

Контанистова А.И., Федуленкова Т.Н.

Теоретические предпосылки изучения ФЕ-терминов и их вариантов в английском языке...

Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2024. Т. 24, № 2. С. 102–113.

Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki, 2024, vol. 24, no. 2, pp. 102–113.

Обзорная статья

УДК 811.111:81'373.72

DOI: 10.37482/2687-1505-V338

Теоретические предпосылки изучения ФЕ-терминов и их вариантов в английском языке делового общения

Анна Игоревна Контанистова¹

Татьяна Николаевна Федуленкова² ✉

^{1,2}Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, Владимир, Россия,

¹e-mail: a-kontanistova@yandex.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1895-5556>

²e-mail: edulenkova@list.ru ✉, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5039-5827>

Аннотация. В статье исследуется теоретический материал в области английской деловой фразеологии и терминологии с особым акцентом на проблему вариативности фразеологических единиц-терминов. Представлен аналитический обзор новых и релевантных с точки зрения проблематики диссертаций, монографий и научных статей, посвященных вопросам деловой фразеологии и терминологии, а также вопросам их вариантности. Раскрываются особенности лексического состава языка делового общения и предпринимается попытка определить место фразеологических единиц в нем. В обзоре упомянут ряд статей, объясняющих тенденцию к фразеологизации большого количества терминов, используемых в языке делового общения. Рассматриваются современные научные взгляды на структуру значения термина и три основных терминоведческих подхода к определению термина. Особое внимание уделяется проблеме мотивированности термина и немотивированности фразеологических единиц-терминов. Подробно разобран и сам процесс фразеологизации терминов и терминологизации фразеологизмов, а также описывается процесс перехода существующих фразеологических единиц-терминов в новое фразеосемантическое поле. Уделяется внимание терминологии, раскрывающей эти процессы. Приводится ряд исследований о способах пополнения терминологического фонда современного английского языка делового общения новыми фразеологическими единицами-терминами, среди которых отмечается метафорическое и метонимическое переосмысление прототипного словосочетания. Помимо прочего, в обзоре представлены научные материалы в сфере фразеологической вариантности, в рамках которых анализируется понятие фразеологического варианта и его типологические классификации, и перечень работ в области терминологического варьирования. Явление вариативности рассматривается как в плане выражения, так и в плане содержания. Обзор существующих научных трудов подтверждает необходимость дальнейшего тщательного изучения фразеологических единиц-терминов и их вариантов.

Ключевые слова: фразеология, ФЕ-термины, фразеологизация терминов, терминологизация фразеологизмов, мотивированность термина, фразеологический вариант, терминологический вариант, деловой английский язык

Для цитирования: Контанистова, А. И. Теоретические предпосылки изучения ФЕ-терминов и их вариантов в английском языке делового общения / А. И. Контанистова, Т. Н. Федулénkова // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2024. – Т. 24, № 2. – С. 102-113. – DOI 10.37482/2687-1505-V338.

Review article

Theoretical Prerequisites for Studying Phraseological Terms and Their Variants in Business English

Anna I. Kontanistova¹

Tat'yana N. Fedulenkova²✉

^{1,2}Vladimir State University, Vladimir, Russia,

¹e-mail: a-kontanistova@yandex.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1895-5556>

²e-mail: fedulenkova@list.ru ✉, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5039-5827>

Abstract. This article studies theoretical material in the field of phraseology and terminology of business English, placing special emphasis on the variability of phraseological units and terms. The paper presents an analytical review of recent and relevant dissertations, monographs and research articles on business phraseology and terminology as well as variability thereof. The lexical composition of business language and the role of phraseological units in it are examined. The review lists a number of articles explaining the trend towards phraseologization of numerous terms used in business communication. Further, the paper studies current views on the structure of the meaning of the term and examines three main approaches to the definition of the term. Special attention is paid to the motivation of terms and lack of motivation of phraseological terms. The process of terms becoming phraseological units and vice versa is investigated, as well as the transfer of existing phraseological terms into a new phraseological-semantic field; terms describing these processes are considered. Further, the review mentions academic works looking into ways of enriching the terminology of modern business English with new phraseological terms, which include metaphorical and metonymic interpretations of the prototype. In addition, studies into phraseological variation are presented, analysing the concept of phraseological variant and its typological classifications; works on terminological variation are listed. The phenomenon of variation is considered in terms of both expression and content. The review of existing scholarly works confirms the need for further careful research into phraseological terms and their variants.

Keywords: phraseology, phraseological terms, phraseologization of terms, terminologization of phraseological units, motivation of a term, phraseological variant, terminological variant, business English

For citation: Kontanistova A.I., Fedulenkova T.N. Theoretical Prerequisites for Studying Phraseological Terms and Their Variants in Business English. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2024, vol. 24, no. 2, pp. 102–113. DOI: 10.37482/2687-1505-V338

Введение. В основе любого эмпирического научного исследования лежит тщательно изученная и проанализированная теоретическая база. Подобный подход определяет актуальность данной статьи и подтверждает ее теоретическую и практическую значимость для проведения дальнейшего фундаментального изыскания. Ставя перед собой цель рассмотреть фразеологические единицы-термины (ФЕ-термины), употребляющиеся в английском языке делового общения, с особым акцентом на их вариативность, встречаемся с необходимостью изучить теоретический материал по следующим направлениям:

– особенности словарного фонда языка делового общения и место фразеологических единиц в нем;

– современные точки зрения на структуру значения термина (с целью дальнейшего совершенствования определения ФЕ-термина);

– фразеологизмы терминологического характера и термины фразеологического характера, включая их метафорическое переосмысление и метонимический перенос;

– проблемы фразеологического варьирования в английском языке.

Сбор и анализ материала по перечисленным выше аспектам являются приоритетными задачами в рамках настоящей работы.

Особенности языка делового общения. Интерес к изучению делового английского (Business English), вызванный всеобщей интеграцией в мировую экономику, обусловил его детальное теоретическое осмысление как лингвистического феномена. Для нас особую важность представляет лексический фонд языка делового общения с целью дальнейшего выявления в нем и последующего анализа определенного класса языковых единиц, а именно ФЕ-терминов и их вариантов.

Первые попытки ответить на вопрос, что представляет собой деловой английский язык с точки зрения его лексико-компонентного состава, были предприняты отечественными лингвистами, которые остро почувствовали необходимость в определении и классификации словарного состава делового английского.

Так, в книге «Эффективное деловое общение» Т.С. Самохина подвергает конструктивной критике идею своих зарубежных коллег, предлагающих рассматривать Business English как один из разделов английского для специальных целей – ESP (English for Specific Purposes), вместе с английским для академических целей – EAP (English for Academic Purposes) и английским для науки и технологий – EST (English for Science and Technology), справедливо утверждая, что при такой классификации деловой английский может выступать только языком «торговли и коммерции», что, с точки зрения автора, является не совсем корректным, т. к. сужает и ограничивает сферу употребления Business English. Т.С. Самохина демонстрирует более широкий взгляд на язык делового общения, убедительно доказывая, что деловое общение основывается как на словарных единицах, входящих в основной словарный фонд современного английского языка, так и на узкоспециализированной профессиональной лексике, большая часть которой представлена терминами, использующимися в самых разнообразных коммуникативных ситуациях делового общения (см.: [1, с. 219]).

Таким образом, в рассматриваемом труде предлагается выделять общий деловой английский и специальный (профессиональный) деловой английский, при этом делая акцент на том, что в деловом дискурсе они не могут существовать изолированно друг от друга. Отдельно стоит отметить, что фразеологичность языка делового общения считается характерной для профессионалов, широко использующих метафорическое переосмысление общеупотребительных слов, а также профессионализмы и жаргонизмы.

Более подробную классификацию лексики языка делового общения приводит в своих работах Т.Б. Назарова, идеи которой получили развитие в диссертационных исследованиях ее учеников М.А. Шанаевой, М.И. Вершининой и др. Так, Т.Б. Назарова выделяет 4 основных пласта (страты) лексики деловой коммуникации: общеупотребительная английская лексика (general English words); ядерная, или клю-

чевая, деловая терминология (core business terminology); терминологические подсистемы специализированных доменов (industry-specific terminological systems); специальная фразеология, или идиоматическая терминология (special phraseology or idiomatic terminology) [2, p. 1909–1910].

Последующая детализация позволила расширить количество таких страт до полутора десятков. Заслуживает внимания факт признания Т.Б. Назаровой терминологии фразеологического характера, в основе образования которой лежит переосмысление компонентов прототипного словосочетания, например *sleeping partner* или *golden parachute*, бизнес-идиом, не являющихся терминами, но активно используемых в ситуациях делового общения, например *rock the boat*, а также неологизмов и окказионализмов, которые тоже зачастую основаны на метафорическом переосмыслении, например *corporate citizenship*.

На основе данной информации делаем вывод, что для английского языка делового общения характерно наличие как общей, так и специальной терминологии. Почему подобные термины зачастую носят фразеологический характер – это тот вопрос, на который пытаются ответить многие ученые в рамках своих лингвистических исследований. Оригинальный, детально аргументированный ответ читатель найдет в недавно опубликованной научной статье, где расцвет фразеологической номинации в современном английском языке, и в особенности в деловом английском, объясняется изменением типологического строя этого языка [3, p. 44].

Понятие термина и его семантика. Специалисты-терминоведы вот уже несколько десятков лет не могут выработать единое и универсальное определение понятия «термин». В качестве иллюстрации этой проблемы И.С. Куликова и Д.В. Салмина предлагают нам свыше десятка разных определений указанного понятия из самых современных источников, отмечая вместе с тем, что этот список далеко не полный [4]. Такое многообразие может быть объяснено существованием разных терминоведческих подходов к определению термина. В.М. Лейчик, на-

пример, рекомендует рассматривать термин с логической, лингвистической и собственно терминоведческой точек зрения [5].

В рамках логического подхода (школа Д.С. Лотте) термин обладает рядом особых свойств, благодаря которым мы можем противопоставить его нетерминам [5, с. 22], к нему предъявляется ряд строгих требований, таких как точность, краткость и однозначность, отсутствие синонимов, а также ряд прагматических требований, включающих в себя внедренность, современность, интернациональность и благозвучность. Данный подход, однако, подвергается И.С. Куликовой разумной критике. Ссылаясь на мнение Ю.В. Сложеникиной, она напоминает, что подобная совокупность требований соответствует «изоморфной теории» термина, положения которой были сформулированы С.И. Коршуновым и Г.Г. Самбуровой в 1979 году. Согласно этой теории, «терминология является идеальной искусственной знаковой системой, в которой термины должны применяться в неизменном виде. При этом любые отклонения от принципа изоморфизма между системой понятий и совокупностью знаков в терминологии рассматриваются как негативные и подлежащие устранению» [6, с. 1]. Однако нужно понимать, что на практике подобные требования трудновыполнимы, поэтому они считаются факультативными.

Следующий подход – лингвистический – исследователи предлагают называть функциональным, т. к. разные определения термина, выдвинутые сторонниками данного подхода (Г.О. Винокур, А.А. Реформатский, А.В. Суперанская, К.А. Левковская), содержат в себе в первую очередь описание функции термина. Сторонники этого подхода отмечают, что главная функция термина – дефинитивная, т. к. дефиниция выступает «основным контекстом и основным способом толкования термина, она затмевает все иные экспликации знания о предмете, строгим обозначением которого данный предмет является» [7, с. 277]. Структурно-функциональный метод – один из определяющих векторов в терминове-

дении – лежит в основе многих современных научных исследований в области языкознания.

В последнее время набирает популярность когнитивное понимание термина, при котором термин больше не рассматривается как нечто идеальное и неизменное. Напротив, участвуя в сложных процессах познания и научных изысканиях, термин, как и всякая научная мысль, развивается и меняется сам.

Подытоживая свои теоретические изыскания, И.С. Куликова и Д.В. Салмина предлагают собственное определение термина: «Термин – это конвенционально закрепленное в конкретной терминосистеме слово или словосочетание, номинирующее специальное понятие и функционирующее как основной оператор когнитивно-коммуникативных процессов в определенной профессиональной сфере – в языке для специальных целей и в языке для образовательных целей» [4, с. 57–58]. Данное определение представляется нам наиболее полным и в той или иной степени отражающим все перечисленные выше подходы, а следовательно, правомерно претендующим на то, чтобы стать «рабочим» в ходе дальнейших научных поисков в этом направлении.

Более того, такое определение воспроизводит прагматическую функцию термина, которая обусловлена главным его предназначением – обеспечить эффективную коммуникацию в профессиональной сфере. Авторы напоминают, что традиционно прагматический компонент семантики связывается с коннотациями. Однако когда дело касается термина, приоритетными становятся не столько его коннотативные составляющие, сколько такие прагматические свойства, как мотивированность и связанная с ней ориентирующая способность [4, с. 62]. Мотивированность любого слова или словосочетания, а в нашем случае – термина, предполагает выводимость его семантики из составляющих компонентов. Авторы поддерживают точку зрения ученых Л.А. Капанадзе, В.П. Даниленко, А.В. Суперанской, что в функционально-прагматическом аспекте для термина действи-

тельно предпочтительна мотивированность, т. к. мотивированные термины легче запоминаются, поскольку становится возможным установить ассоциативные связи между терминологическим знаком и явлением, которые он называет [8, с. 89]. Авторы при этом поясняют, что максимальная мотивированность свойственна составным, или многокомпонентным, терминам, в которых дефиниция практически повторяет сам термин. В качестве примера такого составного термина можно привести английское словосочетание *tax code* («налоговый кодекс»), состоящее из двух терминов: *tax* («налог», «налоговый») и *code* («кодекс»).

Однако некоторые составные термины являются немотивированными, что особенно характерно для терминологии, имеющей фразеологический характер. Так, фразеологи, занимающиеся данной проблематикой, убедительно доказывают, что покомпонентный анализ или перевод, например, таких терминов, как *red ink* (букв. *красные чернила*) и *sleeping beauty* (букв. *спящая красавица*), вряд ли позволит понять значение этих терминов (соотв. *финансовые трудности, привлекательная для покупки компания*). Состав их дефиниций также далек от значения их компонентов. Подчеркивается особый характер этих терминов, а именно их фразеологичность, т. к. подобные ФЕ-термины возникли путем переосмысления компонентного состава прототипных сочетаний слов [9, с. 196].

ФЕ-термины в языке делового общения. Тот факт, что словарному составу делового английского присуща фразеологичность, подчеркивается многими исследователями этой проблемы терминологии (Т.Н. Федуленкова, Е.А. Никулина, С.А. Сасина, В.А. Пономаренко, Е.А. Юрьева и др.).

Так, Е.А. Никулина в своей диссертационной работе изучает процессы, в результате которых происходит фразеологизация терминов и терминологизация фразеологизмов. В ходе подобных семантических трансформаций в языке появляются новообразования, которые автор называет «терминологическими фразеологизмами», или «терминологизмами» [10, с. 22].

Е.А. Никулина акцентирует внимание на том, что для современного естественного языка характерно два специфических процесса, в результате которых происходит обогащение его словарного состава. В первом случае возникает переосмысление терминологического значения, что приводит к появлению новой фразеологической единицы. В качестве примера дан спортивный термин *even the score* («сравнять счет»), который вследствие переосмысления приобретает фразеологическое значение – *занять равное положение*. Во втором случае наблюдается диаметрально противоположный процесс. Фразеологическая единица, чаще всего общеупотребительного характера, переходит в разряд узкоспециализированной лексики, т. е. становится термином. Примером, иллюстрирующим такой процесс, может служить использование общеупотребительной идиомы *white elephant* («обременительное или разорительное имущество») в биржевой терминологии, где данная единица обозначает уже невыгодную сделку, при которой расходы значительно превышают доходы [10, с. 12].

Для обозначения фразеологических единиц, описанных в первом примере, Е.А. Никулина вводит новый термин – «терминологический фразеологизм», или «терминологизм», объясняя это современной тенденцией естественного языка к сращениям (*blends*). Под «терминологизмом» понимается сверхсловное образование, которое имеет буквальное значение, терминологическое или профессиональное, на основе которого развивается переосмысленное, и данные значения актуализируются в зависимости от контекста употребления» [10, с. 22]. Приведенное определение схоже с определением термина «идиофразеоматизм», предложенного А.В. Куниным в рамках разработанной им теории, где ученый выделил три класса единиц, а именно: идиоматизмы (идиомы), идиофразеоматизмы и фразеоматические единицы [11, с. 98]. Однако, как утверждает Е.А. Никулина, термин «идиофразеоматизм», не являясь мотивированным, не отражает характер и уникальные свойства подобных переосмысленных

ФЕ-терминов, имеющих одновременно фразеологическое и терминологическое значения, в то время как термин «терминологизм», напротив, дает нам более четкое представление о том, что являются собой подобные новообразования, имеющие как буквальное, терминологическое, так и осложненное, фразеологическое, значение.

В ходе своего исследования автор приходит к выводу, что фразеологизация терминологических сочетаний диктуется растущей общеязыковой тенденцией к употреблению терминов в расширенно-метафорическом смысле. По сути, Е.А. Никулина описывает процесс детерминологизации, в результате которого термин получает широкое употребление в общем разговорном языке, а также в языке художественной литературы.

Подробно ознакомившись с приложением диссертационного исследования Е.А. Никулиной, обнаруживаем «терминологизмы», применяемые в языке делового общения. Так, в толковом словаре Longman Business English Dictionary находим объяснение таким терминологическим фразеологизмам, как *lose ground* («потерять преимущество»), *blue chip* («акции успешной компании»), *quantum leap/jump* («значительное улучшение, скачок, прогресс»). Приведенные выше устойчивые сочетания слов изначально являлись военными терминами (*lose ground*), терминами азартных игр (*blue chip*) и физики (*quantum leap*), а позднее стали фразеотерминами языка делового общения. Правда, в конкретном случае мы скорее говорим не о детерминологизации, а о фразеологизации термина и переходе его в новое фразеосемантическое поле. В связи с этим терминам с фразеологической подоплекой, т. е. основанным на переосмыслении компонентного состава, считаем релевантным присвоить название *ФЕ-термины*, т. к. предложенный Е.А. Никулиной термин «терминологизм» не имеет способности раскрывать фразеологическую сущность обсуждаемого в терминологической номинации явления.

В своем диссертационном исследовании В.А. Пономаренко раскрывает структурно-се-

мантические особенности фразеологических единиц в деловом дискурсе. Автор выдвигает гипотезу, согласно которой для современного языка делового общения характерна идиоматизация и клишированность, что, с одной стороны, свидетельствует о демократизации норм делового общения и проявляется в толерантности в отношении фразеологизмов, с другой – способствует росту числа проблем, которые неизбежно возникают при использовании фразеологических единиц в рамках межкультурной коммуникации [12, с. 7–8].

В своей работе В.А. Пономаренко выделяет 4 фразеосемантических поля, встречающихся в англоязычном деловом дискурсе: «бизнес и управление, денежные отношения, покупка и продажа, экономические и производственные отношения» [12, с. 59], что позволяет нам предположить, что английский бизнес рассматривается здесь исключительно в узком понимании. Однако, как отмечалось нами ранее, современный английский язык делового общения далеко не ограничивается экономическими отношениями и управлением самим бизнесом. Так, любая сделка требует юридического сопровождения, услуг страхового агента и логистики, любой бизнес предполагает эффективную работу с персоналом и контрагентами. Также не стоит забывать, что в век цифровизации участники общения активно задействуют современные цифровые технологии и решают проблемы, возникающие в ходе их использования. Очевидно, что участники делового общения, сталкиваясь с необходимостью решения данных вопросов, вынуждены так или иначе оперировать узкоспециализированной терминологией, незнание или непонимание которой может существенным образом препятствовать эффективной коммуникации или затруднять ее. Более того, каждая из этих сфер, развиваясь и совершенствуясь, постоянно пополняется новой терминологией, часть из которой появляется в ходе метафорического или метонимического переосмысления прототипного словосочетания.

Метонимическому переосмыслению в терминологии посвящено диссертационное ис-

следование Р.Е. Шкилева. В своей работе автор придерживается широкой трактовки этого языкового явления, понимая под метонимическим переносом в терминологии «некую связь предметов, находящихся между собой в определенных отношениях на основе общего признака» [13, с. 49]. Он определяет основные источники словосочетаний, так называемые области-доноры, в которых наблюдается семантический перенос: «мир человека и человеческих отношений (*parent company*), мир природы (*job freeze*), мир объектов и их состояний (*split government*), мир оценочных определений (*contemptuous damage*)» [13, с. 61]. Такой способ терминообразования объясняется автором в первую очередь тем, что человек в результате своей научно-исследовательской деятельности зачастую вынужден номинировать те предметы, которые на данном этапе развития науки просто не имеют языкового выражения.

Помимо образования терминов в результате метонимического переноса широко используются, как подчеркивает Р.Е. Шкилев, и другие способы фразеологизации, такие как идиоматизация и образование идиофразеоматического и фразеоматического значений. В отдельную группу автор выделяет переосмысление значения посредством метафоризации, однако утверждает, что метонимический перенос как способ терминообразования находит более широкое распространение, нежели метафоризация, поскольку основывается на смежности объектов и некоторых явлений, а не на их сходстве. Автор акцентирует внимание на антропоцентрическом характере подобного образного переосмысления при образовании терминов.

Проведенный анализ релевантных по проблематике диссертационных исследований доказывает, что термины, вопреки всем строгим требованиям, предъявляемым к ним, обладают разной степенью фразеологичности и могут быть образованы в результате разных типов переосмысления (в основном метафоры и метонимии). Однако остаются до конца не изученными ФЕ-термины языка делового общения. Также практически никто из исследова-

телей не углубляется в проблему вариантности ФЕ-терминов, хотя варьирование принято считать одним из показателей устойчивого развития языка [14, 15].

Проблема вариантности ФЕ-терминов.

Вариантность ФЕ-терминов представляет собой комплексное, многоаспектное и, как оказывается, малоизученное лингвистическое явление, т. к. предполагает рассмотрение проблемы вариативности на двух разных уровнях – фразеологическом и терминологическом – с последующим обобщением и систематизацией полученных выводов.

Проблема заключается в том, что существует огромный пласт научной литературы, посвященной фразеологической вариантности, а также научных исследований явления вариантности в области терминологии. Тем не менее работ, которые освещали бы проблему вариантности ФЕ-терминов делового языка, за редким исключением [16, 17], нами обнаружено не было. Исходя из этого, было принято решение отдельно рассмотреть проблему фразеологической и терминологической вариативности с целью создания теоретической базы для исследования вариативности ФЕ-терминов в сфере финансов, экономики, аудита и проч.

Первые научные труды, посвященные проблеме фразеологической вариантности, появляются в 50-х годах XX века. В это время среди лингвистов существуют две диаметрально противоположные точки зрения. Одни считают фразеологическую вариативность избыточной категорией и неким аномальным явлением (Н.А. Лукьянова, К.С. Горбачевич), другие – одним из признаков развития языка и его фундаментальным свойством (В.П. Филин, Б.А. Абрамов). Однако большинство исследователей данного явления сходятся во мнении, что фразеологическая вариативность – чрезвычайно сложный и разнообразный феномен, т. к. фразеологическая единица может совмещать в себе все виды вариантности, присущие фонетическому, морфологическому, лексическому, синтаксическому и семантическому уровням анализа.

В это же время учеными предпринимались попытки дать определение фразеологическому варианту. Наиболее полное и развернутое определение, как мы считаем, было предложено А.В. Куниным, который под фразеологическими вариантами понимал «разновидности фразеологических единиц, тождественные по качеству и количеству значений, стилистическим и синтаксическим функциям, по сочетаемости с другими словами и имеющие общий лексический инвариант при частично различном лексическом составе или различающиеся словоформами или порядком слов» [18, с. 442].

Эти идеи легли в основу типологической классификации фразеологических вариантов, в рамках которой были выделены лексические, морфологические, синтаксические, позиционные и квантитативные варианты. Такая классификация позволяет нам говорить о структурном варьировании, т. е. о варьировании в плане выражения. Подобный подход допускает анализ фразеологических единиц с прагматической точки зрения, что добавит практической значимости последующим теоретическим исследованиям в этой области.

Что касается варьирования терминов, данная проблема вызывает не меньшее количество споров, чем проблема фразеологического варьирования. Обратимся к главе монографии И.С. Куликовой и Д.В. Салминой, посвященной вариантности в терминологии. Как и в случае с фразеологией, вариативность терминов на начальном этапе вызвала некий скепсис среди ученых, т. к. нарушались основные требования, предъявляемые к термину, в частности упорядоченность терминологии как системы и отсутствие синонимов, при этом под синонимами чаще всего понимались именно варианты терминов, названные дублетами. Но постепенно концепция вариантности термина вытеснила подобный подход к нему и получила не только лингвистическое, но и философское обоснование.

Проблемой вариативности в терминологии занимаются многие современные исследователи, такие как К.Я. Авербух, Ю.В. Сложеникина,

С.В. Гринев, В.М. Лейчик и ряд других лингвистов. Все они так или иначе сходятся во мнении, что если два термина соотносятся с одним и тем же понятием, имея при этом те или иные различия в форме, они являются вариантами [19, с. 48]. Подобное понимание вариантов термина доказывает, что они рассматривают процесс варьирования терминологических единиц только для плана выражения, не затрагивая при этом план содержания.

Предлагаются также весьма разнообразные классификации терминологических вариантов, где проводятся различия между вариантами по структурному признаку. Так, принято выделять графические варианты (*граффити/графитти*), фонетические (*оксиморон/оксюморон*), морфологические (*морф/морфа*), синтаксические (*терминологическая система/терминосистема*), аббревиационные (*МГУ/Московский государственный университет*), дублиеты (*дваязычие/билингвизм*)¹.

О причинах вариантности в терминологии рассуждает в своих работах Ю.В. Сложеникина, которая утверждает, что «переход к структурно-функциональным методам изучения сделал термин открытым для многих принципиально новых идей, а среди существенных свойств учеными стали называться такие качества, как процессуальность, динамизм, противоречивость, способность к формально-семантическому варьированию» [20, с. 3]. Интересно отметить, что автор говорит о вариативности в семантическом плане, подразумеваемая вариативность в плане содержания, а не в плане выражения. Так, она приводит в пример термин «дискурс», который известен многообразием существующих дефиниций, т. е. вариантов в плане содержания. Такое многообразие вариантов, по мнению Ю.В. Сложеникиной, объясняется тем, что каждый исследователь обладает разными компетенциями, методологическими приемами и может представлять разные научные школы. Помимо этого упоминается и вариативность в плане выражения,

утверждается, что такому типу варьирования способствует развитие самой науки. Лингвист отмечает, что терминология «молодой науки» может демонстрировать наивный тип мышления, что отражается в терминах, для которых характерно метафорическое переосмысление. В качестве примера приводятся термины, использовавшиеся на заре развития авиационной промышленности: *тело аэроплана – фюзеляж, крыльчатая машина – самолет* [20, с. 3].

Вопросам синонимии и вариативности терминологических словосочетаний макрополя «деловой английский» посвящено диссертационное исследование Чан Тхи Хуен Чанг. Методом сплошной выборки автором было выделено 25 микрополей терминологических словосочетаний, использующихся в деловом общении и связанных парадигматическими отношениями синонимии или вариативности. Это в очередной раз подтверждает нашу точку зрения, что деловой английский следует рассматривать в широком смысле – как особую область языка, которая в зависимости от коммуникативной ситуации требует от нас употребления специализированной терминологии. В данном исследовании была предпринята попытка разграничить явление синонимии и вариативности и выделить критерии их дифференциации. Отметим, что под «терминологическими вариантами автор понимает разновидности формальной структуры при частичном несовпадении лексического состава и полном совпадении семантики и функций всех вариантов», в то время как «терминологическими синонимами считаются разные специальные лексические единицы, обозначающие одно и то же понятие и раскрывающие разные его стороны, либо обозначающие близкие понятия и указывающие на их разные существенные или не существенные различительные признаки» [21, с. 86–87].

Останавливаясь подробно на типах варьирования, Чан Тхи Хуен Чанг – помимо широко известных лексических, синтаксических,

¹Типология терминов. URL: https://studopedia.ru/18_174725_tipologiya-terminov.html (дата обращения: 06.04.2024).

морфологических и графических вариантов – рассматривает случаи комплексного, или комбинированного, варьирования, выделяя лексико-синтаксическое и лексико-морфологическое варьирования. Также подробно описывает разнообразные структурные модели варьирования, приводя в пример двухкомпонентные, трехкомпонентные и многокомпонентные варианты терминологических слово-сочетаний.

Подчеркивая тот факт, что зачастую даже лексикографические источники не дают четкого ответа на вопрос, с чем мы имеем дело – с вариантами терминологического словосочетания или с его синонимами, Чан Тхи Хуен Чанг предпринимает попытку выделить критерии дифференциации синонимов и вариантов. Автор выделяет два таких критерия, а именно: семантическое и функциональное тождество. Под семантическим тождеством автор понимает отсутствие/наличие у двух терминов каких-либо изменений как в плане выражения, так и в плане содержания. Согласно этому критерию, вариантами одного термина можно считать единицы, имеющие различия в плане выражения при отсутствии каких-либо модификаций в плане содержания. Если же различия наблюдаются как в плане выражения, так и в плане содержания, то речь идет о терминологических синонимах [21, с. 132]. Рассуждая о функциональном тождестве, исследователь дифференцирует варианты и синонимы по ряду параметров, которые включают в себя принадлежность к тому или иному территориальному варианту английского языка, различия в частотности и контекстах употребления, а также неко-

торые расхождения в лексической или грамматической сочетаемости [21, с. 141].

Выводы

1. Лексический фонд делового английского языка характеризуется наличием в нем как общей, так и узкоспециализированной терминологии, треть которой носит фразеологический характер.

2. Из-за существования различных терминоведческих подходов ученым не удается выработать единое универсальное определение понятия «термин».

3. Не все термины являются мотивированными: ФЕ-термины, возникшие в результате полного переосмысления компонентов прототипного словосочетания, мотивированными не являются.

4. Исследования в области фразеологии и терминологии убедительно доказывают, что в языке делового общения встречаются как термины фразеологического характера, так и фразеологизмы терминологического характера, которым мы присваиваем наименование *ФЕ-термины*.

5. Вариантность в области фразеологии и терминологии – комплексное, многоаспектное явление, доказывающее факт постоянного развития и совершенствования языка. Рассуждения о вариативности, зачастую обнаруживают формальное, т. е. структурное, варьирование, которое представляет варьирование в плане выражения. Однако некоторые исследователи рассматривают процесс варьирования и для плана содержания.

6. ФЕ-термины и их варианты требуют тщательного научного исследования и многоаспектного семантического и структурного анализа.

Список литературы

1. Тимченко Н.М. Деловое общение как феномен культуры: моногр. М.: Директ-Медиа, 2019. 273 с.
2. Nazarova T.B. Special Phraseology in Business English Vocabulary: Forms and Functions // J. Sib. Fed. Univ. Humanit. Soc. Sci. 2022. Vol. 15, № 12. P. 1908–1917. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0545>
3. Fedulenkova T.N. Terminology vs Phraseology: Meaning Transfer in Business Terms // Res. Result. Theor. Appl. Linguist. 2022. Vol. 8, № 4. P. 41–56. <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2022-8-4-0-4>
4. Куликова И.С., Салмина Д.В. Введение в металингвистику: (системный лексикографический и коммуникативно-прагматический аспекты лингвистической терминологии). СПб.: Сага, 2002. 351 с.
5. Лейчик В.М. Терминоведение. Предмет, методы, структура. 3-е изд. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 256 с.

6. Сложеникина Ю.В. Термин: живой как жизнь (почему термин может и должен иметь варианты) // Информ. гуманист. портал «Знание. Понимание. Умение». 2010. № 5. URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/5/Slozhenikina/> (дата обращения: 29.03.2024).
7. Гусева Е.И. Динамика термина: Заимствование. Обновление метаязыка. Развитие лингвистической теории. Мариуполь: Ультрамарин, 2012. 332 с.
8. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология. Вопросы теории / отв. ред. Т.Л. Канделаки. 6-е изд. М.: ЛИБРОКОМ, 2012. 248 с.
9. Федуленкова Т.Н., Контанистова А.И. Проблемы структуры значения термина // Вестн. Нижегород. лингвист. гос. ун-та им. Н.А. Добролюбова. 2023. № 61. С. 191–197.
10. Никулина Е.А. Терминологизмы как результат взаимодействия и взаимовлияния терминологии и фразеологии современного английского языка: дис. ... д-ра филол. наук. М.: МПГУ, 2005. 363 с.
11. Кунин А.В. Асимметрия в сфере фразеологии // Вопр. языкознания. 1988. № 3. С. 98–107.
12. Пономаренко В.А. Фразеологические единицы в деловом дискурсе (на материале английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 213 с.
13. Шкилев Р.Е. Метонимический перенос в устойчивых терминологических словосочетаниях (на примере юридической терминологии в английском и русском языках): дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2005. 194 с.
14. Федуленкова Т.Н. Лексическая вариантность в деловой фразеологии // Вестн. Череповец. гос. ун-та. 2022. № 1(106). С. 127–139. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-1-106-11>
15. Исакова Л.Д. Многообразие языков в их вариативности: моногр. М.: Проспект, 2022. 176 с.
16. Назарова Т.Б. Динамические процессы в словарном составе английского языка делового общения // Уч. зап. ОГУ. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2014. № 1. С. 271–275.
17. Валуева А.В. Анализ банковской фразеологии по словарю // Дни науки студентов Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых: сб. материалов науч.-практ. конф., Владимир, 21 марта – 8 апреля 2022 г. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2022. С. 1221–1226. URL: <https://sci.vlsu.ru/main/3.aspx?ysclid=lugqm5v9uu600789313> (дата обращения: 29.03.2024).
18. Кунин А.В. Основные понятия английской фразеологии как лингвистической дисциплины и создание англо-русского фразеологического словаря: дис. ... д-ра филол. наук. М.: МГПИИЯ, 1964. 1229 с.
19. Лейчик В.М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. М.: Либроком, 2009. 256 с.
20. Сложеникина Ю.В. Основы терминологии: Лингвистические аспекты теории термина. М.: URSS, 2013. 120 с.
21. Чан Тхи Хуен Чанг. Синонимия и вариативность терминологических словосочетаний макрополя «деловой английский» (Business English): дис. ... канд. филол. наук. М.: МГЛУ, 2020. 230 с.

References

1. Timchenko N.M. *Delovoe obshchenie kak fenomen kul'tury* [Business Communication as a Cultural Phenomenon]. Moscow, 2019. 273 p.
2. Nazarova T.B. Special Phraseology in Business English Vocabulary: Forms and Functions. *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. Soc. Sci.*, 2022, vol. 15, no. 12, pp. 1908–1917. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0545>
3. Fedulenkova T.N. Terminology vs Phraseology: Meaning Transfer in Business Terms. *Res. Result Theor. Appl. Linguist.*, 2022, vol. 8, no. 4, pp. 41–56. <https://doi.org/10.18413/2313-8912-2022-8-4-0-4>
4. Kulikova I.S., Salmina D.V. *Vvedenie v metalingvistiku: (sistemnyy leksikograficheskiy i kommunikativno-pragmaticheskiy aspekty lingvisticheskoy terminologii)* [Introduction to Metalinguistics: (Systemic Lexicographic and Communicative-Pragmatic Aspects of Linguistic Terminology)]. St. Petersburg, 2002. 351 p.
5. Leychik V.M. *Terminovedenie. Predmet, metody, struktura* [Terminology. Subject, Methods, Structure]. Moscow, 2007. 256 p.
6. Slozhenikina Yu.V. [The Term: Real as Life (Why Term Can and Should Have Variants)]. *Informatsionnyy gumanitarnyy portal "Znanie. Ponimanie. Umenie"*, 2010, no. 5. Available at: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/5/Slozhenikina/> (accessed: 29 March 2024).
7. Guseva E.I. *Dinamika termina: Zaimstvovanie. Obnovlenie metazyky. Razvitie lingvisticheskoy teorii* [Dynamics of the Term: Borrowing. Metalanguage Update. Development of Linguistic Theory]. Mariupol, 2012. 332 p.
8. Superanskaya A.V., Podol'skaya N.V., Vasil'eva N.V. *Obshchaya terminologiya. Voprosy teorii* [General Terminology. Theoretical Issues]. Moscow, 2012. 248 p.
9. Fedulenkova T.N., Kontanistova A.I. Problemy struktury znacheniya termina [Issues of a Term's Meaning Structure]. *Vestnik Nizhegorodskogo lingvisticheskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Dobrolyubova*, 2023, no. 61, pp. 191–197.

10. Nikulina E.A. *Terminologizmy kak rezul'tat vzaimodeystviya i vzaimovliyaniya terminologii i frazeologii sovremennogo angliyskogo yazyka* [Terminological Phraseological Units as a Result of Interaction and Mutual Influence of Terminology and Phraseology in Modern English: Diss.]. Moscow 2005. 363 p.
11. Kunin A.V. *Asimetriya v sfere frazeologii* [Asymmetry in the Sphere of Phraseology]. *Voprosy yazykoznanija*, 1988, no. 3, pp. 98–107.
12. Ponomarenko V.A. *Frazeologicheskie edinitzy v delovom diskurse (na materiale angliyskogo i russkogo yazykov)* [Phraseological Units in Business Discourse (Based on the Material of the English and Russian Languages: Diss.]. Krasnodar, 2007. 213 p.
13. Shkilev R.E. *Metonimicheskiy perenos v ustoychivyykh terminologicheskikh slovosochetaniyakh (na primere yuridicheskoy terminologii v angliyskom i russkom yazykakh)* [Metonymic Transfer in Set Terminological Phrases (Using the Example of Legal Terminology in the English and Russian Languages): Diss.]. Kazan, 2005. 194 p.
14. Fedulenkova T.N. Lexical Variability in Business Phraseology. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2022, no. 1, pp. 127–139 (in Russ.). <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-1-106-11>
15. Isakova L.D. *Mnogoobrazie yazykov v ikh variativnosti* [Diversity of Languages in Their Variation]. Moscow, 2022. 176 p.
16. Nazarova T.B. Dinamicheskie protsessy v slovarnom sostave angliyskogo yazyka delovogo obshcheniya [Dynamic Processes in Business English Vocabulary]. *Uchenye zapiski OGU. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2014, no. 1, pp. 271–275.
17. Valuev A.V. Analiz bankovskoy frazeologii po slovaryu [Analysis of Banking Phraseology Using a Dictionary]. *Dni nauki studentov Vladimirskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Aleksandra Grigor'evicha i Nikolaya Grigor'evicha Stoletovykh* [Student Science Days at Vladimir State University]. Vladimir, 2022, pp. 1221–1226. Available at: <https://sci.vlsu.ru/main/3.aspx?ysclid=lugqm5v9uu600789313> (accessed: 29 March 2024).
18. Kunin A.V. *Osnovnye ponyatiya angliyskoy frazeologii kak lingvisticheskoy distsipliny i sozdanie anglo-russkogo frazeologicheskogo slovarya* [Basic Concepts of English Phraseology as a Linguistic Discipline and the Creation of an English-Russian Phraseological Dictionary: Diss.]. Moscow, 1964. 1229 p.
19. Leychik V.M. *Terminovedenie: Predmet, metody, struktura* [Terminology: Subject, Methods, Structure]. Moscow, 2009. 256 p.
20. Slozhenikina Yu.V. *Osnovy terminologii: Lingvisticheskie aspekty teorii termina* [Fundamentals of Terminology: Linguistic Aspects of Term Theory]. Moscow, 2013. 120 p.
21. Tran Thi Huyen Trang. *Sinonimiya i variativnost' terminologicheskikh slovosochetaniy makropolya "delovoy angliyskiy" (Business English)* [Synonymy and Variation of Terminological Phrases in the "Business English" Macrofield: Diss.]. Moscow, 2020. 230 p.

Информация об авторах

А.И. Контанистова – аспирант кафедры иностранных языков профессиональной коммуникации Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых (адрес: 600000, г. Владимир, ул. Горького, д. 87).

Т.Н. Федулenkova – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков профессиональной коммуникации Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых (адрес: 600000, г. Владимир, ул. Горького, д. 87).

Поступила в редакцию 14.10.2023
Одобрена после рецензирования 22.01.2024
Принята к публикации 25.01.2024

Information about the authors

Anna I. Kontanistova, Postgraduate Student, Department of Foreign Languages of Professional Communication, Vladimir State University (address: ul. Gor'kogo 87, Vladimir, 600000, Russia).

Tat'yana N. Fedulenkova, Dr. Sci. (Philol.), Assoc. Prof., Prof. at the Department of Foreign Languages of Professional Communication, Vladimir State University (address: ul. Gor'kogo 87, Vladimir, 600000, Russia).

Submitted 14 October 2023
Approved after reviewing 22 January 2024
Accepted for publication 25 January 2024