

чудернацької форми, утворених шляхом вивірювання», що фіксується у словнику як уральське.

Узагальнення особливого різновиду продиктовані екстралінгвістичні/еси факторами і представлені на мовному рівні як відповідний набір мотиваційних ознак і моделей для кожної групи полісемантичних комплексів. Відсутність єдиного семантичного узагальнення 20 мотивуючих, численність семантичних узагальнень зумовлені тим, що названі реалії мають загальне і відмінне в формах свого існування. Загальне виявляється в мові і чіткому переліку мотиваційних ознак і моделей для кожної ЛСГ, а відмінне – в якісній визначеності кожної мотиваційної ознаки, що відбиває якусь одну сторону існування реалії. Мотиваційні моделі слід розглядати як одиниці словотвірної підсистеми мови, оскільки вони породжуються типизованими семантичними відношеннями між мотивованими і мотивуючими одиницями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кубрякова Е.С. Что такое словообразование. – М.: Наука, 1965.
2. Лопатин В.В., Улуханов И.С. Построение раздела «Словообразование» // Основы построения описательной грамматики современного русского языка. 20- М.: Наука, 1966.
3. Мигирин Н.И. Внутренняя форма как важнейший узел системных связей в языке. – Кишинев: Штиинца, 1977.
4. Никитина Ф.А. Лингвистическое обоснование ввода и закрепления словообразовательных моделей (на материале сложных слов русского языка) // Семантика и структура деривационных моделей. – Владивосток: Изд-во АН СССР ДВО, 1988.
5. Петренко В.Ф. Введение в экспериментальную психолінгвістику: Иссл-ния форм репрезентации в обыденном сознании. – М.: МГУ, 1983. – 176с.
6. Сахарный Л.В. Словообразование как синтаксический процесс // Проблемы структуры слова и предложения. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1974. – С.22.
7. Степанов Ю.С. Структура французского языка. – М.: Вища школа, 1965. – С.107.
8. Степанова М.Д. Методы синхронного анализа лексики. – М.: Вища школа, 1968.
9. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивная функция // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988.

Екатерина ЗАХАРЧУК

© 2001

ЗАЙМСТВОВАНИЯ ИЗ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ТЕРМИНОЛОГИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Явление заимствования характерно в настоящее время не для всех языков и протекает разнонаправленно. Одни языки, например, английский, являются практически только терминологическими донорами, их терминология активно заимствуется другими языками. Среди языков рецепторов находятся как высокоразвитые языки международного так и языки регионального общения.

В настоящее время заслуживает внимания процесс заимствования англоязычных терминов (под англоязычными терминами, или англо-американизмами, понимается лексика, заимствованная из обоих вариантов английского литературного языка – британского и английского), так как новая терминология в основном возникает в США в связи с развитием передовых технологий. В современной экономической терминологии широко рас-

пространены английские заимствования, что объясняется спецификой развития мировых и российских экономических знаний.

Наш материал подтверждает вывод В.П.Тюльнина и А.Д.Хаютина о том, что «ввиду бурного развития рыночных отношений в современной России в русском языке значительное число экономических терминов оказалось в последнее время заимствованным из английского языка, что отразилось в переводах терминов экономики с немецкого языка на русский, представляющих собой заимствования» [1].

Исследование отраслевых терминосистем на материале различных языков показывают, что основным способом передачи заимствованной терминологии являются: *использование единицы в иноязычной материальной форме, транслитерация, калькирование, описательный перевод, гибридизация, ситуативное заимствование* и др. При этом преобладание того или иного способа (или его отсутствие) определяется как языковыми характеристиками взаимодействующих языков (например, их структурно-типологической и гениалогической близостью или определённой системой письма), так и социолингвистическими факторами, терминологической ситуацией, которые в ряде случаев доминируют над языковыми.

Заимствования в иноязычной материальной форме или варваризмы

Варваризмы в терминологических системах – термины, графически и грамматически оформленные на латинском языке.

Идентичность их понимания специалистами всего мира делает эти термины средством интернационализации терминологии.

Варваризмы (гр. *barbarismus* – иноязычный, чужеземный) выделяются из числа специальных единиц определённой области знания по их графическому признаку – написанию средствами того алфавита, который принят в языке-источнике [2]. Этот критерий представляется наиболее надёжным из нескольких предлагаемых различными авторами, в частности критерия неполной освоенности таких слов принимающим языком или критерия отсутствия соотносённости таких слов принимающим языком или критерия отсутствия соотносённости таких слов с принимаемыми реалиями, наличия своеязычных эквивалентов, а также освоенности фонетического и грамматического свойства, невозможности дословного [3, 4], поскольку, руководствуясь ими нельзя провести грань между варваризмами и заимствованиями вообще.

По наличию/отсутствию соотносительных единиц своеязычной графики, имеющих тождественное значение, заимствования в иноязычной материальной форме можно условно разделить на несколько групп.

К первой группе относятся термины, не имеющие соотносительных единиц в терминосистеме. Их значение закреплено дефиницией, или *описательным переводом*:

Описательный перевод передаёт лишь значение иноязычной единицы без учёта структуры прототипа. Чаще всего данные иноязычные термин отражают понятия, которые по экстралингвистическим причинам не вошли или только входят в экономическую терминосистему русского языка.

Например: *Blue – sky law* (амер){закон «голубого неба»} – закон, регулирующий выпуск и продажу акций и ценных бумаг. *Absorbed overhead costs* – величина накладных расходов, включенных в себестоимость продукции в результате применения нормативной ставки накладных расходов. *Brand manager (product manager)* – менеджер, отвечающий за конструирование, производство и реализацию продукции. *Break-Even-Point* – точка самоокупаемости, минимальный объём сбыта, обеспечивающий полное возмещение текущих издержек.

Заимствование *безэквивалентной* лексики логически и методически оправдано. Этот способ заимствования – перевод термина описательной конструкцией – применяется прежде всего для безэквивалентных терминов, отражающих реалии определённой страны.

Вторую группу составляют термины, соотносимые с единицами, переданными графической принимающего языка, т.е. многочисленными транслитерациями:

В русский деловой язык вливаются и легко ассимилируются многочисленные транслитерации из английского языка: *public relations* – *пাবলিক рилейшнз*, служба связи с общественностью; *coll option* – *опцион «колл»*; *product styling* – *стайлинг изделия*: внешний вид, особая форма, дизайн изделия; *Bank overdrafts* – *банковские овердрафты*

Транслитерируются из английского языка также названия современных профессий, связанных с предпринимательской деятельностью, например: *Сепервайзер группы мерчайдайзинга хепп-лайн специалист*.

Ряд терминов транслитерируется на русский язык неодинаково: *forward transaction* – *фьючерская (фьючерная) сделка*, *фьючерские сделки*. *Basik Approach* – *байесовский (байесковский) подход*

Употребление в специальной коммуникации терминов – варваризмов обеспечивает понимание в разноязычном общении, подчеркнуто профессиональный характер и качество речи, выражение общей и специальной эрудированности, недоступность понимания для непрофессионалов, что позволяет утверждать наличие специфических функций: гармонизирующей, стилистической, эзотерической.

Анализ современных специальных и научно-популярных изданий показал, что, термин в иноязычной материальной форме может функционировать как самостоятельно (*direkt marketing*), так и параллельно с калькой (термины *Direct mail* и *реклама по почте* в первом предложении; *прямой маркетинг (direct marketing)* – во втором предложении). При таком параллельном употреблении терминов можно говорить о их взаимозаменяемости. При калькировании может происходить сложный семантический процесс выбора наиболее удачного слова из возможных слов синонимического ряда или лексико – семантической группы языка – источника. «Динамікі мовних процесів з часом приводить до витіснення чужих рідній мовній системі утворень і замінює їх часом довшими термінологічними сполуками з ресурсів рідної мови, внутрішня форма яких більш «прозора». Нерідко такі сполуки в певний період паралельно з першими інтернаціоналізмами обслуговують галузь науки та й техніки.» [5, 5]

1. *Direct mail* – это возможность заявить о себе без конкурентов. На Западе *direct marketing* – и его основной инструмент – *реклама по почте* переживают сейчас бурный рост. Основная же цель методов *direkt marketing* – это заставить клиента, получившего рекламное послание немедленно действовать и обратиться к вам либо с заказом, либо с запросом дополнительной информации о себе с перспективой дальнейшего сотрудничества. (Журнал «Рекламный клуб» №8 (291) 99. С 28-29.)

2. *Прямой маркетинг (direct marketing)* – интерактивная система маркетинга, использующая одно или несколько средств рекламы, чтобы вызвать измеряемый отклик ... независимо от места нахождения продавца и покупателя (Газета Бизнес №24 2000г. с52.).

3. а) Мнение операторов рынка о недооценённости отечественных *blue chips*, сформированное в середине лета текущего года, имеет право на существование.

б) За счёт роста цен на украинские «голубые фишки» выросли все фондовые индексы (Б-№34/ 2000).

В иноязычной материальной форме активно функционируют названия профессий, которые требуются в связи с новыми для стран СНГ видами деятельности: *Сейлз менеджер (Area Sales Manager / Sales Support Manager)*; *Менеджер по продаже (Sales Supervisor)* (Бизнес №35, 2000, с.57).

Использование лексических единиц в иноязычной материальной форме можно, на наш взгляд, объяснить как сугубо лингвистическими причинами, а именно – отсутствие эквивалента для данной номинативной единицы в языковой системе языка-реципиента, так и экстралингвистическими – знание английского языка является профессионально необходимым для современного предпринимателя.

Процесс заимствования в иноязычной материальной форме особенно активен при образовании, становлении определённой терминосистемы. «Частка термінів-інтернаціоналізмів є значно вищою в найновіших галузях науки й техніки ..., оскільки традиційні старі галузі стосуються більш ранніх етапів розвитку теорії та практики, нормалізувалися мовним організмом, були об'єктом як державної кодофікації, так і впорядкування через мовний вжиток.» [5, 5].

Наряду с заимствованными единицами многие терминологии содержат так называемые гибридные термины, или гибридо термины, имеющий в своём составе не только заимствованный, но и своеязычный элемент структуры. Способ терминологической номинации путём создания *гибридо терминов (полукалек)* характеризуется сочетанием национальных и интернациональных структурно-семантических элементов. Образование межъязыковых гибридных терминов – это один из путей интернационализации терминологии, проявляющейся в слиянии разноязычных терминологических единиц в процессе передачи специальной информации. К такому типу терминов относятся, в частности, полукальки, в которых часть компонентов заимствована в иноязычной материальной форме, а другая в переведённой (калькирована): *експерт Firewall; консультант SAP; Product- менеджер по LAN, WAN (Cisco, Nortel)*.

Доминирующее распространение имеют гибридные многокомпонентные термины, в которых а) базисный компонент имеет статус заимствованного слова, признаковый – своеязычного: *общая рентабельность, расчётная рентабельность; розничная франшиза*; б) базисный компонент имеет статус своеязычного слова, признаковый – заимствованного: *репортная сделка, сегментация рынка, фьючерские операции*.

«Калькирование – поэлементный перевод сложных по структуре лексических единиц ЯО с применением языковых средств (ЯП)» [6, 18]. В процессе калькирования заимствуется план содержания и принцип его языковой реализации. Единицей калькирования простого слова является морфема, а сложного слова или словосочетания – корневое слово. Использование в терминообразовании и словарных заимствований и калек обуславливает большой запас терминоэлементов, выбор словообразовательных средств, даёт возможность дифференцировать эти средства в *производных образованиях*. Одни термины удобны как основные наименования, другие при образовании производных или составных терминов. Например, родовой термин – производный термин от термина оригинала, видовое название – составной термин-калька: *амортизация- физический износ, моральный износ, амортизационный фонд, норма амортизации*

По нашим наблюдениям, в исследуемом нами подъязыке кальки не являются одиночными вкраплениями, а достаточно продуктивный вид терминообразования. Составные термины могут быть калькированы как целые словосочетания или же кальками могут быть отдельные термины-элементы – части составного термина. Соотношение калькированных, заимствованных и исконно русских термины-элементов в таких терминах различны. Анализ показал, что калькируются названия сложных понятий, в основном видовых, имеющих многоэлементную структуру (чаще всего двухэлементную): Это прежде всего атрибутивно – именные словосочетания: *коммерческий кредит, банковский кредит, ипотечный кредит, потребительский кредит, мировая цена, мировой рынок, маркетинговая информация, система маркетингового контроля, ценообразование на основе ощущаемой ценности товара* и др. Количество значащих элементов в термине-кальке от двух до шести. Более громоздких заимствований словосочетаний нами не обнаружено: *Двойное налогообложение прибыли иностранного участника совместного предприятия*.

Современная экстралингвистическая ситуация благоприятствует активизации вхождения иноязычных слов. А именно: преобладание объединительных тенденций над тенденциями, отражавшими противопоставление общества с плановой экономикой (социалистического) обществу с рыночной экономикой (капиталистическому). Для современного общества характерна открытая ориентация на Запад в области экономики. Это послужило активизации употребления иноязычной лексики.

1. Тюльникова В.П., Хаютин А.Д. Терминографическая деятельность в МГУ / Научно-техническая терминология. Выпуск 2.– М.: ВНИИКИ, 2000.– с 89 – 91.
2. Молочко И.М. Лексика и фразеология русского языка.– Минск, 1974.– 171с.
3. Реформатский А.А. Мысли о терминологии // Современные проблемы русской терминологии.– М.– 1986.
4. Фомина М.И. Современный русский язык. Лексикология.– 3-е изд., испр. И доп.– М., 1990 – 415 с.
5. Гнатишина М.І, Кияк Т.Р. Словник інтернаціональних терміноелементів грецького та латинського походження в сучасній термінології. Київ: Видавничий дім «KM Academia» – 1996.– 103 с.
6. Лейчик В.М. К определению философских основ терминоведения // Отраслевая терминология и её экстралингвистическая обусловленность.– Воронеж 1986.– С 14-25.

Олександр ЄМЕЦЬ

© 2001

РОЛЬ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ МЕТАФОР У СТВОРЕННІ АВТОРСЬКОЇ КАРТИНИ СВІТУ

В останні десятиріччя у численних роботах вітчизняних та зарубіжних вчених метафора розглядається не лише як елемент художнього тексту, а перш за все як важливий когнітивний механізм, як результат когнітивного процесу [МакКормак, 1990; Телия, 1988; Lasoff, Johnson, 1980]. Такий підхід зумовлений розвитком і становленням когнітивної лінгвістики. За висновком А.Ченкі, «у когнітивній лінгвістиці поняття метафори не обмежується її традиційною роллю у мові поезії, вона розглядається як головний засіб нашої концептуальної системи, за допомогою якого ми розуміємо і сприймаємо один тип об'єктів у термінах об'єктів іншого типу» [Ченки, 1996: 70]. Відповідна функція метафори як інструменту мислення та пізнання визначається як когнітивна, або концептуальна, а сам троп, що виконує цю функцію, характеризується як когнітивна, або концептуальна, метафора. Дж.Лакофф та М.Джонсон, автори теорії концептуальної метафори, виходять з того, що «наша повсякденна понятійна система, в рамках якої ми мислимо і діємо, є метафоричною за своєю суттю». Метафори як мовні вирази стають можливими саме тому, що наша понятійна система має метафоричний характер [Лакофф, Джонсон, 1990: 387].

Концептуальна метафора, в більш вузькому, конкретному значенні, розуміється «як засіб осмислення деякої більш абстрактної сфери в термінах більш відомої, звичайно конкретної сфери» [Ченки, 1996: 71]. При позначенні непередметних сутностей, абстрактних понять перенесення імені має на меті вербалізацію поняття, матеріалізацію в мовному значенні властивостей об'єктів [Опарина, 1988: 66].

Теорія концептуальної метафори фактично розвиває ідеї Ф.Уілрайта, який ввів поняття «епіфорична метафора», що є еквівалентним сучасному терміну «концептуальна метафора». На думку Ф.Уілрайта, семантичний рух в епіфорі відбувається від більш конкретного і легко зрозумілого образу до того, що є більш невизначеним, більш проблематичним або більш дивним, як у метафорі *Life is a dream*. Тому епіфора передбачає наявність деякого посередника, образу або концепту між двома поняттями [Wheelwright, 1967:72-73].