

2. Бріцина Л., Довженок Г. Українські епічні прозові наративи. <http://ukrainaforever.narod.ru/ukrproza.html>

3. Колесник О.С. Мовні засоби відображення міфологічної картини світу: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі давньоанглійського епосу та сучасних британських художніх творів жанру фентезі). Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / О.С. Колесник; Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2003. – 20 с.

4. Колесник О. С. Особливості дискурсивних стратегій і тактик у модальному аспекті альтернативного міфологічного фентезі-світу. // Науковий вісник ЧНУ: зб. наук. праць. Вип. 231: Германська філологія. – Чернівці: Рута, 2004. – С. 47-57.

5. Левицький В.В. Основи германістики. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2006. – 528 с.

6. Палаева И.В. Гендерная концептосфера в картине мира среднеанглийского периода. Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 / И.В. Палаева, Дальневосточный гос. ун-т. – Владивосток, 2005. – 16 с.

7. Терещенко Л.Я. Концепт LIAR в англійській мовній картині світу. // Наукові записки. Серія “Філологічна”. (Збірник наукових праць). – Острог: Видавництво Національного університету “Острозька академія”. – Вип. 9. – 2008. – С. 305-312.

8. Beowulf. Critical Online Version. – [www.heorot.dk](http://www.heorot.dk)

9. Tolkien J.R.R. The Lord of the Rings Trilogy. – 640p. – [www.lord-of-world.narod.ru](http://www.lord-of-world.narod.ru)

УДК 811.11 '373.46'42

**І. В. Сапожник,**

*Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича,  
м. Чернівці*

## **ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ТЕРМІНІВ В АВТОРСЬКОМУ ДИСКУРСІ**

*У статті досліджуються основні особливості комерційної терміносистеми та надається кореляційний аналіз для виявлення частотності вживання та функціонування комерційних термінів в авторському дискурсі.*

*The present article reveals basic peculiarities of the notion of commercial terminological system and gives a correlation analysis to reveal the selected commercial terms usage and functioning frequency in author's discourse.*

Дослідження поняття терміносистеми та терміна продовжують залишатись однією з актуальних проблем мовознавства, незважаю-

чи на численні дослідження, присвячені вивченню цього питання. Актуальність роботи полягає в необхідності дослідити вживання комерційної термінології в авторському дискурсі, що зумовлює мету дослідження – вивчення функціонування та значущості вживання комерційної термінології у романах Т. Драйзера *"The Financier"* та Дж. Грішама *"The Firm"*.

За останні роки в роботах, присвячених вивченню термінології спеціальних галузей знань, немає загальноновизнаних поглядів щодо визначення терміносистеми.

У творенні терміносистем важливу роль відіграють дві групи факторів:

1) екстралінгвістичні, які зумовлюють необхідність номінувати поняття галузі знань і сфер діяльності, а також потреба деталізувати (у певних випадках навіть ускладнити) поняття фундаментальних галузей науки, перенесених у прикладну терміносистему;

2) лінгвістичні, пов'язані з різноманіттям поняттєвих відносин, які передаються термінами, а також із можливістю поєднання в таких багатослівних термінах різних у поняттєвому відношенні компонентів [3, с. 67]. При цьому такі дослідники, як З.Р. Хабірова, І.Є. Шиманська, Л.А. Ліпіліна стверджують, що в англійській мові поповнення терміносистем більшою мірою залежить переважно від екстралінгвістичних факторів.

У зв'язку з цим цілком закономірним є збільшення за останні десятиріччя кількості досліджень, присвячених вивченню шляхів і принципів формування терміносистем. Тим більше, що для цього були і в цілому зберігаються такі важливі об'єктивні передумови, як: 1) незначна теоретична і практична розробленість проблеми формування нових терміносистем; 2) утворення галузевих терміносистем на межі декількох галузей знань і сфер діяльності; 3) поява значної кількості нових термінів за одночасного "відмирання" частини колишньої термінології [3, с. 21].

Аналізуючи комерційну терміносистему, необхідно брати до уваги, що терміноодиниці, залучені із суміжних дисциплін, частково підлягають у новому для себе середовищі суттєвим трансформаціям, найголовнішими з яких є звуження, тобто спеціалізація, розширення оцінювальних конотацій і навіть повне семантичне перетворення із збереженням звукової та графічної форм.

Цей аспект формування терміносистем набуває особливого значення при вивченні питання про джерела їх поповнення, тим більше що на це питання не існує єдиного погляду. Одні дослідники, наприклад Є. Н. Толікіна, вважають, що терміни створюються в межах самих терміносистем, інші, наприклад С. В. Гриньов, виходять із того, що будь-яка терміносистема водночас із розвитком конкретної галузі знань розширюється та збагачується новими термінами за ра-

хунок запозичення з галузей-донорів [3, с. 23].

Структура різних спеціалізованих терміносистем, окрім певних особливостей, характеризується й деякими спільними рисами. Зокрема, в їх межах доцільно розрізняти загальнонаукові терміни, які номінують основні поняття, спільні для всієї наукової сфери (наприклад, *contract*, *compromise*, *barter*), і терміни, які одночасно використовуються в декількох областях знань або сферах діяльності (наприклад, термін *accumulation* широко застосовується в таких галузях знань, як фізика, геологія, біологія, медицина, економіка, політика та ін.). Окрім цих двох груп термінів до спеціалізованих терміносистем неодмінно належать абсолютні терміни, які саме і є відмінною рисою кожної терміносистеми – корпусом спеціальних термінів, які номінують специфічні для кожної конкретної галузі знання реалії, поняття, категорії.

Не менш суттєвою особливістю галузевих терміносистем, що формуються, є й певний алгоритм відбору мовних засобів. Як підкреслює В.В. Лейчик, не підлягає сумніву, що вивчення наявних у терміносистемі номінативних одиниць дає змогу відкрити не тільки нові системні закономірності їх створення і використання, але й вивчити механізми формування терміносистем [5, с. 81], оскільки, створюючи нові поняття, продуцент певної галузі знань змушений мислити в межах наявних термінів, а тому вибір нових номінативних засобів зумовлений специфікою цієї галузі – терміносистеми, що складається для її обслуговування.

Іншими словами, той факт, що не існує жодної терміносистеми, в яку б не увійшли як терміни, так і слова загальнолітературної лексики, підкреслює принципово важливу закономірність: будь-яка галузева терміносистема і виникає, і розвивається на ґрунті тієї мови, носій якої намагається вербалізувати нові об’єкти і процеси реального світу, виходячи з попереднього досвіду і термінології, що вже існує.

Отже, сформовані в літературі уявлення про поняття “терміносистема” та принципи її організації, в нашому дослідженні ми будемо дотримуватися такої дефініції: терміносистема – це сукупність термінів, яка забезпечує номінацію пов’язаних між собою логічними, семантичними та іншими відношеннями основних понять певної галузі знань і сфери діяльності. Таке трактування поняття “терміносистема”, на нашу думку, не тільки відображає низку найбільш суттєвих характеристик сукупності спеціалізованих термінів, але й вказує на деякі шляхи її формування, що є особливо важливим для аналізу галузевих терміносистем, до складу яких основна частина терміноелементів залучається при спілкуванні людей, що не мають у розпорядженні готових мовних засобів для позначення раніше невідомих, а тому й неномінованих об’єктів і процесів.

Значний інтерес, зважаючи на спрямованість нашого досліджен-

ня, представляє питання функціонування та частоти вживання, зв'язок та залежність вживання комерційних термінів у авторському дискурсі за допомогою кореляційного аналізу. За словами В.В. Левицького, лінійна кореляція між ознаками передбачає, що при зростанні значень однієї ознаки (наприклад, числа значень слова) зростають чи зменшуються значення другої ознаки (частота зустрітваності слова в тексті). Якщо зростання значень однієї ознаки супроводжуються зростанням значень іншої, то отримаємо позитивну кореляцію; якщо зв'язок між значеннями ознак характеризується зворотнім відношенням, то отримаємо негативну кореляцію [4, с. 80]. Величина коефіцієнта кореляції коливається від -1 до 1. Якщо між досліджуваними ознаками немає статистичної залежності, величина коефіцієнта кореляції наблизатиметься до 0. Якщо між ознаками спостерігається сильна залежність, величина коефіцієнта кореляції наблизатиметься до 1. Отже, величина коефіцієнта кореляції вказує на ступінь зв'язку між явищами, а його знак – на характер цього зв'язку.

Існує декілька формул для знаходження коефіцієнта кореляції. Найбільш розповсюдженою є така:

$$r = \frac{\sum (x_1 - \bar{x})(y_1 - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_1 - \bar{x})^2 \sum (y_1 - \bar{y})^2}}$$

де  $r$  – коефіцієнт лінійної кореляції;

$\sum$  – сума отриманих величин;

$x_1$  – значення першої ознаки;

$y_2$  – значення другої ознаки;

$\bar{x}$  – середня теоретична величина значень першої ознаки;

$\bar{y}$  – середня величина значень другої ознаки.

Проілюструємо знаходження коефіцієнта  $r$  на прикладі дослідження терміна *commerce* та його основних синонімів *trade*, *business*, *market*, *export*, *import*, *buy(ing)*, *sell(ing)*, *exchange*, *retail*, *wholesale* у романах Т. Драйзера "The Financier" та Дж. Грішам "The Firm".

Таблиця 1  
Частота зустрітваності комерційних термінів  
у романах двох авторів

Термін	The Financier (A1) $x_1$	The Firm (A2) $y_1$	Разом
Commerce	3	1	4
Trade	36	3	39
Business	185	64	249
Market	78	2	80

Export	0	0	0
Import	2	3	5
Buy(ing)	115	40	155
Sell(ing)	119	15	134
Exchange	53	10	63
Retail	3	0	3
Wholesale	7	0	7
Разом	601	138	739

Для автора А1 середня величина  $x = 601:11 = 54.6$ , для автора А2  $y = 138:11 = 12.54$ .

Таблиця 2  
Знаходження коефіцієнта кореляції

Термін	The Financier x1	The Firm y1	x1-x	y1-y	(x1-x) (y1-y)	(x1-x) <sup>2</sup>	(y1-y) <sup>2</sup>
Commerce	3	1	-52	-12	624	2704	144
Trade	36	3	-19	-10	190	361	100
Business	185	64	130	51	6630	16900	2601
Market	78	2	23	-11	-253	529	121
Export	0	0	-55	-13	715	3025	169
Import	2	3	-53	-10	530	2809	100
Buy(ing)	115	40	60	27	1620	3600	729
Sell(ing)	119	15	64	2	128	4096	4
Exchange	53	10	-2	-3	6	4	9
Retail	3	0	-52	-13	676	2704	169
Wholesale	7	0	-48	-13	624	2304	169
Разом	601	138	-4	-5	11490	39036	4315

Визначимо коефіцієнт кореляції:

$$r = 11490/\sqrt{39036 \times 4325} = 0,885.$$

Отже, дані таблиці дають змогу зробити висновок про те, що між вживанням досліджуваних термінів у проаналізованих романах письменників А1 та А2 існує позитивна кореляція між тематикою двох текстів, тому що величина коефіцієнта наближається до 1. Романи об'єднані одним семантичним полем, єдиною терміносистемою, яка складається з загальних та спеціалізованих значень термінів.