

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра английской филологии и сопоставительного языкознания

**Формальное и семантическое варьирование терминов в дискурсе
менеджмента**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:
Лучинина Ксения
Игоревна,
обучающийся БА-42
группы

подпись

Руководитель:
Сандалова Наталья
Владимировна
канд. филол. наук,
доцент

подпись

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ВАРЬИРОВАНИЯ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА	8
1.1. Понятие дискурса и особенности управленческого дискурса	8
1.2. Варьирование в общелитературном языке: причины и его типология .	14
1.3. Понятие термина и требования к термину	22
1.4. Терминология менеджмента.....	28
1.5. Проблемы формального и семантического варьирования терминов	31
ГЛАВА 2. ФОРМАЛЬНОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА	37
2.1. Вариантность в терминологии менеджмента.....	37
2.2. Аббревиатурные термины-варианты	38
2.3. Орфографические термины-варианты	41
2.4. Словообразовательные и морфолого-словообразовательные	42
термины-варианты	42
2.5. Эллиптические термины-варианты.....	43
2.6. Морфологические термины-варианты.....	44
2.7. Универбационные термины-варианты	45
ГЛАВА 3. СЕМАНТИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА	48
3.1. Особенности полисемии терминов менеджмента	48
3.2. Полисемия терминов, основанная на метонимическом и метафорическом переносе.....	49
3.3. Полисемия терминов, основанная на сужении и расширении понятия	55
3.4. Полисемия терминов, основанная на улучшении и ухудшении понятия	56
3.5. Несобственно семантическое варьирование терминов менеджмента: энантиосемия	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	72

ВВЕДЕНИЕ

Вариативность в языковой среде – фундаментальное, универсальное свойство. Явление вариативности было замечено давно и всесторонне исследовалось в рамках различных лингвистических течений, таких как функционализм, структурализм и постструктурализм, в рамках генеративной теории, прагмалингвистики и социалингвистики. Однако даже сейчас часто возникают вопросы о формах вариативности, о различиях в типах вариативности в зависимости от особенностей и условий функционирования той или иной языковой системы, о путях изменения вариантов и их классификации. Чтобы расширить и уточнить сведения о вариативных свойствах языка, вокруг данного явления была создана область лингвистических знаний.

На данный момент вариативный потенциал считается неотъемлемым свойством языковой системы, которое делает язык функционально гибким и составляет основу развития системы языка в целом. Явление варьирования охватывает все языковые единицы, в том числе и термины. Однако характер процесса терминологического варьирования имеет свои особенности в отличие от варьирования общезыковых единиц, ввиду специфики самого понятия термин.

Понятие вариативности впервые встречается в фонетических исследованиях Пражской лингвистической школы, где вариантам (различным проявлениям одной и той же единицы) противостоял инвариант как абстрактное обозначение, идеальная модель одной и той же единицы в отвлечении от ее конкретных модификаций. Так, в рамках Пражской лингвистической школы возникла теория вариативности / инвариантности. Теория активно развивалась и её начали применять в отношении других уровней языковой системы, что повлекло за собой немало противоречий. Появление проблем обусловлено тем, что единицы фонетического уровня языка лишены лексического значения, в отличие от

единиц остальных уровней [Лукина 2014: 7].

Как упоминалось ранее, термины так же, как и общеязыковые единицы, подвержены варьированию. В рамках терминоведения проблема варьирования является крайне противоречивой ввиду традиционного понимания термина как статической единицы, несклонной к варьированию. Однако в настоящее время термину приписываются вариативные характеристики, что заметно расширяет прежнее понимание термина [Сандалова 2010: 7].

За длительное существование менеджмента как теории и практики управления предприятиями в условиях рыночной экономики в рамках человеческой деятельности в данной области и соответствующей научной дисциплине была выработана достаточно объемная система терминологических единиц [Горбунова 2014: 5].

Наша работа выполнена на стыке лингвистики и менеджмента и посвящена формальному и семантическому варьированию терминов сферы управления. На современном этапе развития науки наиболее актуальны исследования, посвященные метаязыку той или иной дисциплины, особенно с целью гармонизации терминосистем. По этой причине особую важность приобретают исследования, выполненные на стыке лингвистики и какой-либо области знания, где анализируется специфика общеязыковых процессов в том или ином подязыке. Несмотря на высокую значимость качественного менеджмента в развитии современных социальных, экономических и политических институтов, терминология данной сферы в английском языке не была проанализирована детально с точки зрения ее вариативности.

Данный факт обусловил **актуальность** нашего исследования.

Новизна данной работы заключается в том, что несмотря на тот факт, что терминология менеджмента изучена довольно тщательно, такая особенность терминологических единиц как вариантность не подвергалась глубокому исследованию. Данная работа способствует решению проблемы определения, сущности и основных отличительных черт изучаемого явления.

Объектом исследования мы выделяем явление терминологического варьирования в английском языке.

Предметом исследования выступает формальное и семантическое варьирование в англоязычной терминологии менеджмента.

Цель работы состоит в том, чтобы охарактеризовать формальное и семантическое варьирование терминов менеджмента в английском языке (по терминографическим источникам).

Достижение цели предполагает решение следующих **задач**:

1. выявить особенности дискурса менеджмента;
2. рассмотреть теоретические вопросы изучения вариативности;
3. проанализировать англоязычные словари по терминологии менеджмента;
4. охарактеризовать и классифицировать формальные варианты в терминологии менеджмента
5. охарактеризовать и классифицировать семантические варианты в терминологии менеджмента

Цель и задачи исследования обусловили выбор **источников материала** – словари терминов по менеджменту, при этом было проанализировано 2 словаря: 1 англоязычный толковый словарь по менеджменту, а также 1 англоязычный интернет словарь.

Материалом исследования послужили термины менеджмента, подвергнутые формальному и семантическому варьированию, полученные методом сплошной выборки из указанных выше источников. При этом:

- вариантных терминов – всего было выявлено 134 пары;
- полиморфичных терминов – было выделено 149 терминов.

Методы исследования: метод сплошной выборки, метод компонентного анализа, метод терминологического анализа, элементы статистического метода, а также приёмы систематизации и лингвистической интерпретации исследуемого материала.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что проведенное исследование может способствовать более глубокому изучению и описанию терминологии менеджмента.

Практическая значимость работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы на теоретических и практических занятиях по лексикологии, при разработке дисциплин «Практический курс иностранного языка», «Лингвострановедение» и др., а также на практических занятиях по разговорной практике.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка. Библиографический список насчитывает 68 наименований на русском и английском языках.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ВАРЬИРОВАНИЯ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА

1.1. Понятие дискурса и особенности управленческого дискурса

Термин дискурс введён в научный обиход в 1952 году Зеллигом Харрисом, с тех пор он является «размытой категорией», многозначным и поэтому часто употребляемым в различных гуманитарных исследованиях термином [Малышева 2011: 9].

В лингвистике есть множество определений, данных понятию «дискурс», но «чёткого и общепризнанного определения «дискурса», охватывающего все случаи его употребления» не существует. А.Е. Кибрик и П.Б. Паршин утверждают, что можно выделить «три основных класса употребления» данного термина: «собственно лингвистический», когда за употреблениями термина дискурс стоят попытки уточнить такие понятия, как речь, текст, диалог; «публицистический», где дискурс соотносится с понятиями стиля и индивидуального языка; «философско-социологический», в котором дискурс представляет собой вид коммуникации, максимально отстранённый от реальности [Цит. по: Малышева 2011: 10].

Определение дискурса, выработанное Е.Г. Малышевой, представляется нам наиболее релевантным. Итак, в данной работе под дискурсом понимается – «процесс тематически обусловленного общения, детерминированного социально-историческими условиями, специфика которого отражается в совокупности текстов (в широком – семиотическом – понимании этого термина), характеризующихся концептуальным, речевым и прагматическим своеобразием» [Там же].

Дискурс в лингвистике поддаётся типологизации, однако чёткие критерии ещё не определены. В данном вопросе существует некая «полярная» точка зрения В.В. Красных, отрицающая саму возможность выделения конкретных типов дискурса, но она не поддерживается

исследователями. Е.Г. Малышева отмечает в своей работе дискуссионность вопроса о выделении типов дискурса и утверждает, что количество критериев, на основании которых выделяются типы дискурса, увеличивается, а значит, возрастает число дискурсивных разновидностей [Там же: 11].

Основания для выделения какого-либо дискурса еще не установлены однозначно, и каждый исследователь определяет свои наиболее важные критерии для данной цели.

С точки зрения отношений между участниками общения В.И. Карасик выделяет два вида дискурса – лично-ориентированный и статусно-ориентированный [Карасик 2004: 238].

В лично-ориентированном дискурсе «участники общения стремятся раскрыть свой внутренний мир адресату и понять адресата как личность во всем многообразии личностных характеристик» [Там же: 239].

В статусно-ориентированном дискурсе «коммуниканты выступают в качестве представителей той или иной общественной группы, выполняют роль, предписываемую коммуникативной ситуацией».

Статусно-ориентированный дискурс может быть институциональным и неинституциональным. Это зависит от того, какие из социальных институтов действуют в определённый исторический промежуток времени. Так, к примеру, для современного общества характерны такие типы институционального дискурса, как юридический, спортивный, научный, рекламный, а также управленческий, которому уделено особое внимание в данной работе [Там же].

Управление – это процесс, который пронизывает все сферы общества, организует его жизнь. Управленческий дискурс – одно из важнейших средств реализации управления, его исследование является актуальной задачей для современной лингвистической науки.

Большое количество работ, появившихся за последние десятилетия, свидетельствует о том, что изучение особенностей различных поджанров управленческого дискурса вызывает неослабевающий интерес среди ученых.

Хотя управленческий дискурс не пользуется такой же популярностью у исследователей как другие жанры институционального дискурса, его основные черты были достаточно подробно охарактеризованы.

Термин «управленческий дискурс» рассматривается не только лингвистами, но и представителями других научных областей.

В философии управленческий дискурс является синонимом дискурсу менеджмента. Центральным звеном в дискурсе считается принятие решений, а исполнительный блок деятельности составляют «функции организации, руководства, контроля». Ю.А. Дрыгина подчеркивает в своей работе, что данный дискурс продолжает развиваться, включая в себя новые аспекты: «корпоративная культура, логистика, маркетинг, публик рилейшнз» [Дрыгина 2013].

Проведя анализ серии работ по исследованию управленческого дискурса различных лингвистов, таких как Е.В. Мороз, Н.В. Даржаевой, О.Л. Юдиной [Мороз 2001; Даржаева 2009; Юдина 2012], мы можем сделать вывод, что данные исследования сконцентрированы в основном на отдельных поджанрах, аспектах и особенностях дискурса. Необходимо отметить, что практически во всех работах управленческий дискурс выступает в качестве синонима деловому, также, исследователи подчеркивают его стратегическую важность для процесса управления и называют его особым видом коммуникации в контексте институционального общения.

С.А. Шилина дает следующее определение термину «управленческий дискурс» – это «технология коммуникативного взаимодействия различных социальных групп, объектов и субъектов власти», «взаимодействие государства, гражданского общества, бизнеса и других общественных и политических структур, с целью достижения взаимопонимания», процесс творческого следования норме, которая диктуется и познается через сложную и многомерную «профессиональную» картину мира, актуализированную через базисные понятия управленческой культуры, профессионально направленные идеи и концепты, нормы институционального и

межличностного поведения, детерминирующие деловое общение, ценностные ориентации; схемы, фреймы стереотипных ситуаций, формулы; специальный тезаурус [Шилина 2014: 92].

Мы соглашаемся с определением, данным Т.А. Ширяевой. Управленческий дискурс в ее работе является целенаправленной речевой деятельностью людей, связанных деловыми отношениями, которые существуют не только внутри организации, но и связывают различные организации, а также поддерживают коммуникацию между индивидами и организациями, основанную на нормах и правилах общения, принятых в деловом сообществе [Ширяева 2008: 12].

Управленческий дискурс – сложная структура, обладающая рядом институциональных и когнитивно-лингвистических особенностей, которые присущи только данному типу дискурса [Там же].

В работе, посвященной характеристикам управленческого дискурса, Тасанбаева З.Р. и Нысанбаева Д. подробно описали специфические черты управленческого общения в английском языке. Среди них можно назвать следующие характеристики:

- «коммуникативная корректность», заключающаяся в соблюдении демократического общения управленцев с подчиненными, например, разрешается подчиненному называть вышестоящих руководителей по имени;
- частое использование военной лексики для передачи агрессивности;
- широкое использование метафор следующих типов: военной, рыночной, спортивной и метафоры здравоохранения;
- «доминирующее употребление словосочетаний с широкозначными глаголами действия *take* и *do*» [Тасанбаева, Нысанбаева 2013].

В своей работе О.Л. Юдина указывает на такие особенности данного дискурса, как стабильность, традиционность и стандартизованность, так как сферой его применения являются деловые отношения между людьми и

учреждениями [Юдина 2013].

Специфика управленческого дискурса также определяется еще одной характерной для него чертой — ограничением целей и круга субъектов общения, иначе говоря, данный дискурс ведется специалистами в ограниченной профессиональной деятельности для достижения соглашения по определенному вопросу [Шилова 1998: 4, 13, 17].

В.И. Карасик акцентирует внимание на неравных позициях участников данного дискурса, где руководитель всегда «обладает монополией на истину» [Карасик 2000: 45]. Управленцы демонстрируют их преимущественное положение, что заставляет людей, общающихся с ними, относиться к ним с почтением. Поэтому «диада «агент – клиент», используемая для описания участников различных видов институционального дискурса, в управленческом дискурсе проявляется особенно ярко» [Юдина 2013].

С точки зрения компонентного состава дискурса, следует обратить внимание на структуру, предложенную О.Л. Юдиной, в которой не только достаточно подробно описаны компоненты, но и освещены признаки институциональности: 1) типовые участники, 2) хронотоп, 3) цели, 4) ценности, 5) стратегии, 6) разновидности и жанры, а также 7) дискурсивные формулы [Там же].

Основные участники управленческого дискурса – представители определенного института (адресант), например, руководители компании, и люди, обращающиеся к ним (адресат), например, подчиненные. Отношения между адресантом и адресатом определяются «статусами и иерархией по служебной лестнице», поэтому участники дискурса отличаются по предписаниям поведения, где определяющая позиция отводится адресанту [Там же].

Хронотоп дискурса – ситуация, характерная для современного делового общения. Например, устный диалог или монолог, для которых «прототипным» является кабинет руководителя или производственная площадка; так же общение может быть письменным (приказы, уставы).

Время может быть фиксированным или произвольным [Там же].

Цель дискурса соответствует его основной функции (директивной), поэтому управленческий дискурс отличается такими качествами, как «догматичность, категоричность/безапелляционность, утверждающий, но не описательно-повествовательный характер речи», он предписывает, что люди, вовлеченные в него, должны делать [Там же].

Базовые ценности управленческого дискурса – то, что обуславливает существование цели дискурса, так как является очень важным для руководителя. Ценности определяются наличием профессионально-значимых проблем и необходимостью их решения [Там же].

«Стратегии управленческого дискурса определяются его частными целями». Стратегии управления имеют общие черты со стратегиями научного дискурса: «1) выделить проблему, 2) проанализировать историю вопроса, 3) сформулировать цели и задачи, 4) составить четкий план решения проблемы, 5) дать оценку предпринятым действиям, 6) изложить результаты проведенных мероприятий, 7) прокомментировать и обсудить полученные результаты, 8) изложить полученные результаты в виде отчетов» [Карасик 2000: 20].

Стратегии управленческого дискурса реализуются в его жанрах. По мнению О.С. Сыщикова, понятие жанра за последнее время претерпело изменения, поэтому он утверждает, что жанр «необходимо рассматривать как единицу дискурса, а не функционального стиля» [Сыщиков 2000: 32]. Так, в управленческом дискурсе выделяют устный (доклад, ведение переговоров) и письменный (деловые письма) жанры.

Таким образом, подобно любым другим институциональным типам дискурса управленческий дискурс строится «по определенному шаблону, но степень трафаретности различных типов и жанров этого дискурса различна». Хотя процесс принятия управленческого решения требует четкого следования определенным правилам и стратегиям, в реальной жизни прототипный порядок дискурса часто нарушается [Карасик 2000: 37-38].

Управленческий дискурс – это определенный образ мышления, ориентированный на достижение характерных для него целей.

Как было отмечено ранее, каждая разновидность дискурса определяется особым набором признаков: участники, цели, специальная лексика и пр. В данной работе акцент делается на терминологию, используемую в управленческом дискурсе, поэтому в последующих пунктах мы выявим особенности данного подязыка. Но сначала предлагается изучить явление варьирования в общелитературном языке для дальнейшего его сравнения с варьированием в терминологии.

1.2. Варьирование в общелитературном языке: причины и его типология

«Для каждого современного литературного языка характерны не только определенная степень константности в использовании различных языковых средств, но и некоторый набор вариантов, выявляющийся наиболее полно в процессе функционирования языка» [Семенюк 1965: 48-50]. Естественный язык является неоднородной иерархической системой, единицы и уровни которой характеризуются неоднозначностью. Наличие множества вариантов данных единиц обусловлено в первую очередь социальной сущностью языка. Наличие комплекса разновидностей языковых единиц подтолкнуло лингвистов к тщательному изучению такого языкового явления как варьирование [Кауфова 2008: 1].

Феномен варьирования давно изучается лингвистами, однако единого мнения по данному вопросу нет, так как вариативность может рассматриваться с разных точек зрения: с общетеоретической, лексико-семантической, или исходя из системно-структурной организации языка.

В настоящее время вариативность языка в лингвистике рассматривается как «объективное имманентное свойство языковой системы», она затрагивает все подсистемы и единицы языка «в плане формы и содержания, в синхронии и диахронии, а также внутрисистемные отношения и отношения «язык – внешний

мир»» [Солнцев 1984: 31].

Лингвисты считают процесс варьирования в языке закономерным, так как он «характеризует языковые единицы различных уровней на разных этапах развития языка и является постоянным признаком языкового развития» [Ивлева 1981: 121]. По мнению В.М. Солнцева, вариативность следует рассматривать как «общее свойство, заложенное в самом «устройстве» языковой системы» [Солнцев 1984: 31]. Однако в соответствии с постулатами теории информации, где одному знаку должен соответствовать один референт, данное свойство языка может показаться противоречащим норме, а наличие вариантов – избыточностью [Сандалова 2010: 22]. К.С. Горбачевич подчеркивает, что часто подобную избыточность воспринимают как «болезнь языка», однако сам определяет вариативность «объективным и неизбежным следствием языковой эволюции» [Горбачевич 1989: 25]. Ф.П. Филин предлагает компромиссную точку зрения, в которой утверждает, что избыточны только те варианты, которые «не имеют никакой особой нагрузки» [Филин 1963: 18]. Таким образом, вариативность рассматривается не как несовершенство языковой системы, а в качестве способа существования и функционирования всех языковых единиц, так как «возможность варьирования заложена в самой природе языка» [Ивлева 1981: 121].

Появление вариантности обуславливается сочетанием внутренних и внешних факторов развития языка. «Внутрисистемные причины порождаются возможностями самого языка (действие законов аналогии, асимметричности языкового знака, речевой экономии и др.). Среди причин внешнего характера обычно называют контакты с другими языками, влияния диалектов, социальную дифференцированность языка» [Валгина 2003: 27]. Г.Г. Ивлева также отмечает экстралингвистические и внутриязыковые факторы, которые становятся причиной появления вариативности языковых единиц. Экстралингвистические факторы включают в себя условия жизни людей, использование языка носителями, а внутриязыковые – «структурно-

семантические особенности самих лексических единиц, их взаимодействие в речи, а также процессы заимствования» [Ивлева 1981: 121]. Кроме того, существует точка зрения, что вариантность в литературном языке возникает в связи с «социально-профессиональными отличиями, возрастной структурой общества, функциональным многообразием литературного языка», но эти факторы являются скорее второстепенными. Следует отметить, что причиной вариантности языка является комплекс факторов, как внутриязыковых, так и внешних, что отмечается всеми исследователями [Сандалова 2010: 36].

Существует два подхода при изучении явлений вариантности: физический и функциональный. «Физическая концепция характеризуется стремлением установить определенную зависимость между степенью физических (материальных) отличий означающих разных элементов и их означаемыми. Функциональная же концепция предполагает выделение функциональных единиц и проведение сопоставлений уже на уровне этих функциональных единиц. При таком подходе диапазон варьирования лексических единиц значительно расширяется: в качестве лексических позиционных вариантов предстанут не только однокоренные слова с разными, но омосемичными аффиксами, а в равной степени и разнокоренные слова (то есть слова с совершенно различными означаемыми), которые до сих пор никто не признавал вариантами» [Бережан 1982: 36-37].

Касаясь вопроса типологии вариантов, необходимо отметить, что общепринятой классификации нет. Каждый исследователь выдвигает свою классификацию, опираясь на определенные признаки. Мы ознакомимся с некоторыми из них.

Итак, первая типология вариантов, к которой мы обратимся, принадлежит А.И. Смирницкому. Он берет за основу своей типологии критерий тождества слова. Он учитывает такие признаки вариантов слов, как общая корневая часть и звуковые различия. Основываясь на этом, он выдвигает следующую типологию:

- I. Лексико-семантические варианты, например: *shade* (мень) - *shade* (оттенок);
- II. Фоно-морфологические варианты, которые подразделяются на:
 - 1) фонетические (звуковые) варианты;
 - 2) морфологические варианты — с делением на:
 - а) грамматико-морфологические, например: *learn* (наст. вр.) — *learnt* (прош. вр.) и *learn* (наст. вр.) — *learned* (прош. вр.) (*изучать*);
 - б) лексико-морфологические варианты, например: некоторые прилагательные с суффиксом *-al* и без него, не отличающиеся своим лексическим значением [Смирницкий 1956: 40-42].

Следующим исследователем, чью типологию мы рассмотрим, является О.С. Ахманова. Она основывается на трудах Смирницкого и в свою очередь подразделяет формальные варианты на фонетические и морфологические. Фонетические варианты О.С. Ахманова делит на 2 группы:

1. Фонетические варианты слов, не различающиеся по месту ударения, например, *шкаф* – *шкан*;
2. Фонетические варианты, различающиеся по месту ударения, например, *творог* – *тво`рог*.

Также, она впервые употребляет такое понятие, как орфографические варианты. Орфографические варианты встречаются только в письменной речи и являются разновидностями написания одного и того же слова, и никак не связаны с фонетическими терминами.

В отношении морфологических вариантов О.С. Ахманова считает, что «отличие морфологических вариантов слова от фонетических состоит в том, что лишены своих естественных языковых функций оказываются не отдельные звуки (соответственно фонемы), а также соединения звуков (фонем), которые в данном языке выступают как морфемы – мельчайшие

значащие единицы или элементарные единицы языка; *лиса* и *лисица*, например, потому что являются не разными словами, а словообразовательными вариантами одного и того же слова, что не выражающий здесь никакого лексико-семантического различия элемент *-иц-* в других случаях выступает в качестве словообразовательной морфемы, то есть, предельной лингвистической единицы, обладающей как внешней, так и внутренней смысловой стороной: ср., например, *львица (лев)*, *тигрица (тигр)* и т. п.» [Ахманова 1957: 65, 209].

Наиболее полными, по нашему мнению, являются типологии Э.Д. Головиной и З. И. Комаровой, в которых выделено достаточное количество критериев для классификации. Вышеупомянутые исследователи, на наш взгляд, сумели выделить достаточное количество признаков для классификации.

Все не обусловленные позицией, лексикализованные формальные и смысловые разновидности Э.Д. Головина относит к вариантам на уровне слова:

I. Семантические варианты слова (полисемия). Например, *картина* - «*полотно художника*», «*кинофильм*», «*вид, пейзаж*» и т. д.;

II. Формальные варианты слова (варьирование плана выражения при тождестве плана содержания). Сюда входят два подраздела:

1. Грамматические варианты, к которым исследователь относит формообразовательные (*цвести* – *цвесть*); словоизменительные (*чай* > *чая* – *чаю*); категориальные родовые имплицитные (*кофе (м.р.)* – *кофе (ср.р.)*), отличающиеся типом склонения, но не грамматическим родом (*песнь* – *песня*);

2. Неграмматические варианты, к которым относятся акцентные полные (*`творог* – *`творог*), акцентные неполные (*прав* > *пр`авы* – *пра`вы*), фонематические с вариантностью в корне слова (*золото* – *злато*, *калиф* – *халиф*), в префиксе (*междуусобица* – *междуусобица*), в словообразовательном суффиксе (*электрофикация* –

электрификация), в корне и суффиксе одновременно (*камешек – камушек*), в служебных словах (*пусть – пускай*).

Более того, Э.Д. Головина выделяет среди фонематических вариантов качественные, количественные и позиционные варианты. Лингвист отмечает, что полная классификация вариантов является многоаспектной, поэтому она предлагает основывать классификацию на комплексе признаков, характеризующих каждый тип вариантности:

1. «Характер варьируемых языковых элементов или синтагматических отношений;
2. Отношение к основной единице языка – слову (надсловная, внутрисловная, межсловная вариантность);
3. Соотношение плана содержания и плана выражения (формальная и семантическая вариантность);
4. Принадлежность варьирующей эмической единицы к определенному языковому ярусу (вариантность фонемы, морфемы, лексемы, фраземы, синтаксемы);
5. Позиционная обусловленность / необусловленность варьирования и характер обусловленности;
6. Полнота / неполнота варьирования;
7. Грамматическая регулярность / нерегулярность варьирования;
8. Абсолютность / относительность тождества материальных оболочек или значений варьирующих единиц;
9. Отношение к нормам литературного языка;
10. Узуальность / окказиональность вариантов и т.д.» [Головина 1983: 61-62].

Необходимо упомянуть, что при определении видов варьирования разногласия возникают из-за отсутствия единых критериев выделения вариантных единиц. Так требование частичного тождества выдвигается при установлении акцентологических и фонематических рамок варьирования

слова, а «морфологическим пределом варьирования, по мнению некоторых исследователей, является тождество морфологической структуры и морфемного состава сопоставляемых единиц, предполагающее полное совпадение значимых морфем (корня и словообразовательных аффиксов) у каждого варианта» [Сандалова 2010: 42-43].

Семантическим варьированием в лингвистике называют варьирование в плане содержания при неизменности плана выражения. Рассматривая различное соотношение формы и содержания при варьировании, мы говорим о таком семантическом явлении, как полисемия. Далее мы рассмотрим изменения значений слов и, как следствие, появление полисемии.

Под полисемией обычно понимают парадигматическое отношение: факт наличия у слова более одного значения [Зализняк 2004: 21].

Следует отметить, что некоторые лингвисты не допускают наличия в слове больше, чем одного значения. Л.В. Щерба считал, что существует «столько слов, сколько фонетическое слово имеет значений» [Щерба 1974: 290], то есть, каждое значение слова является отдельным понятием, а многозначное слово есть некоторое количество слов, каждое из которых имеет одно единственное значение.

Другие лингвисты говорят о существовании единого лексического значения, которое реализуется в вариантах. В.А. Звегинцев утверждает, что одно значение слова состоит из различных лексико-семантических вариантов: «лексическое значение в слове одно, но оно может складываться из нескольких потенциальных типовых сочетаний, которые с разных сторон характеризуют единое смысловое целое. Эти типовые потенциальные сочетания в описанном смысле правильнее всего назвать лексико-семантическими вариантами единого значения слова» [Звегинцев 1967: 125-126].

Термин лексико-семантический вариант, введенный А.И. Смирницким, используется в литературе для обозначения «отдельного значения многозначного слова». Однако установить единое лексическое значение для

многозначного слова на практике оказалось трудно выполнимой задачей. «Даже в тех случаях, когда наблюдается выводимость одних значений из других на основе отдельных семантических признаков, сложно дать определение единого слова так, чтобы учитывались все различия лексико-семантических вариантов, поэтому большая часть лингвистов рассматривает подобного типа слова, как слова, имеющие несколько значений» [Зенков, Сапожникова 1998: 105-106].

Наличие связи между различными значениями внутри слова позволяет говорить об «одном многозначном слове со сложной смысловой структурой». При появлении у слова новых значений или изменении уже существующего словарный состав может изменяться, как количественно, так и качественно [Арнольд 1959: 67-68].

Под «изменением значения» понимают, как процессы, которые приводят к обогащению слов новыми значениями и развитию «полисемии», так и процессы, которые ведут к замене старого значения новым, при этом слово, получив новое значение, многозначным от этого не становится, а число слов в словарном составе не увеличивается [Там же].

В лингвистической литературе большое количество работ посвящено классификации изменений значения. Однако единой точки зрения пока не существует. Предложенные классификации не отвечают предъявляемым к ним основным требованиям: «они не выдерживают одного признака, положенного в основу деления, входящие в них группы взаимно друг друга не исключают, они не охватывают всех, имеющих место, случаев» [Арнольд 1959: 76-77].

Однако классификация просто необходима, чтобы рассмотреть всё множество существующих фактов изменения значения. Мы обратимся к широко распространенной схеме, предложенной Германом Паулем еще в XIX веке. В настоящее время она применяется с некоторыми видоизменениями.

Схема классификации выглядит следующим образом:

I. Сужение значения

II. Расширение значения

III. Смещение (сдвиг или перенос значения)

IV. Прочие типы (включают в себя улучшение и ухудшение значения)

При сужении «старое значение соответствует родовому понятию, а новое – одному из входящих в него видовых». При противоположном явлении, расширении, «слово, обозначавшее только одно из видовых понятий, расширяет свое значение до родового понятия». К третьему типу изменения значения «относятся смещения, основанные на ассоциации по сходству (метафора) и по смежности (метонимия)». В IV группу входят прочие типы: ухудшение и улучшение значения, гипербола и литота. При ухудшении значения нейтральное обозначение ухудшается до отрицательного оценочного. Если усиливается положительная эмоциональная оценка, то мы имеем дело с улучшением значения. Гипербола выражается в «крайнем преувеличении размеров какого-либо явления или предмета». А литота, в свою очередь, намеренно преуменьшает размеры [Арнольд 1959: 77-81].

Таким образом, под влиянием различных причин значения слов меняются, как в количественном, так и в качественном отношении. «У звукографического комплекса появляется связь с несколькими денотатами, в объеме значения слова накапливаются его варианты, что приводит к появлению полисемии» [Елисеева 2003: 15-16].

1.3. Понятие термина и требования к термину

Резкое увеличение объема информации на рубеже XX и XIX вв. привело к «терминологическому взрыву» – росту числа новых терминов и терминологий, сопровождающих появление новых отраслей знаний. Для эффективного взаимопонимания специалистов разных наук упорядочение специальной лексики и ее представление в словарях различных типов стало необходимым [Гринев 1993: 9]. Процессы глобализации и интеграции,

развития межкультурных, экономических и политических отношений, активно протекающие в современном мире, приводят к возрастанию интереса лингвистов к проблемам специальной лексики – терминологии.

Терминология, приобретая всё большую важность, делает весь язык настолько «терминологизированным», что её использование не ограничивается только рамками той или иной отрасли общественного производства или наукой, а становится употребительной в речи более широкого круга носителей языка. Как следствие, термин перестает быть предметом описания только терминологического словаря [Барсукова 2004: 7].

Лексику национальных языков принято разделять на три группы: разговорный язык, язык художественной литературы и язык профессиональной деятельности, при этом термины составляют наибольшую часть, следовательно, изучение терминов приобретает исключительное значение в современном мире лингвистики. Необходимость исследования терминологии лингвисты С.Т. Папаев и Г.И. Морозов объясняют следующими факторами: интенсивным языковым обменом между странами и народами в сферах профессиональной деятельности и появлением новых проблем, таких как возникновение особо сложных хозяйственных систем, требующих большого количества новых терминов.

Термины неоднократно изучались с применением традиционных методов исследования, разработанных для изучения общелитературного языка, но такие изучения оказались мало эффективными и не способствовали решению терминологических проблем. Поэтому была создана терминология – специальная научная дисциплина, целью которой является «формулирование и решение различных языковых и внелингвистических общественных проблем, прежде всего в области коммуникации между отдельными специалистами и группами специалистов различного масштаба, профиля и языковой принадлежности» [Папаев, Морозов 2001: 2].

Используя термины в речи, мы точно знаем их значения, так как обычно в их определениях нет разногласий. Однако о самом понятии

«термин» так сказать не представляется возможным. На данный момент в терминоведении существует множество определений понятия «термин», несмотря на это, общепризнанной трактовки не существует. В.М. Лейчик в своей работе утверждает, что все определения термина можно разделить на две группы. В первой группе термины выступают в качестве слов, выполняющих особую функцию, а во второй термины являются особыми словами [Цит. по Винокур 1939: 5]. Д.С. Лотте утверждал, что термин, в отличие от обычного слова, всегда выражает фиксированное понятие, при этом он должен быть краток, лишен многозначности. Однако это утверждение было подвергнуто критике еще в 60-е годы прошлого столетия и признано, что термин – это слово или словосочетание в особой функции: «термин – языковой знак, который обозначает специальное понятие» [Цит. по Татаринцов 1996: 30].

В.М. Лейчик отвечает на вопрос об отсутствии единого определения термина следующим образом: термин представляет собой понятие, которое присутствует в любой научной дисциплине, и каждая наука выделяет в термине те его свойства и характеристики, которые являются существенными с ее точки зрения и направлены на решение задач именно этой области знания.

Морковкин называет еще одну причину, обуславливающую особую сложность определения термина, – его двойственную природу. Термин, с одной стороны, является единицей общенационального языка, а значит, обладает всеми лексико-грамматическими свойствами обычного слова. С другой стороны, термин – единица специального подязыка, обозначающая понятие из системы научного знания [Морковкин 1983: 153]. Одновременная принадлежность термина к данным системам объясняет трудность в определении сущности термина [Асадова 2015: 794].

В новейшем определении термина утверждается, что термин как динамическое явление, которое развивается и углубляется в процессе познания. В связи с историческим характером процесса познания и

закрепления знания термин получает новое определение как вербализованный знак (лексическая единица того или иного специального языка в рамках того или иного естественного языка), который может иметь ряд вариантов, в зависимости от определенной теории и степени глубины познания [Лейчик 2007: 36].

С предложенным выше определением термина связано логическое определение данного понятия. В таких определениях на первое место выдвигается его связь с понятием. Рассматривая связь термина и понятия, нужно упомянуть два важных момента:

1. Понятие, обозначаемое термином, имеет связь с другими понятиями той же области и является элементом системы понятий.
2. Термин связан с другими терминами и является элементом терминологической системы [Лейчик 2007: 36].

Первый признак выражен в определении В.С. Кулебакина и Я.А. Климовицкого: «Термин – это слово (или словосочетание), являющееся единством звукового знака и соотнесенного (связанного) с ним понятия в системе понятий данной области науки и техники» [Цит. по Лейчик 2007: 38].

При рассмотрении термина с точки зрения терминологии, стоит упомянуть определение, предложенное В.М. Лейчиком: «термин – лексическая единица определенного языка для специальных целей, обозначающая общее – конкретное или абстрактное – понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности». Исходя из этого определения, следует выделить важнейшие черты:

1. термины обладают всеми признаками слов и словосочетаний естественного языка;
2. термины являются таковыми именно в лексике специального языка, но не в лексике естественного языка в общем;
3. в лексике специального языка термины служат средствами обозначения специальных общих понятий – результата познания в специальных сферах знаний или деятельности.

4. термины являются элементами терминосистем, с помощью которых описываются объекты специального языка [Лейчик 2007: 40].

Также, термин обладает признаками, которые отличают его от нетермина. Так, С.В. Гринев-Гриневиц выделяет такие признаки, как:

1. обозначение понятия;
2. принадлежность к специальной области знания;
3. дефинированность;
4. точность значения;
5. контекстуальная независимость;
6. целенаправленный характер появления;
7. устойчивость и воспроизводимость в речи;
8. номинативность;
9. стилистическая нейтральность [Гринев-Гриневиц 2008: 8].

Кроме этих признаков, которыми должен обладать термин существует также ряд требований к термину.

Двойственная природа термина, упоминаемая в работах В.М. Лейчика, также влияет на рассмотрение требований, предъявляемых термину. Термин как единица специальной лексики должен соответствовать не только нормам общелитературного языка, но и особым нормативным требованиям. Одним из первых, кто выдвинул требования к термину, был основоположник советского терминоведения Д.С.Лотте. В своих многочисленных работах лингвист обозначил и обосновал следующие требования, применяемые к термину: «краткость, однозначность, мотивированность, простота, согласование с другими имеющимися в терминосистеме терминами» [Цит. по Арнольд 1991: 88].

В современной лингвистике существующие требования к термину разделяют на следующие группы: формальные (требования к форме термина), семантические (требования к содержанию) и прагматические (требования к функционированию).

В формальных требованиях можно обозначить:

1. Соответствие нормам общелитературного языка [Даниленко 1977: 188];

2. Краткость термина, обусловленная принципом экономии. Для этой цели, кроме изначального образования краткого термина, используются также различные способы, ведущие к появлению вариантов термина, такие как аббревиация, стяжение, эллипс, использование символики и т.д.;

3. Способность термина к деривации, тесно связанная с требованием краткости термина, поскольку от кратких форм легче образуются производные;

4. Систематичность, базирующаяся в терминологии на классификации понятий, исходя из которой выделяются необходимые и достаточные признаки, включаемые в термин;

5. Мотивированность, характеризующая «способность формы термина давать представление о называемом термином понятии» [Гринев-Гриневиц 2008: 17], семантическая прозрачность термина;

6. Инвариантность, как наличие инвариантной терминологической единицы;

К семантическим требованиям (плану содержания) относятся:

1. Фиксированность содержания, непротиворечивость семантики термина;

2. Однозначность термина, в отношении терминологической единицы в рамках конкретной области знания;

3. Полнозначность, то есть, отражение в значении термина минимального количества признаков, достаточных для идентификации обозначаемого им понятия;

4. Отсутствие синонимов;

Что касается прагматических требований, то здесь следует указать такие характеристики, как:

1. Внедренность, то есть термин должен быть общепринятым, употребительным;

2. Современность, которая реализуется путем вытеснения из употребления устаревших терминов, заменой их новыми;

3. Интернациональность, обусловленная ростом международных научно-технических связей и коммуникации;

4. Благозвучность, отраженная в двух аспектах – удобство произношения и собственно благозвучее;

5. Эзотеричность термина, обусловленная спецификой некоторых областей знания, предъявляющих дополнительные требования к терминам [Граудина 1999: 197-204].

Кроме этого, Л.К Граудина и Е.Н. Ширяев выделяют такое требование, как отсутствие негативных ассоциаций вне узкоспециального употребления [Граудина 1999: 210].

Азаматова А.Х. выделяет следующие конституирующие признаки термина:

«1) наличие четкой дефиниции;

2) монореферентность;

3) тенденция к моносемичности в пределах данного терминологического поля;

4) системность в рамках данной терминосистемы;

5) отсутствие экспрессии;

6) широкая конституентная валентность» [Азаматова 2004: 14].

Итак, перечисленные требования подразумевают «идеальный» термин, которые трудно воплотить на практике. Поэтому чаще всего есть некоторые отклонения от них, и, следовательно, возникают различные варианты одного и того же термина.

1.4. Терминология менеджмента

Менеджмент представляет собой теорию и практику управления, которые существуют уже несколько десятилетий [Горбунова 2014: 5].

Современный менеджмент представляет собой структурированную систему знаний, которая активно взаимодействует с другими отраслями человеческого знания (финансы, маркетинг и пр).

Н.Н. Горбунова выделяет терминосистему менеджмента на основе того факта, что «терминологическая система представляет собой совокупность терминов той или иной области, т.е. систему терминов, выражающую определенную систему понятий, которая, в свою очередь, отражает определенную профессиональную проблематику и определенное научное мировоззрение» [Горбунова 2014: 42]. При этом нельзя не отметить, что терминосистема – это «не просто список терминов, а семиологическая система» [Ярцева 1998: 509]. Язык менеджмента является такой семиологической системой. Данный язык обладает рядом специфических особенностей, которые обусловлены условиями его возникновения и развития. Горбунова выделяет следующие условия:

1) Формирование языка менеджмента как «подотраслевого» в рамках языка бизнеса, так как сфера управленческой деятельности первоначально образовалась в рамках бизнес-организаций и только после этого обособилась в самостоятельную сферу.

2) Возникнув как «подотраслевая» часть языка бизнеса, язык менеджмента получил значение в качестве языка науки.

3) В конце XX в. менеджмент распространился на многие другие сферы хозяйственной и общественной деятельности и начал выполнять функцию «всеобщего системного отношения координации в сложном организме современного общества». Так, язык менеджмента, проникая в другие области общественной деятельности, приобретает всеобщность, а терминологическая система пронизывает «все отрасли профессиональной деятельности и области знания» [Горбунова 2014: 43-44].

В терминологии англоязычного менеджмента существует множество терминов, различных по происхождению («англоязычных, заимствованных из других языков, терминов с заимствованными терминологическими элементами»), по

структуре и «по характеру их прагматической направленности», что доказывает неоднородность терминологии [Горбунова 2014: 93]. Более того, Горбунова отмечает, что «по степени универсальности использования» термины делятся на общеотраслевые и подотраслевые. Также термины менеджмента могут использоваться в других областях знания, например, в правовой сфере, а могут быть заимствованиями из других терминологических систем.

Терминология менеджмента включает в себя множество «мистических сокращений» [Silbiger 1993: 13]; и представляет собой систему, доступную для понимания только людям, получившим специальную профессиональную подготовку и объединяющую управленцев независимо от сферы экономики, в которой они работают. Управленческая деятельность постепенно становится сквозной сферой в общественной жизни и способствует возрастанию роли и значения языка менеджмента.

Горбунова утверждает, что в языке менеджмента можно выделить несколько подсистем. Двумя наиболее крупными являются «язык хозяйственного менеджмента (Business Management Language); и 2) язык государственного и муниципального управления, управления в некоммерческих организациях (Public Management Language)» [Горбунова 2014: 45].

Различие этих двух терминологических подсистем обусловлено спецификой каждой из указанных сфер управленческой деятельности, но вместе с тем в настоящее время происходит все большее терминологическое взаимообогащение и взаимопроникновение этих двух подсистем, что можно объяснить возрастающим концептуальным единством подходов к осуществлению менеджмента в сферах бизнеса и государственного, общественного управления. Это происходит, прежде всего, благодаря перенесению в систему государственного и муниципального управления принципов организации и методов менеджмента, испытанных и оправдавших

себя в деловом мире в корпорациях сферы материального производства и услуг.

Положение подъязыка менеджмента в структуре английского языка представлено тремя позициями:

- 1) как подсистема более широкой системы языка делового общения;
- 2) как подсистема в системе языка науки;
- 3) как терминосистема, превращающаяся в особую систему языка менеджмента [Горбунова 2014: 47].

Таким образом, язык менеджмента определяется как особая лексическая система, значение которой постоянно возрастает [Там же]. Особо важная роль данной терминологической системы выражена именно в английском языке, так как наука и практика передового менеджмента получили наибольшее распространение в англоязычных странах и нашли отражение в общемировой англоязычной управленческой литературе [Drucker 1954 и др.].

В нашей работе мы рассматриваем вариативность плана выражения термина (формальное варьирование) относительно инвариантности плана содержания и вариативность плана содержания (семантическое варьирование) относительно инвариантного плана выражения. Однако для создания полной картины терминологической вариативности следует рассмотреть специфику формального и семантического варьирования в терминологии в сравнении с общеязыковой характеристикой данных явлений.

1.5. Проблемы формального и семантического варьирования терминов

На ряду с остальными лингвистическими единицами термины также подвержены варьированию. З.И. Комарова отмечает, что вариативность «термина и терминосистем функционально заданы и структурно обусловлены, так как сущность термина заключается в том, что терминологическая единица в структурно-субстанциональном плане является

лексемой, а как функциональное явление – это термин, выражающий специальное терминологическое понятие, которое может быть представлено целым классом лексических единиц» [Цит. по Сандалова 2010: 62-63].

Специфика термина определяет особенности явления вариативности в терминологии, в отличие от общеязыкового понятия данного явления. Как утверждает К.Я. Авербух, «для общеязыкового слова варьирование знаковой формы возможно в пределах тождества этой формы самой себе (*лиса – лисица, ноль – нуль*); для термина же возможности варьирования плана выражения ограничены лишь способностью выражать то же самое понятие» [Авербух 1986: 38].

Любой термин можно разложить на составляющие. В плане выражения термин(знак), в плане содержания обозначает определенный объект(денотат) и выражает понятие о нем (сигнификат). Исходя из знаковой функции термина, которая заключается в фиксации профессионального понятия, инвариантом для группы вариантов термина (различающихся только в плане выражения) будет план содержания [Авербух 1986: 39].

Рассматривая вариантность термина с учетом постулата о синтагматике и парадигматике, лингвисты выделяют парадигматическую и синтагматическую вариантность. Парадигматическая вариантность рассматривается вне сферы функционирования, вне контекста. Для данной вариантности характерно наличие в языке нескольких терминов-вариантов для обозначения одного понятия (сигнификата), который является инвариантом. Синтагматическая вариантность определяется анализом терминов в процессе функционирования, взаимодействия с другими единицами языка [Гак, Лейчик 1981: 47].

З.И. Комарова предлагает следующую классификацию терминов-вариантов в парадигматике:

- Фонетические варианты, отличающиеся одним звуком; (*гоммос – гуммос*);

- Словообразовательные варианты, отличающиеся по форме одной морфемой (*гич – гичка*);
- Морфолого–словообразовательные термины-варианты, отличающиеся друг от друга по форме одной морфемой и грамматически (*картофелекопатель (м.р.) – картофелекопалка (ж.р.)*) [Комарова 1990: 15-17].

В синтагматике, связывая терминологическое варьирование с явлением субституции, З.И. Комарова приводит виды терминов-вариантов в зависимости от типа субституции – формальной (опирающейся на разные типы парадигматических вариантов) или семантической (опирающейся на логико-семантических отношениях между терминами и понятиями).

Формальная субституция представлена такими языковыми формами, как: 1. Морфологические субституты; 2. Аббревиатуры; 3. Эллипсы; 4. Невербальные субституты.

Морфологическая субституция (морфологическая вариантность) обнаруживается при изменении функционального класса лексической единицы (*правовой институт - институт права*). Аббревиация определяется как способ количественного варьирования формы при полном сохранении лексического значения (*ЦНС – центральная нервная система*). Эллипсы, по сравнению с исходным термином, имеют менее расчлененную форму (*элементарные почвенные частицы – почвенные частицы*). Невербальная субституция характеризуется заменой термина условными символами (*Cl – хлор*).

Семантическая субституция представлена:

- Универбацией. Например: *белянка капустная – капустница*;
- Субститутами, основанными на равнозначности понятий. К этой группе относятся все типы парадигматической субституции, указанные выше;

- Субститутами, основанными на родо-видовых отношениях понятий и терминов. В данном случае используется родовой термин вместо видового (*овца – сельскохозяйственное животное*) [Комарова 1990: 18-19].

Анализируя термины-варианты, К.Я. Авербух обращается к явлениям полисемии, омонимии и синонимии в терминологии.

В нашей работе, рассматривая семантическое варьирование, мы говорим о таком явлении, как полисемия. Вариантностью же мы назовем формальное варьирование, основанное на видоизменении формы при сохранении инвариантного сигнификата.

Перейдем к понятию терминологической полисемии.

Многозначность терминов в терминоведении является спорным вопросом. Она трактуется по-разному: 1) Р.А. Будагов считает, что полисемия терминов – отрицательное свойство, а многозначные слова необходимо устранять из терминосистем [Будагов 1965: 33-40]; 2) другие лингвисты утверждают, что полисемия возможна и оправдана в терминологии, так как термин – это прежде всего слово, и ему естественно присуща многозначность. Так, К.А. Левковская пишет, что «точность и однозначность термина – это лишь тенденция, идеал, к которому должна стремиться всякая терминология» [Левковская 1959: 357]. По мнению Н.Б. Мечковской, «в качестве члена системы специальных обозначений термин управляем: термины придумываются в лабораториях и кабинетах, их упорядочивают в терминологических комиссиях, пропагандируют в «рекомендательных списках» и т.д. Однако в той мере, в какой термины остаются «просто» словами, они сопротивляются регламентации. Они сохраняют и/или развивают многозначность, при этом чем более употребителен термин, тем более он многозначен» [Мечковская 1996: 136-137].

К.Я. Авербух рассматривает терминологическую многозначность как отклонение от необходимого однозначного соответствия понятия и выражающего его термина, считает подобные явления ошибочным употреблением, а не полисемией и выделяет следующие факты ошибочного

использования терминов в рамках одного подъязыка:

1. Применение разных концепций к оценке явления;
2. Метафорическое использование термина наряду с его первоначальным употреблением [Авербух 2002: 194].

Подводя итог, отметим, что такое явление, как полисемия до сих пор является дискуссионным в рамках терминологии. С одной стороны, нормативные требования к терминам предписывают термину однозначность, что препятствует выявлению полисемии. С другой стороны, термин в структурно-субстанциональном плане является словом, а, как известно, данные процессы неизбежны как общезыковые и характерные для всех единиц данного языка.

Таким образом, вариативность – это общее свойство, заложенное непосредственно в самом устройстве языковой системы, с помощью которого существуют и функционируют абсолютно все единицы языка. Слово, как основная единица языка, может обладать разными видами вариативности: формальным и семантическим. Формальные варианты в лингвистике рассматриваются как варьирование плана выражения при тождестве плана содержания, семантические, наоборот, как варьирование плана содержания при неизменности плана выражения.

Формальные варианты в языке и в терминологии имеют существенные различия. Формальное варьирование в терминологии имеет более узкий характер. Семантическое же варьирование все еще остается нерешённым вопросом в рамках терминологии. Данные проблемы связаны с самим понятием такой сущности как термин, а также специфичными требованиями, предъявляемыми к нему.

Говоря о типологии вариантов, стоит отметить, что универсальной общепринятой классификации вариантов не существует. Некоторые ученые, такие как О.С. Ахманова и А.И. Смирницкий в своих классификациях учитывают только формальное варьирование, Э.Д. Головина, в свою очередь, учитывает, как формальное, так и семантическое варьирование [Ахманова

1957, Смирницкий 1956, Головина 1983]. Наиболее полной, по нашему мнению, является классификация, предложенная З.И Комаровой [Комарова 1990].

Некоторые исследователи считают вариативные явления ошибочным использованием лексических терминологических единиц. В нашей работе мы придерживаемся позиции, что эти процессы реально существуют в терминологии, хотя и обладают своими особенностями. На наш взгляд, существование подобных процессов обусловлено принадлежностью термина одновременно двум языкам: общему и специальному. Основной причиной существования вариативности является тенденция к экономии языковых средств. Полисемия в терминологии возникает довольно часто из-за ряда внутриязыковых и экстралингвистических причин.

Как уже было отмечено, терминологическая вариативность имеет свои особенности по сравнению с общеязыковым варьированием, которые представляют особый интерес для исследования. Термин обладает специфическими функциями обозначения конкретного специального понятия, что влияет и на процесс варьирования. Способность к варьированию у термина ограничена способностью выражать только одно понятие. Поэтому варьирование его формы будет происходить в отношении неизменного плана содержания.

ГЛАВА 2. ФОРМАЛЬНОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА

2.1. Вариантность в терминологии менеджмента

Как упоминалось ранее, термины языка менеджмента подвержены формальному варьированию, что является недостатком в терминологии любого специального подъязыка. В идеале термин должен быть моносемичным, что означает наличие единственно возможного соотнесения термина и понятия. Развитая структура терминологической системы должна следовать формуле «один термин — одно понятие», однако в терминологии менеджмента нами были выявлены примеры формального варьирования терминов.

Нами был проанализирован 1 англоязычный толковый словарь по менеджменту, а также 1 англоязычный интернет словарь, то есть всего проанализировано 2 словаря.

Методом сплошной выборки нами было выявлено 134 пары англоязычных терминов-вариантов. Далее мы проанализируем термины-варианты по типам, расположив их в соответствии с количественной репрезентацией. Стоит упомянуть, что для большего удобства в нашей работе мы соединили словообразовательные и морфолого-словообразовательные термины-варианты. В результате анализа нами было обнаружено следующее соотношение типов формального варьирования терминов подъязыка менеджмента (см. Диаграмма 1).

- Аббревиатурные термины-варианты – 99 случаев;
- Орфографические термины-варианты – 12 случаев;
- Словообразовательные и морфолого-словообразовательные термины-варианты – 10 случаев;
- Эллиптические термины-варианты – 10 случаев;
- Морфологические термины-варианты – 2 случая;

- Универбационные термины-варианты – 1 случай.

2.2. Аббревиатурные термины-варианты

В результате анализа словарей по менеджменту было выявлено, что в английском подязыке аббревиатурных пар терминов-вариантов 73,9% от общего числа вариантов. Данный вид варьирования в английской терминологии менеджмента находится на первом месте по количеству пар-вариантов.

Аббревиацию в терминологии можно обозначить как «вторичное сокращенное наименование некоторых понятий конкретного языка для специальных целей». В терминологии аббревиация не имеет существенных различий с общеязыковой аббревиацией [Сандалова 2010: 92].

На данный момент в лингвистике не выработано универсального определения аббревиации, и не существует единой классификации, поэтому в нашей работе мы рассмотрим наиболее полные и точные, по нашему мнению, классификации.

В.В. Борисов понимает под аббревиатурой букву или короткое сочетание букв, имеющих алфавитное сходство с исходным словом или выражением и используемых вместо этого слова или выражения для краткости [Борисов 1972: 130]. К.А. Ганшина, в свою очередь, придерживается мнения, что первоначально аббревиатура не увеличивает и не пополняет словарь, а просто уменьшает исходную языковую единицу, в то же время не отрицая возможности перехода сокращений в сферу обычного употребления и считая, что аббревиатура может стать отдельным самостоятельным словом в ходе языкового развития. Аббревиатуры делятся на несколько типов:

- 1) аббревиатуры инициального типа, образованные из начальных букв каждого слова в составе словосочетания, например: *AF – Auto Focus*;
- 2) аббревиатуры слоговые, образованные из сочетания начальных

частей слов;

3) аббревиатуры смешанного типа, состоящие как из начальных частей слов, так и из начальных звуков;

4) аббревиатуры, состоящие из сочетания начальной части слова с целым словом;

5) апокопы и аферезы, суть которых заключается в опущении части слова. Когда опускается один или несколько слогов в конце, то это называется апокопой, если опускается начальная часть слова, то это называется аферезой;

6) акронимия – это сокращенные слова, образованные из начальных букв или слогов назывного словосочетания, например: *Pan - Panchromatic*

7) омоакронимия – это создание сокращенных единиц, совпадающих по своей фонетической структуре с общеупотребительными словами, например: *hear* (слышать) и *HEAR* (*hospital emergency ambulance radio*);

8) стяжения – слоговые сокращения, в которых сохраняются слоги из начальных и конечных частей слова: *Inet – Internet*.

В английском языке наблюдается сильная тенденция к сокращению слов, которая объясняется стремлением английского языка к моносиллабизму, к экономии речевых усилий.

Так, были выявлены аббревиатуры, обозначающие различные организации:

- *ACEI – Association for Cultural Economics International* (Международная ассоциация экономики культуры);

- *AMEX – American Stock Exchange* (Американская фондовая биржа);

- *BCG – Boston Consulting Group* (Бостонская консультационная компания);

- *BIM – British Institute of Management* (Британский институт управления).

Наиболее частыми аббревиатурными наименованиями являются наименования должностей:

- *CEO – Chief Executive Officer (президент);*
- *CFO – Chief Financial Officer (финансовый директор);*
- *CIO – Chief Information Officer (глава отдела информационных технологий);*
- *CIO – Chief investment Officer (глава отдела инвестиций);*
- *CSO – Chief Scientific Officer (глава отдела научных исследований и развития).*

В англоязычном менеджменте существует достаточно большое количество терминов-наименований различных моделей поведения, методов и алгоритмов. Ввиду принципа экономии языковых средств, особенно при упоминании данных методов, также используется сокращенное наименование:

- *ABM – Activity Based Management (управление по видам деятельности);*
- *ANOVA – Analysis of variance (анализ вариации);*
- *APT – Arbitrage Pricing Theory (модель арбитражного ценообразования);*
- *ARIMA – Auto Regressive Integrated Moving Average variables model (модель комбинации фундаментальных переменных);*
- *BMP – Best Management Practice (метод оптимального управления).*

В лексике менеджмента встречаются и аббревиации простых понятий. Сокращенные наименования здесь также объясняются стремлением к экономии языковых средств.

- *A/R – Accounts receivable (дебиторская задолженность);*
- *ABO – Accumulated Benefit Obligation (обязательство аккумулированной прибыли);*

- *ADR – Alternate dispute resolution (альтернативное решение спора)*;
- *AMTs – advanced manufacturing technologies (передовые технологии производства)*.

Другие примеры вариантов-аббревиатур приведены в приложении в пункте 1.1 (см. Приложение 1).

В целом аббревиация в английском подъязыке является самым широко представленным типом варьирования терминов менеджмента, в связи с наиболее удобным употреблением сокращенных наименований по сравнению с полными.

Итак, анализ материала показывает, что большинство вариантов приходится на аббревиатуры; в этом прослеживается влияние общелитературного английского языка, так как в XX веке основным способом образования терминов была именно аббревиация [Валгина 2001: 147-148].

2.3. Орфографические термины-варианты

Орфографический тип варьирования представлен парами терминов-вариантов, отличающихся друг от друга в правописании при тождестве сигнификатов. Данный тип является вторым по количеству терминов-вариантов (9%). В данной группе чаще всего встречаются орфографические термины-варианты, варьирование которых объясняется различием между Британским и Американским способом написания слова:

- *check – cheque (чек)*;
- *profit centre – profit center (центр прибыли)*;
- *labour mobility – labor mobility (мобильность рабочей силы)*;
- *analogue computer – analog computer (аналоговый компьютер)*;
- *analogue models – analog models (аналоговая модель)*;
- *gray area occupations – grey area occupations (техники-специалисты)*;

Также представлены сложные слова, которые могут отличаться способом написания. Как отмечает И.В. Арнольд «орфография сложных слов в современном английском языке оказывается неустойчивой. Одни и те же слова разными авторами и в различных словарях пишутся по-разному.

Например:

- громкоговоритель – loud speaker, loud-speaker, loudspeaker;
- air-line, airline, air line – авиалиния» [Арнольд 1959: 171].

Среди подобных сложных слов в терминологии менеджмента были выявлены следующие термины-варианты:

- *stop list* – *stoplist* (*смон-лист*);
- *turn around* – *turnaround* (*вывести компанию из кризиса*);
- *turn round* – *turnround* (*кардинальная перемена*);
- *corporate identity* – *corporate-identity* (*фирменный стиль*).

Другие примеры орфографических вариантов приведены в приложении в пункте 1.2 (см. Приложение 1).

В целом в отношении орфографических вариантов следует отметить, что данный тип варьирования представлен в основном терминами-вариантами, отличающимися Британским и Американским способом написания, и терминами-вариантами, «орфографическая цельнооформленность» которых оказывается неустойчивой [Там же].

2.4. Словообразовательные и морфолого-словообразовательные термины-варианты

Словообразовательные термины-варианты отличаются друг от друга по форме одной морфемой. Морфолого-словообразовательные термины-варианты, представляют собой пары единиц-терминов, отличающиеся друг от друга «по форме одной морфемой и грамматически при инвариантном сигнификате» [Сандалова 2010: 101].

Данная группа терминов-вариантов находится на третьем месте по количеству (7,5%). Словообразовательные и морфолого-словообразовательные варианты, представляют неоднородную группу, включающую в себя суффиксальные варианты:

1. Термины, обозначающие профессию или деятеля с варьированием суффиксов *-er / -or*:

- *financial adviser – financial advisor* (финансовый консультант).

2. Суффиксальные пары с варьированием:

a. *-ment / -er + -ial*:

- *management accounting – managerial accounting* (управленческий учет);
- *managerial style – management style* (стиль управления).

b. *-ing / -ancy*:

- *consulting/consultancy* (консалтинговая служба);
- *management accountancy – management accounting* (управленческий учет).

Другие примеры словообразовательных и морфолого-словообразовательных вариантов приведены в приложении в пункте 1.3 (см. Приложение 1).

2.5. Эллиптические термины-варианты

Следующим типом терминов-вариантов являются эллипсы. Данная группа также находится на третьем месте по количеству пар терминов-вариантов и составляет 7,5%. Эллиптические конструкции имеют менее расчлененную форму, чем сам термин и представлены сокращенными вариантами с пропуском слов. Они также обусловлены стремлением к экономии языковых средств:

- *performance appraisal – appraisal* (аттестация работников);
- *board of directors – board* (совет директоров);
- *bridging loan – bridging* (временный заём);

- *corporate governance – governance (корпоративное управление)*;

Другие примеры эллиптических вариантов приведены в приложении в пункте 1.4 (см. Приложение 1).

Как правило, для экономии языковых средств краткие варианты более предпочтительны, однако полные варианты также являются нормативными.

2.6. Морфологические термины-варианты

Следующая группа для рассмотрения – группа морфологических терминов-вариантов.

Морфологическая вариантность выражается в изменении функционального класса языковой единицы. В английском подязыке менеджмента такие термины-варианты составляют достаточно малочисленную группу – 1,5%. Данный факт объясняется отсутствием падежей в английском языке, что компенсируется предложными сочетаниями, где важную роль играет порядок слов. Вопрос о наличии падежей в английском языке является спорным, однако большинство ученых-лингвистов выделяют в английском языке два падежа: общий и притяжательный [Сандалова 2010: 99].

Группу морфологических вариантов составляют пары, где первый термин представляет собой предложную группу с двумя существительными, а второй – группа ‘существительное + существительное’, первое из которых выступает в функции определения. Данная группа состоит только из 2 случаев:

- *contract of employment – employment contract (договор о работе по найму)*;
- *debt acknowledgement – acknowledgement of debt (подтверждение долга)*;

Такая низкая репрезентация морфологических вариантов обусловлена

спецификой английского национального языка, а именно спецификой словоизменения языка аналитического типа.

2.7. Универбационные термины-варианты

Закон языковой экономии также повлиял на возникновение универбов. Под универбацией в данной работе нами понимается «процесс преобразования устойчивого номинативного синтаксического словосочетания в цельнооформленное однолексемное наименование с адекватным значением» [Осипова 2000: 35].

Люди, постоянно повторяющие в своей речи многословные сочетания и/или сложные слова, стремятся экономить время и энергию путём избавления от повторения шаблонных выражений [Шадыко 2000: 3]. Хотя подъязык менеджмента изобилует такими качествами, как трафаретность, шаблонность, наличие часто повторяющихся в разных терминах одних и тех же слов, данная группа принадлежит к наименее частотным 0,7%.

Нами была обнаружена одна пара универбов:

- *affiliate – affiliated company* (филиал)

Таким образом, группа универбационных терминов-вариантов является самой малочисленной. В английском подъязыке ведущим приемом сокращения является аббревиация, а универбация практически не выражена.

Диаграмма 1



Таким образом, мы видим, что группы различных типов варьирования сильно отличаются друг от друга по количеству входящих в них терминов-вариантов. Превалирующим типом формального варьирования неизменно является аббревиация, составляя больше половины от всех отобранных нами терминов-вариантов. Аббревиатурные варианты – незаменимые средства в терминологии менеджмента, позволяющие сократить сложные и длинные понятия, тем самым облегчая коммуникацию и работу в этой сфере. Орфографические варианты занимают второе место и 9% из всех вариантов. Группа словообразовательных и морфолого-словообразовательных вариантов (7,5%) и группа эллиптических вариантов (7,5%) разделили третье место. Эллиптические варианты выполняют подобные функции, что и аббревиатурные, сокращая понятия и упрощая взаимодействие между людьми. Такие типы вариантов, как морфологические (2%) и универбационные (1%), не являются приоритетными.

Поскольку в настоящее время менеджмент приобретает все большую значимость по всему миру, а английский язык является интернациональным языком, появляется необходимость унифицировать данную терминологию,

сделать ее краткой и общепонятной.

К терминам менеджмента существуют определенные нормативные требования, которые схожи с общетерминологическими нормативными требованиями: однозначность, общепризнанность, устойчивость, отсутствие синонимов. Терминология менеджмента неоднородна и отличается высокой степенью содержания формальных вариантов, которые нами были изучены и проанализированы в данной главе.

Типологически мы выделяем следующие группы терминов-вариантов в терминологии менеджмента: аббревиатурные, орфографические, словообразовательные, морфолого-словообразовательные, эллиптические, морфологические и универбационные.

Проанализировав материал, мы отметили существенные количественные различия типов формального варьирования в данном подъязыке. В ходе нашего анализа мы пришли к выводу, что в целом количественно превалирует аббревиатурный тип формального варьирования. Основываясь на этих данных, мы определяем причину такой разницы в стремлении подъязыка менеджмента к экономии языковых средств. Данный принцип является особо важным в речи людей, оперирующих многословными словосочетаниями или сложными терминами, поэтому у них появляется острая потребность и стремление экономить свое время и упрощать коммуникацию.

ГЛАВА 3. СЕМАНТИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА

Термины менеджмента подвержены не только формальному, но и семантическому варьированию. В данной главе мы рассмотрим особенности семантического варьирования терминов менеджмента английском подъязыке. В след за Н.В. Сандаловой под семантическим варьированием нами понимается «наличие у одной лексической единицы-термина нескольких значений в плане содержания». В качестве явления семантического варьирования мы проанализируем полисемию терминов в подъязыке менеджмента [Сандалова 2010: 139].

Для начала мы рассмотрим особенности многозначности терминов менеджмента.

3.1. Особенности полисемии терминов менеджмента

Проблема многозначности терминов была рассмотрена более подробно в первой главе. Здесь мы бы хотели обратить внимание на специфические черты семантического варьирования терминов менеджмента.

Рассматривая многозначность терминов, мы обратимся к феномену полисемии.

Под полисемией мы понимаем «категориальную многозначность, выраженную в наличии у одной терминологической единицы в плане содержания соотнесения с родственными, схожими понятиями, образованными либо на основе сдвига понятия (метонимический или метафорический перенос), либо на основе изменения объема значения (сужение и расширение), либо при отнесенности понятия к разным отраслям права (внутриотраслевая полисемия)», а также изменение коннотативного значения слова (ухудшение и улучшение) [Сандалова 2010: 140].

Далее мы обратимся к полисемии в подъязыке менеджмента. Методом

сплошной выборки нами было выявлено 149 полиморфичных терминов. Мы проанализируем механизмы развития значения многозначного термина, расположив их в соответствии с количественной репрезентацией. В результате анализа нами было обнаружено следующее соотношение типов семантического варьирования (см. Диаграмма 2).

- *debt acknowledgement – acknowledgement of debt (подтверждение долга)*;
- Метонимический перенос – 60 терминов;
- Метафорический перенос – 42 термина;
- Сужение значения – 14 терминов;
- Расширение значения – 13 терминов;
- Ухудшение значения – 3 термина;
- Энантиосемия – 3 термина.

3.2. Полисемия терминов, основанная на метонимическом и метафорическом переносе

Метонимический перенос как один из видов сдвига значения основан на ассоциации по смежности, отражающей постоянные реальные связи. Такими связями могут выступать временные, пространственные, причинно-следственные и др. отношения между явлениями действительности, подлежащими наименованию [Арнольд 1959: 73].

В лингвистической литературе неоднократно делались попытки классификации метонимических переносов (Пауль 1975, Ульман 1964, Шмелев 1964, Ефремов 1967, и др.). В нашей исследования работе мы обратимся к классификации, использованной в работе А.К.Бирих. Лингвист «распределяет метонимические переносы по шести основным типам связи между смежными денотатами: партитивному (синекдохе), каузальному (причинно-следственному), темпоральному (временному), локальному (пространственному) атрибутивному и квантитивному» [Бирих 1995: 31].

Каузальный метонимический перенос обусловлен причинно-следственной связью между понятиями смежных объектов. Система данной связи включает в себя действие, субъект действия, объект действия, результат действия и инструмент, с помощью которого выполняется действие.

Атрибутивный тип метонимического переноса характеризуется связью понятий признака и объекта, обладающего признаком.

Для локального типа метонимического переноса характерна локальная связь. Данный тип основан на обозначении процессов, явлений и предметов через название того места, в котором они существуют или находятся.

Темпоральный метонимический перенос основывается на временной связи между понятиями.

Партитивный перенос характеризуется употреблением части вместо целого [Ярмак, Удинская 2012].

Квантитативный метонимический перенос можно представить моделью «действие – количество предмета, возникшего в результате него» [Генералова 2006: 21].

Эта группа терминов, образованная на основе метонимического переноса, как свидетельствуют данные, полученные в ходе анализа материала, является преобладающей и составляет 41% от общего числа многозначных единиц.

Среди проанализированных единиц в данной категории можно выделить 5 основных типов переноса:

1. Каузальный
2. Локальный
3. Темпоральный
4. Партитивный
5. Атрибутивный

Первый тип (каузальный) представлен следующими подтипами:

1. Действие – результат. К этому подтипу мы отнесем такие термины, как:

- *Global strategy*: «the process of planning how a business can be successful around the world» (процесс планирования ведения успешного бизнеса по всему миру) → «a detailed plan for how a business can be successful in all parts of the world» (детальный план ведения успешного бизнеса во всех регионах мира);

- *Paperwork*: «the part of a job which involves writing and reports and keeping records» (часть работы, включающая написание отчетов и ведение учетов) → «the written records connected with a particular job» (письменные отчеты, связанные с определённой работой);

2. Деятель – действие. Здесь можно указать следующие термины:

- *Business*: «a company or organization that buys and sells goods or services» (компания или организация, которая покупает и продаёт товары и услуги) → «the activity of buying and selling goods and services» (деятельность по покупке и продаже товаров и услуг);

- *International management*: «the group of people who are responsible for controlling and organizing a company in two or more countries» (группа лиц, ответственная за контроль и организацию работы компании в двух или более странах) → «the control and organization of a business that operates in two or more countries» (контроль и организация предпринимательской деятельности в двух или более странах);

3. Деятель – результат действия. Примером данного подтипа является следующий термин:

- *Accounts*: «the department in a company that prepares its financial information» (отдел в компании, который занимается подготовкой финансовой информации) → «the set of official records that show the financial situation of a company» (комплект официальных деловых бумаг, который показывает финансовое положение компании);

4. Смешанный подтип представлен следующими моделями метонимического переноса:

Инструмент действия – результат действия:

- *Xerox*: «a brand name for a type of machine that uses a photographic process to make copies of documents» (название устройства, которое использует фотографический процесс для снятия копий с документов) → «a brand name for a copy of a document, made by a machine using a photographic process» (название копии документа, сделанной устройством, которое использует фотографический процесс);

Действие – инструмент действия:

- *Ballot*: «an occasion when people vote on something, usually in secret» (мероприятие, когда люди голосуют за что-то, обычно тайно) → «a piece of paper on which you write your vote» (лист бумаги, на котором пишут решение в ходе голосования);

Перейдём ко **второму типу** – локальному. Здесь было выделено два подтипа:

1. Действие – место действия:

- *Parking*: «leaving a vehicle in a particular place for a period of time» (оставление машины в определенном месте на некоторый период времени) → «a space where vehicles can be left» (место, где можно оставить машину);

2. Вместителище – вместимое:

- *Head office*: «the main office of a company» (главный офис компании) → «the management team who work at a head office» (группа по управлению, которая работает в главном офисе компании);

- *Pay packet*: «an envelope that contains the money that someone has earned» (конверт, содержащий деньги, которые кто-либо заработал) → «the amount of money that a person earns» (сумма денег, которую получает человек);

Третий тип (атрибутивный). Здесь мы не выделяем подтипы, а лишь представим примеры многозначных терминов, принадлежащих к данному типу:

- *Accountancy*: «the job of being an accountant» (должность бухгалтера) → «the education that is needed to become an accountant» (необходимое образование, чтобы стать бухгалтером);

- *Leadership*: «the position of being a leader» (должность руководителя) → «the set of characteristics that makes a good leader» (набор характеристик, которые определяют хорошего руководителя);

Перейдем ко **четвертому типу** (партитативному). Здесь мы также не выделяем подтипы:

- *Corporates*: «companies» (компании) → «shares and bonds in a company» (акции и облигации компании);

- *Picket*: «a group of people who stand outside an organization's building holding signs to protest against something» (группа людей, которые стоят возле здания организации и держат плакаты, протестуя против чего-либо) → «a single person in a picket line» (один человек в линии пикета);

Пятый тип (темпоральный) также не подразделяется на подтипы:

- *Briefing*: «instructions that are given to someone just before they do something» (распоряжения кому-либо перед работой) → «a meeting at which people are given instructions» (собрание, на котором люди получают распоряжения);

- *Payday*: «an amount of money that a person receives» (сумма денег, которую получает человек) → «the day on which workers receive their pay» (день, когда рабочие получают зарплату);

Другие примеры полиморфизма, основывающегося на метонимическом переносе, приведены в приложении в пункте 2.1 (см. Приложение 2). Высокая частотность использования метонимического переноса как изменения значения слова объясняется, тем фактом, что метонимическое значение не имеет образности, по сравнению с метафорическим, в основе которого всегда есть скрытый или явный образ, и является более простым для понимания.

Таким образом, мы проанализировали многозначные термины, образованные путем метонимического переноса. По процентной репрезентации метонимический перенос находится на первом месте и составляет 40% от общего числа многозначных терминов.

В основном данному типу сдвига понятия подвержены термины, обозначающие лиц и организации, выполняющие какие-либо функции и достигающие определенные результаты работы; различные действия, направленные на достижение конкретного результата.

Далее мы перейдем к рассмотрению многозначных терминов менеджмента, образованных на основе метафорического переноса. Метафорический перенос основан «на ассоциации по сходству (формы, цвета, места, поведения, звучания)» [Арнольд 1959: 72].

Следует отметить, что данный тип переноса является вторым по частотности. Было выявлено всего 42 случая, что составляет 28% от всех многозначных терминов:

- *Bid*: «to compete to buy something by offering a particular amount of money for it» (конкурировать, чтобы купить что-то, предлагая определенную сумму денег) → «to compete for work by offering to do it for a particular price» (бороться за работу, предлагая выполнить её за определённую цену);
- *Chairman*: «a person who is in charge of a meeting» (человек, отвечающий за собрание) → «a person who is in charge of an organization» (человек, ответственный за компанию);
- *Desk*: «a type of table that you can work at, often one with drawers» (тип рабочего стола, обычно с ящиками) → «the part of an organization where a particular type of business is done» (часть организации, в которой выполняется определенный вид деятельности);
- *Performer*: «a product or business when it is judged by how well it operates» (продукт или деятельность, эффективность которых оценивается) → «a person when they are judged by how well they are doing their job» (человек, чью работу оценивают).

Другие примеры полиморфизма, основывающегося на метафорическом переносе, приведены в приложении в пункте 2.2 (см. Приложение 2).

Метафорический перенос, как способ образования дополнительных элементов плана содержания является вторым по частотности в рамках

данной терминосистемы.

3.3. Полисемия терминов, основанная на сужении и расширении понятия

В.Н. Прохорова определяет сужение значения как «перенос названия одного понятия на другое на основании общности всех признаков общеупотребительного понятия при наличии у суженного понятия дополнительных признаков» [Прохорова 1996: 79]. Так, «сужение значения предполагает, что исходное значение выступает как родовое, а измененное — как одно из составляющих его видовых». При расширении значения, «видовое понятие, присущее денотату, развивается в родовое, иначе говоря, происходит генерализация» [Елисеева, 2003: 15].

Материал, полученный при анализе словаря менеджмента показывает, что процессы сужения и расширения используются практически в одинаковой степени при изменении значений терминов (14% и 13 % соответственно).

Сужение понятия представляет собой третий по репрезентативности тип многозначности. Далее мы приведем примеры некоторых рассмотренных нами терминов, указав значения:

- *Approach*: «a way of doing something» (способ делать что-либо) → «a way of communicating with another person in order to ask for something» (способ общения с другим человеком для получения чего-либо);
- *Assemble*: «to come together, or bring people together in a single place» (собраться, или собрать людей, в одном месте) → «to meet officially» (встретиться официально);
- *Callback*: «a request for someone to return to a place» (просьба вернуться на какое-то место) → «a request by a company for an employee who has lost their job with the company to return to work» (просьба компании, направленная сотруднику, который потерял работу в этой компании, вернуться на работу);
- *Decline*: «to become worse, or lower in value» (стать хуже или

стоить меньше) → «to make less profit, or produce less» (получать меньше прибыли или производить меньше);

- *Insider*: «who works for a company and therefore has special knowledge or influence» (тот, кто работает в компании и поэтому обладает специальными знаниями или влиянием) → «who is in a high position in a company» (тот, кто занимает высокую должность в компании)

Другие примеры полиморфизма, основывающегося на сужении понятия, представлены в приложении в пункте 2.3 (см. Приложение 2).

Перейдем теперь к рассмотрению процесса расширения понятия. Данный тип находится на четвертом месте по количественному соотношению.

Здесь мы приведем в пример следующие термины:

- *Associate*: «a business partner» (деловой партнёр) → «a person who does a similar job to someone else» (человек, который выполняет похожую работу);

- *Award*: «a sum of money that a person is given for an achievement» (сумма денег, выплачиваемая человеку за достижения) → «an amount of money paid by a company to an employee as an increase in income» (сумма денег, выплачиваемая сотруднику в качестве повышения зарплаты);

- *Company meeting*: «a meeting of the shareholders and the top managers of a company» (собрание акционеров или руководителей высшего звена) → «a meeting of some or all the staff of a company» (собрание некоторых или всех сотрудников компании);

Другие примеры полиморфизма, основывающегося на расширении понятия, приведены в приложении в пункте 2.4 (см. Приложение 2).

В целом следует отметить, что по анализу материала процессы сужения и расширения понятия не являются частотными.

3.4. Полисемия терминов, основанная на улучшении и ухудшении понятия

«Улучшение и ухудшение значения слова традиционно рассматриваются как результаты изменения коннотативного компонента значения. Здесь имеются в виду, с одной стороны, случаи, когда нейтральное слово, не включающее в свою семантическую структуру оценочные семы, в процессе своего исторического развития приобретает положительные или отрицательные коннотации, а с другой стороны, случаи, когда какое-либо слово, включающее в свою структуру положительные или отрицательные оценочные семы, меняет знак “+” на “—” и наоборот» [Пьянзина 2005: 72-73].

Ухудшение значения понятия представляет собой пятый по репрезентативности тип многозначности: было выявлено всего 3 случая, что составляет только 2% от всех многозначных терминов:

- *Bureaucracy*: «a system for managing a company that is operated by officials who are employed to follow rules carefully» (система управления компанией, которая осуществляется сотрудниками нанятыми тщательно следовать правилам) → «complicated rules, processes, and written work that make it hard to get something done» (запутанные правила, процессы и письменное сопровождение, которые мешают достичь нужного результата работы);
- *Closed shop*: «a place of work where you have to belong to a particular trade union» (место работы, в котором сотрудник обязан состоять в определенном профсоюзе) → «a type of job, an industry that is only open to particular people or companies to work in and not to everyone» (вид работы, отрасль промышленности, которые доступны только для определенных лиц и компаний);
- *Man*: «a man who does a particular type of work» (сотрудник, который выполняет определенный вид работы) → «workers who are considered to be doing a boring job» (сотрудники, которые, как считается, выполняют скучную работу).

Итак, ухудшение значения как способ реализации сдвига значения не

является частотным в рамках данной терминосистемы. Процесса противоположного данному, то есть улучшения значения, нами не было выявлено совсем.

3.5. Несобственно семантическое варьирование терминов менеджмента:

энантиосемия

Стоит отметить интересный факт наличия явления энантиосемии, то есть существование антонимичных значений в рамках одного многозначного слова. Энантиосемия является смежным с полисемией и антонимией явлением, «так как энантиосемичные языковые единицы характеризуются наличием единого плана выражения, двух планов содержания и антонимического характера отношений между ними» [Кравцова 2006: 82]. Данное явление представлено тремя терминами:

- *Job proposal*: «a letter in which you write to a company, explaining how your skills, experience, etc. could help the company, and asking them to give you a job» (письмо, в котором человек объясняет как его умения и опыт могут помочь компании и просит их предоставить ему работу) → «a letter that a company sends to suitable people when it has a job that needs to be filled» (письмо, которое компания отправляет подходящим кандидатам, чтобы заполнить рабочие места);
- *Job rejection*: «a letter that tells you that you have not been accepted for a job» (письмо, в котором говорится, что человек не был принят на работу) → «a letter that you write to refuse the offer of a job» (письмо, которое пишет человек, чтобы отказаться от предложения о работе);
- *Medical certificate*: «a document signed by a doctor that proves that someone is healthy enough do a particular type of work» (документ, подписанный доктором, который подтверждает, что кто-либо достаточно здоров для выполнения определенного вида работы) → «a document signed by a doctor that proves that someone is not in good health or not healthy enough to do a particular type of work» (документ, подписанный доктором, который

подтверждает, что кто-либо недостаточно здоров для выполнения определенного вида работы).

Диаграмма 2



Метонимический перенос является самым продуктивным типом изменения понятия и составляет 41% из всех полиморфичных терминов. Метафорический перенос также является одним из широко представленных способов изменения значения. Он стоит на втором месте по распространенности (28%).

Сужение и расширение понятия представлены практически в одинаковом процентном соотношении (14% и 13% соответственно). Такой тип изменения понятия, как ухудшение значения, не является приоритетным (2%), а улучшения значения не было выявлено вовсе. Явление энантисемии также представлено малым количеством полиморфичных терминов и составляет всего 2%.

Основной специфической чертой терминов менеджмента является их связь с общелитературным языком, вследствие чего в рамках подъязыка они используются в двух значениях – общелитературном, и более узком, управленческом, являющимся конкретизацией общелитературного значения в контексте менеджмента.

Анализ материала доказывает существование следующих механизмов развития значения многозначного термина в подъязыке менеджмента: метонимический и метафорический перенос, сужение и расширение понятия, ухудшение понятия, а также явление энантиосемии.

В ходе нашего анализа мы пришли к выводу, что метонимический перенос является основным механизмом развития понятий менеджмента. Основными типами метонимического переноса являются: каузальный, локальный, темпоральный, партитативный и атрибутивный. Метафорический перенос находится на втором месте по количественной репрезентации. Более частое использование метонимического переноса в качестве способа изменения значения может быть объяснено тем, что «метонимия образуется на основе мыслительных связей менее сложного типа» по сравнению с метафорой. Кроме того, «метонимическим переносам свойственна низкая экспрессивность, стилистическая нейтральность и высокая номинативность», что крайне необходимо для более точного и понятного общения в сфере управления [Пономарева 2011: 25-30].

Сужение и расширение понятия не являются существенно выраженными. Наименее частотно представлены явления ухудшения значения и энантиосемии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование посвящено формальному и семантическому варьированию в терминологии менеджмента в английском языке на материале словарей. Варьирование является одним из самых противоречивых процессов в рамках терминологии того или иного подъязыка.

При анализе научной литературы мы дали характеристику понятиям «термин» и «дискурс», определили особенности управленческого дискурса, выявили специфику подъязыка менеджмента, а также разграничили такие понятия, как «вариантность» и «вариативность». Явление «вариантности» может рассматриваться с разных точек зрения. В нашей работе мы определяем данное понятие как формальное варьирование, основанное на видоизменении формы при сохранении инвариантного сигнификата. Рассматривая семантическое варьирование, мы говорим о явлении полисемии.

Понятие дискурса остаётся размытой категорией, несмотря на множество исследований, посвященных данному явлению. В данной работе под «дискурсом» нами понимается «процесс тематически обусловленного общения, детерминированного социально-историческими условиями, специфика которого отражается в совокупности текстов (в широком – семиотическом – понимании этого термина), характеризующихся концептуальным, речевым и прагматическим своеобразием» [Цит. по: Малышева 2011: 10]. Управленческий дискурс – сложная структура, обладающая рядом институциональных и когнитивно-лингвистических особенностей.

Говоря о понятии термина, мы пришли к выводу, что в настоящее время отсутствует общепринятое определение понятия «термин». Рассматривая термин с точки зрения терминологии, мы придерживаемся определения, выдвинутого В.М. Лейчиком: «термин – лексическая единица определенного языка для специальных целей, обозначающая общее –

конкретное или абстрактное – понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности» [Лейчик 2007: 20]. Мы подчеркнули некоторые важнейшие черты термина, определили конкретные признаки, которые помогают отличить термин от нетермина, а также ряд требований к его значению и форме. Нами также были рассмотрены возможности варьирования термина в языке. Так, в отношении терминологического варьирования было отмечено, что нормативные требования, предъявляемые к термину, предполагают отсутствие варьирования (однозначность и отсутствие синонимов). Однако при проведении нашего исследования было обнаружено, что варьирование является закономерным процессом в терминологии.

Несмотря на предъявляемые требования к термину, он по своей природе является языковой единицей, не противопоставляемой по своим свойствам и характеристикам единицам общелитературного языка. Говоря о типологии формальных вариантов в терминологии, мы выяснили, что общепринятой классификации нет.

В данной работе были изучены специфические черты современной терминологии менеджмента. В ходе исследования мы сделали вывод, что данная терминосистема имеет свои подсистемы: среди них наиболее крупными считаются следующие: язык хозяйственного менеджмента и язык государственного и муниципального управления, управления в некоммерческих организациях. Будучи частной подсистемой языка, терминология менеджмента сохраняет его характеристики и, поэтому, рассматривается так же, как язык, как средство обобщения, накопления и хранения информации: подязык обслуживает общество и точнее ту его часть, которая связана с определенным профессиональным использованием. В нашей работе мы определяем терминосистему менеджмента как совокупность терминов той или иной области, т.е. систему терминов, выражающую определенную систему понятий, которая, в свою очередь,

отражает определенную профессиональную проблематику и определенное научное мировоззрение.

Проанализировав словари по менеджменту, мы пришли к выводу, что наиболее характерной чертой данного подъязыка является большое количество формальных вариантов, усеченных и сокращенных, что говорит нам о тенденции к экономии языковых средств.

В практических главах нашей работы, опираясь на данные словарей менеджмента, мы охарактеризовали и классифицировали формальные и семантические варианты в терминологии данного подъязыка. Всего в двух словарях методом сплошной выборки было выявлено 134 случая формального варьирования разных типов и 149 многозначных терминов.

В ходе нашего анализа формальных вариантов в терминологии менеджмента, мы пришли к выводу, что в целом количественно превалирует аббревиатурный тип формального варьирования, составляя 73,9% от общего числа пар терминов-вариантов. Такие типы варьирования, как орфографический, словообразовательный и морфолого-словообразовательный, а также эллиптический, реже представлены в данном подъязыке. Морфологический и универбационный типы встречаются довольно редко и составляют 1,5% и 0,7% соответственно.

Анализ семантического варьирования терминологии менеджмента показал, что превалирующими способами образования многозначных понятий являются метонимический и метафорический переносы (41% и 28% соответственно). Сужение и расширение значения представлены приблизительно в равной степени. Ухудшение значения было выявлено всего в трёх терминах, что говорит о незначительности экспрессивной коммуникации в системе менеджмента.

Основываясь на полученных данных, мы пришли к выводу, что подъязык менеджмента стремится к ясности распоряжений и инструкций в процессе управления, а также экономии языковых средств. Поскольку он характеризуется большим количеством сложных и длинных терминов и в то

же время тесно связан с управлением и коммуникацией по всему миру, то такая тенденция является оправданной, так как более краткие, легко запоминающиеся, а также точные термины способствуют упрощению общения и работы.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авербух К.Я. Манифест современной терминологии // Материалы международной научно-практической конференции "Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах "Коммуникация-2002" ("Communication Across Differences"). – Ч.1, Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2002. – С. 192 – 194.
2. Авербух К.Я. Терминологическая вариативность: теоретический и прикладной аспекты // Вопросы языкознания. – 1986. – № 6. – С. 38 – 49.
3. Азаматова А.Х. Термин и терминологический элемент в системе языковых единиц // Ученые записки испанской русистики. – 2004. – №1. – С. 11 – 17.
4. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка И.В. Арнольд – М.: Высшая школа, 1959. – 318 с.
5. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1991. – 140 с.
6. Асадова А.Ю. Некоторые лингвистические характеристики терминологических единиц (на примере современной англоязычной терминологии цифровой фотографии) // Молодой ученый. – 2015. – №6. – С. 794 – 799.
7. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологии. – М.: Учпедгиз, 1957. – 295 с.
8. Барсукова Е.А. Научный термин в общем и терминологическом толковых словарях русского и английского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2004. – 24 с.
9. Бирих А.К. Метонимия в современном русском языке (Семантический и грамматический аспекты). – München: Sagner, 1995. – 191 с.
10. Борисов В.В. Аббревиация и акронимия: военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / под ред. А.Д. Швейцера. – М.: Воениздат, 1972. – С. 124 – 143.
11. Будагов Р.А. Проблемы развития языка. – М.: Наука, 1965. – 73 с.

12. Валгина Н.С. Активные процессы в словообразовании // Активные процессы в современном русском языке. – М.: Логос, 2001. – С. 130 – 153.
13. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: учебное пособие. – М.: Логос, 2001. – 304 с.
14. Винокур Г.О. О некоторых явлениях словообразования в русский технической терминологии // Труды Московского института истории, философии и литературы. – 1939. – Том 5. – С. 3 – 54.
15. Гак В.Г., Лейчик В.М. Субституция терминов в синтагматическом аспекте // Терминология и культура речи. – М.: Наука, 1981. – С. 47 – 57.
16. Генералова Е.В. Метонимия имен существительных в обиходном русском языке XVI-XVII вв. // Русское слово в историческом развитии (XIV-XIX вв.): мат-лы секции «Ист. лексикология и лексикография» XXXV Межд. филолог. конф. – СПб., 2006. – С. 20 – 25.
17. Головина Э.Д. К типологии языковой вариантности // Вопросы языкознания. – 1983. – №2. – С. 58 – 63.
18. Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. 3-е изд., испр. — М.: Просвещение, 1989. – 208 с.
19. Горбунова Н.Н. Современная англоязычная терминосистема сферы менеджмента: структурно-семантическая и когнитивно-фреймовая характеристика: дис. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2014. – 247 с.
20. Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи: учебник для вузов. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 1999. – 560 с.
21. Гринев С.В. Введение в терминоведение. М.: Московский лицей, 1993. – 309 с.
22. Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 304 с.
23. Даржаева Н.В. Управленческий дискурс в жанре интервью менеджера: функционально-прагматический аспект (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Улан-Удэ, 2009. – 24 с.

24. Дрыгина Ю.А. Особенности и перспективы лингвистического исследования управленческого дискурса // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 5. [Электронный ресурс]. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=10571> (дата обращения: 14.05.2017).
25. Зализняк А. А. Феномен многозначности и способы его описания // Вопросы языкознания. – М., 2004. – № 2. – С. 20 – 45.
26. Звегинцев В.А. Теоретическая и прикладная лингвистика. – М.: Просвещение, 1967. – 336 с.
27. Зенков Г.С., Сапожникова И.А. 3-56 Введение в языкознание: Учеб. пособие для студентов дистанционного обучения КГНУ. – Б.: ИИМОП КГНУ, 1998. – 218 с.
28. Ивлева Г. Г. О варьировании слов в немецком языке // Вопросы языкознания. – 1981. – № 6. – С. 121 – 127.
29. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сбор.науч.тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 20 – 45.
30. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
31. Кауфова Л.А. Вариантность и вариативность. – 2008 [Электронный ресурс]. – URL: pglu.ru/upload/iblock/575/uch_2008_ii_00047.pdf (дата обращения: 29.05.2017).
32. Комарова З.И. Русская отраслевая терминология и терминография (рекомендации по спецкурсу для студентов филол. факультетов вузов). – Каменец-Подольский: Изд-во Каменец-Подольского института, 1990. – 36 с.
33. Кравцова В.Ю. Критерии классификации лексической энантиосемии и ее типы // Известия ВУЗов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2006. – № 9. – С. 82 – 90.

34. Левковская К.А. О некоторых особенностях терминологии (на материале немецкого языка) // Тр. ин-та языкознания АН СССР. — 1959. — Т. 9. — С. 355 – 387.
35. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 256 с.
36. Лукина А.Е. Понятие «Языковой вариативности» в отечественной и зарубежной лингвистической традиции // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – СПб., 2014. – Т. 11. – Вып. 1. – С. 7 – 11.
37. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: монография. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2011. – 370 с.
38. Морковкин В.В. Термины и возможный способ их описания в словаре активного типа. – М.: Наука, 1983. – С. 150 – 158.
39. Мороз Е.В. Различные подходы к анализу управленческого дискурса // Актуальные вопросы переводоведения и лингвистики: материалы научной сессии ВолГУ. – Волгоград, 2001. – С. 64 – 70.
40. Осипова Л.И. Новые слова в русском языке (суффиксальные универбы женского рода с суффиксом -к-а): слов.-справ. по материалам прессы и лит. 60-90-х годов. 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2000. – 230 с.
41. Папаев С.Т., Морозов Г.И. Терминология. Терминография. Стандартизация. Современное состояние и перспективы // Сборник трудов II Международной научно-практической конференции «Международная педагогическая лексикография в теории и практике обучения в высшей школе». – Краснодар, 2001. – С. 125 – 139.
42. Пономарева О. Б., Шабалина Н. Ю. Субстандартная семантическая деривация: когнитивно-коммуникативный аспект: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2011. – 266 с.
43. Прохорова В. Н. Русская терминология (лексико-семантическое образование). – М.: Филол. фак-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 125 с.

44. Пьянзина И.Н. Основы лексикологии английского языка: учебное пособие. – Нижний Новгород: Издательство ГОУ НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2005. – 135 с.
45. Расторгуева Т.А. Изучение количественных показателей грамматических вариантов в английском языке // Филологические науки. – 1976. – №4. – С. 52 – 61.
46. Сандалова Н.В. Вариологические аспекты юридических терминов в русском и английском языках (по терминографическим источникам): дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2010. – 281 с.
47. Семенюк Н.Н. Некоторые вопросы изучения вариативности // Вопросы языкознания. – 1965. – №1. – С. 48 – 55.
48. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – М.: Изд-во лит.на ин. яз., 1956. – 260 с.
49. Солнцев В.М. Вариативность как общее свойство языковой системы// Вопр. языкознания. 1984. – № 2. – С. 31 – 42.
50. Солнцев В.М. Язык как системно-структурное образование. – М.: Наука, 1977. – 338 с.
51. Сыщиков О.С. Имплицитность в деловом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2000. – 23 с.
52. Тасанбаева З.Р., Нысанбаева Д. Основные характеристики управленческого дискурса. – 2013 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rusnauka.com/31_NNM_2013/Philologia/7_147751.doc.htm (дата обращения: 17.05.2017).
53. Татаринев В.А. Исторические и теоретические основания терминоведения как отрасли отечественного языкознания: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1996. – 30 с.
54. Филин Ф. П. О слове и вариантах слова // Морфологическая структура слова в языках различных типов. – М.; Л.: Наука, 1963. – С. 130 – 136.
55. Шадыко С. Аббревиатуры в русском языке (в сопоставлении с польским): дис. ... д-ра филол. наук. – Варшава, 2000. – 320 с.

56. Шилина С.А. Управленческий дискурс как технология модернизации во взаимоотношениях государства и общества // Традиции и инновации в государственном и муниципальном управлении: ресурсы и технологии модернизации: материалы международной научно-практической конференции. – Брянск: Изд-во Брянского филиала РАНХиГС, 2011. – С. 97 – 101.
57. Шилина С.А. Управленческий дискурс как технология коммуникации в системе отношений государства и общества: дис. ... д-ра соц. наук. – М., 2014. – 325 с.
58. Шилова С.В. Соблюдение и нарушение принципов речевого общения в деловой коммуникации (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Спб., 1998. – 20 с.
59. Ширяева Т.А. Когнитивная модель институционального делового дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Краснодар: ПГЛУ, – 2008. – 50 с.
60. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. – Л.: Наука, 1974. – 424 с.
61. Юдина О.Л. Метафоры и метафорические модели в российском и англо-американском управленческом дискурсе: параллели и взаимодействие: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2012. – 25 с.
62. Юдина О.Л. Управленческий дискурс как особый вид институционального дискурса (лингвистический аспект). – 2013 [Электронный ресурс]. – URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2013/03/10/> (дата обращения: 18.05.2017).
63. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

64. Ярмак А.В., Удинская А.Г. Метонимические переносы существительных в тематической группе “текстиль и изделия из текстиля” в английском языке // Вестник СНО ДонНУ. – 2012 [Электронный ресурс]. – URL: <http://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/1381> (дата обращения: 30.04.2018).
65. Dictionary of Business and Management. – Oxford University Press, 2006. – 562 p.
66. Drucker P.F. The Practice of Management. – N.Y.: Harper & Row, 1954. – 416 p.
67. Online Business Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.businessdictionary.com/> (дата обращения: 30.05.2017).
68. Silbiger S.A. The Ten-Day MBA: a step-by-step guide to mastering the skills taught in America’s top business schools. – N.Y.: William Morrow, 1993. – 327 p.

ФОРМАЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ

1.1. Аббревиатурные варианты

- A/R – Accounts receivable (дебиторская задолженность)
- ABC – Activity Based Costing (оценка в зависимости от вида деятельности)
- ABM – Activity based management (управление по видам деятельности)
- ABO – Accumulated Benefit Obligation (обязательство аккумулированной прибыли)
- ACE – Active Corps of Executives (корпус активных менеджеров: консультативная группа)
- ACEC – Advisory Commission on Electronic Commerce (консультативная комиссия по электронной торговле)
- ACEI – Association for Cultural Economics International (Международная ассоциация экономики культуры)
- ACEP – Advisory Committee on Export Policy (Консультативный комитет по экспортной политике)
- ACES – Advanced Computerized Execution System (система автоматизированного заключения и исполнения сделок)
- ACF – Administration for Children and Families (управление по делам семьи и детства)
- ADR – Alternate dispute resolution (альтернативное решение спора)
- AGM – annual general meeting (ежегодное общее собрание)
- AMEX – American Stock Exchange (Американская фондовая биржа)
- AMTs – advanced manufacturing technologies (передовые технологии производства)
- ANOVA – Analysis of variance (анализ вариации)
- APT – Arbitrage Pricing Theory (модель арбитражного ценообразования)

- ARIMA – Auto Regressive Integrated Moving Average variables model (модель комбинации фундаментальных переменных)
- ASE – American Stock Exchange (Американская фондовая биржа)
- B2B – business-2-business (система «бизнес-бизнесу»)
- B2C – business-to-customer (система «бизнес-потребителю»)
- BARS – Behaviorally Anchored Rating Scales (поведенчески выверенные оценочные шкалы)
- BCG – Boston Consulting Group (Бостонская консультационная компания)
- BHAGs – big, hairy, audacious goals – ("большие, наглые, амбициозные цели")
- BI – Business intelligence (промышленный анализ)
- BIA – Business impact analysis (исследование последствий)
- BIM – British Institute of Management (Британский институт управления)
- BMP – Best Management Practice (метод оптимального управления)
- BOS – Behavioral Observation Scales (шкала наблюдения за поведением)
- BP – business plan (бизнес план)
- BPM – business Performance Management (управление эффективностью организацией)
- BRP – business process re-engineering (комплексная реорганизация предпринимательских процессов)
- CAGR – Compound Annual Growth Rate (совокупный годовой темп роста)
- Cap – capitalization (выпуск ценных бумаг для финансирования внеоборотных активов)
- CAPEX – Capital Expenditure (капитальные расходы)
- CCC – Cash Conversion Cycle (цикл конверсии наличности)
- CEO – Chief Executive Officer (президент)
- CFO – Chief Financial Officer (финансовый директор)
- CFROI – Cash Flow Return on Investment (доходность инвестиций на основе денежного потока)

- CIF – Cost, Insurance and Freight (оплата фрахта, страховки и стоимости товара)
- CIO – Chief Information Officer (глава отдела информационных технологий)
- CIO – Chief investment Officer (глава отдела инвестиций)
- CMM – Capability Maturity Model (модель зрелости способностей)
- COD – Cash on Delivery (оплата наличными в момент поставки)
- COO – Chief Operating Officer (главный операционный директор корпорации)
- CPA – Critical Path Analysis (анализ критического потока)
- CPFR – Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment (совместное планирование, прогнозирование и восполнение)
- CPM – Corporate Performance management (управление эффективностью организацией)
- CRM – Customer Relationship Management (управление взаимоотношениями с клиентами)
- CSF – Critical Success Factor (критический фактор успеха)
- CSO – Chief Scientific Officer (глава отдела научных исследований)
- CTO – Chief Technology Officer – (технический директор)
- CVA – Cash Value Added (денежная добавленная стоимость)
- DAC – Development assistance Committee (комитет содействия развитию)
- DCF – Discounted Cash Flow (дисконтированный денежный поток)
- DIH – Days' Inventory Held (период оборота запасов)
- DII – Days' in Inventory (период оборота запасов)
- DIO – Days Inventory Outstanding (период оборота запасов)
- DOH – Days Inventory on Hand (период оборота запасов)
- DPO – Days Payable Outstanding (сроки погашения счетов к оплате)
- DSI – Days Sales in Inventory (период оборота запасов)
- DSO – Days Sales Outstanding (срок инкассации по продажам)

- EPM – Enterprise Performance Management (управление производительностью предприятием)
- EQ – emotional quotient (эмоциональный потенциал)
- ERM – Enterprise risk management (общеорганизационное управление рисками)
- ERP – Enterprise resource planning (система планирования ресурсов предприятия)
- factory – manufactory (фабрика)
- FMCG – Fast-moving consumer goods (товары народного потребления)
- HO – Head office (головной офис)
- HQ – Headquarters (штаб квартира)
- HRM – Human resource management (управление трудовыми ресурсами)
- HRM – Human resources manager (управляющий персоналом)
- KM – Knowledge management (управление информацией)
- KPI – Key Performance Indicator (ключевой показатель эффективности)
- MAC – Message Authentication Code (код подлинности банковских сообщений)
- MBA – Master of Business Administration (магистр делового администрирования)
- MBE – Management by exception (управление по отклонениям)
- MBO – Management by objectives (целевое управление)
- MBWA – Management by walking around (управление методом обхода личных встреч)
- MCT – Managed change technique (методы регулирования изменениями)
- MD – Managing Director (директор-распорядитель)
- MDW – Measured Day Work (оплата по среддневной производительности)
- MIS – Management Information System (система административного информационного обеспечения)
- MRS – Market Research Society (Общество рыночных исследований)

- OD – organizational development (развитие организации)
- PLC – Product life cycle (жизненный цикл продукта)
- PRO – Public Relations Officer (сотрудник по связям с общественностью)
- QC – Quality control (контроль качества)
- RandR – Rest and recreation (дополнительное отпускное время)
- ROI – Return on Investment (окупаемость инвестиций)
- SKU – Stock Keeping Unit (складской номер)
- SOP - Standard operating procedure (стандартная методика)
- SPM – Strategic Performance Management (стратегическое управление производительностью)
- STEEP – social, technological, economic, ecological, and political factors (социальные, технологические, экономические, экологические и политические факторы)
- SBU – Strategic Business Unit (стратегическая бизнес-единица)
- S-W-O-T – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (СВОТ)
- TQM – Total Quality Management (комплексное управление качеством)
- WDV – Written-down value (стоимость за вычетом амортизации)
- WIP – Work in process (незавершенное производство)
- WIP – Work in progress (незавершенное производство)

1.2. Орфографические варианты

- check – cheque (чек)
- profit centre – profit center (центр прибыли)
- labour mobility – labor mobility (мобильность рабочей силы)
- analogue computer – analog computer (аналоговый компьютер)
- analogue models – analog models (аналоговая модель)
- gray area occupations – grey area occupations (техники-специалисты)
- flexitime – flextime (гибкий график)
- floatation – flotation (плавучесть)
- stop list – stoplist (стоп-лист)

- turn around – turnaround (вывести компанию из кризиса)
- turn round – turnaround (кардинальная перемена)
- corporate identity – corporate-identity (фирменный стиль)

1.3. Словообразовательные и морфолого-словообразовательные варианты

- financial adviser – financial advisor (финансовый консультант)
- management accounting – managerial accounting (управленческий учет)
- managerial style – management style (стиль управления)
- consulting/consultancy (консалтинговая служба)
- management accountancy – management accounting (управленческий учет)
- export – exports (экспорт)
- import – imports (импорт)
- control – controlling (контроль)
- covering letter – cover letter (сопроводительное письмо)
- going private – go private (преобразование в частную компанию)

1.4. Эллиптические варианты

- performance appraisal – appraisal (аттестация работников)
- board of directors – board (совет директоров)
- bridging loan – bridging (временный заём)
- corporate governance – governance (корпоративное управление)
- group of companies – group (группа компаний)
- business meeting – meeting (деловая встреча)
- qualitative market research – qualitative research (качественные маркетинговые исследования)
- quantitative market research – quantitative research (количественные маркетинговые исследования)
- business process re-engineering – re-engineering (комплексная реорганизация предпринимательских процессов)
- subsidiary company – subsidiary (дочерняя компания)

1.5. Морфологические варианты

- contract of employment – employment contract (договор о работе по найму)
- debt acknowledgement – acknowledgement of debt (подтверждение долга)

1.6. Универбационные варианты

- affiliate – affiliated company (филиал)

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ВАРИАНТЫ

2.1. Полисемия, основанная на метонимическом переносе

- Accounts
- Accountancy
- Administration
- Advertising
- Association
- Battle
- Ballot
- Boardroom
- Briefing
- Bursary
- Business
- Casual
- Centre
- Certificate
- Consumer market
- Corporates
- Craftsmanship
- Disability
- Employee relations
- Entitlement
- Executive placement
- Family-friendly
- Front of house
- Global strategy
- Head office

- Headquarters
- Human relations
- International management
- Interview
- Job placement
- Layoff
- Leadership
- Line management
- Management consultancy
- Membership
- Middle-market
- Mintage
- Name
- Night shift
- Non-smoking
- Non-union
- Notice
- Overpaid
- Overtime
- Pairing
- Paperwork
- Parking
- Payday
- Pay packet
- Permanent
- Permission
- Personnel
- Picket
- Placement

- Qualification
- Retirement
- Shift
- Talent
- Unpaid
- Xerox

2.2. Полисемия, основанная на метафорическом переносе

- Absence
- Accept
- Architect
- Assistant
- Attrition
- Axe
- Background
- Bearish
- Below par
- Bid
- Capitation
- Chairman
- Churn
- Client
- Company doctor
- Core competence
- Delegate
- Demote
- Demotion
- Designate
- Designation
- Desk

- Direct sale
- Economic planning
- Employee testing
- Face time
- Frontline
- Global relocation
- Idle
- Interviewee
- Miscalculate
- Mission
- Money-maker
- Non-refundable
- Out-of-house
- Overextend
- Panel
- Performer
- Personality
- Position audit
- Testing – metaphor
- Working life –metaphor

2.3. Полисемия, основанная на сужении понятия

- Abatement
- Accept
- Access
- Advertise
- Approach
- Assemble
- Back
- Bellwether

- Callback
- Crew
- Dealer
- Decline
- Haemorrhage
- Hire
- Insider
- Moratorium
- Office
- Overbid
- Poach
- Start
- Task

2.4. Полисемия, основанная на расширении понятия

- Accommodate
- Achievement
- Action-oriented
- Acquire
- Acquisition
- Advance
- Agribusiness
- Amount
- Associate
- Award
- Certify
- Company meeting
- Dismiss
- Earnings potential
- Employee compensation

- Motivate
- Out
- Payroll
- Pay scale
- Vet

2.5. Полисемия, основанная на ухудшении значения

- Bureaucracy
- Closed shop
- Man

2.6. Энантиосемия

- Job proposal
- Job rejection
- Medical certificate