

УДК 811.111

Муталиева Фатима Салмановна

**студент, Ингушский
государственный университет, РФ, г.Магас**

Бокова Дали Мухмадовна

**студент, Ингушский
государственный университет, РФ, г.Магас**

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В ТОРОВОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. Торговля сыграла значительную роль в привнесении новых слов в английский язык. Учитывая потребность в растущей интернационализации бизнеса, хорошее владение английским языком в большинстве случаев важно для развития технических (конкретных) компетенций. Таким образом, очень важно, чтобы профессионалы использовали точную терминологию, чтобы заложить основу для успешного общения.

Abstract. Trade has played a significant role in bringing new words to the English language. Given the need for the growing internationalization of business, a good command of English is in most cases important for the development of technical (specific) competencies. Thus, it is very important that professionals use accurate terminology to lay the foundation for successful communication.

Ключевые слова: термин, бизнес, экономические термины, специфика профессионального общения.

Keywords: term, business, economic terms, specifics of professional communication.

Язык, с одной стороны, выступает в качестве хранителя и транслятора культурной традиции, с другой, – объединяет поколения и народы в коммуникативном пространстве, является показателем идентичности личности. Хотя язык – не единственный фактор идентификации, все же он играет интегральную роль в чувстве принадлежности отдельного индивидуума к социуму. Без языка нет совместного базиса для коммуникации внутри общества.[3]

Термины - это неотъемлемая часть лексической системы литературного языка, вступающая в сложные семантико-синтаксические отношения с другими словами. Термины, в том числе экономические, могут представлять собой немалые сложности, как для студентов лингвистических специальностей, так и для менеджеров, бухгалтеров, экономистов и т.д., сталкивающихся с англоязычной бизнес-терминологией в процессе работы. Для преодоления трудностей и осуществления успешной бизнес коммуникации целесообразно обращать внимание на ряд особенностей экономических терминов. Прежде всего, необходимо помнить о том, что успешность иноязычного профессионального общения в значительной степени определяется таким уровнем владения терминологическими единицами, который обеспечит способность коммуникантов понимать и принимать в нужной ситуации именно тот срок, который точно и экономно передает высказанное мнение.

Особенность английских экономических терминов заключается в наличии лексики, заимствованной из других терминосистем, интернационализмов, функционирующих различных деривационных процессов, а также участвующих в её образовании, в существовании большого количества аббревиатур.

Специфика профессионального общения в торговом бизнесе требует высокоразвитых коммуникативных качеств, навыков и умений.

Коммуникативная компетентность - это знание норм и правил общения, а также владение его технологией. Она невозможна без развитых способностей к общению с другими людьми - коммуникативных способностей, т.е. способностей владеть инициативой в общении, проявлять активность, эмоционально откликаться на состояние партнеров общения, формировать и реализовать собственную индивидуальную программу общения, способность к самостимуляции и взаимной стимуляции в общении.[4]

Любая терминологическая система как совокупность слов и словосочетаний, употребляемых в соответствующей научно-технической сфере для выражения специальных понятий и для названия ее типичных объектов, в отличие от обычной лексики имеет «социально-обязательный характер». Основной отличительной чертой термина является его связь с научными концепциями, в свою очередь влияет на лингвистический статус термина.

В узкоспециализированных экономических текстах обычно даются факты и отчеты о состоянии фондовых рынков, анализируются отчеты о прибыли и убытках компаний. В специальной области знаний происходит постоянное обновление и пополнения лексики, что значительно опережает развитие общеупотребительных слов английского языка. Учитывая, что в общеупотребительном языке уже все названо, а в специальных областях постоянно возникает необходимость в новых названиях, экономическая терминология включает значительное количество общеупотребительной лексики английского языка. К примеру, influence n воздействие; resources n ресурсы; process n процесс; to grow v расти и др.

Миграция общеупотребительных слов в подсистему экономики служит ядром терминологической системы. Так, значение слова *to spare* в экономить и экономического срока *to spare* в экономить - совпадают. В основе терминологизации слово общего языка приобретает новый оттенок значения в соответствии со специализацией или генерализацией значения. Стоит отметить, что сложные термины - наименование функционируют в качестве словесного комплекса как особый аналитический тип слов.[5]

Пути проникновения общеупотребительных слов в экономическую терминологию разнообразные, в том числе: использование их в прямом номинативном значении; в новом специальном значении, возникает на основе одного из значений полисемантических слов без изменения их морфологической структуры; метафорический перенос значения общеупотребительного слова: *bull* n бык; *ballon* v надувать (воздушный шарик) / поднимать курс акций.

Одним из продуктивных способов формирования английской экономической терминологии является конверсия, в частности: субстантивация, связанной с наибольшей ценностью существительного с целью номинации. Особого внимания заслуживают конверсионные образования - существительные, образованные от глаголов. Например, *bail-out* n выход из экономических трудностей с чьей-то помощью; *check-in* n место, где потребители платят за товар в супермаркете; *takeover* n слияния компаний; *write-down* n снижение цены, снижение стоимости, частичное списание со счета; *write-up* n повышение цены, стоимости, запись в учетном регистре, растущая стоимость, приписка к плану и др.

Язык бизнес терминологии действует как «инструмент общественного контроля и как средство защиты интересов». Бизнес терминология и грамматика для неродных носителей английского языка является достаточно сложной.

Будучи основным средством коммуникации во всем мире, английский язык стал инструментом карьерного роста для всех категорий специалистов, включая экономистов, поскольку он позволяет им общаться на международном уровне. Многие ученые уже подчеркивали роль «языка экономики» как важного не только в контексте торговли, но и в повседневных ситуациях. Английские экономические документы являются одним из объектов повседневной деятельности экономиста, так как они пишут и интерпретируют контракты на английском языке и другие важные документы, которые могут быть сложными, а также могут включать техническую лексику. Экономическая терминология и грамматика для неродных носителей английского языка могут вызвать трудности.[2]

Английская экономическая терминология является сложным механизмом, в котором функционируют слова, заимствованные из других терминосистем: биологии (to survive n выживать; mature adj зрелый, высокоразвитый; hybrid adj гибридный, то, включающий различные элементы), медицины (injection n вступление, вклад (например, денег в экономику) body n орган, организация, общество; суть, содержание (документа); dead adj недействующий, мертвый, застойный; donor n лицо, жертвует, финансируемая организация), политики и права (crisis n кризис; law n закон; legal adj юридический; intervention n интервенция;), статистики (bound n оценка, предел, граница; coefficient n коэффициент;), математики (derivative n производная; constant n постоянная величина; ratio n отношение; matrix n матрица) и др.

Английская экономическая терминология содержит большое количество интернационализмов (boss, broker, contract, partner, firm, marketing, credit, assortment, finance, management, business и др.), которые являются наиболее динамичной её частью.

Высокая частотность употребления сложных экономических терминологических единиц обусловила необходимость введения сокращений и аббревиатур. Существует несколько способов образования сокращений: а) буквенные сокращения; б) составляющие и частичные, состоящие из буквы или слога и полного слова; в) смешанные, состоящие из букв или слогов, знаков и цифр; г) усеченные слова. По способу употребления различают: а) лексические, что являются полноценными единицами профессионального устного и письменного общения; б) графические, которые не имеют собственной звуковой формы, не являются словами, не имеют грамматических категорий и употребляются только в письменной речи.

Например: буквенные (ltd - limited - с ограниченной ответственностью; VAT - value-added tax - налог на добавленную стоимость); составляющие и частичные (Co - company - компания; Incoterms - International Commercial Terms - принятые в международной практике определения коммерческих терминов, наиболее часто встречающихся в внешнеторговых контрактах; есоefficiency - economic efficiency - экономическая эффективность; Fco - franco - франко); смешанные (US \$ United States dollar - доллар США; £ cash - наличные, выраженная в фунтах стерлингов) усеченные слова (advert - advertisement - реклама; memo - memorandum - служебная записка) и др.

Основная сложность работы с англоязычной терминологией в торговом бизнесе заключается в том, что необходимо принимать во внимание не только тип текста, но и контекст, контекстуальные определители (лексикосинтаксические, морфологические и лексико-фразовые), а также экономические и политические реалии страны.[4]

Таким образом, во многих странах английский занимает очень важное место как язык дипломатии, торговли и бизнеса. 90% мировых сделок заключается на английском языке. Мировые финансовые фонды и биржи работают на английском языке. Финансовые гиганты и крупные корпорации

используют английский язык независимо от того, в какой стране они находятся.

Список использованной литературы

1. Агабекян, И.П. Английский язык для менеджеров. English for Managers: учебное пособие / И.П. Агабекян. - М.: Проспект, 2015. - 352 с.

2. Барановская, Т.А. Английский язык для экономистов: Учебник и практикум / Т.А. Барановская, А.В. Захарова, Т.И. Ласточкина. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 504 с.

3. Городецкая, Е.Я. Деловой английский язык для менеджеров. Учебное пособие / Е.Я. Городецкая. - М.: Проспект, 2016. - 248 с.

4. Данчевская, О.Е. Английский язык для межкультурного и профессионального общения: учебное пособие. 4-е изд., стер. + CD / О.Е. Данчевская. - М.: Флинта, 2015. - 192 с.

5. Малюга, Е.Н. Английский язык профессионального общения (Реклама): учебник / Е.Н. Малюга. - М.: Флинта, 2016. - 336 с.