

*На правах рукописи*

**БОГОРОДИЦКАЯ Виктория Александровна**

**ОБЩЕПОТРЕБИТЕЛЬНАЯ БИЗНЕС-ТЕРМИНОЛОГИЯ  
В СОВРЕМЕННОМ АУТЕНТИЧНОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ**

Специальность 10.02.04 – германские языки

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

**Москва 2010**



Английский язык делового общения (Business English) – это взаимообусловленное единство различающихся по функциональной направленности разновидностей устной и письменной речи, используемых в деловых целях: техника ведения беседы (Socializing), телефонное общение в деловых целях (Telephoning), деловая корреспонденция (Business correspondence), деловая документация и контракты (Business documents and contracts), деловая встреча (Business meetings), презентация (Presentations), техника ведения переговоров (Negotiating), средства массовой информации, ориентированные на мир бизнеса (The business media).<sup>1</sup>

В научно-теоретическом плане к настоящему моменту внесена ясность в целый ряд аспектов делового английского. В многочисленных исследовательских работах, выполненных за последние 10 – 15 лет, подробно изучены особенности лексики и грамматики бизнес-английского, региональное варьирование в устной и письменной речи в деловых целях, семиотический аспект деловой коммуникации, онтология экспрессивности в некоторых разновидностях деловой корреспонденции.<sup>2</sup>

Следует отметить, что особую роль в деловом общении на английском языке играет бизнес-терминология. В научном направлении, развиваемом профессором Т.Б. Назаровой на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова с начала 90-гг. прошлого столетия, подчеркивается, что общеупотребительные бизнес-термины составляют понятийную основу делового мира и служат «взаимным кодом» (“shared code”), «объединяющим разные и весьма отличные друг от друга области предпринимательской деятельности»<sup>3</sup>. Без понимания этого особого предназначения ключевой бизнес-терминологии не представляется возможным ни проникновение в суть мира бизнеса, ни тем более освоение языка делового общения.

Общеупотребительная терминология английского языка делового общения исследовалась в кандидатской диссертации М.А. Шанаевой, выполненной в 2000 г. Изучение обширного лексического материала, представленного в одноязычных и двуязычных бизнес-словарях, а также в аутентичных учебных курсах, позволило сделать вывод о том, что

---

<sup>1</sup> См.: Nazarova 1997, 2000, 2002, 2004, 2006, 2007, 2009. См. также: Назарова, Левина 2006.

<sup>2</sup> В связи с перечисленными направлениями научных исследований см.: Т.В. Nazarova, Yu.N. Kuznetsova, I.A. Presnoukhina. Business English Vocabulary. A Special Course. – М.: AST/Astrel, 2007. М.А. Шанаева. Словарный состав английского языка делового общения: онтология и эвристика. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2000. Л.А. Юршева. Воспроизведение и речетворчество в английском языке делового общения. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2001. И.А. Преснухина. Деловое общение в свете диатопического варьирования современного английского языка. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2005. Т.В. Толстова. Онтология основных грамматических противопоставлений в деловом общении на современном английском языке. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2007. Б.В. Буданова. Онтология знаковости в деловом общении на английском языке. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2007. Х.А. Дарбишева. Онтология экспрессивности в письмах-оферта. – Дисс. ... канд. филол. н. – М., 2009. Т.В. Nazarova. The Semiotics of Business Communication // Business English: An Introductory Course for Advanced Students of Language and Literature. – М.: Dialogue-M, 2000. – P. 71 – 75. Т.В. Nazarova. Semiotics in an ELT Setting // Vocabulary Acquisition as Ongoing Improvement. – М.: Астрель/АСТ, 2006. – P. 306 – 351.

<sup>3</sup> Назарова 2002: 7.

ключевые бизнес-термины являются неотъемлемой частью лексикографических и дидактических источников, оставаясь при этом мало обоснованной и недостаточно освоенной лексической стратой.<sup>4</sup>

Настоящая диссертация продолжает линию, намеченную в работах предшественников (Шанаева 2000, Юршева 2001, Преснухина 2005, Косякова 2006, Толстова 2007, Буданова 2007, Дарбишева 2009), но затрагивает проблемы, до сих пор не получившие достаточного внимания. **Актуальность** предлагаемого диссертационного исследования определяется необходимостью дальнейшего научно-теоретического освоения английского языка делового общения в целом и общеупотребительной бизнес-терминологии как его важнейшей составляющей. Именно исследовательская работа может внести ясность в изучение реального бытования и закономерностей функционирования бизнес-терминов в современных словарях и аутентичном англоязычном дискурсе.

**Научная новизна** диссертации заключается в том, что впервые на уровне диссертационного исследования рассматривается методологический аспект исследуемой проблематики. Принципиально новым является выбор двух разновидностей современного аутентичного делового дискурса – информативной направленности, с одной стороны, и художественной направленности, с другой стороны.

**Теоретическая значимость** исследования определяется вкладом в общую и частную методологию, лексикологию и лексикографию, терминоведение и терминографию, теорию дискурса, теорию и практику английского языка делового общения.

**Практическая ценность** выполненного исследования состоит в том, что материалы, обобщения и наблюдения, предлагаемые в разных разделах диссертации, могут быть использованы терминологами и терминографами в целях упорядочения бизнес-терминологии, а также на практических занятиях по английскому языку делового общения, в спецкурсах по деловому английскому, межкультурной коммуникации, текстологии речи и дискурс-анализу.

**Объектом** исследования является современный аутентичный англоязычный деловой дискурс.

**Предмет** исследования составляет функционирование общеупотребительных бизнес-терминов в дискурсе информативной направленности (пять разновидностей которого описываются в Главе 3) и в деловом дискурсе художественной направленности, получившем название “business fiction” и представленном в §§ 1 – 6 Главы 4.

Основной **целью** работы является комплексное описание общеупотребительной бизнес-терминологии с опорой на обобщенный перечень методологических принципов.

Цель и предмет исследования обусловили постановку следующих конкретных **задач**:

---

<sup>4</sup> См.: Шанаева 2000.

1. обобщить опыт отечественных ученых-терминологов и терминографов в области изучения и описания лингвистической терминологии;
2. применить сведенные в систему методологические принципы к исследованию общеупотребительной бизнес-терминологии;
3. собрать обширный корпус аутентичных источников, включающий списки слов, бизнес-словари, глоссарии из авторитетных учебных курсов, разделы бизнес-энциклопедии и художественную литературу деловой направленности;
4. выявить в них общеупотребительные бизнес-термины;
5. показать особенности их реального бытования и функционирования в двух разновидностях аутентичного англоязычного бизнес-дискурса.

**Материал**, использованный в четырех разделах диссертации, включает:

- 1) *Словарь общеупотребительной терминологии английского языка делового общения* (АСТ/Астрель, 2002, 2006);
- 2) список *Business and finance words* из учебного одноязычного корпусного словаря *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (Oxford University Press, 2005);
- 3) учебный одноязычный корпусный словарь *New Oxford Business English Dictionary for Learners of English* (Oxford University Press, 2005);
- 4) учебный одноязычный корпусный словарь *New Longman Business English Dictionary* (Pearson Education Limited, 2007);
- 5) глоссарий, включенный в учебный курс делового английского *Intelligent Business. Upper Intermediate* (Trappe, Tullis 2006);
- 6) отраслевой раздел энциклопедии *Business: The Ultimate Resource* (Bloomsbury Publishing Plc, 2002);
- 7) роман *Company* (Barry 2006).

Задачи, поставленные в ходе диссертационного исследования, потребовали комплексного применения следующих **методов**: анализ словарных дефиниций, сравнительный метод, сопоставительный метод, семиотический метод, когнитивный метод, дискурсивный анализ, лингвостилистический метод, лингвопоэтический метод.

**Методологической базой** диссертационного исследования служат труды отечественных и зарубежных исследователей в области лексикологии и лексикографии (Шахматов 1941; Виноградов 1956, 1977; Смирницкий 1956; Ахманова 1957; Щерба 1957; Винокур 1959; Шмелев 1973; Тер-Минасова 1980, 1986, 2000; Минаева 1982, 2003; Самадов 1984, 1993; Уфимцева 1986; Гвишиани 2000; Володина 2003; Падучева 2004);

терминоведения и терминографии (Винокур 1939; Лотте 1961, 1968; Реформатский 1967; Ахманова 1969, 1977; Котелова 1971, 1984; Суперанская 1973, 1989, 1993; Агапова 1975; Гринев 1977, 1986, 1990; Даниленко 1977; Канделаки 1977; Головин 1981; Лейчик 1981, 1989, 2007; Гвишиани 1984, 1986, 2008; Новодранова 1994, 2005; Шелов 1994, 1998, 2003; Татаринев 1996; Володина 1997, 2000; Дианова 2000; Манерко 2000; Назарова 2002, 2006, 2007; Сложеникина 2006; Анисимова 2008); теории и практики английского языка делового общения (Назарова 1997, 2000, 2004, 2009; Шанаева 2000; Юршева 2001; Борисова, Шалифова 2002; Преснухина 2005; Самохина 2005; Косякова 2006; Толстова 2007; Буданова 2007; Дарбишева 2009); когнитивной лингвистики (Выготский 1934, 1999; Филлмор 1976; Лакофф, Джонсон 1980; Талми 1985, 1988; Лангакер 1990; Кубрякова 1991, 1999, 2002; Вежбицкая 1992, 1997; Демьянков 1994; Тейлор 1995, 2002; Александрова 2000, 2004, 2005; Кибрик 2001, 2003; Шмелев 2002); теории дискурса (Балли 1952, 2009; Бодуэн де Куртене 1963; Падучева 1974, 2009; Чейф 1975, 2009; Звегинцев 1976; Николаева 1978; ван Дейк 1985, 1988; Арутюнова 1990; Степанов 1995; Фуко 1996; Кубрякова, Александрова 1997, 1999; Кубрякова 2000; Красных 2003); лингвостилистики и лингвопоэтики (Ахманова 1957, 1958, 1972, 1978; Виноградов 1961, 1963, 1971, 1976; Будагов 1980, 1984; Задорнова 1984, 1986, 1992; Липгарт 1996, 1999, 2009).

**Апробация работы.** Основные положения диссертации получили апробацию на международных научно-практических конференциях: «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения» (Российский университет дружбы народов, 18 – 19 апреля 2008 г.), “Language, Speech, Communication, Culture” (Лингвистическая ассоциация преподавателей английского языка, Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, 1 – 3 октября 2008 г.), «Ломоносовские чтения» (филологический факультет МГУ им. М.В.Ломоносова, секция кафедры английского языкознания, 20 апреля 2009 г.), «Иностранные языки в современном мире» (Казанский государственный университет, 10 – 12 июня 2009 г.). Основное содержание диссертационного исследования отражено в трех статьях, опубликованных в ведущих научных изданиях.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Методологический аспект общеупотребительной бизнес-терминологии современного английского языка представляется недостаточно исследованным и нуждается в пристальном внимании со стороны филологов-англистов.

2. Формулировка методологических положений применительно к исследуемой проблематике должна осуществляться с учетом достижений отечественного терминоведения.

3. Важнейшим звеном в разработке методологических основ общеупотребительной бизнес-терминологии является всестороннее изучение разных по объему и предназначению корпусов словарного и текстового материала.

4. В наиболее общем виде методологические принципы, управляющие выявлением и систематизацией ключевой бизнес-терминологии, могут быть представлены в виде перечня контрастных сопоставлений: термин – не-термин, термин консубстанциональный – термин неконсубстанциональный, термин родовой – термин видовой, термин однозначный – термин многозначный, полисемия термина – термины-омонимы, общеупотребительный бизнес-термин – отраслевой бизнес-термин, общеанглийский регионально-нейтральный бизнес-термин – регионально-маркированный бизнес-термин (британский в отличие от американского), понятийная ориентация общеупотребительной бизнес-терминологии – языковая ориентация речепроизводства в деловых целях, закрытость границ ключевой бизнес-терминологии в понятийном плане – открытость перечня бизнес-терминов (или словника) с точки зрения непрерывного изменения языковой системы.

5. Обобщения методологического характера делают научно-обоснованной постановку вопроса о реальном бытовании и закономерностях функционирования ключевой бизнес-терминологии в аутентичном англоязычном дискурсе.

6. Изучение пяти разновидностей аутентичного отраслевого дискурса информативной направленности подтверждает существенную связующую роль общеупотребительной бизнес-терминологии: ключевые бизнес-термины передают общее понятийное содержание разных отраслей – горнодобывающей промышленности, нефтегазовой промышленности, химической промышленности, фармацевтики и страхования. Наблюдается существенное пересечение пяти аутентичных образцов с точки зрения перечня использованных в них родовых бизнес-терминов. Видовые термины в большинстве случаев являются носителями определенного отраслевого начала и содействуют дифференциации пяти исследуемых в настоящей диссертации отраслей.

7. В аутентичном дискурсе художественной направленности реальное бытование общеупотребительной бизнес-терминологии напрямую связано с замыслом автора художественного произведения и эстетической организацией развернутого произведения речи: собственно семиотическое функционирование терминологических единиц, связывающее повествование с миром бизнеса, осложняется намеренным обыгрыванием ключевых бизнес-терминов с целью достижения разных стилистических эффектов. В романе *Company* нарушается привычная сочетаемость бизнес-терминов, возникают окказиональные метафорические сочетания со словами общего языка, некоторые терминологические единицы

претерпевают изменения, теряя часть семантики или приобретая совершенно новые контекстуально-обусловленные значения, подчиненные художественному замыслу писателя.

Диссертация состоит из Введения, Глав 1 – 4, Заключения, Списка использованной литературы (включающего 176 наименований), Приложений 1 – 5. Общий объем диссертации составляет 191 страницу.

Во **Введении** обосновывается актуальность исследования, определяются его объект, предмет, цель, задачи, материал, методы, научная новизна, теоретическая значимость, практическая ценность, а также формулируются положения, выносимые на защиту.

**Главы 1 и 2** объединены задачей поиска и систематизации методологических принципов, лежащих в основе выявления и обособления общеупотребительных бизнес-терминов: методологические обобщения §§ 1 – 8 **Главы 1** уточняются и расширяются за счет изучения и описания словарного материала в §§ 1 – 6 **Главы 2**. Впервые в отечественном языкознании формулируются методологические принципы, которые позволяют управлять процессом выявления и систематизации ключевых терминов английского языка делового общения. Применение обобщенного перечня методологических принципов делает научно-обоснованным разграничение **терминов** (contract, capitalization, decentralization, flotation) и **не-терминов** (achievement, centre, help (*n,v*), signature); **терминов консубстанциональных** (asset, acquisition, bond, business, chain, giant) и **терминов неконсубстанциональных** (anorexic organization, corporate amnesia); **терминов родовых** (share) и **терминов видовых** (advancing shares, authorized shares, blue-chip shares, bearer shares, capital shares, common shares, convertible shares, listed shares, unlisted shares); **терминов однозначных** (accountant, alliance, client, demand) и **терминов многозначных** (agent, authorization, enterprise, franchise); **терминов общеупотребительных** (company) и **терминов специализированных/ отраслевых** (mining company, gold-mining company, steel company, aluminum company, single-metal company); **терминов регионально-нейтральных** и **терминов регионально-маркированных**, например, общеанглийский shareholder в отличие от американского stockholder, британский annual general meeting в отличие от американского annual meeting; **понятийной ориентации общеупотребительной бизнес-терминологии** (contract – bilateral contract, express contract, fixed-period contract, forward contract, futures contract, service contract, voidable contract, void contract, contract of employment, contract of insurance, contract of purchase) и **языковой ориентации речепроизводства в деловых целях** (to draw up / enter into / make / sign a contract; to be awarded / bid for / get / tender for / win a contract; a big / lucrative / major contract); **закрытости границ ключевой бизнес-терминологии в понятийном плане** (ключевые бизнес-термины в отличие от слов общего языка и официально-деловой лексики) и **открытости перечня бизнес-терминов (или словника) с точки зрения непрерывного**

**изменения языковой системы** (например, термины-неологизмы individual public offering, corporate citizenship, organizational intelligence).

**Глава 3** основывается на пяти разновидностях отраслевого дискурса информативной направленности. Источником аутентичного материала для §§ 2 – 6 этой главы послужил раздел “Industry Profiles” (из энциклопедии *Business: The Ultimate Resource*), содержащий информацию о 24 отраслях: Automotives, Aviation, Banking, Chemicals, Construction, Defense, E-commerce, Electronics, Engineering, Food and Agribusiness, Information Technology, Insurance, Media, Mining, Oil and Gas, Pharmaceuticals, Power, Real Estate, Renewable Energy, Retail, Steel, Telecoms, Tourism and Hotels, Water. Все подразделы, как правило, следуют одной и той же схеме в организации и представлении материала: характеристика основных этапов становления заголовочной отрасли, сведения о крупнейших мировых компаниях в рассматриваемой отрасли и основных рынках сбыта, описание применяемых технологий, инноваций и новой продукции, сведения об используемой рабочей силе и суждения о воздействии на отрасль Интернета.

Глава 3 настоящего исследования опирается на принятую в мире бизнеса категоризацию отраслей: **первичные** (primary), т.е. занимающиеся добычей сырьевых материалов; **вторичные** (secondary), т.е. производящие какую-либо продукцию; **третичные** (tertiary), т.е. оказывающие те или иные виды услуг. В качестве образцов перечисленных разновидностей отраслей были отобраны следующие: горнодобывающая промышленность (**Mining**) и нефтегазовая промышленность (**Oil and Gas**) – первичные отрасли; химическая промышленность (**Chemicals**) и фармацевтика (**Pharmaceuticals**) – вторичные отрасли; страхование (**Insurance**) – третичная отрасль.

Приведем несколько отрывков из рассмотренных в Главе 3 образцов отраслевого дискурса, обращая внимание на особенности речепотребления.

## 1. MINING

Горнодобывающая промышленность включает целый спектр подотраслей: добыча каменного угля, разработка месторождений железной руды, добыча различных пород камня и т.д.

Mining has been around almost as long as civilization.

The mining of industrial commodities developed more slowly, often in response to technological breakthroughs. When Abraham Darby, a Quaker iron founder in Shropshire, United Kingdom, used coke rather than charcoal to smelt iron in 1709, he invented what is today one of coal's two major markets.

The idea that large-scale factory-style production could make it worth exploiting lower-grade ores was pioneered at Bingham Canyon in the United States early in the last century; earlier miners had concentrated on high-grade ores. Nowadays almost all new mines start as large open pits, employing enormous trucks and shovels: sometimes they literally move mountains.

Today the global mining industry is a mixture of some reasonably large businesses and a large number of small entrepreneurial operators.

There are big differences even among the conventional Western-style corporations. One division is between the major companies and the smaller operations. Since all mining exploits, and ultimately destroys, its own assets, new deposits are always needed. Small, equity-backed exploration and development companies have traditionally done much of the initial work of looking for promising deposits. There are hundreds of these companies, traded on stock exchanges such as Vancouver, but very few make worthwhile finds.

Another division is between companies that mine gold and those that mine other metals and commodities. Most gold-mining companies are specialists, and they attract a different type of investor from normal mining companies.

A further difference is between large companies that focus on a single metal, and those with a portfolio of different metals. Broadly, North American investors have tended to prefer single-metal companies, such as Alcoa in aluminum, Inco in nickel, and Phelps Dodge in copper. The United Kingdom, which plays a surprisingly important part in mining finance given the paucity of its own resources, has tended to prefer diversified companies such as Rio Tinto.

The mining industry has a reputation for being excessively fragmented, but in practice the degree of fragmentation varies considerably from one commodity to another. In diamonds, for example, De Beers remained the dominant seller of rough stones throughout the last century. Recent consolidation has meant that most international trade in both iron ore and coal is now in the hands of a small number of large companies: CVRD (Brazil), Rio Tinto, and BHP Billiton for iron ore; and BHP Billiton, Rio Tinto, Glencore (a Swiss metals trader), and Anglo American in coal. At the end of 2000, however, the top ten gold miners accounted for only 41% of total production.

Mining is an industry which almost inevitably produces international acrimony, since many resources are mined in the less developed countries for the use and benefit of people in the developed world. Mines can be damaging both to the environment and to the host communities. The larger mining companies are now paying considerable attention to the fashionable concept of sustainable development, and have sponsored several bodies to improve the industry's practices and image.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 1864.

Приведенный отрывок является вводным, но и он не оставляет сомнений в том, что это, во-первых, отраслевой дискурс и, во-вторых, отраслевой дискурс именно информативной направленности. Образность и метафоричность исключены полностью. Стиль изложения представляет собой единство нейтральной общестилевой основы и официально-делового стиля. Отрывок выстроен в высшей степени логично и информирует читающих об основных этапах в становлении и развитии отрасли. Нельзя не обратить внимания на синтаксическую организацию этой части раздела по Mining: первые четыре абзаца являются более короткими (от одного до двух предложений); в заключительных трех абзацах возрастает количество предложений и усложняется их структура. С точки зрения словарного состава, можно говорить о наличии нескольких пластов: слова общего языка (be, around, almost, more, slowly и др.), многосложная лексика официально-делового стиля (in response to, to pioneer, to concentrate on, ultimately, excessively, considerably, acrimony), общеупотребительные бизнес-термины, о которых будет сказано ниже (см. стр. 15 – 17), и отраслевая лексика (coal, iron ore, open pit, deposits, gold, metals).

## 2. OIL AND GAS

Нефтегазовая промышленность включает ряд подотраслей, занимающихся добычей и переработкой нефти и газа, что предполагает работы по разведке нефтегазовых месторождений, бурение и подготовку к эксплуатации скважин, управление специализированным оборудованием, а также осуществление контроля на всех этапах, предшествующих отгрузке нефти и газа с эксплуатируемого участка. Кроме того, нефтегазовая промышленность охватывает производство серы и извлечение жидких углеводородов из природного газа.

Oil, in the form of bitumen seeping to the surface, has been known for thousands of years in the Middle East, where it was used for caulking boats. Its commercial exploitation, however, really started in the United States in the mid-19<sup>th</sup> century, when it was drilled in Pennsylvania and sold as kerosene for lighting. Other centers developed: in central Asia, where the Rothschilds and Nobels built up the oil industry at Baku, and in Asia where Royal Dutch discovered oil in Sumatra in the 1880s.

For the first two thirds of the 20<sup>th</sup> century the industry was dominated by the international oil companies. U.S. companies had not only the advantage of their enormous home market, but also reaped the benefit of the dominant geopolitical position of the United States after World War II. European oil companies developed within the framework of their colonial empires.

This changed with the rise of nationalism in the 1970s, particularly in the Middle East where most of the world's proven oil reserves have been found to lie. Oil-rich countries were no longer content to have the international oil companies tell them what the price of oil should be, or what share of the revenue they should have. These countries formed OPEC in 1960, and within 15 years they had effectively nationalized the local assets of the international companies.

As a result, the international companies – though they are some of the biggest publicly-quoted businesses in the world – now account for less than half the world's oil and gas production and reserves. Most of the world industry is in the hands of state-owned national oil companies. However, the pendulum is now swinging back a little in favor of the international companies, as some OPEC countries – Iran, Saudi Arabia, and Kuwait – invite the international oil and gas companies back in to explore for oil and gas.

The industry faces two main challenges. One is over the future of oil and gas reserves. There are some who believe that oil is a renewable resource, because it has been – and still is being – created deep inside the earth; almost everyone else agrees that it will run out at some point. But when? The world has already consumed 850 billion barrels of oil; its proven reserves currently stand at just over 1,000 billion barrels. The optimists say that the industry will go on finding new reserves, just as it always has done; the pessimists believe that world production will peak during the 2000s, just as production in the United States – once the world's largest producer – did in the early 1970s. New techniques have been developed that permit the discovery and exploitation of smaller finds, but the more pessimistic view is that increasing the rate of recovery from oil fields merely accelerates their decline. At current production levels, world oil reserves of 1,046 billion barrels would last about 40 years. Gas would last a little longer: world reserves of 5,300 trillion cubic feet would last 61 years at present levels of output.

The other challenge is environmental. The industry has made great strides in recent years in controlling oil spills and in developing cleaner fuels, with less sulfur and nitrous oxides, to prevent the build-up of fumes and smog in the cities. The problem posed by climate change is of even greater magnitude. Carbon is an intrinsic part of hydrocarbons like oil, but it is also the major component of greenhouse gases which are damaging the planet's cooling system. The aim of the Kyoto protocol, which all industrialized countries, except the United States, have said they will ratify, is to reduce the level of carbon emissions. The response of most oil companies has been to increase their efforts to find natural gas, which is less polluting than oil, and to look at other, renewable forms of energy such as solar power.

*Business: The Ultimate Resource, p. 1867.*

В стилистическом отношении приведенный отрывок имеет много общего с материалом горнодобывающей промышленности: в нем сосуществуют разные лексические пласты, например слова общего языка (form, to seep, to know, thousand, year, to use, really, to start и др.) и слова, создающие официально-деловой стиль (to dominate, challenge *n*, to increase, magnitude, intrinsic), общеупотребительные бизнес-термины (industry, company, market, price) и отраслевая лексика (oil, to drill, kerosene, lighting, to explore, gas, recovery).

Приведенный фрагмент включает 6 абзацев: первые четыре состоят из трех распространенных предложений; два последующих абзаца являются более развернутыми, но они связаны тесным образом, так как в них говорится о трудностях, с которыми эта отрасль сталкивается (“The industry faces two main challenges. ...”). Образность и метафорика – минимальные и ограничиваются одним высказыванием (“However, the pendulum is now swinging back a little in favor of the international companies, as some OPEC countries – Iran, Saudi Arabia, and Kuwait – invite the international oil and gas companies back in to explore for oil and gas.”).

### 3. CHEMICALS

К химической промышленности относится химическая переработка органического и неорганического сырья и разработка формул различных химических веществ. В этой отрасли имеются как предприятия, занимающиеся изготовлением основных химических веществ, так и предприятия, ориентированные на производство промежуточных и конечных продуктов.

The development of the chemical industry was intimately intertwined with the start of the industrial revolution in the mid-18<sup>th</sup> century. The demands of the new manufacturing industries, in particular the textile industry, for larger quantities of chemical products such as sulfuric acid and synthetic dyes gave rise to a scientifically based chemical manufacturing industry. A measure of the scientific advance which has driven the development of the industry can be seen in the increase in known organic chemicals. In 1800, approximately 500 of these were recognized, many of them being simple acid salts. By 1900, the number had grown to 150,000, and by 2000 to about 10 million.

Sulfuric acid is generally regarded as the first bulk chemical product, and remains an important commodity chemical today. With an annual production of over 150 million tons (late 1990s), it is the largest volume product of the chemical industry used in a diverse range of processes, including the manufacture of fertilizers, detergents, paints, and explosives.

The development of the industry accelerated in the 19<sup>th</sup> century, as the science of chemistry became better understood and new processes for the manufacture of specific chemicals were developed. An example is the 1863 development of the Solvay process for producing alkali, exploiting chemistry discovered 60 years earlier but for the first time scaling up successfully to achieve commercial volume production. Scaling up from laboratory to industrial production is still a key skill of the chemical engineer.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 1834.

Приведенный выше вводный текст является одним из самых коротких в отраслевом разделе рассматриваемой бизнес-энциклопедии. Тем не менее и здесь наблюдаются те же явления, о которых говорилось применительно к материалам, посвященным горнодобывающей и

нефтегазовой промышленностям: чередование абзацев разной протяженности, распространенные предложения разных синтаксических типов, сочетание нейтрального и официально-делового стилей, сосуществование разных пластов словарного состава (ср. development, ultimately, measure, approximately, increase, с одной стороны, и start, new, larger, to give, to see, many, с другой стороны), насыщенность текста общеупотребительной бизнес-терминологией (industry, commodity, manufacture) и отраслевой лексикой (sulfuric acid, synthetic dyes, chemistry).

#### 4. PHARMACEUTICALS

Фармацевтика, или фармацевтическая промышленность, образует целый сектор в рамках химической промышленности и занимается производством биологической и медицинской продукции, переработкой лечебного растительного сырья, выпуском медикаментов для наружного и внутреннего применения и т.д.

The pharmaceutical industry in its modern form emerged at the turn of the 19<sup>th</sup> century, when mainly German and Swiss chemical manufacturers began to gain an understanding of the medicinal properties of synthesized chemicals.

A good example is the case of aspirin, "discovered" by Bayer of Germany in 1899. At the time, Bayer was principally a dye maker, but it had set up a pharmacological institute to examine the potential of using chemicals as medicines. It had started with diacetylmorphine which, because it made recipients feel heroic, had been given the name heroin. Once the addictive qualities of that particular drug became manifest, Bayer turned its attention to acetylsalicylic acid, better known as aspirin.

Acetylsalicylic acid is found naturally in myrtle leaves and willow bark, and its qualities had been recognized by the ancient Egyptians who used it for back pains. Bayer's unique contribution to the modern drug industry was to isolate the active ingredient and synthesize it. Aspirin also became the first mass-marketed drug and one of the first to be compressed into convenient doses – tablets.

In the first half of the 20<sup>th</sup> century, the industry was dominated by Europeans, with companies such as Schering of Germany and Hoffmann La Roche of Switzerland among the leaders. The shift to the United States, the industry's current center of gravity, began partly as a result of World Wars I and II: aspirin was expropriated by the United States in the treaty of Versailles. Merck, then a tiny U.S. subsidiary of a distinguished German pharmaceuticals manufacturer, was also ceded. Today, Merck of Germany is a bit player, while Merck of the United States, though no longer the biggest company in the sector, is a \$200 billion giant, still considered by many to be at the forefront of the industry.

The shift to the United States and, to a lesser extent, the United Kingdom, has been accompanied by big technological developments as pure chemistry has given ground to biology. Largely as a result of the pioneering work in Cambridge, England, of Francis Crick and James Watson in discovering the helical structure of DNA, knowledge of biology exploded.

The biotechnology industry, now an integral part of pharmaceutical research, was founded in California in the late 1960s. By 2001 it accounted for around a quarter of the pharmaceutical industry's spending on basic research. In late 2001, Amgen, one of the oldest biotechnology companies, was planning to take over Immunex to create a group bigger than many traditional pharmaceutical companies. In corporate terms, this was seen by many as biotechnology's coming of age. The prescription drugs industry in 2001 is worth some \$250 billion, and even more if hospital and generic drugs (those that have lost their patents) are counted. In spite of pressure to control government spending on healthcare, especially pharmaceuticals, the industry has been one of the most profitable and best performing during several decades. The top 20 pharmaceutical companies, which mostly have operating margins above 30%, aspire to annual sales and profit growth of at least 10%. Most achieve that comfortably. Pharmaceutical companies were among the least affected by the 2001 stock market fallout precipitated by the bursting of the Internet bubble and compounded by the September 11 terrorist attacks on the United States.

During the 20<sup>th</sup> century, the industry became the most regulated in the world, with the U.S. Food and Drug Administration (FDA) the principal arbiter in the delicate balancing of risk and reward. Regulators insist on increasingly comprehensive trials to prove a drug's safety and efficacy, a process that normally lasts at least five years. Nine out of ten drugs entering clinical trials fail. It costs around \$500 million to bring each new drug to market, including the costs of those that fell by the wayside. By 2001, the low number of new drug approvals led to frustrated calls by the industry that the burden of regulation had become too heavy.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 1870.

В приведенном отрывке сосуществуют слова общего языка (modern, when, to become, good, example, once, to turn, name, also, result и др.) и официально-деловая лексика (to expropriate, to cede, to precipitate, to recognize, to aspire, efficacy), общеупотребительные бизнес-термины (industry, company, operating margins, risk, regulation) и отраслевая терминология (synthesized chemicals, drugs, active ingredient, generic drugs).

## 5. INSURANCE

Страхование – сложнейшая третичная отрасль, которая предполагает покупку защиты от риска у страховой компании. Имеется в виду «система финансовой компенсации в случае наступления определенных обстоятельств в обмен на регулярную уплату страховой компании определенных сумм (премий), из которых образуется компенсационный фонд, вкладываемый в приносящие доход активы».<sup>5</sup>

Risk is the business of insurance and reinsurance companies. Not all risk is insurable: an insurable risk must be measurable in financial terms and exist in large homogeneous groups. Moreover, the probability of loss must be calculable, the loss must be accidental and beyond the control of the insured, and the transfer of a risk must be achievable at a reasonable rate for the individual. War risk, for instance, is a risk that cannot be insured by private companies: either the rates for war insurance would be too high for policyholders, or the financial risk would be too great for the insurance company.

Insurance has three broad categories: life insurance, property and casualty insurance, and reinsurance, which is insurance for the insurers. Many insurers operate in two or even all three areas, though there are strong believers in "pure play". Swiss Re, for instance, only writes reinsurance policies. U.S. International Group writes all three types of insurance.

The first "modern" insurance contracts were struck in the most perilous trades in the Middle Ages: the sea trade, mining, and carpentry. An early form of marine insurance was launched in Pisa in 1318. Marine insurance became highly developed in the 15<sup>th</sup> century. It was known in Spain, Portugal, the Hanseatic cities, the Baltic countries, Holland, and England. In the 16<sup>th</sup> century the stock exchanges in Bruges, Antwerp, and Amsterdam even speculated with marine insurance.

London established itself early as the center of world insurance market. Marine insurance companies set up shop in London at the end of the 17<sup>th</sup> century, and the great fire of London in 1666 prompted the formation of fire insurance companies.

Lloyd's of London, the insurance market, had its beginning in a coffeehouse owned by Edward Lloyd, where underwriters, speculators, merchants, and ship owners congregated in the 1680s. The term "underwriter" dates back to these days, as each risk-taker of the Lloyd's group wrote his name on a piece of

---

<sup>5</sup> Б.Г. Федоров. Новый англо-русский банковский и экономический словарь. – Санкт-Петербург: Лимбус Пресс, 2000. – С. 368. «... в экономическом смысле страхование позволяет переносить риски с индивидуальных компаний или людей на специализированные компании» (там же).

paper under the proportion of risk that he was prepared to guarantee. With the growth of Britain's sea power, Lloyd's became the world's leading insurer for marine risk during the 18<sup>th</sup> and 19<sup>th</sup> centuries.

In the past century domination of global insurance shifted to the United States, though it lost some of its pre-eminent position from the 1970s. In the 1970 the United States still accounted for some 70% of total global insurance premiums; today U.S. insurers control about 35% of total premiums.

London continues to be an important hub for insurers, and Lloyd's exists to this day, although in a much reduced form after near-bankruptcy in the 1990s. Lloyd's was just about to recover in 2001 after some fundamental reforms when the terrorist attacks in September 2001 dealt the market another huge blow.

*Business: The Ultimate Resource*, p. 1858.

Нельзя не заметить, что эта разновидность вводного текста перегружена отраслевыми терминами и терминологическими сочетаниями. Причем слово общего языка risk (All outdoor activities carry an element of risk. | We might get away with it, but it isn't really worth the risk. | At the risk of seeming boring, I don't think we should try it. | She didn't go, because she didn't want to run the risk of seeing Neil again.), вошедшее в состав общеупотребительных бизнес-терминов (risk analysis, risk assessment, risk capital, risk management) и включенное в большое число бизнес-словарей, в этом подразделе энциклопедии *Business: The Ultimate Resource* функционирует как опорный отраслевой термин, вокруг которого строится вся представленная специализированная информация: risk → insurance/ reinsurance companies; risk → insurable risk; risk → loss → calculate loss → transfer of risk; risk → war risk → war insurance; risk → financial risk; risk → insurance → life insurance, property and casualty insurance, reinsurance.

Все образцы отраслевого дискурса информативной направленности были проанализированы тщательным образом с целью выявления общеупотребительных бизнес-терминов: контексты употребления этого пласта лексических единиц сравнивались с соответствующими фрагментами иллюстративной фразеологии в одноязычных бизнес-словарях, значения бизнес-терминов верифицировались с использованием критерия определяемости.

В развернутых текстах, посвященных пяти вышеперечисленным отраслям, общеупотребительные бизнес-термины характеризуются частотностью использования. Наличие этого пласта словарного состава английского языка делового общения является типичным для отраслевого дискурса информативной направленности. Бизнес-термины не только сохраняют присущие им системные свойства (значения и родо-видовые соотношения), но и развивают в рассматриваемых разновидностях информирующего дискурса видовые термины, маркированные как принадлежащие определенной промышленности/ индустрии/ отрасли. Если общеупотребительные бизнес-термины включают эти отрасли в единое бизнес-

пространство, то выявленный в аутентичных бизнес-текстах пласт маркированных по отраслевой принадлежности видовых терминов разграничивает и дифференцирует рассматриваемые отрасли, подчеркивая их специфику.

Выделенные в изученном материале каждой отрасли бизнес-термины сводились в таблицу. Приведем алфавитный перечень бизнес-терминов из дискурса горнодобывающей промышленности:

MINING	
acquisition	market
agent	market share
annual report	marketing
assets	merger
bank	negotiation
business	output
campaign	ownership
capitalization	portfolio
CEO	price
commodity	pricing
company	producer
competition	product
consolidation	production
contract	profit
corporation	reserves
cost	return
credit	risk
customer	seller
customer base	share
deficit	shareholder
demand	shareholder value
division	stake
employee	stock
employer	stock exchange
equity	supplier
executive	supply
finance	synergy
importing	tax
index	trade
industry	trader
infrastructure	trend
investor	turnover
joint venture	value
labour	vertical integration
logistics	volume

Аналогичные таблицы создавались с учетом результатов изучения и других образцов отраслевого дискурса. Сравнение и сопоставление получившихся перечней общеупотребительных бизнес-терминов позволило уточнить частотность каждого из них в пяти отобранных для Главы 3 образцах, например: бизнес-термин **company** в рассмотренных фрагментах дискурса горнодобывающей промышленности употреблен 30 раз, нефтегазовой промышленности – 36 раз, химической промышленности – 13 раз, фармацевтики – 36 раз,

страхования – 21 раз, в то время как бизнес-термин **commodity** в образцах дискурса горнодобывающей промышленности встречается 13 раз, нефтегазовой промышленности – 1 раз, химической промышленности – 4 раза и не встречается в проанализированных материалах специализированного дискурса фармацевтической промышленности и страхования.

Общепотребительный бизнес-термин **company** – “an organization that makes or sells goods or services in order to make a profit” (*New Longman Business English Dictionary*, p. 100) – в аутентичных контекстах употребляется прежде всего как родовой термин (*genus proximum*), например: “...industry experts argue that vertical integration has actually made it harder for the companies to monitor the efficiency of the different units.” | “In fact, today’s largest company is the result of Standard Oil of New Jersey (Exxon) eventually merging with Standard Oil of New York (Mobil).” | “Bayer remains the only company to maintain market-leading positions in both chemicals and pharmaceuticals, while BASF’s “Verbund” (integrated) industrial structure allows it to use the product of one process as the raw material for the next.” | “A typical company might have five principal laboratories, two in the United States, two in Europe, and one in Japan.”

В англоязычном деловом мире существуют многообразные категоризации, связанные с понятием *company* и основывающиеся на различных признаках, что получает словесное выражение посредством соответствующих видовых терминов, включенных в словарную статью родового термина, например: *affiliated company*, *associate company*, *cable company*, *close company*, *credit company*, *dock company*, *insurance company*, *investment company*, *listed company*, *offshore company*, *parent company*, *private company*, *property company*, *registered company*, *related company*, *trading company*, *trust company* (*New Longman Business English Dictionary*, p. 100).

В отраслевом дискурсе информативной направленности, например, посвященном горнодобывающей промышленности, многие видовые термины оказываются связанными именно с этой отраслью:

#### **exploration and development companies**

Small, equity-backed exploration and development companies have traditionally done much of the initial work of looking for promising deposits.

#### **gold-mining companies**

Gold-mining companies have been participating in the merger wave, and some of them have hopes of importing discipline to their part of the industry too, but they have some particular problems to contend with.

#### **global mining companies**

Global mining companies, however, are primarily interested in internationally traded commodities.

### **single-metal companies**

Broadly, North American investors have tended to prefer single-metal companies, such as Alcoa in aluminum, Inco in nickel, and Phelps Dodge in copper.

### **diversified companies**

The United Kingdom, which plays a surprisingly important part in mining finance given the paucity of its own resources, has tended to prefer diversified companies such as Rio Tinto.

На этом этапе исследования избранной научной проблематики делается вывод о том, что в отраслевом дискурсе информативной направленности родовые бизнес-термины сосуществуют с видовыми терминами, маркированными по отраслевой принадлежности. Иначе говоря, их подчиненность родовому термину осложняется семиотическими характеристиками, т.е. идентификацией отрасли. В этом смысле *gold-mining company* и *single-metal company* отличаются от *listed company*, *registered company*, *private company* и др.

Обратимся к родовому термину **portfolio** – “1. a collection of shares owned by a person or company, 2. all the products or services offered by a particular company” (*New Longman Business English Dictionary*, p. 402). Этому родовому термину подчинены такие видовые бизнес-термины, как *investment portfolio* и *product portfolio*. В дискурсе горнодобывающей промышленности термин *portfolio* обнаруживает специализированное отраслевое значение – совокупность металлов, на добыче которых специализируется та или иная компания в этой промышленности: “A further difference is between large companies that focus on a single metal, and those with a portfolio of different metals.”

Термин **deposit** также используется в горнодобывающей промышленности, как об этом свидетельствует материал соответствующего подраздела энциклопедии *Business: The Ultimate Resource*, но его отраслевое значение («залежи») отличается от тех, что указаны в учебном толковом одноязычном корпусном бизнес-словаре наиболее общего предназначения: “1. an amount of money paid into a bank account, especially when it is earning interest, 2.[plural] the total amount of money held in bank accounts etc within an economy, 3. a bank account in which money can be held and will earn interest, 4. a small first payment that you make for a house, car, holiday etc, 5. an amount of money that you pay when you rent something which will be given back to you if you do not damage the thing you are renting” (*New Longman Business English Dictionary*, p. 146). В этом же словарном гнезде даются следующие видовые термины: *direct deposit*, *fixed deposit*, *bank deposits*, *cash ratio deposits*, *core deposits*, *eurodollar deposits*, *money market deposits*, *public deposits*, *retail deposits*, *call deposit*, *demand deposit*, *sight deposit*, *term deposit*. Приведем для сравнения выдержки из отраслевого дискурса:

### **new deposits**

Since all mining exploits, and ultimately destroys, its own assets, new deposits are always needed.

### **promising deposits**

Small, equity-backed exploration and development companies have traditionally done much of the initial work of looking for promising deposits.

В отраслевом дискурсе термин **deposit** функционирует как специализированный/отраслевой консубстанциональный термин и по отношению к общеупотребительному бизнес-термину **deposit** является омонимом. Омонимия проявляется в том, что планы выражения этих единиц, т.е. фонетико-орфографические комплексы, **совпадают**, а значения и соответствующие линии соподчиненности **различаются**.

**Глава 3** диссертации завершается следующими выводами: **во-первых**, общеупотребительная бизнес-терминология неизменно присутствует в аутентичном отраслевом дискурсе и выполняет функцию центростремительной силы, связывая разные отрасли в единое бизнес-пространство; **во-вторых**, хотя между пятью рассмотренными образцами есть некоторые расхождения по этой части, их общим свойством является то, что ни одна из отраслей не может обойтись без той или иной совокупности бизнес-терминов, обозначающих ключевые понятия делового мира; **в-третьих**, самыми частотными оказались такие общеупотребительные бизнес-термины, как acquisition, asset, business, company, cost, economy, industry, market, merger, price, product, profit, supply, trend; **в-четвертых**, в каждой из пяти разновидностей отраслевого дискурса информативной направленности родовые бизнес-термины обрастают видовыми терминами, маркированными как **отраслевые**, т.е. указывающие на (или идентифицирующие) ту или иную отрасль, например: mining company, single-metal companies, a portfolio of different metals (горнодобывающая промышленность); oil company, gas company, oil investment, oil service contractor (нефтегазовая промышленность); the chemical industry, chemical products, agricultural chemicals business, specialty chemicals operations (химическая промышленность); the drug industry, the pharmaceuticals market, annual drug sales (фармацевтика); insurance company, catastrophe bond (страхование); **в-пятых**, в рассмотренных образцах отраслевого дискурса нередко встречаются специализированные термины, омонимичные общеупотребительным бизнес-терминам, например: deposit (a layer of a mineral, metal etc that is left in soil or rocks through a natural process); underwriter (a person who agrees to accept the risk of any loss under an insurance contract).

Частотное воспроизведение общеупотребительных бизнес-терминов характерно и для делового дискурса художественной направленности, который рассматривается в §§ 1 – 6

**Главы 4.** Говоря об этой разновидности аутентичного англоязычного дискурса, мы имеем в виду то, что британские и американские специалисты называют **business fiction**. В романе Макса Барри *Company* встречается большое количество ключевых бизнес-терминов. Пять из них отличаются повышенной частотностью употребления: **company** (компания), **consolidation** (объединение, консолидация), **customer** (клиент, покупатель), **outsourcing** (использование внешних источников) и **promotion** (продвижение по службе).

Подробное изучение содержания романа *Company* и последовательный анализ языковых особенностей этого художественного текста позволили сделать несколько наблюдений. Нет сомнений в том, что автор художественного произведения осознанно вводит в предлагаемое им повествование большую совокупность слов, обозначающих наиболее существенные понятия мира бизнеса. В этом смысле бизнес-термины выполняют семиотическую функцию, идентифицируя создаваемое писателем художественное пространство как деловое, в котором функционируют бизнес-предприятия и работающие в них сотрудники. Приведем выборочно несколько отрывков из романа *Company*:

This is his first day. So far he's been shown a series of corporate induction videos, one of which contained glowing buzzwords like TEAMWORK and BEST PRACTICE rocketing at the screen, and another of which featured actors from the late 1980s talking about customer service. Now he's waiting for someone from the Training Sales department to come and collect him. (p. 4)

Klausman does not attend these meetings, but it is widely accepted that he knows what happens in them. Some suspect the room is bugged: microphones in the flowers, cameras in the eyes of portraits, that sort of thing. Others wonder about moles. A few are developing the theory that someone in Senior Management is Daniel Klausman, but they keep this quiet because admitting you've never met the CEO face-to-face is tantamount to announcing your political irrelevance. Whichever it is, Senior Management is very keen to appear loyal. It's impeccably fair of Klausman to keep the whole workforce in the loop, they argue. They thump the table for the benefit of the hidden microphones, or the moles, or Klausman himself. "I've suspected this was coming for some time," says the VP of Business Management and Forecasting and Auditing. "My people are about to complete an analysis that shows almost 80 percent of our costs are attributable to just 20 percent of our business units." (p. 160 – 161)

Приведенные фрагменты из романа *Company* насыщены ключевыми понятиями делового мира, получившими соответствующее терминологическое выражение: высшее звено управления (**Senior Management, CEO / Chief Executive Officer, VP / Vice President**), рабочая сила (**workforce**), отделы или подразделения компании (**Training Sales department, PR / Public Relations, Business Management, Forecasting and Auditing**), частотные бизнес-термины **analysis, best practice, costs, customer service, teamwork**.

Вместе с тем, жизнь вымышленного бизнес-предприятия, названного Zephyr Holdings, не укладывается в реалии делового мира и противоречит требованиям здравого смысла, регулирующего традиционное общение в деловых целях. Для воплощения абсурдности происходящего Макс Барри также прибегает к общеупотребительной бизнес-терминологии, но на этот раз намеренно выходит за пределы словарных дефиниций и распространенных моделей морфосинтаксической и лексико-фразеологической сочетаемости, создавая окказиональные словосочетания, в которых, подчиняясь замыслу автора, бизнес-термины обрастают контекстуально-обусловленными «побегами значений» (В.В. Виноградов) и дополнительными эмоционально-экспрессивно-оценочными обертонами. В рассматриваемом художественном произведении бизнес-термины становятся опорой ряда стилистических приемов:

- **оксюморон**

*Zephyr Holdings*

**zephyr** *literary* a gentle wind (Macmillan English Dictionary, p. 1738)

**Holdings** used especially in the names of companies to show that the company is a **holding company** – a company that is formed to buy shares in other companies which it then controls (New Oxford Business English Dictionary, p. 266)

*a company without employees*

Oh yes, a company without employees would be a wondrous thing. (p. 43)

*an entirely artificial company*

“Zephyr Holdings is an entirely artificial company. It has no actual customers.” (p. 104)

*a customer-free company*

“It’s Zephyr. A customer-free company. Listen to that, Mr. Jones. A *customer-free company*.” (p. 105)

- **персонификация (в сочетании с концептуальной метафорой)**

*a deceased company*

Each member of Senior Management possesses a hefty stockholding and a munificent termination clause: the kinds of things that can be difficult to extract from a deceased company. (p. 292)

- **эвфемизм**

*consolidation* = “who is about to lose their job”

But it’s clearly not the consolidation. And that’s the issue now: who is about to lose their job. (p. 158)

“That’s what it was like before the *last* consolidation. We cut most of that 80 percent!” (p. 161)

*outsourcing* = “various shades of dismissal”

“...they were cleaning out the whole area in preparation for being outsourced...” (p.18)

“What’s the story?” Holly asks. – “Nobody knows. Do you think we’d hear about it if we were being outsourced?” – “No idea... no one who’s been outsourced has survived to talk about it.” (p. 24)

The Catering staff are touched. They feel better about being fired – and although it’s called “outsourcing”, it’s a sacking at heart; it’s all various shades of dismissal... (p. 34)

- **игра слов**

*be in good company – be in a good company*

Freddy sits down with a sigh. “I hate this company so much. I wish I had been laid off.”  
“No you don’t.”

He laughs softly. “No, I don’t. At least here I’m in good company.”

“What?” Jones says.

“I said at least here I’m in good company.”

“Oh. I thought you said you were in *a* good company.”

Freddy and Holly stare at him. (p. 208)

Макс Барри создает окказиональные сочетания, значимые как лингвостилистически, так и лингвопоэтически: с точки зрения лингвостилистической, автор прибегает к тропам и фигурам речи. С лингвопоэтической точки зрения, эти коннотативные авторские сочетания подчинены основному замыслу художественного произведения – показать абсурдность того, что происходит (или может происходить) в мире бизнеса.

В **Заключении** кратко формулируются основные выводы, обобщаются результаты исследования и намечаются перспективы дальнейшей работы. Методологические положения, содержащиеся в Главах 1 и 2, позволяют продолжить изучение как общеупотребительной бизнес-терминологии, так и отраслевых терминологий. Примененная в Главах 3 и 4 методика описания аутентичного англоязычного дискурса может быть использована для выявления особенностей реального бытования и закономерностей функционирования общеупотребительной бизнес-терминологии как в других разновидностях отраслевого дискурса, так и в многообразии произведений жанра **business fiction**.

Приложения 1 – 5 содержат полные тексты использованных в диссертации образцов отраслевого дискурса информативной направленности.

Основные результаты диссертационного исследования получили освещение в следующих публикациях автора:

1. **Общепотребительная бизнес-терминология современного английского языка в синхронии: списки и словари // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена: Общественные и гуманитарные науки: Научный журнал. – СПб., 2008. – № 12 (85). – С. 192 – 200. (0,7 п.л.)**
2. **Общепотребительная бизнес-терминология в методологическом освещении // Филологические науки. – М., 2010. – №1. – С. 87 – 97. (в соавторстве с Т.Б. Назаровой) (0,25 п.л. из 0,5 п.л.)**
3. **Общепотребительная бизнес-терминология в корпусных учебных одноязычных толковых словарях // Иностранные языки в современном мире: Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. Науч. ред. Г.А. Багаутдинова. – Казань: Центр инновационных технологий, 2009. – С. 36 – 40. (0,4 п.л.)**
4. **Общепотребительная терминология английского языка делового общения: когнитивный подход // Категоризация и концептуализация в языках для специальных целей и профессиональном дискурсе. Сборник научных трудов. Под ред. Л.А. Манерко. – М.: Рязань, 2009. – С. 208 – 226. (в соавторстве с Т.Б. Назаровой) (0,7 п.л. из 1,5 п.л.)**