

СПОСОБИ РОЗКРИТТЯ СЕМАНТИКИ ЕКОНОМІЧНОГО ТЕРМІНА (НА МАТРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ)

У статті проведено порівняльний аналіз розкриття семантики економічної одиниці на рівні мікро-, макро- і глобального контекстів. Розглянуто ланцюжкові, гніздові, абсолютні, усічені, роз'єднані, синонімічні, антонімічні, гіпонімічні, гіперонімічні повтори, які забезпечують повне розкриття значення терміна у фаховому дискурсі.

У мовознавстві широке розповсюдження одержала точка зору про те, що у зв'язку з властивою терміну однозначністю, він є семантично парадигматичним і незалежним від контексту [1: 78-80, 87]. Однак, постійне виявлення багатозначності реально функціонуючих термінів показало, що їх значення визначається не тільки положенням у семантичному полі, але й модифікується в контекстуальних зв'язках з іншими мовними одиницями [2: 330]. Зняття термінологічної полісемії слова відбувається через його контекст [3: 90-92; 4: 68-69], який вважають важливим фактором у досягненні семантичної визначеності терміна [5: 55, 60]. Тому, виходячи з багатоступінчатості семантики економічних термінів, яка породжує різні їхні тлумачення в межах однієї системи, питання про семантичну визначеність має важливе значення при аналізі таких лексичних одиниць. Реально існуючий термін, узятий поза ситуацією вживання, уже несе в собі неоднозначність – неясно який саме клас предметів буде він позначати в конкретному випадку і це веде до неточності [6: 107]. Звідси, моносемантичному терміну також потрібен контекст, де в цілому мовному відрізку актуалізуються потрібні значення. Хоча до розкриття семантики термінів науковці вже звертались [3; 4; 5], проте не досліджувалась роль різних контекстів у визначенні економічних лексем. Метою нашої розвідки є порівняльний аналіз способів розкриття семантики економічних термінів.

Досить об'єктивну характеристику значеннєвої диференціації лексеми можна одержати шляхом аналізу умов функціонування її лексико-семантичних варіантів у мові: "розходження між лексико-семантичними варіантами слова знаходять своє вираження ... в різній сполучуваності з іншими словами" [7: 157]. Завдяки різниці у сполучуваності термінів і нетермінологічному оточенні загальних слів вважаємо, що внутрішній мікроконтекст [8: 107] допомагає фахівцю диференціювати термін від нетерміна. Наприклад, сполучення лексеми *cover* з атрибутами *open, full, short* у підмові економіки передають значення: "відкритий поліс", "повне покриття", "компенсація продавця цінних паперів без покриття покупкою ф'ючерсного контракту" [9: 143]; у повсякденній мові їм відповідає ширша семантика: "відкритий конверт", "новий конверт", "короткий конверт" [10: 313]. Так, найближче оточення загальномовної одиниці *cost* складають слова *high, low, full* [10: 306]; термін *cost* уживається з іншими означеннями *carrying, opportunity, production, shortage* [9: 136, 138-139; 11: 146; 12: 102]. Отже, не зважаючи на те, що економічні одиниці сусідять з іншими або з аналогічними словами, що й відповідні загальнолітературні лексеми, спеціаліст легко декодує такі узуальні терміни, бо вони зафіксовані лексикографічними джерелами і є невід'ємною частиною професійного лексикону. Контекст усуває всі інші змісти слова, які воно може мати взагалі й закріплює за ним певне значення [13: 174]. Наприклад, термін *cost* в оточенні: *carrying, shortage* [14: 552], *opportunity* [14: 620] позначає "виплату", адекватними показниками цього ЛСВ є вказані атрибути, завдяки яким інші значення цієї лексеми: "ціна", "вартість", "собівартість" залишаються незатребуваними. Лексичний контекст закріплює за полісемантом *cost* тільки одне словозначення. Таким чином, мікроконтекст є засобом добору потрібного спеціального значення, допомагає вирішити проблему термінологічної полісемії.

Внутрішній контекст впливає на довжину термінів, породжуючи контекстуальний еліпсис [15: 15] та стягнення [16: 60]. Нам зустрілися терміносполучення, у яких випущені при їхньому повторному уживанні означальні елементи, які легко відновлюються з контексту: *current assets, assets* [14: 552, 555], *common stocks, stocks* [14: 670]. Залежно від того, яка частина терміна пропускається і з якої сторони в мовному ланцюжку розташовується загальна частина, виділяємо кілька типів стягнень: 1) лівостороннє стягнення атрибутів: *short-term and long-term debt* [14: 94], *natural and world economies* [17: 36]; 2) лівостороннє стягнення означуваних: *issue and sale of investment securities* [17: 39]; 3) правобічне стягнення означуваних: *purchasing goods and services* [17: 15], *cash receipts and disbursements* [17: 352]; 4) двостороннє стягнення: *firm's financial and investment policies* [14: 83]. Отже, у результаті еліптичних змін актуалізації значення економічної лексеми сприяє не внутрішній контекст, а макроконтекст.

Макроконтекст забезпечує деталізоване визначення терміна [18: 12-13]. У спеціальних текстах для розкриття понять використовують визначення, що включає головний елемент – мікродефініцію, від якого залежать всі інші [18: 8]. За обсягом вона співпадає з реченням і передає найбільш точну інформацію про об'єкт. Мікродефініція складається з ядра і специфікатора [19: 61]. Початкова позиція мікродефініції сприяє відображенню логічності, властивої науковому викладу [20: 8]. На підставі функціонально-значеннєвих критеріїв виділяємо 5 типів специфікаторів [18: 9]: 1) характерологічний повідомляє про постійні властивості явища: "Under an exclusive distribution strategy, the supplier agrees to sell its product only to a single wholesaling middleman and/or retailer ..." [21: 318]; 2) генетичний інформує про спосіб, причину утворення явища: "Promotional allowances are price reductions granted by a seller in payment for promotional services..." [21: 281]; 3) конструктивний повідомляє про будову явища: "Wholesaling, or wholesale trade consists of the sale, and all activities directly related to the sale, of goods..." [21: 330]; 4) функціональний повідомляє про призначення

предмета, його здатність учиняти певні дії, операції: "*Business products are intended primarily for use in producing other products...*" [21: 169]; 5) екземплярний включає перелік, приклади, вказівки на основні підкласи, що складають даний клас: "*Assets are classified as either current or fixed*" [21: 21]. Ілюстрації характерологічного, конструктивного функціонального й екземплярного специфікаторів свідчать про особливості мікродефініції в економічному тексті: можливі відсутності ядра.

Компоненти визначення, залежні від мікродефініції, називаємо екстенсифікаторами чи деталями. Вони слугують для розширення поняття про предмет визначення шляхом повідомлення відмінних ознак [18: 11], у результаті чого виступають у якості комунікативно необхідних елементів, доповнюючи інформацію, яку містить мікродефініція [20: 9]. Екстенсифікатор – це додатковий специфікатор, представлений окремим реченням [18: 11]. Семантичні різновиди деталей збігаються з типами специфікаторів. Наприклад: "*A broker is an independent agent wholesaling middleman that brings buyers and sellers together and provides market information to either party*" – мікродефініція. Екстенсифікатор 1: "*Most brokers work for sellers, although a small percentage represent buyers*". Екстенсифікатор 2: "*Brokers have no authority to set prices*". Екстенсифікатор 3: "*They simply negotiate a sale and leave it up to the seller to accept or reject the buyer's offers*". Екстенсифікатор 4: "*They also furnish considerable market information regarding prices, products, and general market conditions*" [21: 343]. Структура наведеного тексту складається зі значеннєвого центра і чотирьох деталей різних рангів. Мікродефініція подає загальні відомості про "*брокера*": його родову приналежність – "*незалежний агент*", "*оптовий посередник*" і важливу відмінну ознаку – "*який допомагає продавцю і покупцю зустрітися і забезпечує кожному зі сторін ринковою інформацією*". Деталі містять конкретизуючу інформацію про об'єкт: повідомляють про характерні властивості "*брокера*", але знаходяться в різній залежності від значеннєвого ядра: перший і другий відносяться до ядра, а третій і четвертий – до екстенсифікатора 2. Отже, поняття "*broker*", що вводиться мікродефініцією, розкривається лише в сукупності всіх деталей, кожна з яких "вносить новий "квант" інформації, допомагаючи зняти невизначеність знань читача про окремі сторони об'єкта, що характеризується" [20: 9].

Семантична дивергенція економічних термінів порушує питання про обов'язковість вивчення фахового дискурса. "Найбільш повну об'єктивну картину" дає "лише дискурсивний аналіз, який містить окрім функціонально-семантичних досліджень, також дослідження комунікативно-прагматичних і соціокультурних факторів" [22: 27]. "Для установлення повного взаєморозуміння між відправником і одержувачем недостатньо лінгвістично оформленого повідомлення (чи серії повідомлень = тексту). Для слухача необхідна опора, яку він знаходить у такому екстралінгвістичному факті, як "пресупозиція" – лінгвістично неформована частина тексту. Також необхідний комплекс відомостей ... "знання світу" чи енциклопедичні знання" [23: 26]. "Лінгво-соціальний контекст утворюється не тільки всіма способами вираження – мовними і позамовними (слова, жести і т.п.), але й цілком всією ситуацією, що оточує слово й визначає його зміст" [24: 97]. Вважаємо, що зміст узятого окремо економічного терміна, як фрагмента словника, не можливо встановити однозначно. Термін поза контекстом не передає спеціальної інформації і, отже, не має визначеного змісту [25: 8]. Так, термін *inflation* містить лише інформацію, змістом якої є значення "*знецінення*" [12: 236], отримане внаслідок семантичної трансформації загального значення цієї лексеми, що засноване на метонімічному переносі по асоціації з результатом дії "*роздування*", "*здуття*" [10: 729; 26: 141]. Без контексту не відомо, про яку "*інфляцію*" йдеться: "*грошову*", "*попиту*", "*купівельної спроможності*" [12: 236-237] чи "*інфляцію*" в її метафоричному вживанні, наприклад, "*інфляцію ідей*", "*інфляцію духовних цінностей*" [10: 729] чи мається на увазі вихідна загальнолітературна семантика лексеми. Таким чином, не визначений навіть тип значення – науковий чи повсякденний. "Текст, фіксуєчи не тільки відбір і комбінування мовних одиниць, але і їх можливу модифікацію, одночасно містить у собі... ідентифікатори, що "відзначають" можливість реалізації мовною формою співвідношення з екстралінгвістичною реальністю, на яку й опирається реципієнт при сприйнятті використаних у тексті одиниць" [27: 69]. Тому, у висловленні: "*You see, Argentina is experiencing a runaway inflation*" [28: 130] на основі імпліцитного контексту, обумовленого сумою економічних знань, спеціаліст визначає економічний характер явища, зіставляючи інформацію про географію інфляції (ідентифікатор *Argentina* – "*Аргентина*") та характер її протікання (ідентифікатор *runaway* – "*що не піддається контролю*"). Проте, лише у сполученні зі змістом наступного тлумачення: "*By that we mean that the value of its currency is falling at an astonishingly rapid way*" [28: 130] розкривається повне визначення терміна: йдеться про "*грошову інфляцію*". "Полісемантичні одиниці в значенні терміна максимальньо конкретизуються і маркуються екстралінгвістичною ситуацією" [4: 68]. У більш розширеному контексті: "*How rapid? In January, 1989... Inflation such as the kind that struck Argentina destroys the lives of many people*" [28: 130] зміст терміна визначається ще повніше, бо повідомляється про час протікання явища ("*1989 рік*"), неминучий зв'язок інфляційних процесів з соціальними потрясіннями ("*руйнує життя багатьох людей*"). Така додаткова інформація розширює зміст терміноодиниці. "Кожен читач реконструює запропоновану автором модель світу дещо по-своєму, в особливому, його власному варіанті, синтезуючи те, що знаходить у тексті, з тим, що має у власному читачьому і життєвому досвіді. Існуючі в тексті образи ... контрасти, які виражені експліцитно, дозволяють здогадатися про пропущене та те, що мається на увазі" [15: 88]. Сполучуваність *inflation* з *runaway* додає терміну метафоричності, допомагає "віднайти прихований компонент значення" [15: 55] терміна *inflation* – виявляє на екстралінгвістичному рівні стихійний характер феномена, його об'єктивну обумовленість капіталістичною системою в нелегких умовах 1989 року. Адресант також у змозі передбачити глибокі порушення в структурі суспільного виробництва самої країни й у світових господарських зв'язках. Завдяки відтворенню засобами тексту та тезауруса читача "виконується основна умова ефективності зв'язку: максимум повідомлення при мінімумі сигналу" [15: 192]. Бачимо, яку "велику роль відіграє тезаурус читача і його

розширення в процесі читання" [29: 170]. Отже, виходячи з лінгво-соціального контексту, ми визначаємо приналежність лексеми *inflation* до економічної субмови, виявляємо її ситуативне значення як "знецінення грошей" та ряд викликаних інфляцією негативних процесів у певний історичний період.

"Повторюваність контексту закріплює за терміном суворо визначене його значення" [5: 60]. "У випадку вживання в контексті похідного слова й мотивуючої його одиниці сприйняття похідного відбувається перш за все через опору на це мотивуюче слово ... утворювана опозиція з одиниць, що співвідносяться, гарантує глибше сприйняття вираженого ними змісту" [27: 69]. Нам зустрілись ланцюжкові та гніздові повтори. Ланцюжковий тип представлений двома різновидами: перспективний (*commission, commissions* [30: 413-414]) і ретроспективний (*intermediaries' sales forces, intermediaries* [30: 442]) та передбачає, що деривати від однієї основи знаходяться у відносинах мотивації [31: 187]. При гніздовому повторі однокорінні деривати а) мотивують чи не мотивують і б) не мотивують один одного, належать до різних основ [31: 188]. У дериваційних одиницях *managers, managing, managerial, manager, management* [30: 17, 18] сполучаються прогресивний, не зв'язаний мотиваційними відносинами (*managers, managing, managerial, management*), і регресивний, зв'язаний мотивацією (*managers, manager*), способи, що представляють похідні різних ступенів одного гнізда. У тексті знаходимо невмотивовані похідні різних основ одного гнізда: *product, production* [30: 53]; *market, marketing* [21: 140]. Відзначаємо, що гніздовий повтор в економічному контексті вводить частину словотворчого гнізда, причому терміни в тексті: а) репрезентують гніздо в послідовності, у якій воно представлене у словнику [27: 53], б) в іншому порядку, ніж у лексикографічному джерелі. Наприклад, вершина гнізда *market* [11: 335; 12: 290] вводиться в текст "*The business market consists of business users*" [21: 140] першою ніж дериват *marketing* [11: 337; 12: 293]: "*Business marketing, then, is the marketing of goods and services...*" [21: 140]. Члени гнізда *management, manager(s), managerial, managing* [10: 870] входять у контекст у наступному порядку: *managers, managing, managerial, manager, management* [30: 17-18] – першим з'являється вихідний, не центральний елемент словотворчого гнізда.

Виділяємо лексико-семантичні повтори, в основі яких лежить номінація ключового слова. Залежно від повноти відтворення вихідної тематичної лексеми в тексті вони бувають повні та часткові [32: 6]. До повних відносимо 1) абсолютні: *outlays* [33: 600]; *destabilizing speculation* [34: 515]; 2) усічені: *interest arbitrage, arbitrage* [34: 630-631]; 3) роз'єднані: *interest arbitrage, profitable arbitrage* [34: 630], *pure arbitrage* [34: 631]. До семантичних повторів належать: 1) синонімічні: *outlays, payment, spending, expenditures* [33: 600]; 2) антонімічні: *expected inflation, unexpected inflation* [33: 519-520]; 3) гіпонімічні: *outlays, government outlays, mandatory outlays, discretionary outlays* [33: 600]; 4) гіперонімічні: *interest arbitrage, arbitrage* [34: 630]; *stopping hyperinflations, hyperinflations* [33: 668]. Таким чином, ланцюжкові, гніздові, абсолютні, усічені, роз'єднані, синонімічні, антонімічні, гіпонімічні, гіперонімічні повтори забезпечують зв'язок окремих частин дискурса, його комунікативну цілісність, повне розкриття семантично вихідного терміна, послідовність і логічність викладу, об'ємну презентацію об'єкта висвітлення.

Отже, зміст економічного терміна розкривається тільки через його реальне функціонування у внутрішньому, макро- та глобальному контекстах. Проте, найповніше визначення подається лише з урахуванням усієї сукупності умов протікання комунікації – лінгво-соціального контексту: в оточенні лексичної одиниці, мікродіфініції, екстенсифікаторів, ланцюжкових, гніздових, лексико-семантичних і семантичних повторів, включаючи аналіз екстралінгвістичних факторів.

Перспективним у нашому дослідженні є застосування використаної методики для аналізу інших терміносистем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Капаназде Л.А. О понятиях «термин» и «терминология» // Развитие лексики современного русского языка – М.: Наука, 1965. – С. 75-85.
2. Степанова Ю.С. В поисках грамматики: Проблемы субъекта // Известия АН СССР. – М., 1981. – № 4. – Т. 40. – С. 325-332.
3. Крылов А.И. Термин и контекст // Языковые единицы и контексты: Сб. науч. тр. – Ленинград: ЛГПИ, 1973. – С. 89-96.
4. Карбовничий И.А. Информационно-семантические свойства английских терминов права // Семантика языковых единиц: Доклады 5-й междунар. конф. – М.: Физкультура, образование и наука, 1996. – Т. 1. – С. 68-70.
5. Даниленко В.П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. – М.: Наука, 1977. – 246 с.
6. Комлев Н.Г. Естественные границы точности научного термина // Место терминологии в системе современных наук: Тезисы докладов и сообщений. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1970. – С. 104-108.
7. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – М.: Изд-во лит-ры на ин-х языках, 1956. – 290 с.
8. Реформатский А.А. Введение в языковедение. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 536 с.
9. Англо-русский словарь по экономике и финансам / Сост. А.В. Аникин. – Санкт-Петербург: Экономическая Школа, 1993. – 590 с.
10. Longman Dictionary of Contemporary English / Director: D. Summers. – Barcelona: Cayfosa-Quebecor, 2001. – 1753 p.
11. Longman Dictionary of Business English / Revised by J.H. Adam. – Longman: York Press, 1989. – 564 p.
12. Longman Business English Dictionary / D. Summers. – Barcelona: Cayfosa-Quebecor, 2001. – 533 p.
13. Голобородько К. Формування мовної картини світу засобами синонімії (на матеріалі української поезії) // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. пр. / За заг. ред. проф. Л.А. Лисиченко. – Харків: ХДПУ, 2001. – Вип. 7. – С. 174-178.
14. Fundamentals of Corporate Finance / S.A. Ross, R.W. Westerfield, B.D. Jordan. – USA: Irwin, 1995. – 779 p.
15. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сб. статей. – С.Пб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1999. – 444 с.

16. Кузьмичева Г.В. К вопросу об эллипсисе (на материале медицинской терминологии) // Термин и слово: Межвуз. сб. науч. тр. – Горький: ГГУ, 1982. – С. 60-65.
17. Strategic Management / L.L. Byars, L.W. Rue, Sh.A. Zahra. – USA: Irwin, 1996. – 1043 p.
18. Девкин А.П. Определение и объяснение как композиционно-речевые формы в английских научных и научно-популярных текстах: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Минский гос. пед. ин-т ин-х языков. – Минск, 1984. – 22 с.
19. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения: Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1988. – 168 с.
20. Крохалева Л.С. Описание как единица текста в функционально-коммуникативном аспекте (на материале английской научной и художественной прозы): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Минский гос. пед. ин-т ин-х языков. – Минск, 1986. – 16 с.
21. Stanson W.J., Etzel M.J., Walker B.J. Fundamentals of Marketing (Series in Marketing). – USA: Mc Graw Hill Inc., 1991. – 668 p.
22. Гусаренко С.В. Дискурсивный анализ в судебно-филологической экспертизе // Лингвистические и экстралингвистические проблемы межкультурной коммуникации: Мат. науч. регион. конф. – Ставрополь: СГУ, 2000. – С. 26-28.
23. Городецкая И.Е. Текст как единица коммуникации // Лингвистические и экстралингвистические проблемы межкультурной коммуникации: Мат. науч. регион. конф. – Ставрополь: СГУ, 2000. – С. 25-26.
- 24.
25. Мыркин В.Я. Типы контекстов. Коммуникативный контекст // Филологическая науки. – М., 1978. – № 1. – С. 95-100.
26. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская Энциклопедия, 1966. – 607 с.
27. The Advanced Learner's Dictionary of Current English (толковый словарь английского языка) / Под ред. А.С. Хорнби. – Ставрополь: СПИИП "Сенгилей", 1992. Т. 1-3. – 1560 с.
28. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с.
29. Applied Economics. A Programm of Junior Achievements. – Colorado: Junior Achievement Inc., 1990. – 209 p.
30. Арефьева С.А. Семантико-функциональные особенности использования языковых средств в публицистическом стиле // Семантика языковых единиц: Доклады V междунар. конф. – М.: Физкультура, образование и наука, 1996. – Т. 2. – С. 97-98.
31. Sales Management: concepts, practices and cases / E. M. Johnson, D. L. Kurtz, E. E. Scheuing. – USA: Mc Graw-Hill Inc, 1994. – 564 p.
32. Кечик Е.В. О гнездовом способе введения производных в художественном прозаическом тексте // Семантика языковых единиц. Доклады 5-й междунар. конф. – М.: Физкультура, образование и наука, 1996. – Т. 1. – С. 187-189.
33. Завгородная М.Б. Векторное развитие информативности англоязычного научного текста: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Одесский гос. ун-т им. И. Мечникова. – Одесса, 1991. – 17 с.
34. Macroeconomics / R. Dornbusch, S. Fischer. – USA: McGraw-Hill, 1990. – 828 p.
35. International Economics / P. H. Lindert. – USA: Irwin, 1991. – 682 p.

Матеріал надійшов до редакції 27.04. 2007 р.

Фурсова Л.И. Способы раскрытия семантики экономического термина (на материале англоязычной экономической литературы).

В статье проведен сравнительный анализ раскрытия семантики экономической единицы на уровне макро-, микро- и глобального контекстов. Рассмотрены цепочные, гнездовые, абсолютные, усеченные, разъединенные, синонимические, антонимические, гипонимические, гиперонимические повторы, которые обеспечивают полное раскрытие значения термина в профессиональном дискурсе.

Fursova L.I. Ways of Revealing Economic Term Semantics (Based on English Economic Literature).

The article focuses on comparative analysis of revealing economic term semantics in micro-, macro- and global contexts. It deals with chain, family, absolute, clipped, separated, synonymous, antonymous, hyponymic, hyperonymic repetitions that provide the most accurate definition of term in economic discourse.