

Английские и узбекские лексические единицы, относящиеся к предпринимательству: стилистические особенности

Рахмонова Сардора Муминжановна
sardorarakhmonova@gmail.com

Старший преподаватель
Узбекский государственный университет мировых языков

Аннотация. В лингвистике лексическая единица представляет собой сочетание слова или выражения с определённым значением. Она охватывает не только отдельные слова, но и сложные выражения, выполняющие функцию единой смысловой единицы. Каждая лексическая единица связана с уникальным значением лексемы. Лексема – это абстрактная единица лексического значения, которая составляет основу группы слов, связанных между собой посредством флексии. Понимание лексических единиц имеет большое значение в таких областях, как лексикология и лексикография, поскольку они формируют основную часть словарного состава языка. В данной статье рассматриваются стилистические особенности предпринимательской лексики в английском и узбекском языках.

Ключевые слова: банк, капитал, торговля, маркетинг, инвестор, стартап, аудит, гибрид, транслитерация.

Ingliz va o‘zbek tillaridagi tadbirkorlikka oid leksik birliklar: stilistik xususiyatlar

Raxmonova Sardora Muminjonovna
sardorarakhmonova@gmail.com

Katta o‘qituvchi
O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti

Annotatsiya. Linguistikada leksik birlik so‘z yoki iboraning ma‘lum bir ma‘noga ega bo‘lgan kombinatsiyasidir. U nafaqat alohida so‘zlarni, balki yagona ma‘no birlik vazifasini bajaruvchi murakkab ifodalarni ham qamrab oladi. Har bir leksik birlik o‘ziga xos leksik ma‘no bilan bog‘liq. Leksema – bu fleksiya asoslangan holda bir-biri bilan bog‘langan so‘zlar guruhining asosini tashkil etuvchi abstrakt leksik ma‘no birligidir. Leksik birliklarni tushunish leksikologiya va leksikografiya kabi sohalarda katta ahamiyatga ega, chunki ular tilning asosiy lug‘at tarkibini shakllantiradi. Ushbu maqolada ingliz va o‘zbek tillaridagi tadbirkorlik leksikasining stilistik xususiyatlari ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: bank, kapital, savdo, marketing, investor, startup, audit, gibrid, transliteratsiya.

Lexical units related to entrepreneurship in english and uzbek: stylistic features

Rakhmonova Sardora Muminjanovna
sardorarakhmonova@gmail.com

Senior Teacher
Uzbekistan State World Languages University

Annotation. In linguistics, a lexical unit is a combination of a word or phrase with a specific meaning. It encompasses not only individual words but also complex expressions that function as a single semantic unit. Each lexical unit is associated with a unique meaning of a lexeme. A lexeme is an abstract unit of lexical meaning that forms the basis of a group of words related to each other through inflection. Understanding lexical units is of great importance in fields such as lexicology and

lexicography, as they constitute a fundamental part of a language's vocabulary. This article examines the stylistic features of business-related vocabulary in English and Uzbek.

Keywords: bank, capital, trade, marketing, investor, startup, audit, hybrid, transliteration.

Введение. В деловом общении английский язык представляет собой совокупность взаимосвязанных устных и письменных речевых форм, используемых в предпринимательских целях. К ним относятся: коммуникация, техника телефонных переговоров, деловая переписка, рабочие документы и контракты, деловые встречи, презентации, переговоры, бизнес-медиа и другие.

Узбекская экономическая терминология стремится к унификации на основе требований, предъявляемых к терминологиям мировых языков. В частности, активно внедряются международные слова как в сфере научных текстов, так и в средствах массовой информации. Такие понятия, как **банкомат, полис, тендер, лот, обязательство**, прочно закрепились в языке. Эта большая группа заимствованных терминов легла в основу современного узбекского терминологического фонда.

Проникновение терминов в узбекский язык связано с причинно-следственными явлениями, которые проявляются следующим образом:

1. Стремительное развитие экономики и, как следствие, появление новых отраслей;
2. Формирование новых финансово-экономических отношений;
3. Слабая база и недостаточное развитие узбекской терминологии;
4. Необходимость терминологической поддержки сфер, где отсутствует система экономических определений;
5. Различия, своеобразие и удобство в использовании заимствованных терминов.

При этом процесс освоения новой терминологической лексики продолжается. По мере наполнения узбекской терминологии появились группы синонимов, такие как *брокер (брокер), дистрибьютор (дистрибьютор), посредник (посредник), даллол (посредник), ортокаш (посредник)*. Несмотря на наличие общих семантических признаков, указывающих на их синонимичность, эти слова не являются полными синонимами (Шелов, 2003; 22-207). В зависимости от семантических и стилистических особенностей каждое из этих слов выполняет свою специфическую функцию.

Примечательно, что новые термины, входящие в узбекский язык, выполняют дифференцирующую функцию. Так, для обозначения торговых операций существует термин “олиб-сотар” (продавец, спекулянт), который вместе с “*ўртакаш*” и “*даллол*” (посредник) использовался для обозначения посредника в имущественных сделках. Однако слово “даллол” имело негативную коннотацию и служило для оценки деятельности посредника. Исходя из постулата, что термин должен правильно отражать объективное явление или факт, можно отметить различия в семантическом поле терминов “*ўртакаш*” и “даллол”, а также в предложениях, стоящих за этими терминами. Рыночные отношения привнесли в их значения много положительных оттенков. Произошла трансформация отрицательной коннотации в нейтральную или положительную. Однако исторически сложившееся негативное восприятие слова “даллол” до сих пор не устранено. В этом смысле использование иностранных терминов *риэлтор, дилер, дистрибьютор* оказалось более успешным (Гринева-Гринева, Сорокина, Скопюк, 2005; 85).

Исходя из функциональных и семантических особенностей, эти термины могут заменить “даллол” в значении “посредник в купле-продаже недвижимости”, но в значении “посредник в купле-продаже крупного и мелкого скота” их лексическая пригодность недостаточна.

При обогащении экономической терминологии часто применяется метод наблюдения. Наряду с успешными адекватными переводами существуют также новообразованные термины, которые не учитывают национальные особенности языка. В частности, в узбекской терминологической системе некоторые производные, образованные методом калькирования,

не соответствуют принципам адекватного отражения объективной реальности. Например, русское слово “замораживание” в сочетании с другими словами приобретает метафорическое значение, образуя выражение “замораживание активов”, означающее “наложение запрета на использование активов”. В узбекском языке соответствующий термин появляется как “активларни музлатмоқ” (замораживание активов), однако он не вполне соответствует национальной языковой реальности.

В узбекском лексиконе имеется глагол “қотирмоқ”, который может передавать исходное значение более точно. Этот глагол употребляется в сочетании “гўшти қотириб қўймоқ” (засушить мясо) и обозначает процесс сушки мяса. Если в исходном языке составное выражение “замораживание активов” объективно и логически последовательно передает суть соответствующей финансовой операции, то в узбекском языке его эквивалент не полностью отражает этот смысл.

Рассмотрим стилистические особенности предпринимательской лексики английского языка. Она отличается глобальным влиянием, точностью и адаптивностью. Основные стилистические особенности включают в себя:

1. Международные термины и заимствованные слова

Английский язык в сфере предпринимательства включает множество заимствованных слов, преимущественно из латинского, французского и немецкого языков. Например: *finance* (из французского), *bankrupt* (из итальянского), *audit* (из латинского), *entrepreneur* (из французского). Словари, посвящённые предпринимательской сфере, дают чёткие определения этим терминам, раскрывая их этимологию и приводя примеры использования.

2. Аббревиатуры и акронимы

Английский язык в сфере предпринимательства богат различными акронимами и сокращениями. (<https://grade.ua/blog/business-english-ot-a-do-z-poleznaya-leksika/>) Например:

-CEO (*Chief Executive Officer* – главный исполнительный директор)

-ROI (*Return on Investment* – рентабельность инвестиций)

-IPO (*Initial Public Offering* – первичное размещение акций)

-B2B (*Business-to-Business* – бизнес для бизнеса)

Словари представляют эти сокращения в развернутом виде с пояснением их контекста.

3. Влияние официального и объективного тона

Лексика делового английского избегает эмоционально окрашенных выражений и сохраняет формальный тон. Примеры из деловой лексики:

“*The company issued a statement regarding its annual revenue growth*”.
(“Компания сделала заявление о росте годовой выручки”.)

“*Profit margins have increased by 15% this quarter*”.
(“Маржа прибыли увеличилась на 15% в этом квартале”.)

4. Использование метафор и идиоматических выражений

Некоторые предпринимательские термины происходят из метафор и идиоматических выражений (Олимжонов, Малов, Гаралиев, 1996; 234). Например:

“*Golden handshake*” – щедрая компенсация при увольнении

“*Cash cow*” – продукт или бизнес, приносящий стабильную прибыль

“*Cut-throat competition*” – жесткая конкуренция

Словари в сфере бизнеса объясняют такие выражения как в переносном, так и в буквальном значении.

5. Техническая и юридическая терминология

Лексика бизнеса и предпринимательства включает юридические и финансовые термины. Например:

-**Liability** – юридическая ответственность

-**Equity** – доля владения в компании

-**Arbitration** – процесс внесудебного урегулирования споров

Эти термины объясняются в бизнес-правовых словарях с учетом юридического контекста.

Теперь рассмотрим стилистические особенности предпринимательской лексики в узбекском языке. Она сформировалась под влиянием исторических, культурных и лингвистических факторов. Основные особенности включают:

1. Влияние русских и арабских заимствованных слов

Большая часть узбекских бизнес- и предпринимательских терминов пришла из русского (под влиянием советской эпохи) и арабского (торговые связи) языков. Например:

“**Bank**” (банк) – из русского языка

“**Kapital**” (капитал) – из русского языка

“**Savdo**” (савдо) – из арабского языка (в значении «торговля»)

2. Аббревиатуры и акронимы

В узбекской предпринимательской лексике также используются сокращения, но реже, чем в английском языке. Примеры:

-**MTJ** (*Moliya-Tijorat Jamoasi* – Финансово-торговая группа)

-**XK** (*Xususiy Korxon*a – Частное предприятие)

3. Официальный и бюрократический стиль

Узбекский язык делового общения более бюрократизирован по сравнению с английским, а выражения могут быть длиннее. Например:

“**Kompaniya aksiyadorlarning aksiyalarini bozorga chiqardi**”.
(“Компания выпустила акции на рынок”.)

Английский вариант: “**The company issued shares on the market**”.

4. Использование традиционных и культурных выражений

В узбекском языке делового общения широко используются культурные и традиционные выражения. Например:

“**Savdo-sotiq barakali bo'lsin!**” – (*Пусть торговля будет благополучной!*)

“**Tijoratni halollik boshlab beradi**” – (*Честность является основой торговли.*)

Подобные выражения редко встречаются в словарях, но широко используются в устной речи.

5. Гибридные и транслитерированные слова

В результате глобализации английские бизнес-термины переходят в узбекский язык в транслитерированной форме, (Мусаев Г.М., Эрдонаев А.Н., Кудратовы М.Sh (1998, С.529) например:

-**Marketing** → **Marketing** (маркетинг)

-**Investor** → **Investor** (инвестор)

-**Startup** → **Startap** (стартап)

В узбекских бизнес-словарях даются пояснительные определения подобных терминов.

В результате изучения лингвистических аспектов формирования и развития сферы «предпринимательства» можно сделать следующие выводы:

С терминологической точки зрения формирование и развитие термина «предпринимательство» как лексической единицы происходит на основе ряда типологически схожих процессов. Одним из важнейших факторов является отражение и закрепление экстралингвистических явлений окружающей среды посредством языковых фактов. По этой причине каждый исследователь подходил к данному процессу со своей точки зрения (Лейчик, Шеллов, 1990; 80)

В этой области особенно выделяется вклад И.П. Хутиза. Он наиболее точно выразил связь между языком и экономикой, связывая ее со следующими экстралингвистическими параметрами (Хутиз, 2007):

Социальные группы, использующие язык;

Социальная иерархия общества;

Социальный статус, возрастные и гендерные различия членов общества;
Образовательный и культурный уровень носителей языка и его пользователей;
Места проживания и характерные региональные особенности;
Уровень развития общественной инфраструктуры;
Религиозно-культурные факторы;
Речевые привычки и различия в профессиональном общении;
Уровень формирования языковой и профессиональной компетенции.

Заключение. На сегодняшний день проведено множество научных и теоретических исследований, охватывающих различные аспекты делового языка. Среди них можно выделить динамику расширения и переформатирования делового общения на английском языке, диалектику концептуального и лингвистического восприятия мира, особенности лексики делового английского, региональные вариации устной и письменной бизнес-коммуникации, а также семиотические аспекты деловых взаимодействий.

Список использованной литературы:

1. Гринев-Гриневиц, С.В., Сорокина, Е.А., Скопюк, Т.Г. (2005). Основы антропологистики (к лексическим основаниям эволюции мышления человека) (с. 85). Москва: Компания Спутник.
2. Лейчик, В.М., Шеллов, С.Д. (1990). Лингвистические проблемы терминологии I научно-технический перевод (ч. II, вып. 18). Москва.
3. Мойдинова, Э.К. (2018). Методы преподавания фразеологических единиц для обогащения словарного запаса. *NovInfo. Ru*, 1(94), 137-140.
4. Мусаев, Г.М., Эрдонаев, А.Н., Кудратовы, М.Ш. (1998). *Economics-Finance-Banking-Commerce* (Экономика-Финансы-Банк-Коммерция). Англо-узбекский словарь в пяти томах (с. 529). Ташкент.
5. Олимжонов, О.О., Малов, Т.С., Гаралиев, Т.М. (1996). Англо-русско-узбекский эквивалентный словарь современных финансово-банковских терминов и выражений (с. 234). Ташкент.
6. Хутыз, И.П. (2007). Социальная обусловленность языковых реализаций как категория лингвистической прагматики: монография. Краснодар.
7. Шеллов, С.Д. (2003). Термин. Терминология. Терминологические определения (с. 22-207). Санкт-Петербург: Филологический фак-т СПбГУ.
8. <https://grade.ua/blog/business-english-ot-a-do-z-poleznaya-leksika/>