

Отримано: 9 березня 2018 р.

Прорецензовано: 15 березня 2018 р.

Прийнято до друку: 19 березня 2018 р.

e-mail: borkovskaya@meta.ua

DOI: 10.25264/2519-2558-2018-1(69)/1-67-69

Борковська І. П. Термінологічна лексика як характерна особливість ділового мовлення. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог: Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 1(69), ч. 1, березень. С. 67–69.

УДК: 81 '22:81 '42

**Борковська Інна Пилипівна,**

*Національний технічний університет України «Київський Політехнічний інститут», Київ*

## ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЛЕКСИКА ЯК ХАРАКТЕРНА ОСОБЛИВІСТЬ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

У статті проводиться аналіз термінологічної лексики ділових документів. Було доведено існування полісемантичності термінів та зазначено що терміни-синоніми переважають у текстах ділових документів над термінами-дублетами. На основі вивчення матеріалів дослідження було встановлено існування граматичної омонімії. Було запропоновано тематичний розподіл термінів у текстах ділових документів. Виділені й описані однокомпонентні та багатокомпонентні терміни. Особливу увагу приділено найбільш поширеним моделям двокомпонентних термінів. Акцентовано також увагу на способах утворення термінів, таких як: синтактичний, семантичний і морфологічний. Були продемонстровані дериваційні процеси термінів морфологічного способу. Відзначені певні переваги семантичного способу утворення термінів.

**Ключові слова:** терміни-синоніми, багатокомпонентні терміни, омонімія, дериваційні процеси, тематичний розподіл.

**Борковская Инна Филипповна,**

*Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»*

## ТЕРМІНОЛОГІЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА КАК ХАРАКТЕРНАЯ ОСОБЕННОСТЬ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

В статье проводится анализ терминологической лексики деловых документов. Было доказано существование полисемантичности терминов и указано что термины-синонимы преобладают над терминами-дублетами в текстах деловых документов. Было предложено тематическое распределение терминов в текстах деловых документов. Представлена классификация терминов, выделены и описаны однокомпонентные и многокомпонентные термины. Особое внимание уделено наиболее распространенным моделям двухкомпонентных терминов. Содержание исследования данной работы составляет также анализ способов образования терминов, таких как: синтаксический, семантический и морфологический. Обосновано мнение о том, что именно синтаксический способ преобладает над всеми остальными. Были продемонстрированы деривационные процессы терминов морфологического способа.

**Ключевые слова:** термины-синонимы, многокомпонентные термины, омонимия, деривационные процессы, тематическое распределение.

**Inna Borkovska,**

*National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*

## TERMINOLOGICAL VOCABULARY AS A CHARACTERISTIC FEATURE OF BUSINESS COMMUNICATION

The article analyzes the terminological vocabulary of business documents. It was proved the existence of polysemantic terms and indicated that the terms-synonyms prevail over the doublet terms in the texts of business documents. Basing on the study of the terms it was established the existence of grammatical homonymy. The thematic distribution of terms in the texts of business documents was proposed. The peculiarity of business documents is determined by such lexical groups: the name of the organization, the name of officials, the title of the parts of the document, the terms of the contract, the cost of services, conditions and modes of transportation and so on.

Single-component and multicomponent terms are singled out and described. Particular attention is paid to the most common models of two-component terms. The content of the study of this work includes analysis of the ways of forming terms, such as: syntactic, semantic and morphological. Derivation processes of the terms of the morphological method were demonstrated. The article establishes that the suffix method prevails over the prefix. Analysis of the morphological structure of single-component terms in business documents showed that nouns predominate in the business terminology. Certain advantages of the semantic way of term formation are noted, despite the inability to provide them all the names in the business sphere.

**Key words:** terms-synonyms, multicomponent terms, homonymy, derivative processes, thematic distribution.

Термінологія в наш час стала важливим і необхідним складником лексики мовної системи. Точність, яка є одна із основних властивостей ділового тексту, можна досягти за допомогою тих лексичних засобів, які мають однозначність. Термінологічна лексика є маркованим пластом а тому характерною особливістю лексики ділового мовлення є насиченість термінів. Більше того, ми визнаємо, що термінологічна лексика є ядром ділових листів, адже терміни вважаються високоспеціалізованими виразами. Назва термінів інколи робить висловлювання незрозумілим для пересічних людей, але для спеціаліста це шифр для швидкого отримання інформації.

Науковці надають великого значення вивченню термінів а саме їх утворенню, семантики, структури, перекладу тощо. За останні роки з'явилися сотні праць присвячених термінологічній системі в різних сферах.

Основною метою теоретичного дослідження є різноаспектний аналіз термінології ділового мовлення. Для досягнення зазначеної мети слід вирішити ряд завдань:

- визначити основні способи термінотворення у сфері ділового мовлення;
- вивчити питання синонімії даної сфери;
- дати тематичний розподіл термінів у текстах ділових документів.

Слід наголосити, що існує багато розбіжностей щодо визначення терміну, його функцій і типів. В нашій роботі ми розуміємо термін як слова або словосполучення спеціальної сфери використання, яке є найменуванням спеціального поняття і потребує дефініції [1, с. 15].

Терміни здатні максимально точно передати інформацію а також дозволяють надати діловим документам юридичної сили. Функція терміна – однозначно виразити поняття, замінити складні описові конструкції, актуалізувати важливу властивість ділового документу – стислість. Напевно, завдяки великій кількості термінів, можна говорити про відсутність полісемії і синонімії у ділових текстах.

Хотілося б разом з тим підкреслити, що існує ряд термінів, які мають тенденцію бути полісемантичними. Полісемантичність термінів ділових документів можна довести за допомогою даних прикладів: такі терміни мають по 2 значення: *engagement*: 1) справа, заняття, 2) зобов'язання; *receiver*: 1) отримувач вантажу або товару, 2) офіційна особа, призначена для ліквідації компанії; *confirm*: 1) підтверджувати, 2) стверджувати; *investment*: 1) капіталовкладення, 2) капітальні витрати. По три значення мають наступні терміни: *principle*: 1) голова, 2) довіритель, 3) основна сума, капітал; *market*: 1) ринок, 2) біржа, 3) торгівля. Термін *fund* має взагалі чотири значення: 1) запас, резерв, фонд, 2) грошові засоби, 3) державні цінні папери, 4) інвестиційна організація [2, с. 131].

Розглядаючи синонімію термінів, слід пам'ятати, що таке явище кваліфікується як негативне, а тому у діловій сфері розмежовуються терміни-дублети (еквіваленти за значенням) і терміни-синоніми (близькі за значенням, але не тотожні). Терміни-синоніми, звичайно, переважають у текстах ділових документів. Представлені слова часто можна зустріти у діловій сфері: *confirm: confirm-support-bear; witness-substantiate-validate-evidence-corroborate-testify*; *principle-ethics-ideal-standards-morals-morality* і *оруже його значення: principle-rule-law-tenet; fund-budget-account-savings-reserve-pocket-purse-stash; principle-ethics-ideal-standards-morals-morality* і *оруже його значення: principle-rule-law-tenet; fund-budget-account-savings-reserve-pocket-purse-stash; investment-grant-funding-subsidy-backing-sponsorship-endowme; market-audience-public-clientele* [2, с. 131].

Вважається, що полісемія та синонімія являється закономірним явищем, і, навпаки, омонімія може завадити успішній комунікації. Інколи можуть виникати проблеми щодо розуміння інформації через наявність таких лексичних елементів (в першу чергу термінів), які є тотожні за формою, але відмінні за значенням [4, с. 54].

Аналізуючи термінологічну систему ділових документів нами була помічена лише граматична омонімія (різні частини мови, які пов'язані за значенням спільним походженням та звуковою тотожністю), яка не викликала особливих труднощів під час декодування змісту тексту: *to account – the account; to affiliate – the affiliate; to award – the award; to balance – the balance; to bank – bank; to budget – budget; to loan – loan*.

Системний характер термінології будь-якої сфери можна визначити у розподіленні слів по тематиці лексичних груп. Ми пропонуємо такий тематичний розподіл термінів у текстах ділових документів:

- назва організацій, фірм (*Shipping Europe GmbH, Transocean Express LTD, LLC “Terminal”*);
- назва посадових осіб, які представляють організацію (*Export Sales Director, Director*);
- назва частин документу (для договорів) (*subject of the contract, responsibilities of the company, responsibilities of the holding company on behalf of the client, payment order for the company's services, force-majeure circumstances*);
- умови контракту (*calculation and handling, obligations of parties*);
- вартість послуг (*Cost calculation, the total amount, Invoices for the services, the Enterprise makes payment, respective sum onto the Company's bank account.*);
- умови та види транспортування (*commodity flows, container*);
- валідність договору (*valid, inclusively, prolong, written notification, termination*);
- форс-мажорні обставини (*a sequence of force majeure circumstances, to bear responsibility*);
- страхування (*Negotiating on behalf of the Client, insurance issues*);
- назви документів і їх частин (*consultancy agreement, amendment agreement*).

Деякі науковці (О.Зеленська, І.С.Квитко, О.Е.Пчелінцева) виділяють такі групи термінів: прості, складні, словосполучення і аббревіатури [3, с. 224]. Для зручності назвемо прості терміни однокомпонентними, а складні терміни і словосполучення – багатокомпонентними. Уводячи цей поділ, ми хочемо зазначити, що більшість термінів – багатокомпонентні. Серед багатокомпонентних термінів найбільш поширені – двохкомпонентні з наступними моделями: іменник + іменник (*requisite power, profit tax, public opinion*), прикметник + іменник (*original agreement, respective terms, various insurance*), герундій + іменник (*binding obligation, marketing analysis*), дієслово + іменник (*perform obligations, to deliver the goods, the parties agree, entered into an agreement*), терміни із прийменником of (*acceptance of goods, performance of agreement, taxation of profit*). До багатокомпонентних відносяться такі складні іменники, які складаються із двох іменників і є переважно назвами посад чи установ: *Euroterminal, Blacksea Logistics, Director-General, tax-payer* та ін.

Аналізуючи термінологічну систему текстів ділових документів, слід звернутися і до способів утворення термінів, таких як: синтаксичний, семантичний і морфологічний і як відмічають науковці, більшість сучасних англійських термінів утворені синтаксичним способом, тобто за допомогою використання словосполук з метою називання певного поняття [6, с. 60]. Особливо багато такого типу термінів серед юридичної, транспортної, страхової термінології, які завдяки своїй розповсюдженості часто переходять у загальноповсякденну лексику: *the commissioning party, legal advice, insurance issues* і т.д.

Ми виявили і морфологічний спосіб, причому аналіз морфологічної структури однокомпонентних термінів у ділових документах показав, що у складі ділової термінології переважають іменники. Дериваційні процеси цих термінів представлені суфіксами *-ing, ty, tion, ment, or, tion: agreement, reconstruction, operation, acknowledging, contractor, documentation, submission*.

Префіксальний спосіб не такий поширений як суфіксальний. Найбільше прикладів було знайдено з префіксом *-dis*, що означає обернене значення того слова, до якого він приєднується: *disagreement, disclosure*.

Була помічена значна кількість юридичних термінів, що можна пояснити тим, що вирішення різних проблем йде юридичним шляхом: *under the law, legal advice, current law, competent authority, by the law of any jurisdiction*; транспорт-

на термінологія, яка застосовується в тексті з описом транспортування товару: *transport infrastructure, commodity flows, logistics*; страхова термінологія для частин тексту, де описується умови страхування: *tax-payer, profit tax, taxation of profit of enterprises*.

Становить інтерес і семантичний спосіб утворення термінів, незважаючи на нездатність їх забезпечити всі найменування в діловій сфері. Такий спосіб відіграє певну роль у творенні термінів, оскільки має свої переваги щодо інших способів, адже такі слова короткі і легко запам'ятовуються [5, с. 38]: *marketing, insurance, payment, liability*.

Отже, термінологічна лексика – важливий і невід'ємний пласт будь-якої діяльності людини і являється найбільш динамічним і рухомих а тому вимагає подальшого вивчення.

#### Література:

1. Даниленко В. П. Русская терминология: опыт лингвистического описания/ В. П. Даниленко. – Москва : Наука, 1977. – 118 с.
2. Жданова И. Ф. Англо-русский экономический словарь = English-Russian economic dictionary: ок. 60 000 терминов и терминологических словосочетаний/ И. Ф. Жданова, Э. Л. Вартумян. – 3-е изд. – Москва: Русский язык, 2001. – 874 с.
3. Зеленська О. Лінгвістичні особливості мови юридичного тексту// Вісник: Проблеми української термінології. – Львів: Вди-во НУ «Львівська політехніка», 2006. – №559. – с. 222-226
4. Карaban В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури: Навчальне видання, Ч. 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі/ В.І. Карaban/–Вінниця: Нова книга, 2001.– 302 с.
5. Марченко В. С. Основні способи термінотворення/ В. Марченко// Культура слова. – 1980. – Вип. 18. – С. 36–40.
6. Судовцев В. А. Научно-техническая информация и перевод : учеб. пособ. для студентов технических вузов/ В. А. Судовцев – М.: Высшая школа, 1989. – 232 с.