

КОЛЕСНИКОВА Ксения Александровна, аспирант кафедры английского языка, ассистент кафедры делового иностранного языка Белгородского государственного университета

СТИЛИСТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРЕДИТНО-ФИНАНСОВЫХ ТЕРМИНОВ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

В статье К.А. Колесниковой «Стилистическое использование кредитно-финансовых терминов в публицистическом тексте» поднимается вопрос о необходимости исследования кредитно-финансовых терминов как одного из компонентов системы стилистических средств, используемых в публицистическом тексте. Основные свойства и функции кредитно-финансовых терминов рассматриваются в рамках терминосистемы (в научном тексте) и в публицистическом тексте.

Термины, терминосистема, публицистическая литература, деспециализация термина, оценочность

Многие ученые отмечают такое явление как интеллектуализацию общества, проявляющуюся в терминологизации языка. «...Все большее число терминов проникает в общеупотребительный язык, а терминологические проблемы оказывают все большее влияние на язык в целом...»¹.

Анализу основных свойств и характеристик термина в отечественном языкознании посвящен целый ряд работ. Требования, предъявляемые к термину А.А. Реформатским (однозначность, специализированность и ограниченность значения, отсутствие синонимов, контекстуальная независимость, международность), фактически противопоставляют термины общеупотребительной лексике по семантической и грамматической структуре.

Долгое время терминология исследовалась в отрыве от какого-либо конкретного словесного окружения, ситуации речи, жанра высказывания, от любого текста: «Термин

не нуждается в контексте, как обычное слово... он член определенной терминологии, что выступает вместо контекста...»².

Вместе с тем, данный подход связан с некоторыми трудностями определения границ терминологического поля, усугубляющими многозначность терминов, поскольку даже в системе подязыка достаточно узкой научной области актуализация того или иного значения термина может определяться характером конкретного жанра текста.

Тот факт, что «граница между терминологической и общеупотребительной лексикой нестабильна»³, позволяет рассматривать термины как лексические единицы, свободно функционирующие в языке.

Рассматривая характерные особенности термина, А.Д. Хаютин проводит разграничение между единицами терминологии «внутри и вне их (собственной) терминологической системы», а также между «материалами терминологическими», под которыми пони-

маются литература научная, техническая и общественно–политическая и «материалами нетерминологическими», под которыми понимается художественная литература и публицистическая⁴. Исходя из этого, возможно не только рассмотрение термина в составе терминологической системы, но также его исследование вне терминосистемы, когда термин выполняет особую стилистическую функцию, например в публицистической литературе. При таком употреблении термины нередко меняют характер и содержание тех связей, которые они имеют в составе терминосистемы.

Выявление связей термина не только с терминологической системой, но и со всей совокупностью других языковых систем, позволяет дать наиболее полное и объективное представление о его сущности.

Назначение терминов в других стилях речи отличается от того, которое они имеют в научной литературе. В стиле научной прозы термины употребляются для обозначения понятия, возникшего в результате исследований. «Терминология в общетеоретическом плане может рассматриваться как завершающий этап научного исследования»⁵.

Вместе с тем, термин может выступать в роли средства научного познания. Как отмечает С.В. Гринев: «...важнейшей из подгрупп гносеологических функций термина является подгруппа функций открытия нового знания – эвристических функций...»⁶. Данная функция может быть полностью реализована только при употреблении термина в составе определенной терминосистемы, а значит при употреблении термина в научной литературе.

Употребление терминов в других стилях речи, помимо научного, связано с конкретными задачами высказывания. Публицистический стиль представляет собой систему

языковых средств, направленных на выполнение функции убеждения. Согласно проф. И.Р. Гальперину для публицистического стиля характерно субъективно-оценочное отношение к содержанию высказывания. «Именно в этом стиле отношение автора к предмету мысли выявляется особенно четко и ясно, что вытекает из самой функции публицистического стиля – оказывать воздействие на читателя...»⁷. В то время как основной задачей научного стиля, по его мнению, является обобщение фактов действительности.

«Стилистическое использование иноязычной терминологической лексики в газетно–журнальной публицистике приобретает характер одного из существенных признаков данного стиля»⁸.

Главным условием создания стилистического эффекта при использовании терминов в публицистических текстах – четкое выявление терминологического значения. Исследователи отмечают, что чем глубже проникновение термина в общезыковое употребление т. е. чем выше степень деспециализации, тем ниже стилистический эффект при его употреблении в публицистике⁹. Другими словами, предпосылкой для стилистического использования термина является его соотнесенность с определенным терминологическим полем. В том, случае если термин выходит за пределы терминологического поля, он утрачивает свои основные терминологические свойства, такие как: систематичность, отсутствие экспрессивности и эмоциональной выразительности.

Поскольку главной задачей публицистики является воздействие на читателя, она нуждается в экспрессивных средствах. В то же время публицистическая экспрессия имеет социально– оценочный характер, поскольку она направлена на читателя с целью оказания на него определенного влияния.



Метафоры в публицистической речи используются не столько для образности, сколько для создания оценочного эффекта, положительного или отрицательного (осуждения, одобрения, утверждения, иронии и т.д.). Если рассматривать стилистическое употребление базовых терминов кредитно-финансовой сферы в публицистических текстах экономического и общественно-политического характера, то обычно метафоризации подвергаются экономически важные понятия, которые автор пытается особо выделить в тексте, например:

*That Cash Sure Is Burning a Hole in Ballmer's Pocket.*¹⁰

*The region's sovereign bonds are no longer tracking junk bonds up north...*¹¹

*But this may cause currencies to strengthen further, causing difficulties for exporters just when the current — account surplus is narrowing...*¹²

Та же тенденция наблюдается и при употреблении эпитетов:

*When Latin Americans get together with bankers on American soil has usually been to seek succor for their sickly economies.*¹³

*So when the new inflation numbers come out next week, they will indeed be misleading. They will be artificially high.*¹⁴

Проанализируем пример:

*It bought a 1.6% stake last year for \$240 million, which gave the social network that crazy \$15 billion valuation.*¹⁵

Нелогичность связи между «\$15 billion valuation» и прилагательным «crazy» сразу заметна читателю, поскольку данное прилагательное характеризует существительное «valuation» выделяя в нем черты, не свойственные его природе. Valuation — a judgment about how much money something is worth¹⁶. Однако автор намеренно использует данный эпитет в функции оценочного средства, что соотносится с основной чертой, присущей публицистике — оценочностью, для того, чтобы обратить внимание читателя на цифры и тем самым вызвать у читателя определенную реакцию.

Таким образом, исследуя функционирование базовых терминов сферы кредитно-финансовых отношений в терминосистеме и за ее пределами, можно сделать вывод о том, что термин может рассматриваться не только как завершающий этап научного исследования, посредством которого вербализируется научное понятие, но и является одним из компонентов стилистических средств, используемых в публицистическом стиле.

Примечания

¹ Гринева С.В. Введение в терминоведение. — М.: Московский лицей, 1993. С.8.

² Реформатский А.А. Введение в языковедение: Учебник для вузов / А.А. Реформатский; Под ред. В.А. Виноградова. — 5-е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2005. С. 115.

³ Гринева С.В. Введение в терминоведение. — М.: Московский лицей, 1993. С. 29.

⁴ Хаютин А.Д. (1972) Термин, терминология, номенклатура (учебное пособие). — Самарканд, 1972. С. 101.

⁵ Гвишиани Н.Б. Язык научного общения (вопросы методологии): Моногр.-М.: Высш. шк., 1986. С. 7.

⁶ Гринева С.В. Введение в терминоведение. — М.: Московский лицей, 1993. С. 219.

⁷ Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка: Издательство литературы на иностранных языках. Библиотека филолога — М., 1958. С. 401–402.

⁸ Соловьева З. В. Стилистическое использование иноязычной терминологической лексики в газетно-журнальной публицистике (на материале прессы Великобритании и США за 1973–1977 г.): Автореф. Дисс...канд. филол. наук. — М., 1977. С. 3.

⁹ Там же.

¹⁰ *Business Week*, May 07, 2008, *That Cash Sure Is Burning a Hole in Ballmer's Pocket*, Posted by. Rob Hof http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/archives/2008/05/that_cash_sure.html

¹¹ *The Economist*, April 12th-18th 2008, A coming test of virtue. p. 56.

¹² Там же.

¹³ Там же.

¹⁴ *New York Times*, May 7, 2008, *Seeing Inflation Only in the Prices That Go Up*, By *David Leonhardt* http://www.nytimes.com/2008/05/07/business/http://www.nytimes.com/2008/05/07/business/07leonhardt.html?_r=1&scp=1&sq=Seeing%20Inflation%20Only%20in%20the%20Prices%20That%20Go%20Up&st=cse&oref=slogin.

¹⁵ *Business Week*, May 07, 2008, *That Cash Sure Is Burning a Hole in Ballmer's Pocket*, Posted by: Rob Hof http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/archives/2008/05/that_cash_sure.html

¹⁶ *Longman Business English Dictionary*, Personal Education Limited, 2000, 2007.

Рецензент – Прохорова О.Н., доктор филологических наук, профессор Белгородского государственного университета