

Елена Нальбиевна СхаляхоАдыгейский государственный университет, кандидат филологических наук,
доцент кафедры английской филологии, Майкоп, Россия
e-mail: shn01@yandex.ru**Фреймовое моделирование терминологии сферы делового общения
(на материале английского языка)**

Аннотация. В статье предпринимается попытка построения фреймовой модели терминологии сферы делового общения на материале английского языка. Актуальность выбранной тематики обусловлена динамичным развитием терминологии сферы делового общения и непрерывным пополнением ее состава. Учитывая когнитивную природу термина, релевантным представляется обращение к теории фрейма, которая предполагает создание схематизированной модели терминологии, отражающей концептуальную структуру исследуемой сферы. Автором предложена модель фрейма «Business Sphere / Сфера делового общения», в рамках которой было выделено 5 узловых слотов и 16 иерархически выстроенных субслотов, обладающих семантической связанностью. Метод фреймового анализа позволил упорядочить и структурировать терминологию сферы делового общения, заложив в основу систематизацию терминов на логико-понятийном уровне и позволив представить стройную, иерархичную модель.

Ключевые слова: фрейм, фреймовое моделирование, терминология, термин, когнитивное терминоведение, деловая сфера, деловой английский.

Elena N. SkhalyakhoAdyghe State University, Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor of the Department of English Philology, Maykop, Russia
e-mail: shn01@yandex.ru**Frame Modeling of Business Terminology (Based on the English Language)**

Abstract. The article attempts to construct a frame model of terminology in business communication based on English language material. The relevance of the chosen problem is due to the dynamic development of terminology in business communication and its continuous expansion. Taking into account the cognitive nature of the term, it seems relevant to turn to the frame theory, which involves the creation of a schematised model of terminology reflecting the conceptual structure of the sphere under study. The author proposes a frame model "Business Sphere / Сфера делового общения", within which 5 nodal slots and 16 hierarchically arranged subslots with semantic coherence were identified. The frame analysis method allowed to organise and structure the terminology of the sphere of business communication, laying the foundation for the systematisation of terms at the logical-conceptual level and allowing to present a coherent, hierarchical model.

Keywords: frame, frame modeling, terminology, term, cognitive terminology studies, business sphere, business English.

Введение (Introduction)

Сфера делового общения имеет ряд языковых особенностей, что привлекает внимание ученых-лингвистов. Так, И. А. Дьяченко описывает языковые — лексические, морфологические и синтаксические — особенности, которые отличают сферу делового общения [1]. Лингвистическим аспектам данной сферы посвящены также работы Е. В. Петрушовой [2], Т. Б. Назаровой [3], Е. Н. Нечиной [4], С. Золоты (S. Zolota) [5] и др., что свидетельствует об интересе к данной области и подтверждает актуальность выбранной тематики.

Успешную коммуникацию обеспечивают знание, правильное употребление и понимание терминологии деловой

сферы. Так как данная сфера динамично развивается и количество специальных единиц непрерывно возрастает [3, с. 273], следовательно, терминология нуждается в упорядочении и систематизации. Удобным способом упорядочения терминологии является создание фреймовой модели, которая и представлена в настоящем исследовании.

Методы (Methods)

В работе были использованы методы семантического анализа, фреймового анализа, а также описательный метод. Выборка материала производилась из англоязычных словарей и специализированных пособий [6; 7].

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

На современном этапе в рамках антропоцентрической парадигмы особенно актуальным становится когнитивный подход к изучению термина. Термин рассматривается как материальный результат профессионального мышления, при котором фрагмент научного знания и опыта специалиста обретает форму. Процесс создания термина, а также процессы концептуализации, категоризации как способы структурирования знания занимают важное место в исследованиях в русле когнитивного терминоведения.

Нельзя не согласиться с В. М. Лейчиком, который выделяет когнитивное терминоведение как отдельный, новейший этап в развитии терминоведения [8]. Ученый справедливо полагает, что термин — это «динамическое явление, которое рождается, формулируется, углубляется в процессе познания (когниции), перехода от концепта — мыслительной категории — к вербализованному концепту, связанному с той или иной теорией, концепцией, осмысливающей ту или иную область знания и (или) деятельности» [8, с. 21].

Одним из способов представить терминологическую систему в виде упорядоченной, структурированной модели является метод фреймового анализа. Данный метод описывается и используется в исследованиях В. С. Чигановой [9], Т. В. Филатьевой [10], М. А. Самковой [11]; вносят вклад в описание и С. Лобнер (S. Löbner) [12], П. Фабер (P. Faber), Ц. Линарес (C. Linares), М. Экспозито (M. Expósito) [13] и др.

Фреймовый анализ предполагает систематизацию терминологии по понятийно-семантическим признакам. По определению М. Минского, «фрейм является структурой данных для представления стереотипной ситуации» [14, с. 7]. Анализируя фреймовую семантику как метод исследования, Н. Н. Болдырев замечает, что «она позволяет моделировать принципы структурирования и отражения некоторых фрагментов человеческого опыта, знаний в значениях языковых единиц, способы активации общих знаний, обеспечивающих понимание в процессе языковой коммуникации» [15, с. 376]. В. Ф. Новодранова, в свою очередь, полагает, что «фрейм терминосистемы обеспечивает упорядочивание терминологии, зафиксированной в составляющих его субфреймах, каждый из которых является всё более детализированным представлением базового концепта соответствующего фрагмента концептуальной системы» [16, с. 83].

Резюмируя мнения ученых, полагаем, что фреймовая модель позволяет схематично представить фрагмент знания человека об окружающей действительности — «перенести» его из мыслительного пространства в материальное.

Изучив терминологию деловой сферы, мы сделали вывод о ее интегративности, так как в ее состав входит не только лексика узкоспециального, общепрофессионального и общеупотребительного характера, но и значительная часть экономической, юридической, информационно-

технической лексики, терминов сферы HR-менеджмента и других научных и профессиональных областей. Эти данные нашли свое отражение в построении фрейма.

С целью создания фрейма нами была произведена стратификация терминологии с выделением тематических полей. В основу модели легла систематизация терминов на лексико-семантическом уровне, а также установление иерархически обусловленных связей между сгруппированными единицами. В соответствии с понятийно-категориальным аппаратом исследуемой сферы, в рамках фрейма «Business Sphere / Деловая сфера» было выделено 5 узловых слотов и 16 иерархически выстроенных субслотов. Фреймовая модель англоязычной терминологии сферы делового общения представлена на рисунке.

Как видно из модели, в узлах фрейма расположились слоты «In the Workplace / На рабочем месте», «Finance / Финансы», «Business and Economy / Экономика и бизнес», «Business and Law / Бизнес и право», «Business Communication / Деловая коммуникация», которые являются системообразующими и взаимосвязанными на логико-понятийном уровне. Большинство узловых слотов имеют субслоты как минимум одного уровня, а некоторые имеют довольно разветвленную структуру, что обусловлено семантическим наполнением. Дадим характеристику слотам и субслотам.

1. Первый узловый слот «In the Workplace / На рабочем месте» содержит основной субслот «People and Organizations / Люди и организации» и имеет разветвленный характер, разделяясь, соответственно, на субслоты «People / Люди» и «Types of Organizations / Виды организаций». К первому относятся наименования статусно-ролевого характера, в том числе должностей, профессий и т. п.



Фреймовая модель англоязычной терминологии сферы делового общения

Приведем примеры: *compliance officer* (специалист по соблюдению требований), *computer analyst* (компьютерный аналитик), *bookkeeper* (бухгалтер), *account executive* (делопроизводитель) и др.

В субслот «Types of Organizations / Виды организаций» включены различные виды компаний, в том числе формы организации деятельности, например *Public Limited Company (PLC)* — открытая компания с ограниченной ответственностью; *Limited Liability Company (LLC)* — компания с ограниченной ответственностью и др.

В следующий субслот «HR-management / Управление персоналом» входит «Management / Управление», который содержит лексику, употребляемую в сфере трудовых отношений между работодателем и работником и затрагивающую такие аспекты, как поиск работы, подбор персонала, вопросы отдела кадров и т. п. Например, *aptitude test* (тест на профпригодность), *job tenure* (срок пребывания в должности), *labor contract* (трудовой договор), *vacancy* (вакансия), *one-on-one interview* (собеседование один на один), *hand in one's notice* (подать заявление об уходе с работы) и др.

Субслот «Interaction / Взаимодействие» включает единицы, номинирующие взаимодействие и разного рода взаимоотношения с коллегами, начальством, другими организациями и т. п. Например, *rapprochement* (взаимопонимание в коллективе), *labour dispute* (трудовой конфликт), *industrial action* (забастовка) и др.

На этом же уровне находится субслот «Personal Traits and Professional Skills / Личные качества и профессиональные навыки», который содержит лексику, номинирующую абстрактные понятия (например, *leadership* — лидерство), черты характера (например, *committed* — преданный своему делу, *proactive* — инициативный), единицы, обозначающие профессиональные навыки (например, *computer literate* — обладающий компьютерной грамотностью, *numerate* — хорошо владеющий математикой), единицы, называющие человека, обладающего определенными качествами или навыками (например, *team-player* — командный игрок).

Слоту «Types of Work / Виды работы» принадлежат различные схемы, согласно которым осуществляется рабочая деятельность. Например, *to work from home* (работать из дома), *to work full-time* (работать полный рабочий день), *to work part-time* (работать неполный рабочий день), *to work in shifts* (работать посменно), *freelance* (фриланс) и др.

Субслот «IT-Support / ИТ-поддержка» включает термины, связанные с технической поддержкой на уровне программного обеспечения и компьютерного оборудования. Например, *open-source* (с открытым исходным кодом), *bandwidth* (пропускная способность компьютерной сети), *chat* (чат), *run-time* (время выполнения) и др.

2. Следующий узловой слот «Business and Economy / Экономика и бизнес» содержит субслот «Industries / Отрасли промышленности». Например, *catering* (общественное питание), *aerospace* (аэрокосмическая промышленность), *construction* (строительство), *pharmaceuticals* (фармацевтика) и др.

На том же уровне выделен субслот «Manufacturing and Services / Производство и услуги», куда включена лексика, относящаяся к материалам и их поставке, производству

и хранению продукции, а также ее видам. Например, *biodegradable* (биоразлагаемый), *procurement discretion* (свобода выбора поставщика), *total productive maintenance (TPM)* (всеобщая эксплуатационная система) и др. Также сюда входит лексика, относящаяся к выполнению заказов: *back order* (отложенный заказ), *buffer stock* (резервный запас), *lead time* (время производственного цикла) и др.

Логично выделить на том же уровне субслот «Transportation / Перевозка», куда входят термины, связанные с перевозкой продукции, доставкой заказов и т. п. Например, *net tonnage* (чистая вместимость), *non-delivery* (недоставка товара), *demurrage* (простой судна), *airfreight* (авиаперевозки) и др.

Последний в данной категории субслот «Marketing / Торговля» включает единицы, описывающие сферу торговли и сбыта, в том числе место организаций на рынке и торгово-экономические отношения между ними. Например, *purchasing* (приобретение, закупка), *hypercompetition* (гиперконкуренция), *image advertising* (имиджевая реклама) и др.

3. Следующий слот «Finance / Финансы» является узловым и связан с денежными вопросами как в сфере торгово-рыночных отношений, так и трудовых, например в парах «организация — организация», «организация — сотрудник», «организация — клиент (покупатель)» и т. п. Приведем примеры: *incapacity benefit* (пособие по нетрудоспособности), *hush money* (плата за молчание), *inflow* (приток) и др. Данный слот не имеет субслотов.

4. Слот «Business Communication / Деловая коммуникация» имеет разветвленное строение и делится на субслоты «Meetings / Совещания», «Telephoning / Телефонный разговор» и «Business Trip Communication / Общение в командировке». Опишем указанные субслоты и приведем примеры.

Субслот «Meetings / Совещания» содержит лексику, необходимую на различного рода встречах как внутри компании, так и с представителями других организаций. Например, *keynote* (основной доклад), *keynoter* (основной докладчик), *plenary meeting* (пленарное заседание). В данном субслоте можно отдельно выделить семантическую группу «Presentations / Презентации», которая номинирует субъекты, объекты и ситуации, связанные непосредственно с докладами и презентациями. Например, *communicator* (коммуникатор — специалист, способный в доходчивой форме излагать идеи), *line graph* (линейный график), *diagram* (диаграмма), *overhead projector* (проектор), *recap* (подведение итогов) и др.

Субслот «Telephoning / Телефонный разговор» содержит небольшой, но важный набор лексики на тему совершения телефонных звонков, как, например, *answering service* (служба приема звонков), *area code* (код города), *conference call* (конференц-связь), *engaged line* (занятая линия).

Субслот «Business Trip Communication / Общение в командировке» включает лексику, необходимую в деловых поездках. Например, *frequent flyer* (постоянный пассажир), *APEX (Advance Purchase Excursion)* (система дешевых билетов на поезд или самолет, предполагающая покупку билета за определенное количество дней до поездки), *amenities (pl.)*

(удобства в отеле), *reservation* (бронирование), *shuttle* (шаттл), *wake-upcall* (услуга в отелях, согласно которой гостю позвонят и разбудят его в необходимое время) и др.

5. Узловой слот «Business and Law / Бизнес и право» включает юридические аспекты и содержит в основном юридическую лексику, необходимую для заключения договоров, решения споров и т. п. Например, *abrogation* (аннулирование, отмена), *act of bankruptcy* (действие, дающее основания для возбуждения дела о банкротстве), *confiscate* (конфисковать), *conditions* (условия договора), *general partner* (генеральный партнер) и др.

Итак, фрейм терминологии «Business Sphere / Сфера делового общения» представляет собой сложно организованную, семантически связанную иерархичную модель, которая включает специальную лексику интегративного характера, в том числе терминологические единицы смежных областей.

Заключение (Conclusion)

На современном этапе лингвисты всё чаще фокусируют свое внимание на языковой составляющей деловой сферы, а именно на ее терминологии, которая динамично развивается. В статье мы попытались упорядочить и структурировать англоязычную терминологию сферы делового общения, а также представить ее в виде системной фрейм-

модели. В качестве основных слотов мы выделили следующие: «In the Workplace / На рабочем месте», «Business and Economy / Экономика и бизнес», «Finance / Финансы», «Business Communication / Деловая коммуникация», «Business and Law / Бизнес и право». В числе субслотов 1, 2 и 3-го уровней оказались «People and Organizations / Люди и организации», «Types of Organizations / Виды организаций», «People / Люди», «HR-management / Управление персоналом», «Management / Управление», «Interaction / Взаимодействие», «Personal Traits and Professional Skills / Личные качества и профессиональные навыки», «Types of Work / Виды работы», «IT-Support / ИТ-поддержка», «Industries / Отрасли промышленности», «Manufacturing and Services / Производство и услуги», «Transportation / Перевозка», «Marketing / Торговля», «Meetings / Совещания», «Telephoning / Телефонный разговор», «Business Trip Communication / Общение в командировке».

Фреймовое моделирование, которое становится особенно актуальным ввиду обращения ученых к когнитивной природе термина, является удобным способом наглядного представления терминологии. Результаты исследования вносят вклад в общее и когнитивное терминоведение, а также могут быть использованы при составлении идеографических словарей.

1. Дьяченко И. А. Языковые особенности деловой коммуникации в англоязычной культуре // Гуманитарный научный вестник. 2021. № 1. С. 88–94. DOI: 10.5281/zenodo.4495039
2. Петрушова Е. В. Фразеологическая терминология в английском деловом дискурсе // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 9 (45). С. 1–5. DOI: 10.18454/RULB.2023.45.5
3. Назарова Т. Б. Динамические процессы в словарном составе английского языка делового общения // Ученые записки Орл. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 1 (57). С. 271–275.
4. Нечина Е. Н. Языковые аспекты успешной деловой коммуникации на английском языке // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 2 (99). С. 454–456. DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-454-456
5. Zolota S. Business English — An Overview of Studies // Journal of Education and Humanities. 2019. Vol. 2 (1). P. 64–72. DOI: 10.14706/jeh2019215
6. Oxford Business English Dictionary: for Learners of English / ed. by D. Parkinson ; assisted by J. Noble. Oxford ; New York : Oxford University Press, 2005. 616 p.
7. Mascull B. Business Vocabulary in Use: Intermediate. Cambridge : Oxford University Press, 2017. 176 p.
8. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
9. Чиганаева В. С. Фреймовое моделирование терминологии трансплантологии (на материале русского и английского языков) // Вестн. Башк. ун-та. 2022. № 1 (27). С. 191–196. DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2022.1.34
10. Филатьева Т. В. Семантический фрейм как элемент смыслообразования // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2023. № 2 (23). С. 169–174. DOI: 10.18500/1819-7671-2023-23-2-169-174
11. Самкова М. А. Тематические фреймы в конструировании образа города зарубежными СМИ // Коммуникативные исследования. 2023. № 2 (10). С. 350–364. DOI: 10.24147/2413-6182.2023.10(2).350-364
12. Löbner S. Frames at the Interface of Language and Cognition // Annual Review of Linguistics. 2021. Vol. 1, no. 7. P. 261–284. DOI: 10.1146/annurev-linguistics-042920-030620
13. Faber P., Linares C., Expósito M. Framing Terminology: A Process-Oriented Approach // Meta: Journal des traducteurs. 2005. Vol. 50, no. 6. P. 1–10. DOI: 10.7202/019916ar
14. Минский М. Фреймы для представления знаний. М. : Энергия, 1979. 152 с.
15. Болдырев Н. Н. Язык и система знаний. Когнитивная теория языка. М. : ЯСК, 2018. 480 с.
16. Новодранова В. Ф. Когнитивное терминоведение // Общее терминоведение : энцикл. слов. / под ред. В. А. Татарина. М. : Московский Лицей, 2006. С. 82–84.