміни, як і всі слова мови, підлягають одним фонетичним, морфологічним, синтаксичним правилам, одним граматичним категоріям.

По-четверте, терміни, як і загальні слова, виконують основну функцію – комунікативну, передають поняття, які відображають явища об’єктивної дійсності, конкретні і абстрактні поняття тощо.

По-п’яте, при укладенні загальних (нетермінологічних) словників велика частина термінів зовні вміщена в них поряд із загальноновживаними словами.

Таким чином, терміни у відношенні до загальноновживаних слів знаходяться у взаємозв’язку і разом з ними створюють сукупність, що розуміється як лексичне багатство мови.

Бути обережними в протиставленні термінів і нетермінів закликає Н.З. Котелова, полемізуючи з Ю.Д. Апресяном [4]. Аналізуючи роботи радянських дослідників, які присвячені вивченню суспільно-політичної лексики, Т.І. Панько приходять до компромісного висновку: “суспільно-політична лексика створює не строго замкнуту термінологічну систему, а систему більш вільних лексичних одиниць, ядро якої складають терміни” [5, 110-111]. Таку ж саму думку можна висловити і стосовно економічної лексики.

Із загальноновизнаного твердження про те, що термінологія суспільних наук істотно відрізняється від термінологій інших наук, можливо вивести практичні висновки. Деякі науковці говорять про близькість лексики і термінології взагалі і тому вважають, що метод аналізу відмінностей шляхом явного або неявного протиставлення термін – нетермін є неспроможним, тому що границя між тим і другим часто лежить не поміж слів, а всередині змістовної структури слова.

Більшість англійських лексичних новотворів у сфері економіки і бізнесу з’являється і закріплюється в публіцистиці, де синтез стилів є цілком закономірним. Саме в публіцистиці синтезуються термінологічні і нетермінологічні значення. Саме в цьому стилі літературної мови дуже важко розмежувати економічну лексику і власне економічну термінологію. У контексті публіцистичної статті розкривається не тільки значення економічного терміна, але й тотожне йому нетермінологічне вживання. За особливостями семантики, за зв’язками зі словниковим складом загальноновживаної мови, за межами вживання особливе положення займають багато термінів, які відносяться до сфери економіки та бізнесу: вони вільніше і скоріше інших проникають у загальне вживання, відмінність їх від лексики загальної мови майже не виражена.

Співіснування термінологічних і нетермінологічних значень у новій лексиці економіки та бізнесу пов’язано також з тим, що процес кристалізації багатьох термінів йде повільно. Воно залежить і від того, наскільки є термінологічними тематично схожі слова, з якими визначене слово перебуває в парадигматичних відношеннях. Отже, термінологічність/нетермінологічність в економічній лексиці пов’язані синтагматично, парадигматично і функціонально.

Немає сумніву, що схожих ознак у слова і терміна більше, ніж відмінних. Лексичні і термінологічні одиниці, чи то слово, чи то словосполучення, впливають одні на других, ще більш зближуючись між собою. Цьому зближенню сприяє наявність у терміні, як і в слові, об'єктивного змісту і суб'єктивного свідомого начала, яке привноситься в термін дослідником, який визначає й уточнює межі спеціального поняття, а в слово – усіма, хто так чи інакше його вживає, використовує, особливо в жанрі публіцистики. Значення фактора свідомості в розвитку семантичної структури значної частини економічної лексики посилюється в міру активізації соціальних процесів, ідеологічної боротьби. Саме в ці моменти окремі особи, соціальні, професійні групи намагаються нав'язати слову певний зміст, смисл, роблять спроби свідомого втручання у визначення і розуміння значень економічної лексики.

Взаємовідношення терміна із загальноживаним словом ґрунтується на взаємовідношенні і взаємозв'язку понять, що існують у різних сферах розвитку, що, у свою чергу залежить від усього розвитку суспільних, економічних і інших процесів. Отже, мусить розглядатися у зв'язку з такими процесами з врахуванням естетичних, психологічних, монокультурних чинників.

Слід зауважити також, що сучасні дослідники розглядають процеси детермінологізації в спеціальному мовленні. Так, детермінологізація в економічній сфері зумовлена розповсюдженням економічних знань, важливістю економічних проблем у житті суспільства тощо. Тому можливо говорити про біфункціональність економічної лексики.

Серед специфічних рис, що характеризують терміни при співставленні їх до загальноживаних слів, можна назвати:

- устремління до найкоротшого словесного (особливо в професійній сфері) позначення, тобто до найкоротшого вираження, слова, звороту, або словосполучення, отже, устремління до мінімальної словесної затрати;
- більшу рухомість (у процесі переходу від неологізму-терміну до загальноживаного слова);
- можливість досягти найвищого ступеня абстрагування від дійсності;
- здатність активізувати всю лексику, виступаючи подекуди “прогресивними” одиницями лексичного складу мови.

Вище викладені положення є компромісними по відношенню до ситуації, яка склалася на цей час у лінгвістичних дослідженнях, коли кожна спроба відмежувати термін від слова наштовхується на контрспробу зблизити їх, кожна розрізняльна ознака ставиться під сумнів, а в кінцевому підсумку спростовується. Так було з семантичною і емоційно-експресивною нейтральністю терміна. Те ж саме відбувається з устремлінням ототожнити лексичне значення терміна і наукового поняття і протиставити його лексичному значенню нетерміна, “яке складається з наївного поняття і модальної рамки” [4,39]. Як виявилось, “значення терміна у формі його визначення (дефініції) ніколи... не збігається з науковими поняттями” [4,39].

Звичайно, запропоновані міркування, які підтверджуються відповідними спостереженнями, не ставлять під сумнів наявність у мові лексичної і термінологічної систем, але свідчать про складну діалектичну схожість і розбіжність між словом і терміном, термінологічним і вільним словосполученнями.

Розглядаючи питання лексики і термінології, слід звернути увагу на проблему відмежування термінів від номенклатурних одиниць, які позначають окремі поняття і також включаються до лексичного складу мови. Вперше на цю проблему звернув увагу Г.О. Винокур: “Що стосується номенклатури, то, на відміну від термінології, під нею слід розуміти систему цілком абстрактних і умовних символів, єдине призначення якої полягає в тому, щоб надати максимально зручні з практичної точки зору засоби для позначення предметів, речей, без прямого відношення до потреб теоретичного мислення, яке оперує цими речами [6,8].

Це розмежування на терміни і номени закріпилося в лінгвістиці і використовується сучасними дослідниками. О.О. Реформатський, услід за Г.О. Винокуром, диференціює терміни і номени, вказуючи, що номенклатурні найменування пов'язані з поняттями, але є незчисленими і більш номінативними, а терміни “пов'язані з поняттями науки (в якомусь єдиному її напрямку), можуть бути перелічені, і вони примусово пов'язані з поняттями відповідної науки, тому що словесно відображають систему понять відповідної науки” [7,39].

Значення номенклатурних слів конкретніше і точніше значення термінів, номени можуть позначати предмети одиничні, і тому можуть бути і власними іменами. Наприклад, нові номени, які позначають бізнес-заклади, фірми, товари, фінансові інструменти тощо – World Trade Organization, Investor in Industry, World Equity Benchmark Shares, Emerging Market Traders Association неможливо перелічити у зв'язку зі швидким розвитком економічних відносин, глобалізацією. При цьому номенклатурні одиниці

можуть розглядатися як особливий тип термінів, які співвідносяться з одиничними поняттями і актуалізують предметні зв'язки.

Ще один різновид фахової (спеціальної) лексики – це професіоналізми. Схожість професіоналізмів і термінів як мовних одиниць полягає в тому, що вони належать до складу галузевої лексики. На цій підставі науковці нерідко ототожнюють професійну лексику і термінологію, вважаючи, що це клас слів і словосполучень, які збігаються. Такої думки дотримується, наприклад, М.М. Шанський, який відзначає, що професіоналізми виражають спеціальні поняття, знаряддя або продукти праці, виробничі процеси. Саме тому їх називають іноді спеціальними словами або спеціальними термінами.

Однак багато науковців, серед них В.Д. Бондалетов, Т.Р. Кияк, намагається розрізнити професіоналізми і терміни [9;10]. Професійне слово, як підкреслює В.Д. Бондалетов, відрізняється від терміна. Він зазначає: “У процесі проникнення в термінологію професіоналізм спочатку використовується як “робочий термін”, у зв'язку з чим одержують більш точне значення” [9,132].

А.В. Калінін пояснює різницю тим, що термін - це цілком офіційне, прийняте та узаконене в певній науці, галузі промисловості, у сільському господарстві, техніці позначення, назва якогось поняття, а професіоналізм – напівофіційне слово, розповсюджене (частіше в розмовному мовленні) серед людей якоїсь професії, спеціальності, але таке, що не є по суті точним науковим позначенням [11,140].

Ми поділяємо точку зору А.В. Калініна і вважаємо, що професіоналізми – це ненормовані терміни, які виступають як дублети наукових термінів і ніколи не створюють замкнутої системи. Вони мають розрізнений характер. Професіоналізмам властива відповідна мальовничість, образність. Науковці вказують на експресивно-емоційне навантаження професіоналізмів. Ця конотативність професійного слова пояснюється тим, що професіоналізми часто зароджуються і розвиваються на основі народної мови, іноді навіть на її нелітературному різновиді. Професіоналізми (наприклад, професійна лексика управлінців, маркетологів та рекламистів) перебувають на периферії системи мови і обмежені в своїм функціонуванні. Але ж багато з цих одиниць зараз закріпилися у мові, наприклад, me-too, bear squeeze, bed-and-breakfast, bare shell, bait and switch advertising.

Перетворення таких одиниць в одиниці загальної мови робить їх інноваціями і з точки зору розвитку мови, її словникового складу, і у зв'язку з їх сприйняттям як неологізмів більшістю носіїв мови, оскільки раніше вони були відомі лише незначній їх частині [12].

ЛІТЕРАТУРА

1. Наумова Н.Г. Терминология деловой сферы общения // Вісник Запорізького державного університету. – №1. – 2000. – С. 128 – 130.
2. Апресян Ю.Д. Термины и нетермины с семантической точки зрения // Тезисы докладов на совещании, посвященном проблеме определения терминов в словарях. – М., 1974. – С. 63.
3. Лещук Т. Словництво і науково-технічний поступ (на основі німецько-українських лексичних порівнянь). Кн. 4: Проблема фахової лексики. – Львів: Просвіта, 1994. – 220 с.
4. Котелова Н.З. Семантическая характеристика терминов в словарях // Проблематика определения терминов в словарях разных типов. – Л.: Наука, 1976. – С.38-47.
5. Панько Т.И. Соотношение интернационального и национального в общественно-политической терминологии восточнославянских языков. – Львов, 1984. – 178 с.
6. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии // Сборник статей по языковедению. – М.: Моск. ин-т ист., филос. и лит-ры, 1939. – Т.5. – С. 3 – 54.
7. Реформатский А.А. Что такое термин и терминология // Вопросы терминологии: Материалы Всесоюзного терминологического совещания. – М.: Изд-во АН СССР, 1961. – С. 39.
8. Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. – М.: Просвещение, 1972. – 327 с.
9. Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика. – М.: Просвещение, 1987. – 160 с.
10. Кияк Т.Р. Лингвистические аспекты терминоведения: Учебное пособие. – Киев: УМК ВО, 1989. – 104 с.
11. Калинин А.В. Лексика русского языка. – М., 1978. – 150 с.
12. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття. Дис.... докт. філол. наук: 10.02.04/ Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 1999. – 403 с.