Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

**Сапожник Ірина Володимирівна**

УДК811.111’373.46:347.7

**НОМІНАТИВНО-КОГНІТИВНІ ТА СЕМАНТИКО-ДИСКУРСИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

**ТЕРМІНІВ КОМЕРЦІЙНОГО ПРАВА**

**В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

10. 02. 04. – германські мови

Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата філологічних наук

Чернівці – 2007

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Міністерство освіти і науки України.

|  |  |
| --- | --- |
| **Науковий керівник:** | кандидат філологічних наук, доцент  **Михайленко Валерій Васильович,**  Чернівецький національний університетімені Юрія Федьковича,  завідувач кафедри англійської мови. |
| **Офіційні опоненти:** | доктор філологічних наук, професор  **Полюжин Михайло Михайлович,**  Закарпатський державний університет,  завідувач кафедри ділової іноземної мови  та перекладу, проректор з навчальної роботи та міжнародних зв’язків, м. Ужгород;  кандидат філологічних наук, доцент  **Гладьо Світлана Вікторівна,**  Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,  завідувач кафедри англійської філології. |

Захист відбудеться ”30” листопада 2007 року о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 76.051.07 для захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (58012, м. Чернівці, вул. М. Коцюбинського, 2, корп. V, ауд. 230).

Із дисертацією можна ознайомитись у науковій бібліотеці Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича за адресою: 58000, м. Чернівці, вул. Лесі Українки, 23.

Автореферат розісланий “\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2007 року.

Учений секретар

спеціалізованої вченої ради

кандидат філологічних наук, доцент О.В. Кульбабська

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

Проблеми, пов’язані з вивченням та функціонуванням термінології, постійно знаходяться в центрі уваги лінгвістів. Окремі аспекти, що стосуються типології, структурних і семантичних особливостей термінів вже висвітлювали вчені – представники різних наукових напрямків – Д.С. Лотте (1961), Л.А. Капанадзе (1965), Є.І. Чупіліна (1967), О.Б. Александровська (1973), В.П. Даниленко (1987), Б.Н. Головін (1987), Т.Р. Кияк (1989), С.В. Гриньов (1993), С.Д. Шелов (1998), В.М. Лейчик (1971 – 2002). Проте питання про специфіку галузевих терміносистем як у вітчизняній, так і зарубіжній лінгвістиці залишається відкритим. Етапними є праці, присвячені дослідженню структури, семантики та функціонування термінів економіки – М.В. Бєлозьоров (2003), маркетингу – О.І. Гутиряк (1999), кредитно-банківської справи – О.І.Дуда (2001), юридичних термінів – Л.В. Мисик (1993), І.М. Гумовська (2000), Е.Т. Дерді (2003).

Проте досі залишаються нез’ясованими проблеми типології термінів *комерційного права* з урахуванням їх репрезентативного потенціалу. Зацікавлення проблемою дослідження терміносистеми комерційного права пояснюється загальною увагою до регулювання економічних, торговельних та правових відносин в умовах концептуалізації світу. Упорядковане поєднання концептів *“law”* і *“commerce”* складає нову концептуальну систему, яка характеризується динамічністю, постійною зміною під впливом процесу пізнання.

**Актуальність** теми дисертаційної роботи зумовлена динамікою розвитку загальної термінологічної системи та необхідністю різноаспектного її дослідження. У дисертації фактом такого розвитку є терміносистема комерційного права, яка утворилася внаслідок взаємодії терміносистем права та комерції. Аналіз терміносистеми комерційного права на матеріалі англійської мови здійснюється з урахуванням сучасних підходів до мовних фактів – у номінативному, когнітивному та семантико-дискурсивному аспектах. Стратегія такого дослідження полягає у лінгвістичному забезпеченні процесу уніфікації терміносистем права та комерції.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами**. Дисертація виконана в руслі наукових досліджень факультету іноземних мов Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича “Синхронічне та діахронічне дослідження функціонально-семантичних характеристик різнорівневих одиниць германських мов” (№ 0106U003618). Тему дисертаційного дослідження затверджено на засіданні Вченої ради Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича 24 лютого 2005 року, протокол № 1. У рамках цієї теми дисертантом досліджено особливості термінів комерційного права в системі мови та типології дискурсу.

**Мета** роботи – встановити й описати закономірності утворення, уживання та функціонування термінів, що входять до сучасної терміносистеми комерційного права, визначити її склад та структуру.

Відповідно до поставленої мети визначено такі основні **завдання**:

1. Розробити методику виокремлення термінів комерційного права та описати їхнє місце й значення.
2. Установити закономірності утворення термінологічної лексики комерційного права та особливості її структури.
3. Виявити семантичні характеристики терміносистеми комерційного права.
4. Провести когнітивний аналіз концепту *“commerce”* як домінанти комерційного права.
5. Здійснити зіставний аналіз функціонування термінів комерційного права у художньому та науковому дискурсах.
6. Скласти глосарій термінів комерційного права.

**Об’єкт** **дослідження** – терміносистема комерційного права в англійській мові.

**Предмет** **вивчення** – номінативно-когнітивні та семантико-дискурсивні характеристики термінів комерційного права.

**Методологічна основа** дисертації визначається системним підходом до оцінки мовних явищ. Дескриптивний метод дослідження застосовувався для загальної характеристики терміносистеми комерційного права; метод аналізу дефініцій (семантичний аналіз) використовувався для встановлення та вивчення значень термінів у системі мови, художньому та науковому дискурсах; концептуальний аналіз сприяв дослідженню концепту *“commerce”*; компонентний та елементи статистичного аналізу визначили вагу кожного компонента значення термінів; структурний аналіз сприяв визначенню синтаксичних моделей термінів комерційного права.

Матеріалом дослідження слугували лексикографічні джерела, художній дискурс (романи: Т.Драйзер “The Financier”, Ч. Діккенс “Dombey and Son”, Дж. Грішам “The Firm”) обсягом 689351 словоформа; науковий дискурс (E.G. McKendrick “Commercial Law Guide”; John Mo“International Commercial Law”, Sam Vaknin “Cyclopedia Of Economics”) обсягом 484932 словоформи, що разом становлять загальний обсяг – 1174283 словоформи, та вибірка термінів комерційного права обсягом 2852 одиниці.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що в дисертаційній роботі вперше здійснено дослідження терміносистеми комерційного права та побудовано сценарний концепт *„commerce”*, виявлено системні й асистемні ознаки термінів комерційного права на сучасному етапі формування терміносистеми, проведено інтегральний аналіз термінів комерційного права у системі мови та типології дискурсу, вивчено формування терміносистеми комерційного права як самостійної галузі юриспруденції. Новим є комплексний підхід до вивчення внутрішньосистемних відношень термінів комерційного права.

**Теоретичне значення** наукової роботи полягає у тому, що різнобічне дослідження термінів комерційного права сприяє систематизації знань з термінознавства, семантики, когнітивної лінгвістики, а саме – розробці алгоритму дослідження галузевих терміносистем та методів їх аналізу, вирішенню проблем систематизації та стандартизації англійської термінології. Концептуальна основа дисертації і результати проведеного дослідження обґрунтовують доцільність застосування лінгвокогнітивного підходу до виявлення системних властивостей термінів, у встановленні відповідності формальних і змістовних ознак структури терміносистем взагалі, та терміносистеми комерційного права на сучасному етапі функціонування правової термінології в англійській мові зокрема.

**Практична цінність** отриманих результатів. Основні теоретичні положення та висновки, отримані в процесі дослідження, знайдуть застосування при викладанні курсів з лексикології (системні відношення в лексиці), термінознавства (семантика терміна), когнітивної лінгвістики (кореляція концептів та їх семантичних категорій), при укладанні тематичних словників та навчальних і методичних посібників з англійського права, а також у практиці викладання англійської мови у вищій школі відповідного профілю. Результати лінгвокогнітивного дослідження терміносистеми комерційного права сприятимуть розробці механізму перекладу термінів комерційного права, під час реферування та анотування наукових текстів, підготовки та тлумачення міжнародно-правових документів у сфері комерційного права. Систематизований фактичний матеріал може бути використаний для лінгвістичного забезпечення законодавчої та правової діяльності комерційного права на міжнародному рівні.

**Апробація роботи**. Результати дослідження обговорювалися на засіданнях і наукових семінарах кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича у 2004 – 2007 рр. Повний текст дисертації обговорено на спільному засіданні кафедри германського, загального та порівняльного мовознавства та кафедри англійської мови Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (протокол № 7 від 25.05.2007). Основні теоретичні положення, а також практичні результати апробовані на міжнародних наукових конференціях: “Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес” (Чернівці, 2004); “Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках” (Дніпропетровськ, 2005); “Актуальні проблеми германської філології в Україні та Болонський процес” (Чернівці, 2007); на Всеукраїнській науковій конференції “Актуальні проблеми філології та перекладознавства” (Хмельницький, 2005); на IV Міжвузівській конференції молодих учених “Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур”(Донецьк, 2006).

**Особистий внесок здобувача.** Усі результати дослідження дисертантка одержала самостійно. Праць, написаних у співавторстві, немає.

**Публікації**. Основні положення дисертації висвітлено у 12 статтях, з них 7 – у виданнях, які входять до переліку ВАК України як фахові, 5 – у матеріалах наукових конференцій.

**Обсяг і структура дисертації**. Робота складається зі вступу, списку умовних скорочень, трьох розділів із висновками до них, загальних висновків, списку літератури, що містить 361 позицію, переліку лексикографічних джерел (26 позицій) і додатків (15 рисунків, 22 таблиці, 21 діаграма, діахронно-семантичний аналіз термінів комерційного права та глосарій 2852 термінів комерційного права). Загальний обсяг дисертації – 403 сторінки, із них – 171 сторінка основного тексту. Обсяг додатків – 195 сторінок.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано її мету та завдання, окреслено об’єкт і предмет наукового аналізу, методи дослідження, визначено наукову новизну, теоретичне та практичне значення роботи, зв’язок із науковими програмами, планами, темами, представлено матеріал дослідження, його структуру, подано відомості про апробацію основних положень дослідження.

У першому розділі **“Теоретичні засади та методи термінологічних досліджень”** розглянуто основні теоретичні засади термінології, необхідні для подальшого виокремлення терміносистеми комерційного права як функціонально-семантичної категорії. Для цього з’ясовано сучасні напрямки термінологічних досліджень (1.1.), розглянуто поняття терміна як складової терміносистеми комерційного права, принципи та шляхи утворення терміносистем (1.2.), основні механізми термінотворення та запропоновано концептуальну модель терміносистеми комерційного права (1.3.).

У *підрозділі 1.1.* розглядаються основні категорії термінознавства, різні підходи до визначення “терміна”, основні властивості та характерні ознаки термінів.

Трактування поняття „термін” і визначення його дефініції залишаються актуальними завданнями термінознавства. На нашу думку, відображає лінгвальну природу зазначеного поняття таке визначення: **термін** – це основна одиниця мови, спеціальних галузей знань і сфер діяльності людини, покликана номінувати об’єкти і процеси, та водночас слугувати засобом пізнання оточуючого світу.

Відповідно, **термін комерційного права** – це слово або словосполучення, одиниця мови комерційного права, співвіднесена зі сферами комерції та права.

Під**комерційним правом** ми розуміємо сукупність правових норм, які на засадах юридичної рівності регулюють відношення власності в її різноманітних формах, товарно-грошові відносини і деякі особисті немайнові відносини за участю громадян, організацій та інших соціальних утворень з метою більш повного задоволення матеріальних і духовних потреб громадян. Вершинами терміносистеми комерційного права в сучасній термінології права англійської мови є поняття, позначувані термінами *law* та *commerce.* Взявши до уваги структурні компоненти *law* та *commerce*, можемо окреслити безпосередньо структуру комерційного права.

У *підрозділі 1.2.* **терміносистема комерційного права** визначається нами як сукупність співвіднесених з правовою наукою, взаємопов'язаних та існуючих у рівновазі термінологічних одиниць комерційного права, що пов'язані між собою на понятійному і мовному рівнях, де правові та комерційні терміни складають переважну більшість. Термінологія комерційного права – це лексичний пласт, кожна одиниця якого має певні обмеження для свого вживання й оптимальні умови для існування й розвитку. Терміни комерційного права як особливі лексичні одиниці неодмінно пов’язані з поняттями двох галузей знання – комерції та права і складають строгу, сформовану термінологічну систему.

У *підрозділі 1.3.* подається концептуальна модель терміносистеми комерційного права (рис.1), яка утворилася на ґрунті двох терміносистем – комерції і права. Ці терміносистеми, завдяки динамічним процесам у їхній семантиці та перетинам у сферах бізнесу, економіки та державного управління, зумовили виникнення терміносистеми комерційного права як окремої незалежної галузі з метою номінувати нові поняття та явища у сфері торгівлі, які підлягають певним законам з боку права і регулюються правовими відносинами.

Формалізовану модель концептуальної системи комерційного права можна заповнити конкретними термінами. У такий спосіб схема відображатиме повну структуру терміносистеми комерційного права.

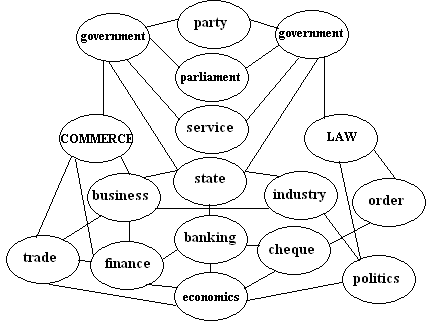


Рис.1. Структура терміносистеми комерційного права

У другому розділі **“Формування терміносистеми комерційного права в номінативно-когнітивному висвітленні”** проаналізованоекстралінгвальні (2.1.) та інтралінгвальні (2.2.) характеристики терміносистеми комерційного права, структурні параметри терміносистеми, а також розкрито такі асистемні характеристики, як синонімія, полісемія та омонімія, зроблено розподіл термінів комерційного права на групи (2.3.) та побудовано сценарний концепт *“commerce”* (2.4.)*.*

Оскільки англомовна терміносистема комерційного права раніше не була предметом спеціального дослідження, то *у підрозділах 2.1*. *та 2.2*. на першому етапі аналізу за допомогою розробленої нами методики з урахуванням критеріїв запропонованих С.В. Гриньовим (1993) та С.Г. Казаріною (1998) розглянуто екстралінгвальні та інтралінгвальні характеристики термінів комерційного права, які у сукупності формують загальні уявлення про досліджувану терміносистему.

Сучасна термінологія комерційного права містить приблизно 2852 терміни, що дає нам підстави кваліфікувати її як макротерміносистему.

Співвідношення однослівних, двослівних та багатокомпонентних термінів у досліджуваній терміносистемі достатньо типове. У терміносистемі комерційного права переважають **двослівні терміни** – 1435 термінів, що складає 50.3% від усієї кількості термінів. Ці терміни утворені за такими моделями: Adj+N – 728 термінів (25.5%), напр.: *absolute advantage*; N+N – 589 термінів (20.65%), напр.: *acceptance act*; V+N – 92 терміни (3.2%), напр.: *abolish a tax*; Prep+N – 8 термінів (0.28%), напр.: *against receipt*; N+Adj – 6 термінів (0.2%), напр.: *notes payable*; N+Prep – 4 терміни (0.14%), напр.: *guarantee against*; N+V – 2 терміни (0.07%), напр.: *ability to pay*; Num+N – 2 терміни (0.07%), напр.: *first cost*; *second hand*; Adv+N – 1 термін (0.04%), напр.: *above par*; V+Adj – 1 термін (0.04%), напр.: *be destroyed*; N+Adv – 1 термін (0.04%), напр.: *sale as is*; Pron+N – 1 термін (0.04%), напр.: *no charge*.

**Однослівн**і **терміни** складають 33% від усієї кількості термінів комерційного права – 940 термінів, з яких N – 668 термінів (23.4%), напр.: *acceptability; custody*; V – 184 терміни (6.5%), напр.: *abrogate; consign*; Adj – 83 терміни (3%), напр.: *admissible; concurrent* Adv – 5 термінів (0.17%), напр.: *ad hoc; ex parte; pro rata*.

**Багатокомпонентні терміни**, тобто термінологічні словосполучення комерційного права, представлені 477 термінами, що становить 16.7% від загальної кількості термінів. Багатокомпонентні терміни утворені за такими моделями: N+Prep+N – 238 термінів (8.4%), напр.: *abstract of title; compensation of loss*; Adj+TCC – 69 термінів (2.4%), напр.: *absolute credit limitation*; N+TCC – 45 термінів (1.58%), напр.: *advance payment bond*; V+Prep+N – 26 термінів (0.9%), напр.: *accept for insurance, enter into a contract*; V+TCC – 20 термінів (0.7%), напр.: *accept a draft for the honor of a person*; TCC+N – 18 термінів (0.6%), напр.: *balance sheet auditing*; TCC+Prep+N – 12 термінів (0.4%), напр.: *impose a duty on goods*; N+Prep+TCC – 12 термінів (0.4%), напр.: *administrator of Grant Funds*; N+Conj+N – 11 термінів (0.38%), напр.: *accord and satisfaction; assets and liabilities*; Prep+N+Prep – 6 термінів (0.2%), напр.: *at the price of*; Prep+TCC – 5 термінів (0.17%), напр.: *at seller’s option*; Adj+Prep+N – 4 терміни (0.14%), напр.: *bad in law; free of charge*; Pron+TCC – 3 терміни (0.1%), напр*.: no commercial value*; Adv+TCC – 3 терміни (0.1%), напр*.: annually balanced budget; heavily leveraged company*; TCC+V – 2 терміни (0.07%), напр.: *marginal propensity to save*; V+Prep+TCC – 1 термін (0.04%), напр.: *borrow at high interest*; Adj+Prep+TCC – 1 термін (0.04%), напр.: *annexed by the usage of trade*; Adj+Conj+Adj – 1 термін (0.04%), напр.: *null and void.*

Для визначення семантичних особливостей термінів комерційного права було застосовано метод семантичної реконструкції – відновлення первісного значення слова. Діахронний аналіз 496 словникових визначень термінів комерційного права без урахування дублетних форм (типу *insure – insurer, insured, insurance*), виявив наступні види семантичних пересувів у термінології комерційного права: **актуалізація** – назва ознаки, яка була основою побудови значення і є тематичною основною в структурі сучасного значення (248 одиниць – 50%, напр., *currency*); **акцентуація** – виділення ознаки, яка була присутня у значенні терміна, проте не була тематичною (87 одиниць – 17,5%, напр., *purchase*); **нуліфікація** (анулювання) – відсутність ознаки, яка формувала значення терміна на початковому етапі формування семантичної структури (63 одиниці – 12.7%, напр., *concern*); **інновація** – поява ознаки, відсутньої в семантичній структурі на початковому етапі, що веде до зміни в межах семантичного поля (51 одиниця – 10.3%, напр., *firm*)**, пейорація** – посилення негативного значення (23 одиниці – 4.6%, напр., *smuggling);* **глобалізація** – розширення ознаки у семантичній структурі на початковому етапі (14 одиниць – 2.8%, напр., *trade*)*;* **елевація** (*амеліорація*) – посилення позитивної ознаки (11 одиниць – 2.2%, напр., *damage*). Значення слова включає в свою структуру такі компоненти, які дають змогу характеризувати одне і те ж поняття з різних боків, встановлюючи ті або інші зв'язки між поняттями.

Сучасній мові комерційного права внаслідок безперервного й інтенсивного становлення та розвитку притаманні такі властивості термінів, як синонімія, омонімія і полісемія.

У терміносистемі комерційного права синоніми, що мають абсолютно однакове значення (*contract* – *agreement*), єдосить поширеним явищем. Вживання цих дублетів спричинено у кожному конкретному випадку умовами функціонування терміносистеми: *to capture a market, corner a market, monopolize a market.* У термінології комерційного права також виділяємо: а) стилістичну синонімію термінів *(hidden assets – black money),* б) наявність частково збіжних синонімів, варіантів: *administrator – director – executive – manager,* в) існування фонетичних, графічних, морфологічних, словотворчих, синтаксичних та інших варіантів термінів, які призводять до варіювання в їх написанні та вимові, породжує вимогу до інваріантності термінів – незмінності їх форми, напр.: *bummaree: 1) bomaree, bumbaree, bommeree – перекупник на біллінгсгейтському рибному ринку в Лондоні 2) bummeree – офіційно зареєсттований носильник на смітфілдському м’ясному ринку в Лондоні.* У терміносистемі комерційного права синоніми призначені для уточнення, деталізації та подальшої диференціації різних в деяких аспектах понять.

Оскільки розуміння багатозначних термінів являє найбільшу складність, то за основу їх семантичного аналізу обрано підхід, заснований на парадигматичному зіставленні їх значень за семантичними ознаками. Існування полісемічних термінів обумовлено низкою причин: недостатністю словникового складу в порівнянні з кількістю понять; традиціями функціонування терміна, його семантичними і словотворчими зв'язками; диференціацією наукових понять, що стосуються одного явища, але відбивають різні погляди, гіпотези. Крім того, з розвитком науки і техніки однозначні спеціальні терміни набувають додаткових значень і стають багатозначними загальнонауковими термінами.

Так, домінанта комерції, термін *market* є полісемічним, оскільки означає будь-який ринок. Наприклад: ринки різняться за видом товару, що продається: *raw material markets, fish market, food market, meat market, automobile market, market for farm products, housing market, market basket, market of capitals, exchange markets, Eurocurrency market, equity market, debt market, labour market*;за масштабами географічної території: *world market, regional market,* зокремащодо кожної країни – *home market, foreign market;* за рівнем конкуренції: *competitive market, open market*, *closed market*; розрізняють також *legal market* і *black market*; ринки цінних паперів розподіляються на *primary market* і *secondary market* та ін.

Поряд із явищем багатозначності в терміносистемі комерційного права трапляється явище омонімії. Ми виділяємо два основні типи термінів-омонімів: *міжгалузеві* та *міжсистемні*. Перший тип термінів-омонімів – це терміни різних галузей знань. Для цієї групи омонімів обов'язковими є різні дефініції та сфери функціонування, наприклад, *deposit.* Серед міжсистемних омонімів наведемо такі: омоніми з медичної термінології (*remission, recipient, circulation);* лінгвістичні омоніми (*reduction);* омоніми з дипломатичної термінології (*share, currency).* Міжсистемні омоніми складають терміни, утворені від загальновживаних слів, що виступають омонімами у стосунку до них, наприклад, *equivalent, reform, resources* та ін. Унаслідок термінологізації вони або звужують свої значення *(operation, overturn, contract, calculation, balance, account, deficit, claim),* або розширюють їх *(goods, product, seller, buyer).* Ряд термінів представляють слова, які функціонують на межі омонімії, наприклад, *damage*, що позначає дію і результат дії.

У *підрозділі 2.3*. всі одиниці терміносистеми комерційного права ми об'єднали в чотирнадцять **тематичних груп**:

1. Питання, пов'язані з продажем: ціна, тариф, умови продажів, знижки, доставки, страхування, форс-мажор, розширення мережі роздрібних торгових точок та ін. (936 одиниць – 32.8%), напр.: *wash sale, actual price, adjusted selling price method, allowance, casualty insurance, force majeure, markup.*
2. Фінансові питання: бюджет, кошти, цінні папери, кредит, бухоблік, аудит (754 одиниці – 26.4%), напр.: *ready money, retained income, takings, lend money, loan of money, pass the budget, securities account.*
3. Політико-правові проблеми: (381 одиниця – 13.4%), напр.: *capable, debar, debenture, pricing policy, balance of power, cause of action, copyhold, counter offer.*
4. Економічні проблеми: зростання інфляції, коливання обмінного курсу, зниження рівня зайнятості, мізерність ресурсів (189 одиниць – 6.6%), напр.: *adverse exchange difference, exchange rate, economic efficiency, economic good, economy, expectational inflation, galloping inflation, hyperinflation, inflated prices, inflation adjustment, inflation rate, year-end exchange rate.*
5. Проблеми управління: планування, організації, координації і контролю (117 одиниць – 4.1%), напр.: *ability to pay, absorb interest, absorption capacity, accelerate a debt, administer funds, administer property, administered price, administered trade,* *incentive pricing, prune the budget, sampling by attributes, sampling by variables.*
6. Кадрові питання: робота з персоналом, прийом на роботу, дисциплінарні проблеми (110 одиниць – 3.9%), напр.: *paper handling, qualified institutional buyer (QIB), receiver of cargo, recompense, unpaid vendor, hours (before~), junior labour, junior partner.*
7. Виробничі питання: виконання виробничої програми з випуску продукції, технології, якості та ін. (102 одиниці – 3.6%), напр.:*, upmarket label, volume of sales.*
8. Проблеми маркетингу: ринок, реклама (94 одиниці – 3.3%), напр.: *mature market, money, product market, roller-coaster market, saturation of the market, sellers’ market.*
9. Проблеми логістики: ресурси й устаткування, упакування, збереження, транспортування (41 одиниця – 1.4%), напр.: *organizational balance, age of equipment, immediate container, package procurement, shipping quality, trade dress protection, transportation and delivery agreement, transportation in, transportation out, transportation purchase.*
10. Соціальні проблеми (38 одиниць – 1.3%), напр.: *acknowledgement, social insurance benefits, social insurance, social maintenance.*
11. Проблеми, пов'язані з впливом неурядових організацій: конкуренти, профспілки і т.д. (35 одиниць – 1.2%), напр.: *fair competition, level playing field, notice of invitation to tender, open competitive tender, priced tender, public sale, trade union, block release, market skimming.*
12. Питання, пов'язані з впливом чинників міжнародного середовища (34 одиниці – 1.2%), напр.: *comity of nations, foreign policy, foreign trade policy, F terms, international bid, international trade law, outland bill.*
13. Технологічні питання та винаходи, нововведення, інформаційні ресурси, (12 одиниць – 0.4%) напр.: *channel of information, management information system, secure communication, management technology, mint item.*
14. Соціокультурні проблеми (9 одиниць – 0.3%), напр.: *find a market, marketing board, purchase motivation, purchase by sample.*

Розглянуті екстралінгвальні та інтралінгвальні характеристики терміносистеми комерційного права інформують про час її виникнення, структуру, основні способи та засоби номінації найважливіших понять, взаємовідношення з іншими терміносистемами, їх семантичні особливості та свідчать про те, що досліджувана терміносистема – це складне утворення, яке перебуває в процесі формування.

З огляду на зазначені екстра- та інтралінгвальні чинники *у підрозділі 2.4.* побудовано сценарний концепт *“commerce”*, представлений двома вершинами “Buyer”, “Seller”. Одна з них розкриває комплекс всіх можливих дій покупця всередині фреймового сценарію, інша – можливі дії продавця (Рис.2).

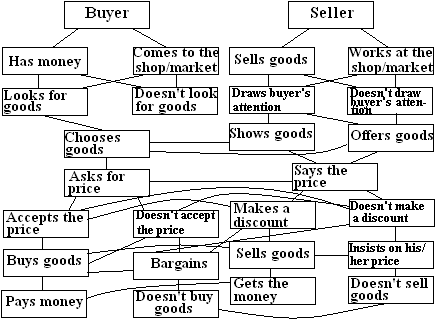


Рис.2. Сценарний концепт *“commerce”*.

Загальна характеристика фреймового сценарію концепту *“commerce”* може бути представлена як процес, що виражає мотивовану взаємодію між двома учасниками з метою товарно-грошового обміну в спеціально відведеному для цього місці.

Головними компонентами фреймового сценарію *“commerce”* є такі: процес взаємодії, який виражається терміном *“trade”*; форма цього процесу (термін *“negotiate”*); мета взаємодії (терміни *“buy/sell”*); місце взаємодії (терміни *“shop/market etc.”*); учасник№ (термін *“seller”*); учасникІ (*термін “buyer”*); предмет взаємодії (термін *“goods”*); характеристика предмету взаємодії полягає в наявності ціни та якості *“price and quality”*; засіб взаємодії (термін *“money*”); функція грошей у цій взаємодії виражена терміном *“payment”*; результат взаємодії можна виразити як *“contract”*.

Схему сценарію можна інтерпретувати: як процес купівлі-продажу загалом, з позиції покупця / продавця. У кожному сценарії прийоми виконання дій можуть варіюватися залежно від обставин.

Концепт *“commerce”* одержує множинне і варіативне мовне втілення. Розглянувши лексичне представлення цього концепту в тлумачних словниках і довідниках, ми змогли встановити загальні і специфічні ознаки досліджуваного концепту щодо його образного, понятійного і ціннісного компонентів.

У третьому розділі “**Семантика термінів комерційного права у дискурсі**” обґрунтовано проблему вивчення дискурсу комерційного права (3.1.), його семантичні характеристики (3.2.), досліджено функціонування терміна *commerce* та його домінант у художніх і наукових текстах та здійснено зіставний аналіз їх функціональних характеристик (3.3.).

Юридичні документи реалізують приватні або загальні інтереси через мову комерційного права, яка є складовою юридичного дискурсу. Отже, у *підрозділі 3.1.* розглядаються особливості дискурсу комерційного права як різновиду юридичного.

У дисертаційній роботі визначаємо **дискурс комерційного права** як текст, зумовлений ситуацією юридичного і комерційного спілкування. Тексти комерційного права різняться за своїми функціями, внаслідок чого *у підрозділі 3.2.* ми класифікуємо їх на прескриптивні, дескриптивні та змішані. **Прескриптивні тексти** – це закони, регулювання, кодекси, контракти, угоди, договори, що є інструментами правових відносин, зокрема містять правила поведінки та норми, яких повинен дотримуватись індивідуум при законодавчій комерційній діяльності. Отже, ці документи наказують, диктують, що треба робити або не робити, щоб перебувати в законодавчому полі та уникнути негативних наслідків. До **дескриптивних текстів** комерційного права належить юридична доктрина, вплив якої різниться у кожній юридичній системі: підручники з комерційного права, юридичні висновки, юридичні статті. **До змішаних текстів** (прескриптивні разом з дескриптивними) відносимо позови, заяви, письмові виклади справ, апеляції, запити, петиції. До цієї категорії належать, зазвичай, документи, які регулюють юридичні та адміністративні процедури. Головне розмежування в цій галузі – протиставлення усного і писемного дискурсу комерційного права, які відображають юридичні рішення, що пов’язані з каналом передачі інформації: в усному дискурсі канал – акустичний , у писемному – візуальний. Ці юридичні документи утворюють структуру комерційного права. Таким чином, основні напрями вивчення семантичних характеристик дискурсу спрямовані на висвітлення його особливостей, встановлення типів за різними параметрами.

Для з’ясування специфіки функціонування досліджуваних термінів у дискурсі проаналізовано їх вживання у художніх та наукових текстах. Концептуальний аналіз художнього та наукового дискурсу уможливлює встановлення ядра змістового наповнення концепту через звернення до тлумачних словників, дає змогу розглянути контексти аналізованого тексту, що репрезентують більш широке та містке змістове наповнення концепту. Сутність концепту розкривається за аналізу семантики ключового слова (лексеми), що його номінує.

У *підрозділі 3.3*. проведено семантичний аналіз концепту *“commerce”* та його домінант у системі мови. Дефініційний аналіз шести словників засвідчив різне тлумачення компонентів значення, тому для отримання повної семантичної структури термінів ми об’єднали всі компоненти значення лексем, що трапляються в проаналізованих лексикографічних джерелах, і обчислили вагу кожного компонента за допомогою формули В.В. Левицького: , де W – вага досліджуваного компонента, n – кількість компонентів у тлумаченні, r – порядковий номер компонента[[1]](#footnote-1). За цією формулою виокремлено ядрові, центральні та периферійні компоненти значення *commerce* та його домінант *trade, business, market, export, import, buy, sell, exchange, retail, wholesale* (табл. 1).

У ході дослідження нами було опрацьовано 5523 слововживань одинадцяти домінантних термінів. Із них 969 одиниць – вибірка з художніх текстів та 4554 одиниці – вибірка з текстів комерційного права .

Таблиця 1

Кількісні характеристики вживання компонентів значення домінантних термінів комерційного права у типології дискурсу

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Терміни | Художній дискурс | | | Науковий дискурс | | |
| ядро | центр | периферія | ядро | центр | периферія |
| Commerce | 4 | 2 | - | 109 | - | - |
| Trade | 51 | 10 | 12 | 642 | 291 | 12 |
| Business | 244 | 77 | 35 | 621 | - | - |
| Market | 35 | 43 | 10 | 753 | 487 | 29 |
| Export | - | - | - | 270 | 144 | - |
| Import | 2 | 1 | 5 | 153 | 106 | - |
| Buy | 180 | 10 | - | 190 |  | - |
| Sell | 136 | 3 | 14 | 309 | - | - |
| Exchange | 11 | 53 | 19 | 46 | 322 | - |
| Retail | 1 | 2 | 1 | 54 | 3 | - |
| Wholesale | 5 | 3 | - | 10 | 3 | - |
| Всього | 669 | 204 | 96 | 3157 | 1356 | 41 |

У художньому дискурсі зафіксовано вживання 67% ядрових компонентів значення, 22% – центральних та 11% – периферійних компонентів значення. У науковому дискурсі зафіксовано вживання 69% ядрових компонентів значення, 30% – центральних та 1% периферійних компонентів значення. Аналіз функціонування термінів у художньому та науковому дискурсі показав, що незалежно від типу дискурсу переважає вживання ядрових та центральних компонентів значення: термін комерційного права у більшості випадків зберігає своє спеціальне значення і не детермінологізується.

##### ВИСНОВКИ

Термінологія комерційного права як динамічне утворення, швидко реагує на зміни, що відбуваються в мові з появою нових терміносистем, та виступає внутрішньо організованою сукупністю взаємозв'язаних і взаємозумовлених одиниць, специфіка яких виявляється в структурно-семантичній організації та способах утворення.

Семантичний аналіз термінів комерційного права на матеріалі лексикографічних джерел показав, що тлумачні словники присвячені, зазвичай, вузькій сфері економіки (фінансам, комерції, банківській справі) і не охоплюють всієї лексики мови комерційного права; є нагальна потреба у створенні порівняльних тлумачних словників лексики двох (і більше) суміжних дисциплін для конкретизації значень термінів. Нами впорядкована терміносистема комерційного права, всі одиниці якої можна класифікувати відповідно до виокремлених нами 14 груп, де домінують терміни, пов’язані з питаннями продажу (32.8%), фінансовими питаннями (26.4%) та політико-правовими проблемами (13.4%), а також пропонується глосарій 2852 термінів комерційного права.

Терміносистема комерційного права – незалежне самостійне утворення, яке перебуває у процесі розвитку. Нами побудована концептуальна модель комерційного права на основі взаємодії двох окремих терміносистем – комерції і права, які перетинаються в сферах бізнесу, економіки, індустрії, державного правління, також нами побудовані моделі концептуальних полів домінант комерції: *trade, business, market, export, import, buy, sell, exchange, retail, wholesale*. У дисертаційній роботі зроблено акцент на доцільності дослідження концепту “*commerce”* як домінанти комерційного права.

Основними способами утворення термінів в терміносистемі комерційного права вважаємо синтаксичний та семантичний.

Зі структурного боку в терміносистемі комерційного права переважають двослівні терміни – 1435 одиниць, що складає 50.3% від усієї кількості термінів, найпродуктивнішими є такі моделі: Adj+N – 728 одиниць (25.5%), N+N – 589 одиниць (20.65%), V+N – 92 одиниці (3.2%). Однослівні терміни складають 33% від усієї кількості термінів комерційного права – 940 одиниць, з яких N – 668 одиниць (23.4%), V – 184 одиниці (6.5%), Adj – 83 одиниці (3%), Adv – 5 одиниць (0.17%). Багатокомпонентні терміни, тобто термінологічні словосполучення комерційного права, представлені 477 термінами, що становить 16.7% від загальної кількості термінів. Найпоширеніші моделі: N+Prep+N – 238 одиниць (8.4%), Adj+TCC – 69 одиниць (2.4%), N+TCC – 45 одиниць (1.58%).

Серед продуктивних семантичних способів творення термінів комерційного права виокремлюємо актуалізацію (50% термінів), акцентуацію (17.5%), нуліфікацію (12.7%), інновацію (10.3%), пейорацію (4.6%), глобалізацію (2.8%) та елевацію значення (2.2%).

Результати дослідження засвідчили, що процес інтеграції комерції і права активно розвивається і реалізується в одиницях терміносистеми комерційного права, які з'являються одночасно з розвитком економіко-правових відносин у суспільстві. Доказами інтенсивного розвитку терміносистеми комерційного права слугують такі асистемні характеристики: а) перенесення понять та ідей однієї науки в іншу (полісемія термінів); б) перенесення понять та ідей однієї терміносистеми в іншу, про що свідчать омонімія та синонімія термінів комерційного права.

Результати проведеного дослідження репрезентують модель концепту *“commerce”*, що дає змогу максимально врахувати образно-понятійне наповнення концепту з огляду на його екстра- та інтралінгвальні характеристики. Представлений фреймовий сценарій концепту *“commerce”*, уможливив виявлення його головних компонентів: *trade, shop/market; buy(er), sell(er); goods; money; price; bargain, payment* тощо.

Проаналізовано концепт *“commerce”* та його домінанти *trade, business, market, export, import, buy, sell, exchange, retail, wholesale* у художньому та науковому дискурсі; визначено частотність уживання окремих компонентних одиниць його значення як прояв особливостей функціонування терміна у різних типах дискурсу. Результати дослідження виявили, що концепт *"commerce"* та його домінанти як у художньому дискурсі, так і в науковому репрезентовані переважно ядровими або центральними компонентами, що свідчить про збереження значення термінів у художніх текстах. Між вагою компонентів значення та частотою їх уживання існує прямопропорційний зв’язок: чим більше вага компонента значення, тим частіше вживання лексем *commerce, trade, business, market, export, import, buy, sell, exchange, retail, wholesale* саме в значенні комерційного права.

Проблема вивчення комерційного права як галузі юриспруденції та як терміносистеми залишається актуальною, оскільки поглиблюються сучасні тенденції інтеграції та диференціації наукового знання. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у вивченні галузевих терміносистем, а також концептів, асоціативно пов'язаних з концептом *“commerce”*, у дослідженні типів сценаріїв концепту *“commerce”* в різних типах дискурсу.

**ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИСЕРТАЦІЇ ВИКЛАДЕНО**

# У ТАКИХ ПУБЛІКАЦІЯХ

1. Алгоритм перекладу англійських юридичних термінів українською мовою // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. пр. – Вип. 234: Германська філологія. – Чернівці: Рута, 2005. – С.143-149.
2. Семантика комерції в культурному форматі англомовної картини світу // Мова і культура. (Науковий щорічний журнал). – К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2005. – Вип.8. – Т.IV: Міжкультурна комунікація. – C.235-239.
3. Зсуви у семантиці термінів комерційного права // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. пр. – Вип. 266: Германська філологія. – Чернівці: Рута, 2005. – С.103-111.
4. Асистемні характеристики термінів комерційного права // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. пр. – Вип. 289: Германська філологія. – Чернівці: Рута, 2006. – С.162-170.
5. Когнітивна категоризація термінів комерційного права // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. пр. – Вип. 319-320: Германська філологія. – Чернівці: Рута, 2006. – С.203-111.
6. Термінологія комерційного права: концептуальний аналіз // Гуманітарний вісник. – Серія: Іноземна філологія: Всеукр. зб. наук. пр. Число 10: У двох томах. – Черкаси: ЧДТУ, 2006. – Том 2. – С.372-374.
7. Концепт Сommerce в художньому та спеціальному дискурсі // Науковий вісник Чернівецького університету: Зб. наук. пр.. – Вип. 341: Германська філологія. – Чернівці: Рута, 2007. – С. 66-73.
8. Semantics as a Study of Discourse in LSP Format //Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес: Матер. Міжнародної наук. конф. (24-25 листопада 2004р.). – Чернівці: Рута, 2004. – С. 254-255.
9. Typology of Legal Texts and Peculiarities of their Translation. // Актуальні проблеми філології та перекладознавства: Зб. пр. та допов. Всеукр. наук. конф. (12-13 травня 2005р.). – Хмельницький: ХНУ, 2005. – С. 191 - 192.
10. Commercial Law Neologisms // Лексико-граматичні інновації в сучасних слов’янських мовах: Матер. II Міжнародної наук. конф. (14-15 квітня 2005р.). – Дніпропетровськ: Пороги, 2005. – С.378-379.
11. Дискурс комерційного права: основні фактори // Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур: Матер. IV Міжвузівської конф. молодих учених (1-3 лютого 2006р.). – Частина 2. – Донецьк: ДонНУ, 2006. – С.143-144.
12. Структура терміносистеми комерційного права // Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес: Матер. II Міжнародної наук. конф. (20-21 квітня 2007р.). – Чернівці: Книги - XXI, 2007. – С.306-309.

**АНОТАЦІЯ**

**Сапожник І.В. Номінативно-когнітивні та семантико-дискурсивні характеристики термінів комерційного права у сучасній англійській мові . – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10. 02. 04. – германські мови. – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. – Чернівці, 2007.

Дисертацію присвячено дослідженню терміносистеми комерційного права в сучасній англійській мові. Здійснено комплексний аналіз терміносистеми комерційного права з урахуванням екстралінгвальних та інтралінгвальних чинників, а саме: виділено терміносистему комерційного права у структурі загального права, зроблено розподіл термінів на групи, досліджено системні структурно-семантичні характеристики термінів комерційного права, а також їх асистемні характеристики: синонімія, полісемія, омонімія.

На основі лексикографічних джерел та концептуального аналізу побудовано сценарний концепт *“commerce*” з виділенням та описом його безпосередніх складових.

У дисертаційному дослідженні проаналізовано особливості функціонування термінів комерційного права в художньому та науковому дискурсі. Встановлено, що терміни комерційного права незалежно від типу дискурсу зберігають своє термінологічне значення.

*Ключові слова:* комерційне право, термін, терміносистема, концептуалізація, концептуальне поле, сценарний концепт, дискурс.

### АННОТАЦИЯ

**Сапожник И.В. Номинативно-когнитивные и семантико-дискурсивные характеристики терминов коммерческого права в современном английском языке. – Рукопись.**

Диссертация на соискание научной степени кандидата филологических наук по специальности 10. 02. 04. – германские языки. – Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича. – Черновцы, 2007.

Диссертационная работа посвящена исследованию терминосистемы коммерческого права в современном английском языке. Представлен комплексный анализ терминосистемы коммерческого права с учетом екстралингвальных и интралингвальных факторов, а именно: выделено терминосистему коммерческого права в структуре общего права, сделано распределение терминов на группы, исследовано системные структурно-семантические характеристики терминов коммерческого права, а также асистемные характеристики: синонимия, полисемия, омонимия.

На основе лексикографических источников и концептуального анализа построен сценарный концепт *“commerce”* с выделением и описанием его непосредственных составляющих.

В диссертации проанализированы особенности функционирования терминов коммерческого права в художественном и научном дискурсе. Установлено, что термины коммерческого права независимо от типа дискурса сохраняют свое терминологическое значение.

*Ключевые слова:* коммерческое право, термин, терминосистема, концептуализация, концептуальное поле, сценарный концепт, дискурс.

##### ANNOTATION

**Sapozhnyk I.V. Nominative-cognitive and Semantico-discoursive Characteristics of the Commercial Law Terms in Modern English. – Manuscript.**

Dissertation for the Scholarly Degree of Candidate of Philology. Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – Yuriy Fed`kovych Chernivtsi National University. – Chernivtsi, 2007.

The dissertation is an integral research of the Commercial Law terminological system in modern English. The complex analysis is based on extralinguistic and intralinguistic factors – the terminological system of Commercial Law is singled out in the structure of Common Law. Commercial Law terms are distributed into groups, systemic structural-semantic characteristics of Commercial Law terms are explored as well as asystemic ones: synonymy, polysemy, homonymy.

Lexicographic sources and cognitive analysis helped to build the conceptual script “commerce” with the selection and description of its direct constituents.

The functional analysis of Commercial Law terms in fiction and scientific discourses proves that Commercial Law terms despite the type of discourse preserve their terminological meaning.

The dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusions, bibliography and supplements.

Chapter I is a theoretical foundation of term investigation. Current trends of terminology research are outlined, the notion of term as a Commercial Law term system constituent is discussed, principles and ways of the term system formation are defined, a conceptual model of the Commercial Law term system is built. The Commercial Law term system is defined as a complex integrity of units connected on notional and language levels where commercial and law terms constitute the majority. Terminological systems of Law and Commerce according to the dynamic processes in their semantics and overlap in the spheres of business, economics and governance caused the formation of the Commercial Law term system as an independent branch of jurisprudence.

Chapter II analyses the Commercial Law term system in the nominative-cognitive aspect. Extralinguistic and intralinguistic factors of the Commercial Law term system formation are investigated. Systemic characteristics of the Commercial Law term system are revealed, its integrity is exposed, its semantic structure and conceptual field are considered, as well as asystemic characteristics – synonymy, polysemy and homonymy are exposed.

The Commercial Law term system is organized into 14 groups including problems related to sale (32.8%), financial problems (26.4%), political and legal problems (13.4%), economic problems (6.6%), management problems (4.1%), employment problems (3.9%), production problems (3.6%), marketing problems (3.3%), problems of logistics (1.4%), social problems (1.3%), problems caused by the influence of private organizations (1.2%), by international environment (1.2%), technological (0.4%) and socio-cultural problems (0.3%).

The Commercial Law term system includes about 2852 units, where two-component terms prevail over one-component and multicomponent ones.

For the determination of semantic peculiarities of terms the diachronic analysis is applied. Among the productive semantic means of term formation the following semantic shifts are distinguished: actualization (50%), accentuation (17.5%), nullification (12.7%), innovation (10.3%), pejoration (4.6%), globalization (2.8%) and amelioration (2.2%).

The conceptual field of the Commercial Law and the conceptual script of “commerce” are graphically represented. The conceptual script “commerce” is considered as a process of interaction between buyer and seller aimed at goods acquisition and money exchange in a special place. The focal points of frame script “commerce” are the following: process of co-operation, which is represented by the term “trade”; the form of this process can be expressed by the term “negotiate”; the purpose of co-operation is expressed by the terms “buy/sell”; the place of co-operation is expressed by the terms “shop/market etc.”; participant№ and his/her descriptions are expressed by the terms “seller”, “sell”; participantІ and his/her descriptions are expressed by the terms “buyer”, “buy”; the article of co-operation is expressed by the term “goods”; description of the article of co-operation is determined by “price and quality”; the means of co-operation is expressed by the term “money”; the function of money in this co-operation is expressed by the term “payment”; the result of co-operation can be expressed as “contract”.

Chapter III reveals various peculiarities of the Commercial Law terms functioning in fiction and scientific discourses. The Commercial Law discourse is defined as a text stipulated by the situation of legal and commercial intercourse. Basic characteristics of the Commercial Law text typology are provided and Commercial Law texts are classified into prescriptive, descriptive and mixed.

Functioning of the lexeme c*ommerce* and its dominants: *trade, business, market, export, import, buy, sell, exchange, retail, wholesale* in fiction and scientific discourse are explored and a comparative analysis of their functional descriptions is provided. It is proved that Commercial Law terms in both types of discourse preserve their Commercial Law meaning.

*Key words:* Commercial Law, term, terminological system, conceptualization, conceptual field, conceptual script, discourse.

Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

1. Левицкий В.В. Квантитативные методы в лингвистике. – Черновцы: Рута, 2004. – С.130. [↑](#footnote-ref-1)