

На правах рукописи



Фазылова Наиля Амировна

Функциональные особенности новой экономической терминологии в публицистическом тексте
(на материале печатных СМИ 2002-2007 годов)

Специальность 10.02.01 – Русский язык

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Казань – 2008

Работа выполнена на кафедре современного русского языка и русского языка как иностранного государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина»

Научный руководитель – доктор филологических наук профессор
Балалыкина Эмилия Агафоновна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук профессор
Чернова Светлана Владимировна;

кандидат филологических наук доцент
Хасанова Раиса Анасовна


Ведущая организация: Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Татарский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Защита диссертации состоится 23 мая 2008 года в 9.00 часов на заседании диссертационного совета Д.212.081.05 в Казанском государственном университете по адресу: 420008 г. Казань, ул. Кремлевская, 18, корпус 2.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского Казанского государственного университета.

Автореферат разослан «___» апреля 2008 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
к. филол. н., доцент



Т.Ю. Виноградова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Открытая экономика, предполагающая широкие, тесные повседневные контакты с иностранными фирмами, с общей установкой экономической политики – перенять от Запада их опыт управления экономикой, торговлей – вызвали наплыв в русский язык иностранных терминов, часто многим непонятных. Появилось и большое количество собственно русских экономических терминов, которые носители языка (в том числе нередко и профессионалы-экономисты) в силу высокой скорости протекания экономических процессов также не успевают осваивать. Как отмечают ведущие лингвисты, к приоритетной сфере распространения неологизмов в русском языке относится именно социально-экономическая. Ученые аргументируют свое мнение тем, что именно здесь происходят наиболее значительные социальные сдвиги, наблюдаются новые явления и процессы, требующие семантически точных и экономичных номинаций. Это делает необходимыми систематизацию и классификацию новой экономической терминологии на лингвистическом уровне.

Для лингвистики изучение терминологической лексики имеет большое значение как с точки зрения отражения в ней современного уровня той или иной науки, логической стройности построения научной системы, так и с позиции пути формирования терминологии, её лингвистического оформления. Исследование состава, структурных особенностей, функционального предназначения терминологических систем способствует решению многих проблем лексикологии, словообразования, грамматики, стилистики.

Цель настоящей работы – определение состава новой терминологии в экономической области и проведение ее комплексного анализа на материале современной русскоязычной прессы 2002-2007 годов.

В соответствии с указанной целью были поставлены и решены следующие **задачи**:

- 1) определение круга лексем, состава новой экономической терминологии в современной периодической печати;
- 2) выявление основных тенденций функционирования новой экономической терминологии в периодической печати 2002-2007 годов;
- 3) рассмотрение основных способов их образования;
- 4) представление степени освоенности носителями языка пласта экономической лексики с использованием статистических методов анализа;
- 5) определение места экономической терминологии в общетерминологической системе языка.

В работе рассматриваются закономерные изменения в области терминологии, так как терминология – наиболее динамичная сфера лексики на современном этапе развития языка. Обширные слои терминологической лексики, характеризующиеся прямой или частичной мотивацией, всё больше включаются в активный словарь, оказывают влияние на характер словообразовательных связей внутри языка.

Слова несут на себе печать времени, и лексические новообразования демонстрируют это особенно ярко. Даже очень недолго живущие номинации динамично характеризуют тот или иной период в истории языка и общества. Недаром В.Г. Гак назвал новообразования «историзмами современности» [Гак 1978: 37]. Изучение новых слов находится в кругу важнейших вопросов современной лингвистики, поскольку исследование состава новообразований, их структурных особенностей, функционального предназначения способствует решению многих проблем лексикологии, словообразования, грамматики, стилистики.

Объектом настоящего исследования является новая экономическая терминология русского языка, нашедшая отражение в русскоязычной периодической печати 2002-2007 годов. Вопрос об отнесении конкретного слова к сфере именно экономической терминологии, а не какой-либо иной смежной области, решался в настоящей работе в зависимости контекста.

Употребление термина в одном ряду с другими экономическими терминами в экономическом тексте является достаточным основанием для того, чтобы считать данное слово термином экономической сферы. Кроме того, в работе рассматриваются термины таких соприкасающихся с экономикой научно-практических направлений, как менеджмент и маркетинг, поскольку они тесно переплетаются с областью экономики и дополняют ее терминологию.

Помимо собственно терминов, в поле рассмотрения оказались лексемы, которые нельзя отнести к терминам в традиционном понимании этого слова, а именно: профессионализмы, стилистически маркированные слова, лексемы, имеющие ярко выраженную коннотативную окраску, окказионализмы, просторечные слова и выражения. Указанные лексемы также обозначаются словом «термин», что в некоторых случаях носит достаточно условный характер, поскольку при анализе собственно терминов и их контекстуальных синонимов не делается особых различий.

Предметом исследования являются лексические единицы новой экономической терминосистемы и их многоплановое описание с структурно-семантической, словообразовательной, морфологической и культурологической точек зрения.

Актуальность темы настоящего исследования определяется своеобразием такой части лексического состава языка, как новые слова в области экономики. Инновации – это быстро меняющаяся лингвистическая данность любого живого языка, что предопределяет необходимость скорейшего изучения и систематизации появляющихся в речи и остающихся в языке новых слов. Современная лексика экономической сферы тем более нуждается в тщательном изучении, поскольку на данный момент в современной русистике не существует научных работ, посвященных комплексному исследованию новой экономической терминологии.

Значение изучения инноваций возрастает в связи с общим развитием человеческой культуры и в связи с поступательным развитием

лингвистической науки; в свое время это нашло отражение в известном высказывании Л.В. Щербы: «Совершенно очевидно, что каждый культурный народ должен следить за изменениями в словаре своего языка» [Щерба 1974: 75]. Актуальность избранной темы заключается в том, что инновации как продукт словотворчества издавна являются эффективным средством коммуникативного воздействия и находятся «в зоне наиболее интенсивного взаимодействия между языком и речью» [Лыков 1972: 4], поэтому в качестве объектов изучения они дают возможность решать вопросы, стоящие на пересечении различных уровней языка и речи в самых разных аспектах.

Особенность данной работы заключается в использовании материала периодической печати. Газетный дискурс, являясь функционально-стилистической подсистемой литературного языка, наиболее полно и последовательно фиксирует основной массив неологизмов, отражая своеобразную моду на новые слова, неологические излишества и иногда демонстрируя отсутствие меры и языкового вкуса при употреблении инноваций. Окационализмы ограниченной социально-профессиональной группы (экономистов), являясь подсистемой, выходящей за рамки литературного языка, отражают новые тенденции современной русской речи.

Актуальность исследования обусловлена также тем, что на современном этапе новые слова в области экономики уже не образуются в виде непрерывного потока англоязычных заимствований, как это было в последнее десятилетие XX века. В настоящее время в этой сфере, как и в схожих сферах человеческой деятельности, при образовании неологизмов и новых терминов используются и средства самого русского языка, возвращаются некоторые старые слова, приобретая при этом новые значения, сами заимствования уже образуют соответствующие производные, т.е. входят в языковую парадигму русского языка.

Практическая значимость состоит в том, что данная работа позволяет определить основные тенденции развития русской лексики в

области экономики. Кроме того, словарь, представленный в приложении, как и таблицы со статистическими данными, могут быть полезны как специалистам в терминологической области, так и всем, кто интересуется экономическими проблемами. Материал диссертации может быть использован при подготовке вузовских учебных и специальных курсов, связанных с исследованием терминологии и языка СМИ, а также лексикографами при составлении терминологических словарей новых слов.

Научная новизна определяется неизученностью обозначенного пласта лексики русского языка, отсутствием комплексных исследований функциональных особенностей экономической терминологии в последние годы. Хотя в течение рассматриваемого в диссертации периода российская экономика характеризовалась определенной стабильностью и, соответственно, ее словарь – незначительными лексическими изменениями, тем не менее, терминологическая система экономической сферы претерпевала определенные трансформации. В связи с этим особую значимость приобретает изучение новых тенденций функционирования терминологической системы экономической сферы.

Вопросы, освещаемые в настоящей работе, были рассмотрены с учетом множества исследований последних лет, а также трудов по общей и специальной терминологии и неологии в советской и русской лингвистике. Например, их исследованию посвящены работы следующих ученых: К.В.Томашевской [2003], Л.В.Ивиной [2003], Б.И.Рахимбердиева [2003], О.А.Зябловой [2004], Ю.Н.Сидоренко [2005], С.С.Изюмской [2005], Л.Одонтуйа [2006], Л.И.Комлевой [2006], Е.В.Коровушкиной [2007], Е.Г.Кайтуковой [2007], Н.М.Карлухиной [2007], Чан Хоангмай Ань [2007] и др.

Однако названные выше проблемы не нашли достаточно полного отражения в этих трудах. Отсутствие в специальных разделах современной лингвистики комплексного анализа (включающего социолингвистический и

культурологический) указанной лексики в устойчивый экономический период и обуславливает новизну настоящей работы. В диссертации впервые новая экономическая терминология рассматривается с позиций комплексного подхода, который позволяет отразить тенденции развития русского языка для специальных целей, поскольку словообразовательные, грамматические (морфологические), фонетико-графические характеристики определяют и культурологические особенности использования подобных новообразований.

Характер работы определил и **методы исследования**, основными из которых стали описательный, используемый при анализе практически всего массива инновационного лексического материала, и сопоставительный, применяемый при рассмотрении неологизмов-заимствований. Для получения статистических сведений о функционировании рассматриваемых новообразований использован статистический метод. Также применялись стилистический, описательно-аналитический и другие методы.

Структура работы. Настоящая работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и двух приложений. Первая глава посвящена теоретическим вопросам неологии и терминологии как языка для специальных целей. Здесь рассматривается эволюция представлений о «новом слове», включающих описание основных понятий современной неологической науки и неологизмов как объектов исследования. Особое внимание уделено вопросам современного словообразования, а также неологической лексикографии, тесно связанной с обработкой сведений о новых словах.

Во второй главе новые слова в области экономики рассматриваются с точки зрения их происхождения, семантико-стилистических особенностей. Здесь же проведен их словообразовательный, морфологический и фонетико-графический анализ.

Третья глава посвящена проблемам функционирования новых слов в обществе: новые лексемы рассмотрены с точки зрения степени освоенности.

Проведен социолингвистический и концептуальный (культурологический) анализ современной экономической терминологии.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования. Приложения состоят из словаря «Новые слова в области экономики (на материале периодической печати 2002-2007 гг.)» и тестов для социолингвистических исследований.

Апробация работы. Основные положения диссертации изложены в 5 опубликованных статьях и апробированы на итоговых научно-теоретических конференциях профессорско-преподавательского состава Казанского государственного университета (2006-2008 годы), на Международной научно-практической конференции «Образование как интегративный фактор цивилизационного развития» (Казань, 28-30 августа 2005 г.), Всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов «Новые ценности современной России» (Казань, 15 мая 2006 г.), III Международных Бодуэновских чтениях: И.А Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23-25 мая 2006 г.).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность избранной темы, формулируются основная цель и конкретные задачи, определяются структура изложения материала и методы его анализа, доказываются научная новизна исследования и его практическая значимость.

Глава I. «Теоретические основы современной русской неологии и терминологии» состоит из шести разделов. В первом разделе **«Неологическая лексикография (неография) как основа неологии»** с целью уточнения круга исследуемых лексем рассмотрены теоретические основы лексикографии. «Неологическая лексикография, или неография, – наука об особенностях проектирования и составления словарей неологизмов, о специфике нового слова, значения и словосочетания как объектов таких

словарей» [Алаторцева 1999: 2]. Особое место в формировании теории неологии и неографии принадлежат Ю.С. Сорокину и Н.З. Котеловой [Котелова, Сорокин 1973: 6]. В настоящее время естественным двигателем развития неологии являются стремительно меняющиеся новые общественно-политические, социально-культурные и, соответственно, языковые условия, сложившиеся в России в начале XXI века. Словари новых слов, как известно, являются одним из активно развивающихся и наиболее подвижных типов лексикографических изданий.

Второй раздел «Возникновение и формирование терминологической базы неологии» посвящен рассмотрению учения о неологии как науки о новых словах, основы которой были заложены русской академической лексикографией XIX века. Представление о неологизме претерпевало существенные изменения на протяжении VIII-XIX веков. Если раньше «новое слово» отождествлялось лишь с заимствованием, то теперь объем этого понятия гораздо шире. Современное понимание нового слова учитывает его историчность и относительность, а потому требует системы «параметров-конкретизаторов», нейтрализующих эту относительность. Существует большое разнообразие точек зрения по вопросу о признаках выделения неологизмов. В настоящей работе за основу берется определение неологизма, предложенное С.И. Алаторцевой [Алаторцева 1998]. В качестве новых экономических терминов последнего пятилетия в диссертации рассматриваются слова, являющиеся новообразованиями и заимствованиями данного периода, а также слова и сочетания, вновь ставшие актуальными в указанный период.

Термины-неологизмы, рассматриваемые в данной работе, отличаются от пласта остальных неологизмов рядом особенностей: 1) узкой сферой употребления; 2) преимущественно устным путем проникновения в русский язык; 3) преобладанием американизмов, носящих характер чистых

вкраплений; 4) постоянным увеличением количества подобных новых терминов.

В третьем параграфе «История вопроса изучения терминологических систем русского языка» исследуются теоретические проблемы терминологии, рассматривается история данного вопроса. Одно из концептуальных положений настоящей работы отражает определение, данное С.В. Меркуловой: «Термин – слово или словосочетание, которое посредством дефиниции призвано адекватно отражать данное понятие предметной области, и значение которого уточняется посредством контекста» [Меркулова 1999: 13]. Уточнение значения термина через контекст, которое учитывает С.В.Меркулова, является значимым при отнесении той или иной лексемы к области определенной терминологии. Так, в настоящем диссертационном исследовании в вопрос об отнесении конкретного слова к сфере именно экономической терминологии отдельных случаях решался, исходя именно из контекста. Употребление термина в одном ряду с другими экономическими терминами в экономическом контексте является достаточным основанием для того, чтобы считать данное слово термином экономической сферы. Кроме того, в работе рассматриваются термины таких соприкасающихся с экономикой научно-практических направлений, как менеджмент и маркетинг, поскольку они тесно переплетаются с областью экономики и дополняют ее терминологию.

В ходе исследования экономических терминов было обнаружено, что в процессе функционирования они выходят за пределы субъязыка и могут обрастать синонимами, которые также нельзя рассматривать в отрыве от указанных терминов. Потому что эти слова-синонимы – результат существования терминов в языке, а потому они являются своеобразной частью экономической терминосистемы. Вот почему в диссертации, помимо собственно терминов, рассматриваются слова, которые нельзя отнести к терминам в традиционном понимании этого слова. Сюда относятся

профессионализмы, стилистически маркированные слова, лексемы, имеющие ярко выраженную коннотативную окраску, окказионализмы, просторечные слова и выражения. С.В. Гринев [Гринев 1993] для подобных речевых конструкций вводит название «предтермин» – т.е. это модели терминов, которые в качестве терминов недостаточно отвечают основным требованиям. В данной работе во избежание затруднений указанные лексемы также обозначаются словом «термин», поскольку существующие в научной литературе определения термина, как правило, не указывают на то, что он обязательно должен быть стилистически нейтральным и иметь строго определенную степень освоенности и употребительности.

Всего в работе проанализировано 188 терминов. Пятая часть из них на сегодняшний день не зафиксирована в известных словарях неологизмов, хотя эти термины и распространены в устной и письменной речи представителей экономических профессий, а также в современной публицистике данного направления. Значения таких терминов определялись из контекста.

В четвертом разделе «Заимствования как актуальный процесс современного русского языка» освещаются проблемы заимствований. Несмотря на то, что они всегда привлекали к себе внимание лингвистов, сама лингвистическая природа заимствования, процесс вхождения иноязычных слов и их значений в систему заимствующего языка, осмысление скрытых процессов взаимодействия двух языков – языка источника и заимствующего языка – до сих пор не получили еще достаточно полного освещения. В силу экстралингвистических причин значительную часть экономической терминологии современного русского языка составляют заимствования, которые носят характер чистых вкраплений. Причем в основном это слова, пришедшие из американского варианта английского языка.

В научной литературе термин «англицизм» понимается двояко. В узком понимании «англицизм – это только исконно английское слово» [Мельникова 1991: 96]; «слово или оборот речи, заимствованные из

английского языка» [БТС русского языка 2003: 39]. По мнению В.М. Аристовой, которая трактует англицизмы более широко, «в группу англицизмов включены слова из американского, австралийского и других вариантов английского языка» [Аристова 1978: 134]. В настоящей диссертации под англицизмами понимаются не только исконно английские слова, но и заимствования лексических единиц из других вариантов английского языка.

Пятый параграф «Основные классификации способов русского словообразования» посвящен рассмотрению основных способов словообразования в русском языке. Дается обзор имеющихся на сегодняшний день многочисленных классификаций словообразовательных способов. В основу классификации новых экономических терминов по способам словообразования в данной работе легли научные идеи, которые складывались в Казанском университете на протяжении десятилетий и которые нашли отражение в трудах его ученых: «Итак, в русском словообразовании выделяются два основных способа словопроизводства: морфемный (или морфологический) и неморфемный (или семантический). Каждый из этих способов имеет несколько разновидностей, однако все эти разновидности объединены в два способа на основании общих характеристик» [Балалыкина, Николаев 1985: 28].

В шестом разделе «Классификация исследуемых неологизмов» в сравнительном аспекте приводятся различные классификации неологизмов. Выделяются традиционный и современный подходы к решению проблемы. Большинство исследователей [Рахманова, Суздальцева 1997: 162-166] придерживаются традиционной классификации, согласно которой все неологизмы делятся на несколько групп в зависимости от различных критериев, например: по способам словообразования, в зависимости от условий создания, по целям создания, с учетом того, как появилось новое слово и др. Такая классификация неологизмов представляется наиболее

удобной в практическом применении, поэтому в настоящей работе при рассмотрении новых экономических терминов используется данная схема выделения различных групп новых слов.

Глава II. «Функциональные особенности новых слов в области экономики» включает шесть параграфов. В первом разделе **«Характеристика источников»** дается анализ современной печати экономического направления. Всего было проанализировано 19 газет и журналов: «Банковское дело», «Вестник финансовой академии», «Вечерняя Казань», «Время и деньги», «Коммерсант», «Мировая экономика и международные отношения», «Налоговый вестник», «Национальная экономическая газета», «Национальный банковский журнал», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Финансовая газета», «Финансовый директор», «Финансы», «Финансы и кредит», «Экономика и жизнь», «Экономист», «Эксперт», «Эксперт-дайджест».

Все источники были разделены на три основные группы: 1) узкоспециализированные экономические газеты и журналы; 2) общеэкономические газеты и журналы; 3) общественно-политическая периодическая печать.

В изданиях узкой экономической направленности встречается много иностранных терминов, которые большей частью уже вошли в специализированные экономические словари. В то же время в этих изданиях продолжается увлечение иностранными вкраплениями. Зачастую они тождественны в семантическом плане уже существующим в русском языке терминам.

К общеэкономическим газетам были отнесены такие издания, как «Коммерсант», «Финансовая газета», «Время и деньги», рассчитанные на самые разные деловые круги. Здесь рассматриваются наиболее общие вопросы экономики, например, проблемы макроэкономики и теоретические вопросы экономики. В таких изданиях новые термины встречаются крайне

редко, а интересующие нас термины относятся больше к общественной жизни, чем к экономической.

Общественно-политические издания имеют широкую направленность, они ориентированы не столько на макро-, сколько на мировую экономику. На их страницах широко освещаются проблемы бизнеса в области экономики, и новые слова, встречающиеся здесь, относятся к этой сфере.

Проведенный во **втором разделе «Происхождение новых экономических терминов»** анализ новых слов в экономической области по происхождению подтвердил, что исследуемая терминология, испытывающая потребность в наименованиях новых явлений и понятий, обогащается за счет терминологизации слов литературного языка, а также путем заимствования терминов из других метаязыков, т.е. идет процесс ретерминологизации, обусловленный взаимопроницаемостью современных терминологических систем.

При этом большая часть новообразований обозначает уже существующие понятия. Появление новых реалий в экономической области, а также синтез современного бизнеса с новейшими технологиями служат появлению новых слов. Вместе с тем часть терминов из сферы экономики детерминологизируется, утрачивая свой специальный характер и активно употребляясь в других функциональных стилях. Конечным результатом детерминологизации является переход слов из данной терминосистемы в литературный язык.

В **третьем разделе «Семантические и стилистические особенности новых слов в области экономики»** представлен анализ исследуемых лексем с учетом их семантических и стилистических особенностей. По стилистической характеристике новые экономические термины условно разделены на три большие группы: официально-деловая лексика; общеупотребительная лексика; просторечные слова и выражения.

В зависимости от сферы употребления условно выделены три группы слов, границы между которыми не всегда четко обозначены, что во многом

обусловлено семантическими различиями лексем, относящихся к экономической терминологии:

1) общеэкономические (макроэкономические) термины, которые широко представлены не только в специализированных журналах и газетах, но и в общественно-политической периодике. Эти термины отличаются следующими особенностями:

– ярко выраженная зависимость образования и освоения терминов нормативным литературным языком от экстралингвистических факторов, а именно, изменений в экономической жизни страны, региона и мира в целом;

– образование преимущественно при помощи собственных средств русского языка;

– как правило, прозрачный смысл, т.е. термины при первом же употреблении понятны широкому кругу;

2) узкопрофессиональная терминология в ряде подсфер (экономика предприятия, банковский бизнес, бухгалтерия). Эта группа слов отличается тем, что они в основном употребляются в специализированных изданиях, рассчитанных на узкий круг профессионалов. Слова данной группы характеризуют следующие особенности;

– различная степень освоенности терминов при ярко выраженной стилистической разнородности;

– существенное преобладание терминов, являющихся заимствованиями;

– наличие новообразований, находящихся на границе с первой группой, – макроэкономическими терминами;

3) экономическая лексика, относящаяся к сферам, соприкасающимся с экономикой. В эту группу вошли слова, относящиеся к таким областям, как маркетинг, менеджмент. Основными отличительными особенностями третьей группы слов являются:

– большое количество заимствований из английского языка, которые быстро усваиваются не только профессионалами, но и широким кругом населения;

– использование заимствованных терминов без перевода и в английской транскрипции.

Анализ выбранных терминов в словообразовательном плане, представленный в четвертом параграфе **«Классификация новых терминов по их словообразовательным особенностям»**, позволил прийти к заключению, что в такой сфере лексики, как экономическая терминология, представлены оба основных способа русского словообразования: морфологический и семантический. При этом благодаря наличию конкретных словообразовательных моделей возможно создание новых экономических терминов по готовому образцу. Среди морфологических способов особой частотностью характеризуются суффиксальный и префиксальный способы образования новых экономических терминов. Среди различных разновидностей семантического способа, который в целом менее распространен по сравнению с морфологическим, на первое место по продуктивности можно поставить сращение.

Большая часть рассмотренных лексем образована при помощи аффиксации. Причем обилие заимствований из американского варианта английского языка в области экономической лексики обуславливает приверженность новых слов к использованию аффиксов, характерных для языка-источника.

Однако, стремясь к адаптации на русской почве, некоторые иностранные слова начинают образовывать производные и с помощью исконно русских аффиксов. В таких случаях чаще других образуются прилагательные. Таким образом, одним из направлений адаптации заимствованных терминов является изменение их словообразовательной структуры.

Пятый раздел «Некоторые особенности грамматических характеристик экономических терминов в современном русском языке»

посвящен анализу грамматических характеристик современной экономической терминологии. На основании анализа приведенных выше лексем можно прийти к выводу, что новые термины в области экономики ограничены своеобразным кругом частей речи. В основном это три части речи: существительные, прилагательные и глаголы. Около 80% составляют имена существительные. Почти 15% слов – имена прилагательные, большая часть которых образована от достаточно освоенных новых имен существительных. Количество глаголов среди экономических терминов последних лет невелико.

При этом новые термины-заимствования либо сохраняют облик слова, который существовал на родной почве, либо при соответствующей адаптации подвергаются изменениям в грамматическом плане, то есть приобретают родовые признаки, соответствующее грамматическое оформление, новые определения и т.д.

Фонетико-графический анализ новой экономической терминологии, осуществленный в **шестом разделе «Фонетико-графическая характеристика новых слов в области экономики»**, позволил сделать вывод, что в письменной речи наиболее последовательно освоение новых заимствований проявляется в следовании при написании фонетическому принципу, т.е. новые слова оформляются в соответствии с теми вариантами, которые наиболее точно передают произношение. При графическом оформлении сложных слов в газетном тексте принято придерживаться устоявшихся правил орфографии русского языка: при наличии субстантивированных отношений между компонентами сложного слова они пишутся через дефис, при атрибутивных отношениях с сокращением первого слова – слитное написание.

В результате исследования было установлено, что в последние годы поток англицизмов в области экономики заметно снизился. Однако среди

новых экономических терминов русского языка нередко встречаются иностранные слова без перевода. Некоторые из них используются в латинском оформлении. Однако процессы ассимиляции на русской почве ведут к тому, что в периодической печати они все чаще начинают оформляться графически с помощью кириллицы.

Глава III. «Особенности восприятия новых слов в области экономики носителями языка. Социолингвистический аспект» включает три раздела. В первом параграфе **«Классификация новых терминов по степени их обязательности и освоенности»** рассматриваются причины различной степени освоенности экономических терминов и лингвистические способы определения степени освоенности нового слова. Проведенное исследование позволило выявить наиболее значимые причины активизации той или иной лексемы. В первую очередь это экстралингвистические факторы, при которых новообразование начинает употребляться сразу во всех средствах массовой информации. Вторая причина – точность наименования термином того или иного понятия. И третья причина быстрого вхождения в языковую систему – удобоартикулируемость, приятное звучание и вхождение в грамматическую парадигму языка.

К лингвистическим методам определения степени освоенности нового термина необходимо отнести выявление: 1) частотности употребления; 2) широты употребления в различных сферах общественной жизни; 3) широты употребления в текстах различных стилей; 4) степени вхождения в языковую парадигму (наличие или отсутствие производных слов). Лингвистические методы определения степени освоенности того или иного нового слова в области экономики имеют недочеты, которые требуют дополнительных экстралингвистических исследований.

В связи с этим во **втором параграфе «Анализ новых слов в области экономики в социолингвистическом аспекте»** описываются методы и результаты проведения дополнительного социолингвистического

исследования, которое позволило существенно дополнить общую картину в данной сфере. Такой подход позволяет выявить экстралингвистическую обусловленность современной экономической лексики, особенности ее освоения разными социальными кругами населения, что невозможно сделать с помощью лишь лингвистических методов.

В рамках диссертационного исследования было проведено исследование с сознательной и представительной выборкой респондентов. Опрашиваемым предлагалось дать ответы на простые вопросы в форме теста. Тестирование проводилось в два этапа. Тест состоял из шести видов заданий, охватывающих практически все тематические группы новых экономических терминов. В анкете были представлены наиболее частотные термины, употребляющиеся в том числе в общественно-политических газетах и журналах. Казалось бы, все они должны находиться на такой ступени адаптации, как укоренение или, по крайней мере, заимствование. Анализ словообразовательных, фонетических и стилистических особенностей этих терминов подтверждал данное предположение. Однако тесты показали, некоторые новые экономические термины не известны широкому кругу населения, т.е. находятся на стадии лишь начального проникновения в язык.

Так, количество правильных ответов, данных студентами младшего курса, меньше половины. Хотя по мере получения высшего образования знания в области экономической терминологии существенно улучшаются. Данные студентов-экономистов старших курсов на 20% выше, чем студентов-экономистов младших курсов. Это свидетельствует о том, что в процессе образования студенты получают достаточно обширные знания из разных областей экономики, их словарный запас в этой области лексики значительно увеличивается. При этом такие слова, как *мэппинг*, *дериватив*, *ритейлер*, *релонч*, *транзакция* менее освоены. Больше других освоены такие новые экономические термины, как *бренд*, *контроллинг*, *монетизация*. Подобные слова достаточно быстро переходят в разряд

общеупотребительной лексики. Таким образом, функциональные и формальные критерии освоенности новых экономических терминов не всегда соответствуют друг другу.

В третьем параграфе «Культурологический аспект новых слов в области экономики» описываются основные закономерности освоения пласта экономической терминологической лексики носителями языка и определяется место экономической терминологии в общетерминологической системе языка. Поскольку экономика в современном обществе занимает одно из ведущих мест по степени значимости для развития общества, терминология этой сферы развивается быстрыми темпами, оказывая существенное влияние на терминологическую систему русского языка в целом. Кроме того, экономическая терминологическая лексика всё чаще проникает в активный словарь носителей языка, не связанных по роду профессиональной деятельности с экономикой.

Культурологический анализ новой экономической терминологии позволил заключить, что новые заимствованные термины экономической сферы находятся на разных стадиях освоения. Процессы их ассимиляции протекают под влиянием культурологических особенностей менталитета русского народа.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования, в результате которого доказано, что терминология – наиболее динамичная сфера лексики на современном этапе развития языка, которая даёт возможность вскрыть продуктивные процессы, происходящие не только в метаязыке, но и в общелитературном языке, поскольку термин не является особым типом лексической единицы и есть только функция, вид её употребления.

При рассмотрении новых экономических терминов выявлены наиболее значимые причины активизации той или иной лексемы: экстралингвистические факторы, т.е. активное использование нового слова

одновременно в нескольких средствах массовой информации; точность наименования термином того или иного понятия; вхождение в грамматическую парадигму языка; фонетическое и графическое освоение термина; вхождение в словообразовательную парадигму русского языка.

Терминологическая система современной экономической сферы не является замкнутой. Ее комплексный анализ дает представление о том, насколько неоднородны и сложны происходящие в ней процессы. Не только пополнение словаря экономической лексики, но и активное освоение данных лексем характеризуют период с 2002 по 2007 годы. И, несомненно, необходимо дальнейшее углубленное исследование данной области.

**Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях:**

Статьи в научных журналах, рекомендованных ВАК России

1. Тусупбаева Н.А. Некоторые особенности грамматических характеристик экономических терминов в современном русском языке / Н.А.Тусупбаева // Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки. – № 3. – Чебоксары: Изд-во Чувашск. гос. ун-та, 2007. – С. 217-223.
2. Фазылова Н.А. Основные способы русского словообразования и их отражение в современной экономической терминологии / Н.А. Фазылова // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2008. – Т. 150, кн. 2. – С. 162-169.

Статьи в научных изданиях

3. Тусупбаева Н.А. К вопросу классификации новых экономических терминов по их происхождению (на материале русскоязычной периодической печати 2003-2006 гг.) / Н.А.Тусупбаева // Русская и сопоставительная филология. – Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2006. – С. 242-247.

4. Тусупбаева Н.А. К проблеме орфографирования новых терминов / Н.А.Тусупбаева // Образование как интегративный фактор цивилизационного развития: Материалы Международной научно-практической конференции. В 5 ч. – Ч. 3. – Казань: Изд-во «Таглимат» Института экономики, управления и права (г. Казань), 2005. – С. 176-178.
5. Тусупбаева Н.А. Семантическое сращение как способ образования новых слов в области экономики (на материале русскоязычной периодической печати 2003-2006 гг.) / Н.А.Тусупбаева // Новые ценности современной России: Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов. В 2 т. – Т. 2. – Казань: Изд-во «Таглимат» Института экономики, управления и права (г.Казань), 2006. – С. 357-358.
6. Тусупбаева Н.А. Функциональные особенности новых слов в области экономики (на материале русскоязычной периодической печати 2003-2006 гг.) / Н.А.Тусупбаева // Теория перевода. Типология языков. Межкультурная коммуникация: Материалы III Международной конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – С. 232-240.

Подписано в печать 15.04.08. Формат 60x90 1 / 16
Гарнитура Times New Roman, 14. Усл. печ. л. 1,4
Тираж 120 экз.

Типография «Таглимат» ИЭУП,
Лицензия № 172 от 12.09.96 г.
420108, г. Казань, ул. Зайцева, 17