

допускать возможность использования иностранных и неустоявшихся понятий и определений, в том числе отраслевого жаргона, сленга, при переводе научной литературы. Как и в учебной, в ней необходимо применять только устоявшуюся научную русскую терминологию, допуская иностранную лишь при отсутствии русской, что позволит получить читателю менее искаженную в его сознании, близкую к достоверной информацию. Доходит до того, что студенты считают понятия "менеджмент" и "управление" существенно различными и не могут объяснить их близкое сходство. Подводя итоги, можно отметить, что проблемы понятий и терминологии, например, маркетинга выходят за рамки рассмотрения их специалистами сферы бизнеса и требуют привлечения специалистов по лингвокультурологии, рассматривающих термины как неоднородные ментальные образования, включающие ценностную, образную и понятийную составляющие в их динамическом единстве и противоречии. Необходимо сотрудничество со специалистами сферы бизнеса для обеспечения условий эффективной совместной работы по исследованию проблем, связанных с понятийно-терминологическим аппаратом лингвокультурологии, тогда появится возможность более эффективно выявлять наиболее тонкие нюансы отношений, улучшить взаимопонимание при коммуникации различных социумов.

Работа над антонимами при изучении экономической терминологии в инофонной аудитории

Тихонюк В.И., БГЭУ

Опыт показывает, что, работая над текстами по специальности в инофонной аудитории, следует уделять должное внимание выявлению антонимических связей терминологической лексики, что, как мы считаем, способствует раскрытию значения неизвестных для студентов терминов.

Анализируя тексты по специальности, можно согласиться с мнением многих лингвистов о том, что явление антонимии в терминологии представлено едва ли не шире, чем в литературном языке. Поэтому работа над антонимией весьма эффективна для раскрытия значений слов и терминов в экономической терминологии (ЭТ).

Антонимический способ семантизации заключается в указании на знакомые термины с противоположными значениями. Например, во время работы над текстом по экономической теории при объяснении незнакомых слов необходимо обращаться к антонимам, знакомым студентам по предыдущим занятиям: новое для студентов-иностранцев I курса существительное *убытки* объясняется при помощи антонима *прибыль*, уже встречавшегося им во время работы над экономическими текстами на подготовительном факультете. Указанный приём может быть использован как на предшествующих стадиях, так и на

продвинутом этапе обучения, так как формирование умений и навыков ориентироваться в формальных признаках структуры базовых терминов является одной из первостепенных задач на всех этапах обучения русскому языку как средству овладения специальностью.

Антонимическая пара должна быть представлена инофону непременно с указанием возможного (или примерного) окружения, поскольку слова с противоположным значением чаще всего имеют ту же самую сочетаемость (лексическую дистрибуцию), что, с одной стороны, подтверждает правильность определения антонимической парадигмы, а с другой — конкретизирует значимость каждого её члена с точки зрения возможной полисемии или омонимии.

По структуре антонимы традиционно делятся на однокорневые (*расход — приход, доходы — расходы, прибыль — убыток, вальвация — девальвация*) и разнокорневые [*экспорт — импорт, прямой — косвенный (налог), активные — пассивные (операции банка), спрос — предложение*].

В однокорневых антонимах их противоположные значения объясняются, естественно, не противопоставлением корней, а противопоставлением присоединяющихся к ним приставок или приставочного и бесприставочного образований.

Разнокорневые антонимы составляют группу собственно лексических антонимов, у которых противоположные значения являются принадлежностью этих слов в целом.

Проверяя усвоение новой лексики на занятиях со студентами-иностранцами, должное внимание необходимо уделять работе с отдельными антонимами типа *восходящий — нисходящий, повышение — понижение, регресс — прогресс, экспорт — импорт, актив* (часть бухгалтерского баланса) — *пассив* (совокупность долгов предприятия), *позитивный — негативный* (эффект рыночного поведения), *улучшение — ухудшение* (условий торговли), *изъятия — инъекции* (денежные), *реальная — номинальная* (процентная ставка), *максимизация — минимизация* (прибыли, доходов) и т. д.

Работая над этой важной проблемой, следует иметь в виду, что в терминологии антонимия стала средством выражения необходимых и неизбежных явлений науки и все основные лексико-семантические процессы, происходящие в современном языке, хотя часто и в преобразованном виде, затрагивают и терминологическую лексику, и это необходимо учитывать при обучении студентов-экономистов.