

Министерство высшего образования и научного исследования
Оранский университет 2 Мухамед Бен Ахмад,
Факультет иностранных языков,
Отделение русского языка.



Диссертация на соискание учёной степени магистра:

**АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОГО ТЕРМИНА И ПУТИ ЕГО
ПЕРЕВОДА НА МАТЕРИАЛЕ ДОКУМЕНТОВ С РУССКОГО
НА ФРАНЦУЗСКИЙ И АРАБСКИЙ ЯЗЫКИ**

Подготовка:

НАСРИ Радуан
NASRI Redouane

Научный руководитель:

СЕММАШ Ямина
(Доктор филологических наук)
Dr.Y. SEMMACHE

Члены жюри

Пр. Аббад Ахмед
Пр. Генниш Фатиха
Др. Семмаш Ямина

Председатель
Оппонент
Руководитель

Оранский университет 1
Оранский университет 2
Оранский университет 2

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ПЕРВАЯ ГЛАВА: КОММЕРЧЕСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ.....	8-41
1.1. Понятие коммерческой терминологии.....	8
1.2. Формирование коммерческой терминологии.....	16
1.3. Перевод коммерческой терминологии.....	21
Выводы.....	41
ВТОРАЯ ГЛАВА: ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ.....	42-66
2.1. Грамматические особенности коммерческого термина.....	42
2.2. Лексико-семантические особенности коммерческого термина.....	51
2.3 . Особенности словообразования коммерческой терминологии.....	56
2.4. Иноязычное заимствование в коммерческой лексике.....	62
Выводы.....	66
ТРЕТЬЯ ГЛАВА: АНАЛИЗ И ПЕРЕВОД КОММЕРЧЕСКОГО ТЕРМИНА.....	67-111
3.1. Коммерческие отношения между Алжиром и Россией.....	67
3.1. Разбор переводных терминов в коммерческих документах.....	77
3.3. Практикум по русскому языку делового общения.....	102
Выводы.....	111
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	112
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	115
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ.....	123
ПРИЛОЖЕНИЕ: Краткий словарь международных коммерческих терминов.....	124
РЕЗЮМЕ (на арабском языке).....	139

ВВЕДЕНИЕ

Предлагаемая дипломная работа посвящена структурно-семантическому анализу русской коммерческой терминологии и её перевода с русского на французский и арабский языки.

Перестройка механизмов экономики на постсоветском пространстве, широкий выход предприятий, организаций, компаний, фирм на внешние рынки, совместная с зарубежными партнерами производственная и коммерческая деятельность - все это вызывает потребность исследовать языковой материал, отображающий современную деловую практику. По мере роста международного сотрудничества и расширения культурно-коммерческих связей с Алжиром возрастают и требования к алжирским специалистам, практически владеющих письменной русской деловой бумаги.

В условиях интенсификации названных процессов в жизни общества возрастает внимание специалистов к изучению общественной роли документа, общих и специфических лингвопрагматических особенностей его структуры. В контексте информационной глобализации и становления постиндустриального общества исследуются коммерческие термины и их значения в контексте коммерческих документов, затем переводят их.

Актуальность темы исследования определяется включением его в парадигму современных лингвистических исследований термина. В области современных лингвистических исследований, посвященных общим проблемам документации, к настоящему времени накоплено значительное число научных трудов теоретической и классификационной направленности. Насущная потребность ввести в научную сферу количественно значительный и прагматически важный языковой материал, подлежащий теоретическому осмыслению, не только отвечает запросам современной лингвистики, но и является актуальным в контексте все более активных связей Востока и Запада.

Актуальность данной работы обусловлена также рядом других факторов. Ведь взаимоторговый обмен между Алжиром и Россией увеличивается. Вложение в эту отрасль инвестиций российскими компаниями и предприятиями, которые активно расширяют свою деятельность на территории Алжира, оказывает воздействие не только на экономический рост страны, но и на возрастающий интерес к изучению русского языка в процессе обмена опытом информацией по торговому отношению в рамках сотрудничества между странами.

С коммерческой отраслью в Алжире связана большая часть межгосударственных отношений при помощи деятельности переводчиков. Вот почему назревает необходимость выявления подвижных границ в терминологии в результате усовершенствования научного знания, а также унификации и упорядочения русской коммерческой терминологии в русском языке, важности выявления основных тенденций её развития, определения закономерностей семантической и структурной организации данной терминологии, изучения эквивалентности разноязычных лексем и особенностей формирования специальных слов, принадлежащих коммерческой отрасли, что является весьма актуально. Сказанное определило цель нашего исследования.

Цель исследования в предлагаемой работе впервые осуществлен подробный анализ лингвопрагматической специфики и функционально-коммуникативного синтаксиса коммерческих терминов в деловых документах, с учётом описания источников формирования, способов терминообразования и структурно-семантических функциональных свойств коммерческих терминов в русском языке и особенности их перевода на французский и арабский языки на материале деловых бумаг. Предложенная постановка проблемы связана с решением одновременно некоторых следующих задач:

- 1) определить корпус коммерческих терминов в русском языке с целью исследования теоретических и методологических аспектов образования терминов, их функциональных характеристик;
- 2) выявить, проанализировать, теоретически описать структурные, номинативно-деривационные и функциональные характеристики коммерческого термина, и особенности его перевода.

Объектом исследования является значительный по объему корпус целых коммерческих документов на русском языке и их частей, содержащих около 80 отдельных текстов и их фрагментов, ради извлечения из них коммерческие термины, их определения, и их перевод на французский и на арабский языки.

Предметом исследования являются те сигнификативные и синтаксические средства выражения русских коммерческих документов, в которых проявляется лингвопрагматическая специфика этого жанра русских текстов в таких областях лингвистической прагматики как этнопрагматика, социо-, культурно-, профессионально-групповая прагматика и индивидуальная (идиолектная) прагматика.

Гипотеза исследования исходит из следующих предположений:

Упорядочение и унификация терминосистемы, связанной с коммерцией будет эффективной если будет опираться:

- 1) на предварительное лингвистическое исследование с учётом многоаспектного изучения специальных неоднородных единиц;
- 2) описание источников формирования, способов терминообразования, структурно-семантических и функциональных свойств коммерческих терминов.

Научная новизна данного исследования заключается в рассмотрении образования и развития коммерческой терминологии в русском языке,

выявлении грамматических и лексико-семантических особенностей, и перевода коммерческих слов в документах с русского на французский и арабский языки.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что она может употребляться для углубления и уточнения теоретических проблем, связанных с употреблением терминов, для составления специального учебного словаря по коммерческим терминам.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его выводов и положений в теории и в практике преподавания русского языка как иностранного, в частности, по курсу лексикологии.

Методы исследования. Основными методами данной работы являются: метод описания, метод наблюдения, синхронно-сопоставительный метод, метод систематизации и статистический метод.

Материалом исследования послужили термины из энциклопедических словарей, официальные документы взятые из русских компаний, целый список коммерческих терминов, взятых из интернета и словаря международных коммерческих терминов.

Структура работы. Исследовательская работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Первая глава данной работы посвящена историко-временной характеристике формирования лексико-семантического поля коммерческого термина в русском языке. Во главе описывается зарождение языка русской науки, его развитие; формирование коммерческой терминологии и особенности её перевода на другой язык. Глава представляет собой теоретическую сторону исследования, в ней определяются понятия «термин», «терминология», и рассматриваются место термина в системе языка, его специфика и роль языковых контактов в его развитии.

Во **второй главе** данной работы рассматриваются грамматические и лексико-семантические характеристики русских коммерческих терминов и определение иноязычного заимствования в русской коммерческой лексике. Глава в общем посвящена выявлению корпуса русских коммерческих терминов, а также изучению теоретических аспектов образования терминов и их функциональных характеристик.

В третьей главе исследованию представляются коммерческие отношения и партнёрства между Алжиром и Россией, классифицируются коммерческие документы, и разбираются термины в них, затем переводить эти термины с русского на французский и арабский языки. В методических целях, предлагается практикум по русскому языку делового общения как дисциплина с целью подготовить студентов обучающихся русскому языку к профессиональному облику.

В заключении подводятся итоги исследования.

Приложение представляет собой образец составления русско-французско-арабского словаря международных коммерческих терминов.

ПЕРВАЯ ГЛАВА: КОММЕРЧЕСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ

1.1. Понятие коммерческой терминологии

Любой язык представляет собой сложную смесь всевозможных слов, понятий, терминов, как заимствованных из других языков, так и возникших с развитием науки в обществе. Вопросы русской терминологии рассматривались учёными особенно в последние столетия в связи с расширением области знаний и деятельности человека в русскоязычном обществе. Вопросы о присущих термину функциях и свойствах, о его месте в лексической системе языка стали объектом исследований многих русских учёных (О. С. Ахманова, В. В. Виноградов, Б. Н. Головин, В. П. Даниленко, Р. Ю. Кобрин, В. М. Лейчик, Д. С. Лотте, А. А. Реформатский, А. В. Суперанская, С. Д. Шелов и др.).

На сегодняшний день, по мнению В.М. Лейчика, «отсутствует общепринятое определение понятия «термин»» [Лейчик, 2007, С. 21]. Это находит отражение во все встречающиеся в литературе лингвистические определения термина. Мнения лингвистов существенно различаются, ведь существует огромное количество определений термина. В работе Даниленко приводится 19 определений термина и подчёркивает, что обилие разнообразных определений объясняется не только тем фактом, что к моменту их формулирования не сложилась научная дисциплина, предметом которой является термин, — терминоведение, но и тем, что термин представляет собой объект целого ряда наук, и каждая наука стремится выделить в термине признаки, существенные с её точки зрения [Даниленко В.П., с. 8].

В. Н. Немченко подчёркивает, что при определении понятия «термин» «в качестве ближайшего родового понятия одни учёные (Р. А. Будагов, А. А. Реформатский, М. И. Фомина, Н. М. Шанский) называют, соответственно, слово, другие (О. С. Ахманова, Б. Н. Головин, А. В. Калинин, В. И. Кодухов, Р.

Ю. Кобрин и др.) — слово или словосочетание» [Немченко В.Н., с. 334]. В настоящее время, уже никто не сомневается в том, что термином может быть не только слово, но и словосочетание.

Приведём некоторые дефиниции понятия «термин», которые представлены в русской лингвистике. А. А. Реформатский относил к терминам «слова специальные, ограниченные своим особым назначением; стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и название вещей» [Реформатский, 1996, С. 61]. Вслед за Реформатским Р.А. Будагов определяет термин как «слово со строго определённым значением. Как правило, у термина бывает одно значение, точнее говоря, термин стремится к однозначности (моносемии)» [Будагов Р.А., с. 33].

В Большом энциклопедическом словаре находим «Термин (от лат. terminus — граница, предел) — слово или словосочетание, обозначающее понятие специальной области знания или деятельности» [БЭС Языкознание, 1998, с. 509].

Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин определяют термин следующим образом «Слово или подчинительное словосочетание, имеющее специальное значение, выражающее и формирующее профессиональное понятие и применяемое в процессе познания и освоения научно и профессионально-технических объектов, и отношений между ними» [Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю., с.5].

В свою очередь, Т. Л. Канделаки определяет термин как «Слово или лексикализованное словосочетание, требующее для установления своего значения в соответствующей системе понятий построения дефиниции» [Канделаки Т.Д., с. 7].

Таким образом, можно заключить, что термин — это специальное слово или словосочетание, принятое в определённой профессиональной сфере и употребляемое в особых условиях. Иначе говоря, термин – это единица какого-либо конкретного естественного или искусственного языка (слово, словосочетание, аббревиатура, символ, сочетание слова и букв-символов,

сочетание слова и цифр-символов), обладающая в результате стихийно сложившейся или особой сознательной коллективной договорённости со специальным терминологическим значением.

Специфика терминов как особого лексического разряда слов состоит в том, что они создаются в процессе производственной и научной деятельности и поэтому функционируют лишь среди людей, обладающих соответствующими научными и производственными реалиями. Поэтому в отличие от обычных слов, однозначность которых в речевой коммуникации обеспечивается ситуацией или лингвистическим контекстом, термины составляют сущностно-понятийное ядро лексики, обслуживающей и оформляющей любой профессиональный дискурс, в том числе и язык науки. Это наиболее информативная часть лексики языка науки. Они делают лексический состав языка науки принципиально отличным от лексики общелитературного языка по нескольким направлениям- семантически (термины именуют только специальные понятия, каждый из них уникален по своему содержанию); функционально (термины обладают не только номинативной, но и дефинитивной функцией); по сфере распространения (термины могут быть "доступными" широкому кругу носителей литературного языка поскольку они служат средством профессионального общения); по источникам, способам и средствам создания (термины, основываясь в целом на общелитературных источниках, способах и средствах их создания, имеют и свои специализированные ресурсы, которые не находят применения в других разновидностях общелитературного языка).

По мнению В. Н. Немченко, отличительной особенностью термина является то, что он имеет профессиональное значение, обозначает определённое научное, производственное, техническое и т. п. понятие. Это признают все языковеды, хотя связь термина с понятием трактуется лингвистами по-разному. В соответствии с этим в определении термина различается несколько концепций:

1) термином является слово/словосочетание, которое называет понятие, т. е. выполняет номинативную функцию (Г. О. Винокур, Е. М. Галкина-Федорук и др.);

2) термином считается слово, которое выражает понятие, т. е. выполняет выразительную, экспрессивную функцию (А. А. Реформатский, С. М. Бурдин и др.);

3) термин — это слово, обозначающее понятие, т. е. выполняющее сигнификативную функцию (Е. И. Амосенкова, Р. Н. Инфантьева, Н. Н. Левинский и др.);

4) термин — это слово, определяющее понятие, т. е. выполняющее дефинитивную функцию (В. В. Виноградов, С. А. Аскольдов и др.) [Немченко В.Н., С. 336].

Термины обладают ещё одним качеством, существенным для них — это их международность. Как раз в области политики, науки, техники обычнее всего осуществляются международные связи, и поэтому вопрос о взаимопонимании людей разных наций и языков приобретает в данном случае особую важность. Не говоря уже о международных съездах и конференциях, можно ограничиться хотя бы вопросом о чтении специальной литературы; общность терминологии, даже и при разном фонетическом и грамматическом оформлении терминов в каждом отдельном языке, даёт предпосылку понимания сути дела при чтении книги по данной специальности, хотя бы и написанной на неизвестном для читателя языке.

При ускоренном развитии какой-нибудь области науки или техники начинается активное отражение её достижений средствами массовой информации, переход отдельных терминов из специального употребления в общее. При этом термины теряют научную точность, расширяют сферу своего употребления. Происходит их детерминологизация. В специальном употреблении, занимая соответствующее место в системе, термины остаются сами собой. В общее употребление переходят их «двойники», омонимы, уже не обладающие необходимой системностью и научной точностью. Они

становятся модными словами, обретают стилистические возможности, эмоциональность. Такими модными словами-терминами в 1940-1950-е годы были *атом* и его производные, в 1960-е *спутник*, в 1970-е *луноход*. Появилось их переносное употребление: *атомчики* «маленькие дети», *атомщики* «политики, грозящие атомной войной», *луноходом* стали называть человека, с трудом стоящего на ногах.

В современной научной литературе можно встретить большое количество определений терминологии, что говорит о повышенном интересе к данной проблеме и свидетельствует о разных подходах к её изучению. Однако до сих пор, нет единого и чёткого определения «терминологии», которую обычно выделяют как: 1) науку о терминах; 2) или часть словарного состава языка, охватывающего специальную лексику; 3) или систему обозначения научных и профессиональных понятий какой-либо одной области знания.

Следовательно, терминология каждой науки представляет собой систему, которая отличается от терминологии других наук не только содержанием понятий, выраженных терминами, но и чисто лингвистическими признаками. В лингвистике терминологией чаще всего называют совокупность терминов, употребляемых в том или ином языке или в определённой сфере деятельности людей.

Основные точки зрения на терминологию как совокупность терминов А.В. Суперанская, Н.В. Подольская и Н.В. Васильева классифицируются следующим образом:

1. «Терминология – составная часть лексики литературного языка» [Суперанская и др., 2012, С. 17]. Приверженцы данной точки зрения говорят о происхождении ряда терминов от слов литературного языка и о возможности введения в их число терминов. Литературная лексика и терминология тесно соприкасаются в том смысле, что одни и те же слова могут входить в состав терминологии и в то же время могут функционировать в литературном языке.

Об этом свидетельствуют такие процессы, как терминологизация и детерминологизация. Например, слово *дверь* – с одной стороны, это термин в строительстве, с другой, это слово может использоваться в художественной литературе. Это же слово может использоваться представителями средств массовой информации для освещения новостей, например: *использование программ с открытым исходным кодом открывает дверь для дальнейшего укрепления позиций Алжира в мировой экономике.*

2. «Терминология образует автономный раздел лексики национального языка, имеющий мало общего с литературным языком» [Суперанская и др., 2012, С. 17 - 18]. Приверженцы этой точки зрения говорят о выделении терминологии в самостоятельную зону со своими закономерностями, порой не согласующимися с нормами литературного языка. А.В. Суперанская, Н.В. Подольская и Н.В. Васильева отмечают, что терминология представляет собой замкнутый словарный контекст, границы которого обусловлены определённой социальной организацией действительности; она имеет социально-обязательный характер в отличие от обыденной лексики и представляет собой автономный раздел лексики, т.е. формирование терминологии в той или иной отрасли знания в большей степени зависит от сознательных усилий людей, развивающих определённую отрасль знания. И в этом же и заключается образование автономного раздела лексики, т.е. терминологии.

3. «Терминология – вообще не язык, а система искусственно созданных знаков». Последователи данной точки зрения считают, что термины складываются и функционируют в искусственно созданных условиях, противостоящих условиям естественного языка, и не могут рассматриваться на равных основаниях с обычными словами [Там же]. Такого мнения придерживается В.М. Лейчик, который считает терминологию стихийно складывающейся совокупностью терминов [Лейчик В.М.С. 43].

На современном этапе развития науки, терминоведение является неотъемлемой частью общего языкознания. "Подобно тому как все расширяющееся и профессиональной, научно-технической специализации и дифференциации современных наиболее развитых языков" (Азимов, Деришев 1977, с.8-19). Поэтому исследование отдельных терминосистем способствует дальнейшему совершенствованию русской терминологии и выявлению общих тенденций развития терминологических единиц в составе лексики современного русского языка.

Нынешний этап развития общества связан с коренным изменением в экономике страны. В процессе развития торгово-рыночных отношений повышается роль финансов и кредита, увеличивается их воздействие на развитие страны. Радикальная экономическая реформа связана с пересмотром терминологии - появлением новых, актуализацией и изменением значений старых терминов.

Терминологическая лексика бизнеса (так же, как терминосистемы других наук) имеет как сходные, так и отличительные черты относительно общеупотребительной лексики. Их различает наличие определенного набора соответствующей данной области лексических единиц. Это может служить основанием для подтверждения мысли об относительной самостоятельности терминологии. Терминологическая система входит в систему языка на положении частной и обособленной системы языковых знаков. Термин, как правило, не является элементом общеупотребительного языка, пока его содержание не становится широко известным.

В том случае, если обозначаемое термином понятие выходит за пределы системы специальных понятий, то термин входит в язык и становится словом общего языка, оставаясь по-прежнему термином в терминологической системе. Если рассматривать терминологию бизнеса с данной точки зрения, то можно увидеть, что, в соответствии с реалиями сегодняшнего дня, термины, типа: "аренда", "инфляция", "фонд", "бизнес" и т.п., вполне можно отнести к общеупотребительной лексике, так как данные лексические

единицы непосредственно отражают наиболее активные проявления современной жизни. При этом необходимо указать, что, проникая в речь, данные единицы тем не менее остаются собственно терминами в рамках специальной отрасли знания, и, следовательно, мы вполне имеем право рассматривать и изучать их в качестве единиц "языка для специальных целей" [Солнцев В.М., С.94].

С другой стороны, в рамках терминологии бизнеса функционируют термины, которые продолжают оставаться узкоспециальными, и круг лиц, которые используют лексику типа: "лоро", "трассат", "гамак", по-прежнему ограничен специалистами соответствующей сферы деятельности.

При этом необходимо отметить, что в последнее время в русском языке наблюдается процесс заимствования новых терминов, сопровождающий развитие новых сфер хозяйственной деятельности. Пополнение терминологии производится прежде всего для заполнения лакун в терминосистемах, а также лакун, получившихся в результате образования наличных терминов и специфических омонимов. При отсутствии в русской терминологии слова, имеющегося в иностранной терминологии, при установлении социальной реальности данного явления, необходимо создание нового термина. Иной раз заимствуются целые терминологические пласты, если в языке-источнике та или иная система разработана лучше и полнее. В качестве таких нововведений можно рассматривать следующие термины: "факторинг", "демпинг", "спонсор", "валюта" и др. Если учесть, что последние два термина из вышеперечисленных встречались в лексикографических изданиях и раньше, не претендовали на вхождение в фонд общеупотребительного языка, то на примере первых трех можно увидеть, что вновь заимствованная терминология при ее вхождении в язык не ограничивается рамками для языка специальных целей, а стремится к быстрому проникновению в широкий повседневный обиход [Там же, с.101].

Итак, терминология, относящаяся к сфере бизнеса, обладает всеми характеристиками и параметрами, определяющими функционирование

живого языка, и это дает возможность полагать, что результаты проводимого исследования могут быть экстраполированы (распространены) на общеупотребительную лексику.

1.2. Формирование коммерческой терминологии

Языковая ситуация предзастойных 1960-х радикально отличается в исследовательском плане от языковой ситуации наших дней. В последние десятилетия необычайно активизировался процесс пополнения словарного состава русского языка. Среди новых слов преобладают слова финансовой и коммерческой терминологии: бартер, брокер, дилер, инвестиции, маркетинг, монетаризм, риэлтер, спонсор. Эта лексика на каждом этапе развития может быть разделена на две группы:

- 1) единицы кодифицированные, вошедшие в словари;
- 2) слова, употребляемые в текстах (литературных, публицистических, научных, деловых).

Широко употребляемые в рекламе, они проходят этап письменной фиксации и включаются в словарь.

Эксперимент, в ходе которого было опрошено 100 респондентов, дававшие толкование коммерческим лексемам, было выяснено, что даже наиболее часто встречающиеся слова не всегда знакомы носителем языка или знакомы приблизительно.

Точно значение слова «маркетинг» - «система производства и сбыта продукции» смогли сформулировать 58 человек. Значение слова «риэлтор»- «фирма или агент, занимающийся сделками с недвижимостью», знакомо 78 опрошенных. По-видимому, мы можем сделать вывод, что приведенные слова могут уже считаться вошедшими в русский литературный язык, поскольку в процессе лингвистического эксперимента выяснилось, что не менее 60% респондентов могут сформулировать их значение.

Изменения в области коммерции привели к изменению толкования слов в этой сфере. Очень часто это связано с исчезновением в них определения

«капиталистический» или указаний «при капитализме» «в капиталистических странах». Так, в словарной статье, посвящённой слову «банк», опущена часть толкования, связанная с комментарием о роли банков при капитализме и при социализме; в словарной статье к слову «биржа» убрана часть «в капиталистических странах»: более точно сформулировано слово «брокер». Лексема «маркетинг» толкуется не как «осуществляемая крупными капиталистическими компаниями система мероприятий по изучению рынка», а «комплексный подход к управлению производством и реализацией продукции».

Аналогичные изменения произошли с определением значения слова «менеджмент» «управлением производством, применяемое в США и др. капстранах», а в современном словаре говорится, что «менеджмент- это совокупность современных принципов, методов и форм управления производством и сбыта». Подобным же образом снимается отрицательная коннотация в толковании лексем рента, тейлоризм и др. Можно говорить даже о появлении в толковании ряда подобных лексем положительной коннотации. В настоящее время насчитывается более 1000 финансово-экономических понятий, которые вошли в обиход в последние годы и были включены в словари.

Современная коммерческая терминология с точки зрения источников формирования распадается на целый ряд групп.

Можно выделить значительный пласт лексических единиц, которые представляют собой некоторый постоянный фонд коммерческой терминологии. Данные слова выражают базовые общеэкономические понятия и категории, например: производство, потребление, производственные отношения, производительные силы, капитал, базис, надстройка, спрос, предложение, товар, товарооборот, стоимость, цена, деньги, прибавочный продукт, бюджет, национальный доход, экспорт, импорт и др.[Петрович Н.Ю.,с. 118].

Часть коммерческих терминов, нейтральных по своей семантической структуре, употреблялась в советское время в качестве атрибутов: безработица, инфляция, индексация, картель, концерн, биржа, банкир и мн. др.

Инфляция- чрезмерное увеличение находящейся в обращении массы бумажных денег по сравнению с реальным предложением товаров; общее длительное повышение цен в капиталистических странах, ведущее к обесценению денег, вызываемое различными причинами (ростом военных расходов государства, политикой монополий и т. п.). Инфляция снижает уровень жизни трудящихся, обостряет экономические и социальные противоречия капиталистического общества.

Банкир (МАС) Крупный акционер или владелец банка в капиталистических странах.

Теперь подобные слова расширили референтную соотнесенность. Они стали «нашими» словами, ср.: Инфляция пока особенно не снижается, делая абсурдным хранение денег в «чулке» ;

Всем тем, кто вот уже который год грозит нам обвальным безработицей во многие миллионы человек, сообщаем, что в России безработных насчитывается (по августовским данным Госкомстата) 1 миллион 581 тысяча. Слово «банкир», с появлением коммерческих банков, постепенно приобретает значение, указанное в словаре (т. е. обозначает собственника денежных средств), но может употребляться для обозначения лиц по профессиональной принадлежности и занимаемой должности руководителей банков (ср. устойчивая номинация в средствах массовой информации главы Центробанка — главный банкир страны): (об обмене крупных денежных купюр) Если же за границей наших рублей значительно больше (а наши советские банкиры считают, что меньше), то они в других купюрах, без аналогичного обмена которых страну не спасти; Оценивая новый порядок регулирования деятельности кредитных организаций банкиры отмечают как положительные, так и отрицательные стороны (ЭиЖ, № 11, март 1996).

Значительный пласт коммерческой лексики, фиксирующий новые явления, представляют собой слова «возвращаемые», слова, нейтрально функционировавшие в русском языке «досоветского» периода по отношению к русским реалиям. Массовым сознанием, вследствие распада связи времен, они могут восприниматься как новые.

Ср., например, терминологические словосочетания, встретившиеся в книге П. А. Бурьшкина «Москва купеческая»(4,89) , которые звучат так современно: акционерные общества, семейные предприятия, паевые товарищества, фирма, торговые фирмы, товарный голод, оздоровление рынка, кризис неплатежей, процедура банкротства, биржа, промышленные и биржевые группировки, биржевые сделки, биржевые маклеры и мн. др. Ср. также: Наша фирма была чисто торговой [там же, с. 257]; Уже в то время он [крупнейший русский промышленник С. Г. Лианозов..] имел крупную позицию в русской нефтяной промышленности: он был председателем русско-английской нефтяной корпорации и единственным, чьи акции котировались на парижской бирже [там же, с. 268].

В книге П. А. Бурьшкина можно найти и «портреты» участников рынка конкретных лиц и типажей определенных профессий, в частности биржевого маклера.

Многие экономические реалии «досоветского» периода возвращаются в сегодняшнюю жизнь под новыми именами, ср. напр.: «Кредитные союзы — это финансовый институт, находящийся в полной собственности вкладчиков. В начале века в России кредитные союзы были широко известны под именем ссудо-сберегательных товариществ» (Изв., 23.11.99).

И, наконец, многочисленную группу, которая на сегодняшний день представляет собой открытый ряд, составляют иноязычные заимствования (преимущественно из английского языка, американизмы). Они отражают прежде всего тенденцию к интернационализации коммерческой терминологии, что существенно стимулируется наличием прямых и непосредственных контактов с иностранными партнерами.

Назовем наиболее употребительные слова, которые вышли за границу узкопрофессионального употребления. Они встречаются на страницах газет, журналов, звучат на радио и ТВ, присутствуют в разных видах рекламы: менеджмент, маркетинг, консалтинг, дилинг, инжиниринг, холдинг, лизинг, клиринг, селинг, демпинг, франчайзинг, трансферт, оффшор, аудит, реституция, дилер, дистрибьютор, риэлтер, спонсор, чартер, фьючерс, лот, дивиденды., эмиссия, ипотека, ноу-хау, тендер, депозитарий и др. Приведем ряд примеров : «Долги, неплатежи, остановки производства, угроза массовой безработицы, банкротств... Вал этот, кажется захлестывает российскую экономику. А так ли уж неизбежны эти «болезни рыночного роста»? Может, есть какая прививочка? Сделал укол, перетерпел первую боль и обезопасил себя от печального исхода. Оказывается да, есть. Называется эта вакцина мудреным иностранным словом «менеджмент». Благодаря ей «лежачий» завод встает на ноги, получает весомую прибыль, но лишь там, где есть достойные менеджеры.. Такие, что умело капитал запрягают в хомут. Управленческий (Кур., 31.08.99); Если кратко, то аудит представляет собой независимую экспертизу финансовой отчетности коммерческих предприятий уполномоченными на то лицами (аудиторами) с целью подтверждения ее достоверности для государственных налоговых органов и собственников. Кроме того — это оказание практической помощи руководству и экономическим службам предприятия в ведении дел и управлении его финансами, постановке бухгалтерского учета, предоставлении различных юридических консультаций (ЭиЖ, № 4, январь 1998); Вот и вошло в нашу жизнь не слишком благозвучное слово «реституция». И по ТВ оно звучит, и в печати. Споры идут, дискуссии. «Куранты» опубликовали ряд материалов об этой наисложнейшей проблеме. Проблеме одновременно этической и материальной. Реституция — возврат собственности ее прежним владельцам и их потомкам (Кур., 29.07.99); Вопрос о признании недействительными договоры кредита суд также рассмотрел без участия стороны по договорам — ИЧП [индивидуальное частное предприятие.]«Маркас». При этом не было

учтено, что в силу статьи 48 ГК РСФСР последствием недействительности сделки является двусторонняя реституция (по недействительной сделке каждая из сторон обязана возвратить другой стороне все полученное в сделке (Кур., 21.12.99);

Снижение инфляции и оживление производства в ряде отраслей побуждает банки вновь вернуться к лизингу как к очень эффективной поддержке подопечных предприятий. По сути, это инвестирование в них через различные формы аренды оборудования, станков, механизмов, электронной и вычислительной техники, приборов, коммуникационных, строительных, транспортных средств и т. д. (Фин. изв., 28.11.95); (реклама) Деньги делают деньги. Валютный Дилинговый Центр Евросервис предлагает круглосуточные операции по купле-продаже валют на международном рынке Fogex. Обучаем валютных дилеров (Фин. изв., 28.11.99); Крупные риэлтеры сегодня предпочитают возводить не один дом под конкретного заказчика, а коттеджные поселки (Фин. изв., 13.10.94); (реклама) Впервые в России компания «Ле Монти» начинает продажу фирменных обувных магазинов «под ключ». Ле Монти Франчайзинг (Фин. изв., 24.11.94); (реклама) Своя фирма за рубежом // Регистрация офшоров // Готовые компании по льготным расценкам (Фин. изв., 24.11.99).

1.3. Перевод коммерческой терминологии

Рассмотренные нами параметры понятия «перевод» касались преимущественно описания его как процесса, но в ходе обсуждения стало очевидно, что тем же термином мы обозначаем и результат этого процесса. Таким образом, слово «перевод» соотносится с двумя различными понятиями:

1) перевод как некая интеллектуальная деятельность, и 2) перевод как результат этого процесса, т.е. текст, созданный переводчиком.

На основании вышесказанного можно дать следующее определение перевода. *Перевод* – это деятельность, которая заключается в вариативном перевыражении, перекодировании текста, порожденного на одном языке в

текст на другом языке, осуществляемая переводчиком, который творчески выбирает вариант в зависимости от вариативных ресурсов языка, вида перевода, задач перевода, типа текста и под воздействием собственной индивидуальности; перевод – это также и результат этой деятельности [Алексеева И.С., с. 7].

Современная теория перевода в качестве отправной точки исходит из того что перевод как и язык являются средством общения. Отсюда и название этой теории- коммуникативная модель перевода. Общеизвестно, что именно язык служит основным средством для обмена информации между людьми. Если же в процессе общения люди говорят на разных языках, то речь идет о межъязыковой или двуязычной коммуникации которая может осуществляться при участии посредника, как правило, человека-переводчика. Поэтому перевод рассматривается в широком контексте коммуникации представляющей собой процесс обмена информацией между людьми говорящими на разных языках и принадлежащими к разным культурам. Прежде чем мы рассмотрим эту коммуникативную модель перевода для удобства ее описания нам необходимо ввести некоторые понятия и термины которые пригодятся нам и в дальнейшем. **ОТПРАВИТЕЛЬ** перевода или **АВТОР** это человек порождающий текст на исходном языке.

ПОЛУЧАТЕЛЬ или **АДРЕСАТ/РЕЦИПИЕНТ** перевода ; тот, для кого предназначается перевод.

ИТ исходный текст или **ОРИГИНАЛ** ; это текст, подвергающийся переводу. **ПЕРЕВОДЧИК**- языковой посредник , владеющий двумя и более языками, который осуществляет декодирование ИТ и кодирование содержащейся в нем информации путем создания ПТ, предназначенного для Получателя, который не владеет ИЯ.

ПТ- переведенный текст (текст перевода)имеется в виду текст возникший в результате перевода (в качестве синонима многие исследователи используют термин « перевода »).

ИЯ- исходный язык ; под исходным языком понимается любой естественный язык, знаками которого закодировали исходный текст.

ПЯ -переводящий язык, это любой естественный язык, знаками которого закодирован переведенный текст (перевод).

КЭ- коммуникативный эффект ; под КЭ понимается свойство текста вызывать определенную запланированную реакцию получателя/адресата.

Существует немало описаний перевода, как акта межъязыковой коммуникации. Вклад в его разработку внесли как русские, так и зарубежные ученые В.Н.Комиссаров, А.Д.Швейцер, Е.В.Бреус, Л.К.Латышев, О.Каде, А.Нойберт и другие[Рыбин П.В.,с. 12].

А) Перевод как объект лингвистического исследования

Перевод - это сложный и многогранный вид человеческой деятельности. Хотя обычно говорят о переводе «с одного языка на другой», но, в действительности, в процессе перевода происходит не просто замена одного языка другим. В переводе сталкиваются различные культуры, разные личности, разные складывания мышления, разные литературы, разные эпохи, разные уровни развития, разные традиции и установки. Переводом интересуются культурологи, этнографы, психологи, историки, литературоведы, и разные стороны переводческой деятельности могут быть объектом изучения в рамках соответствующих наук. В то же время в науке о переводе - переводоведении - могут выделяться культурологические когнитивные, психологические, литературные и прочие аспекты. Однако традиционное представление о том, что главную роль в переводе играют языки, получило серьезное научное обоснование, и в современном переводоведении ведущее место принадлежит лингвистическим теориям перевода. Следует заметить, что включение перевода в сферу интересов языкознания произошло сравнительно недавно и при этом пришлось преодолеть значительные трудности. До сих пор в большинстве фундаментальных работ по лингвистике отсутствует даже упоминание о

переводе как о возможном объекте лингвистического исследования, хотя уже Р.Якобсон подчеркивал, что «широко распространенная практика межъязыковой коммуникации, особенно переводческая деятельность должна находиться под постоянным наблюдением лингвистической науки».

Отсутствие у многих языковедов интереса к переводческой проблематике в первой половине 20-го столетия способствовало преобладанию в лингвистической науке идей структурализма. Стремясь обеспечить объективное описание языка, приблизить лингвистику к «точным» наукам, языковеды с готовностью восприняли призыв Соссюра изучать язык «в себе и для себя», ограничиваясь областью «внутренней лингвистики» или иначе «микрولينгвистики». Добиваясь научной точности и объективности, языковеды сосредоточили свое внимание на тех сторонах языковой структуры, которые можно непосредственно наблюдать, измерять, подсчитывать, доказательно описывать и классифицировать: звуковой, морфемный и лексический состав языка, его синтаксический строй, синтагматические и парадигматические связи его единиц, их сочетаемость, распределение в текстах (дистрибуция), частотность употребления и т.п. В результате языковедение достигло значительных успехов в научном анализе структурной организации многих языков [Комиссаров В.Н. с.23] .

Однако из структуралистского подхода к изучению языка логически вытекала необходимость отказа от исследования содержательной стороны языка. Поэтому всякие суждения о значениях заведомо считались ненаучными, «менталистскими», и семантике не находилось места в науке о языке. По этой же причине максимальной единицей языка, подвергавшейся анализу, оказывалось предложение, поскольку более крупные (речевые) единицы, тексты, невозможно было объективно анализировать, не обращаясь к их семантической структуре. Понятно, что такая лингвистика не способна была заниматься проблемами перевода, суть которого заключается в передаче содержания иноязычного текста средствами другого языка.

Со своей стороны сами переводчики весьма скептически относились к

роли науки о языке в исследовании особенностей переводческой деятельности. Согласно широко распространенному мнению, в процессе перевода языковые факторы (под которыми часто понималось владение переводчиком двумя языками) имеют при переводе столь же второстепенное значение, как знание нотной записи при сочинении музыки. В основном же перевод - это операция отнюдь не лингвистическая, и языкознание мало что может дать теории перевода.

Но лингвисты не только игнорировали переводческую проблематику, они еще и дали дополнительные основания для появления так называемой теории непереводимости, согласно которой перевод вообще невозможен. Если поэты, критики и филологи высказывали сомнения в возможности воспроизвести в переводе художественные особенности оригинала, его национальную специфику, литературные, исторические и культурно-бытовые ассоциации и тому подобные тонкости, то известная языковедам уникальность словарного состава и грамматического строя каждого языка позволяла утверждать, что полное тождество текстов оригинала и перевода в принципе невозможно, а, следовательно, невозможен и сам перевод. Получалось парадоксальное положение: практическая деятельность, которая осуществлялась на протяжении многих веков, оказывалась теоретически невозможной и как бы несуществующей.

Встреча языкознания с переводом все же состоялась, правда, лишь в начале второй половины 20-го столетия. Этому способствовало несколько объективных и субъективных факторов, отразивших серьезные изменения как в переводческой деятельности, так и в самой лингвистике.

После окончания второй мировой войны произошел так называемый информационный взрыв, резкое увеличение обмена информацией между людьми и народами, который сопровождался «переводческим взрывом»-соответствующим увеличением масштабов переводческой деятельности во всем мире[Крупное В. Н., с.22].

Появились новые виды переводов: синхронный перевод, перевод (дублирование) кинофильмов, радиопередач, телепрограмм. Помимо большого числа переводимых книг, переводится устно и письменно огромное количество материалов в рамках деятельности различных организаций, учреждений и предприятий. Переводами стали заниматься не только профессиональные переводчики, но и многие другие специалисты, владеющие иностранными языками: инженеры, библиотекари, дипломаты, референты, преподаватели, сотрудники информационных центров и т.д. Возникла необходимость в подготовке большой армии переводчиков. Теперь уже недостаточно было готовить профессиональных переводчиков методом «индивидуального ученичества», когда какой-нибудь опытный переводчик опекал нескольких учеников, знакомя их с тайнами переводческого мастерства, и во всех странах были открыты переводческие школы, факультеты, отделения университетов и тому подобные учебные заведения. Потребовалось разработать соответствующие учебные планы и программы.

Невиданные ранее масштабы переводческой деятельности и задачи массовой подготовки профессиональных переводчиков сделали необходимым всестороннее изучение феномена перевода.

Большую роль в привлечении внимания лингвистов к проблемам перевода сыграло и качественное изменение переводческой деятельности. Хотя по-прежнему во всем мире переводилось большое количество произведений художественной литературы, на первое место по объему и значимости вышли нехудожественные (информативные) переводы: научно-технические, общественно-политические, экономические, юридические и др. Если в художественном переводе основные проблемы переводчика связаны с необходимостью передавать художественно-эстетические достоинства оригинала и его индивидуально-авторские особенности, то трудности информативного перевода были, главным образом, лингвистического характера. Здесь переводимые тексты были часто анонимными, написаны стандартным общеразговорным языком, индивидуально-авторские

особенности несущественны, и переводческие проблемы, в основном, определялись различиями в значениях единиц двух языков, в их функционировании, в способах построения речевых высказываний и текстов.

Если изменения в переводческой деятельности не могли не привлечь внимания лингвистов, то само развитие языкознания сделало возможным включение перевода в сферу их интересов. Ко второй половине двадцатого столетия лингвистика существенно изменила свою научную ориентацию. Достигнув серьезных результатов в изучении формальной структуры языка, лингвисты значительно расширили область своих исследований, включив в нее проблемы внешней лингвистики (макролингвистики), в рамках которой рассматриваются такие фундаментальные вопросы, как связь языка с обществом, мышлением и действительностью, лингвистические и экстралингвистические аспекты вербальной коммуникации, способы организации и передачи информации в человеческом обществе и т.п. Важное место в науке о языке заняли исследования содержательной структуры речевых высказываний и текстов, контекстуальных значений языковых единиц, способов описания ситуаций. Возник ряд новых лингвистических дисциплин: психолингвистика, социоллингвистика, Прагмалингвистика, лингвистика текста, теория речевых актов, когнитивная лингвистика и другие. В распоряжении языковедов появились методы исследования того, как реально осуществляется обмен информацией с помощью языковых единиц в конкретных актах речи, в конкретных ситуациях общения. Понятно, что возможности такой лингвистики в изучении перевода неизмеримо возросли, и теперь многие важнейшие стороны этого феномена могут быть описаны в лингвистических терминах[Комиссаров В.Н., с.29] .

Переводческие факультеты и отделения создавались, главным образом, при университетах и институтах иностранных языков, и подготовкой будущих переводчиков занимались преподаватели иностранных языков, филологи и лингвисты. Именно они, в первую очередь, осознали необходимость теоретического осмысления переводческой деятельности и

попытались решить эту задачу методами своей науки. Хотя нельзя было рассчитывать, что можно будет изучить все стороны переводческой деятельности даже в рамках макролингвистики, было очевидно, что самые важные аспекты перевода связаны с языком. Особенности существования и использования языка определяют и саму необходимость перевода и основные трудности, с которыми сталкивается переводчик, и возможности преодоления этих трудностей.

Перевод необходим потому, что люди говорят не на одном, а на многих языках. Лингвисты традиционно изучали языковые ситуации как в отдельных странах, так и во всем мире. Теперь предстояло рассмотреть многообразие языков как причину существования перевода. Перевод представляет собой достаточно сложное средство преодоления языковых барьеров. Языкознание и переводоведение не могут не интересоваться вопросами, как возникли эти барьеры, долго ли они будут существовать и нельзя ли от них избавиться.

Многообразие языков не имеет биологической основы. Все люди принадлежат к одному биологическому виду. У всех людей одинаковое строение головного мозга, одинаковое количество зубов и позвонков, одинаково устроены пищеварительный тракт, кровеносная система и другие внутренние органы. Все они дышат кислородом и умирают при его отсутствии. Учитывая такое анатомическое и физиологическое единство человеческого рода, было бы естественно, если бы все люди говорили на одном языке.

Правда, люди разделяются на несколько групп по расовому признаку, цвету кожи, размеру и форме костей, составу крови и некоторым другим признакам. На этом основании могла быть еще одна естественная ситуация, когда в мире существовало бы пять-шесть языков, возможно с некоторым числом промежуточных диалектов.

Обладание собственным языком сыграло важную роль в сплочении этнического коллектива, в развитии племенного, а затем и национального самосознания, в организации совместной хозяйственной деятельности,

охоты, земледелия, военных действий, готовности жертвовать ради общих интересов, ради «своих». Однако в современную эпоху многообразие языков часто рассматривается как чисто негативное явление, препятствующее взаимопониманию между людьми и народами, способствующее возникновению конфликтов и войн. Следовательно, надо искать пути как его ликвидировать или хотя бы уменьшить его пагубное влияние. Одним из таких путей, наиболее очевидным, является искусственное создание единого языка, на котором могло бы общаться все человечество. Первые замыслы придумать искусственный язык появились еще в античности. В 17-20 веках было создано около тысячи подобных проектов, однако осуществлены были лишь немногие (воляпюк, бесик инглиш, эсперанто и некоторые другие). Наибольшее распространение получил язык эсперанто, завоевавший сторонников во многих странах. На нем пишутся книги, проводятся симпозиумы и конференции, на него переводятся литературные произведения с разных языков. Однако выполнить роль единого языка, заменяющего все остальные, и ему вряд ли удастся. Люди не проявляют желания отказываться от своего языка и тем самым от своей культуры, литературы, истории. Любой искусственный язык может, по-видимому, играть лишь вспомогательную роль [Комисоров.В.Н. . с .34]. Основные трудности, с которыми сталкивается переводчик, также связаны с особенностями языков и способами их использования для наименования объектов и описания ситуаций. Здесь можно выделить три типа трудностей: специфичность семантики языковых единиц, несовпадение «картин мира», создаваемых языками для отражения внеязыковой реальности, и различия в самой этой реальности, описываемые в переводимых текстах.

Языковые единицы - это не просто ярлыки, используемые для обозначения соответствующих объектов. У каждого языкового знака имеется устойчивое, ему одному присущее значение, и эти значения у единиц разных языков, как правило, не совпадают. Поэтому перевод никогда не сводится к простой замене одной формы на другую, и переводчику приходится постоянно

решать, значения каких единиц языка перевода наиболее соответствуют содержанию оригинала.

Вторым лингвистическим препятствием, которое вынужден преодолевать переводчик, является то обстоятельство, что каждый язык по-своему членит действительность, создавая своеобразную «языковую картину мира». Речь идет не только о часто упоминаемых экзотических примерах, подобно многочисленным названиям разновидностей снега у эскимосов или лошадей различной окраски у аргентинских пастухов, а о многих обычных наименованиях.

Одним из примечательных проявлений универсального характера человеческого языка и мышления является врожденная способность любого человека овладевать любым языком. Известно, что ребенок независимо от его национальной принадлежности сравнительно легко овладевает языком любого языкового коллектива, в котором он живет. Эту способность нельзя полностью объяснить ни объемом языкового материала, стихийно воспринимаемого ребенком, ни целенаправленным обучением со стороны взрослых, хотя такие факторы также играют немаловажную роль. По-видимому, в мозгу человека существует какой-то генетический механизм овладения языком.

Положения различных лингвистических дисциплин не только проливают свет на многие важные аспекты переводческой деятельности, но также представляют в распоряжение исследователей перевода целый ряд методов анализа, позволяющих получать объективные данные об этом сложном феномене. Современное переводоведение широко использует лингвистические методы исследования, заимствуя их целиком или внося в них необходимые изменения[Фёдоров А.В.,с.26].

Поскольку в процессе перевода устанавливается определенное отношение между текстами на разных языках, изучение перевода, естественно, предполагает использование процедуры сопоставительного анализа. Сопоставление текстов - источник очень важной информации о переводе. В

современном переводоведении используются четыре процедуры такого анализа. Во-первых, сопоставляются тексты перевода с их оригиналами. Это сопоставление позволяет получить ценные данные о степени близости содержания и структуры оригинала и перевода, способах достижения эквивалентности, стандартных приемах перевода и многих других существенных характеристиках переводческого процесса. Во-вторых, сопоставляются несколько переводов одного и того же оригинала, выполненных разными переводчиками. Это дает возможность обнаружить общие закономерности, не зависящие от уровня квалификации и индивидуальных особенностей каждого отдельного переводчика. В-третьих, сопоставляются переводы с оригинальными текстами на языке переводов. Таким путем обнаруживается, что язык переводов представляет собой особую подсистему соответствующего национального языка. Дело не в том, что под влиянием иноязычного оригинала переводчик может порой нарушать норму или узус языка перевода. Такие нарушения обнаруживаются достаточно часто при сопоставительном анализе и рассматриваются как ошибки перевода. В теоретическом плане больший интерес представляют многочисленные случаи, когда переводчик, сознательно или бессознательно, расширяет коммуникативные возможности языка перевода, используя такие стандартные приемы перевода, как заимствования, кальки, дословный перевод, изменение частотности употребления отдельных форм и т.д. Подобные отклонения, обусловленные стремлением как можно полнее воспроизвести содержание оригинала, составляют своеобразную переводческую норму и вполне оправданы. Четвертый вид сопоставления заключается в сравнительном анализе параллельных текстов на ИЯ и ПЯ, то есть текстов близкого содержания, принадлежащих к аналогичному функциональному стилю или жанру. Таким путем обнаруживаются различия в использовании языковых средств в соответствующих текстах в двух языках, что вызывает необходимость в стилистической адаптации при переводе.

Сопоставительный анализ разноязычных текстов предполагает выявление сходства, различия и соотношения не только структуры и содержания текстов как целостных образований, но и сопоставление отдельных элементов этих текстов. При этом теория перевода широко использует такие лингвистические методы исследования, как компонентный анализ, методы трансформационного анализа и статистических подсчетов.

Важное место в переводческих исследованиях занимает метод лингвистического моделирования: построение теоретических моделей процесса перевода. Поскольку этот процесс осуществляется посредством ряда мыслительных операций в голове переводчика, он недоступен для непосредственного наблюдения и представляет собой своеобразный «черный ящик». Лингвистическая модель переводческого процесса представляет его в виде ряда последовательных преобразований текста оригинала в текст перевода, с помощью которых теоретически может быть достигнут желаемый результат. Хотя любая модель перевода носит гипотетический характер, поскольку нет прямых доказательств, что переводчик действует именно так, как следует из данной модели, совпадение результата перевода с прогнозируемым по модели показывает, что она обладает определенной объяснительной силой. В современном переводоведении существуют несколько моделей перевода, что предполагает возможность осуществлять процесс перевода разными способами [Комисоров.В.Н., с . 50].

Б) Коммерческий перевод

Термин «коммерческий перевод» употребляется исключительно ради удобства и применяется в отношении переводов самых разнообразных текстов делового характера, за исключением технических и юридических документов.

Кроме того, под «коммерческим переводом» иногда подразумеваются переводческие услуги, оказываемые за плату, в противоположность «бесплатному переводу». Учитывая сложность классификации этого вида

переводческой деятельности и широкий спектр охватываемых им текстов, не удивительно, что переводоведение как научная дисциплина всегда уделяла коммерческому переводу относительно мало внимания. А в последнее время в научных работах, посвященных коммерческому переводу, акцент делается преимущественно на лингвистических аспектах глобализации продажи товаров и услуг.

Большинство исследований в этой области посвящено стратегиям, которые используются при переводе рекламных материалов в определенных лингвистических и культурных контекстах. Некоторые исследователи изучают и спектр компетенций, которые нужны переводчикам, работающим с коммерческими текстами. Внимание исследователей нередко привлекает и финансовая отчетность компаний – в частности, вводные разделы ежегодных отчетов, представляющие собой своеобразные отражения корпоративной культуры и философии. Например, как оказалось, немецкие переводы писем акционерам обычно более нейтральны, более формальны и более информативны, чем их английские оригиналы.

Одним из немногочисленных ученых, попытавшихся создать теорию перевода, применимую к коммерческим переводам, был испанский лингвист Х.Сагер. В своей статье, опубликованной в 1994 году, он рассматривает перевод как промышленный процесс и выделяет следующие его компоненты: сырьевой материал (документы), операции с сырьевым материалом (перевод документов), объем возможностей оператора (навыки и опыт), возможные конечные продукты (переведенные документы).

Процесс перевода может инициироваться автором оригинального текста или его читателями, а тип конечного продукта определяется конечным потребителем, отношениями между исходным и переведенным документами, а также операциями с исходным документом.

Кроме того, Сагер указывает и предварительные условия перевода. В их число входят, к примеру, наличие инструкций для переводчика и наличие клиента, являющегося реципиентом перевода. Эти условия исключают

выполнение перевода коммерческих документов в учебных условиях, ради удовольствия, а также выполнение переводов читателями подобных документов ради собственной выгоды.

Исходя из статуса исходного документа и отношений между исходным и переведенным документами, Х.Сагер предлагает функциональную типологию перевода, в которой выделяются три типа переведенных документов коммерческого характера: автономные, взаимозависимые и производные переводы.

Автономные переводы – это черновые варианты перевода оригинальных текстов, не имеющих самостоятельного значения.

Взаимозависимые переводы могут существовать параллельно в двуязычных или многоязычных вариантах; в некоторых случаях (например, согласно европейскому законодательству) такие «параллельные» документы функционально равноправны.

В категорию производных переводов входят прототипные переводы, которые, в свою очередь, подразделяются на полные, выборочные и сокращенные переводы. К сожалению, культурная и социальная значимость коммерческого перевода зачастую недооценивается, а сами переводы редко рассматриваются в лингвистическом и экономическом контексте. (Ком. пере[электронный ресурс])

В) Особенности перевода коммерческих документов

Бизнес-направление является одной из наиболее быстро развивающихся областей человеческой деятельности на сегодняшний день. Все больше и больше людей принимают участие в деловых отношениях в сфере внешнеэкономической деятельности. Ни одна международная операция не обходится без ведения деловой документации и корреспонденции, и, зачастую, автор и получатель информации являются носителями разных языков.

Коммерческая документация нуждается в качественном и профессиональном переводе, так как очень часто от результата работы переводчика зависит будущий успех предприятия или организации. По степени сложности, коммерческий перевод сопоставим с переводами юридическими и экономическими, и часто включает в себя эти виды переводов как сопутствующие.

Любой вид документации имеет свои особенности перевода, будь то документы на страхование автомобиля или бизнес-план новой торговой компании. Тем не менее, в переводах коммерческой документации можно выделить некоторые общие особенности.

Во-первых, приступая к переводу коммерческой документации, переводчик должен четко представлять себе особенности перевода презентаций, так как они могут прилагаться к коммерческим документам и служить для наиболее выгодного представления компании партнерам.

Во-вторых, коммерческие документы почти всегда сопровождаются рядом таблиц, графиков, схем, сложных расчетов. Это делает необходимым знание основ перевода экономических текстов и документов. Юридическая лексика также всегда присутствует в коммерческих документах, и без отличного владения юридической терминологией переводчику не обойтись.

В-третьих, особенностью перевода финансовых документов является обилие лексики, далекой от общеязыковых норм. В подобных текстах должны присутствовать обязательные глагольные формы, которые в обычном художественном тексте показались бы неправильными и неуместными. Тем не менее, без знания всех лексических и стилистических тонкостей финансового языка перевод документов становится невозможным.

Одной из главных задач перевода коммерческих документов становится четкость изложения, и часто придание сухому финансовому языку образности и элегантности. Именно красивый, а не только безупречно грамотный, коммерческий текст принесет компании наибольшую пользу. Недооценить качество такого вида переводов невозможно. Они не

только призваны точно передавать информацию, но и заинтересовывать потенциальных коммерческих партнеров в сотрудничестве с конкретной компанией, создавать определенную репутацию на рынке, помогать продвижению новых идей и товаров. Все это делает необходимым обращение к специалистам высокого уровня для того, чтобы перевод был выполнен идеально. Профессионал с большим багажом необходимых знаний и навыков без труда переведет и документы по каско, и сертификат, и маркетинговый план [Квито.И.С., с.19].

В структуре официально-делового стиля выделяют два подстиля: официально-документальный (язык дипломатии и язык законов) и обиходно-деловой (деловые бумаги, корреспонденция). По сравнению с литературными текстами, тексты официальных документов являются высоко стандартизированными, это касается как структуры всего текста, так и организации отдельных параграфов.

Официально-деловой стиль является наиболее консервативным. Наличие эмотивности и субъективности здесь полностью запрещено. Как и любой другой языковой стиль, деловой стиль имеет определенную коммуникативную цель – установление взаимодействия двух договаривающимися сторон и достижение соглашения между ними.

Нужно отметить, что основной чертой языка деловой корреспонденции является сохранение структурных форм и использование определенных синтаксических конструкций. Так, каждая часть делового документа или официального письма: заголовок, дата, вступительное обращение, основной текст, заключительная формула вежливости и подпись регулируется как лексически, так синтаксически.

К общим особенностям, характеризующим все подстили и стилистические разновидности официальных документов относят следующее:

1. полнота и своевременность информации;
2. точность и лаконичность формулировок;

3. отсутствие эмоциональности, использование нейтрального тона;
4. безличность лексических конструкций.
5. Отличительной лексической особенностью данного вида документации является использование общепринятой терминологии, фраз, выражений, аббревиатур, условных знаков и сокращений, которые варьируются в зависимости от типа документа и конкретных условий переписки.

К особенностям перевода деловой документации относят соблюдение строгих правил и использование стандартных языковых клише. Чтобы перевести соглашение, контракт или любой другой деловой документ, переводчик должен не только свободно владеть иностранным языком, но и знать особенности деловой переписки, правила использования стандартизованных клише и речевых оборотов, а также иметь представление об особенностях их использования в разных странах, и, кроме того, иметь навыки делового этикета [Половцев Д.О., с.15].

Профессиональный перевод деловой документации должен быть эквивалентным и адекватным. Адекватным перевод может считаться лишь тогда, когда коммуникативная интенция в исходном языке совпадает с коммуникативной интенцией в тексте языка перевода. Эквивалентностью называют максимально возможную лингвистическую близость текста перевода к исходному тексту. Таким образом, перевод деловых документов носит информативный характер, т.е. полностью направлен на передачу содержания.

Как в европейских языках, так и в русском, культура стандартизации документов является очень высокой, но, несмотря на это, при переводе официальных деловых текстов не всегда можно найти подходящий эквивалент, в связи с чем, иногда приходится прибегать к дословному переводу. Это необходимо для того, чтобы избежать неверного толкования

слова или фразы, которое в самом крайнем случае может даже привести к дипломатическому конфликту.

Как отмечалось ранее, наиболее распространенным языком международного делового общения является английский. Но даже между англичанами и американцами могут возникнуть некоторые лингвистические недоразумения. Таким образом, одни и те же термины могут иметь различное смысловое значение и, наоборот, различные термины могут иметь одинаковое значение. Бывали случаи, когда договаривающиеся стороны вели беседу (с помощью переводчика) и не подозревали, что они говорили о разных вещах. Это можно объяснить низкой квалификацией переводчика или многозначностью терминов, которые на первый взгляд кажутся идентичными.

Таким образом, одна из задач переводчика – преодолеть этнолингвистический барьер и обеспечить двуязычное общение, возможности которого будут практически идентичны моноязычному взаимодействию [Темирбулатова А.К., Бутенко К.В. Электронный ресурс].

Основной характеристикой языка деловой переписки является точность и четкость изложения, при почти полном отсутствии эмоциональных элементов, в ней практически исключена возможность произвольного толкования вопросов. Поэтому основными требованиями, которым должен отвечать компетентный перевод деловой документации, являются: точность, сжатость, ясность и литературность.

При переводе лексических единиц деловой документации могут использоваться следующие типы окказиональных соответствий:

- 1) заимствования, воспроизводящие в языке перевода форму иноязычного слова, например, promoters – промоутеры;
- 2) кальки, воспроизводящие морфемный состав слова или составные части устойчивого словосочетания исходного языка, например, career ladder – карьерная лестница;

- 3) лексические замены, создаваемые при передаче значения лексической единицы в контексте с помощью одного из видов переводческих трансформаций, например, خدمة البنوك – банковские услуги, خدمات النقل – транспортные средства, خدمة القرض – кредитование;
- 4) в случае невозможности создать соответствие указанными выше способами для перевода лексемы применяется описание, раскрывающее его значение, например, نظام مزايا ومنافع التأمين – пенсионная схема, зависящая от стажа работника.

Таким образом, значения лексических единиц, не имеющих эквивалентов в языке перевода, передаются столь же успешно, как и значения слов, имеющие устойчивые или вариантные соответствия.

При переводе специальных текстов переводчик может столкнуться как с лексическими, так и с грамматическими проблемами.

Как известно, перевод с одного языка на другой невозможен без грамматических трансформаций. Они необходимы при отсутствии той или иной категории в одном из сопоставляемых языков или при частичном совпадении категорий. Так, в русском языке, например, по сравнению с арабским, отсутствуют такие грамматические категории, как артикль или герундий. Один из примеров расхождения грамматических конструкций – категория числа, и предложение «في الخمس سنوات الأخيرة اصبحت نظرة المنتجين للاستيراد أقل تفاؤلاً» может быть переведено следующим образом: «За последние 5 лет производители стали относиться к **экспорту** менее оптимистично».

Очень часто при переводе с арабского языка на русский русское предложение не совпадает с арабским по своей структуре. Часто структура русского предложения в переводе отличается от структуры арабского предложения порядком слов, частей предложения или порядком расположения самих предложений: главного и придаточного. В ряде случаев части речи, которыми выражены члены арабского предложения, передаются другими частями речи. Все это объясняет широкое использование грамматических трансформаций при переводе.

Таким образом, можно сделать вывод, что перевод текстов официально-делового стиля должен адекватно передавать смысл оригинала в форме, насколько это возможно, близкой к форме оригинала. Отступления возможны лишь в том случае, если они оправданы особенностями языка оригинала и языка перевода, а также требованиями стиля [Боднар.С.Н.,с.25].

Выводы по первой главе

1. . Специальная лексика представляет собой важный пласт русского языка, который включает слова и словосочетания, называющие предметы и понятия, относящиеся к различным сферам профессиональной деятельности человека.
2. Радикальная экономическая реформа связана с пересмотром терминологии - появлением новых, актуализацией и изменением значений старых терминов.
3. Развитие и обновление коммерческой терминологии может быть разделено на единицы кодифицированные, вошедшие в словари, и слова, употребляемые в текстах (литературных, публицистических, научных, деловых).
4. Переводоведение как научная дисциплина всегда уделяла коммерческому переводу относительно мало внимания, но в последнее время в научных работах, посвященных коммерческому переводу, акцент делается преимущественно на лингвистических аспектах глобализации продажи товаров и услуг.
5. Чтобы перевести соглашение, контракт или любой другой деловой документ, переводчик должен не только свободно владеть иностранным языком, но и знать особенности деловой переписки, правила использования стандартизованных клише и речевых оборотов, а также иметь представление об особенностях их использования в разных странах, и, кроме того, иметь навыки делового этикета.

ВТОРАЯ ГЛАВА: ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ТЕРМИНА

2.1. Грамматические особенности коммерческого термина в русском языке

Открытая экономика, предполагающая широкие, тесные повседневные контакты с иностранными фирмами, с общей установкой экономической политики –перенять от Запада опыт управления экономикой, торговлей вызвала наплыв терминов. Появилось и множество собственно русских коммерческих терминов, которые в силу высокой скорости протекания коммерческих процессов также не успевают осваиваться носителями языка, в том числе нередко и профессионалами-экономистами. Как отмечают ведущие лингвисты (Е.А. Земская [2, 3], В.Н. Шапошников [8], Л.П. Крысин [6], М.В. Китайгородская [5], В.Е. Журавлев [1], Е.В. Какорина [4] и др.), к приоритетной сфере распространения неологизмов в русском языке относится именно социально-коммерческая. Ученые аргументируют свое мнение тем, что именно здесь происходят наиболее значительные социальные сдвиги, наблюдаются новые явления и процессы, требующие семантически точных и коммерческих номинаций. Это делает необходимыми систематизацию и классификацию коммерческой терминологии на лингвистическом уровне, и прежде всего по ее грамматическим характеристикам.

Коммерческая терминология обладает рядом грамматических особенностей, отличающих ее от других лексических групп слов. На основании их изучения можно определить частеречную классификацию слов в области коммерции.

В проанализированном материале обращают на себя внимание следующие факты: коммерческие термины представлены тремя частями речи существительными, прилагательными и глаголами. Около 80% всех слов представлены именами существительными; почти 15% – это имена прилагательные, и остальные – глаголы. Это вполне закономерно, поскольку

специфика терминологической системы предполагает в первую очередь появление и закрепление в языке слов, предназначенных для номинации предметов, процессов и явлений [Китайгородская М.В., с. 4].

При заимствовании из английского языка слова, относящиеся к герундивным образованиям в языке-источнике, в русском языке становятся именами существительными. Например: **брендинг** – *создание имени, имиджа, степени деловой респектабельности организации* – «К примеру, компания заняла лидирующие позиции на рынке благодаря эффективному брендингу и тому, что конкуренты сделали ставку на массовость и вынуждены были уступить часть рынка. В данном случае ключевым фактором успеха является удачно сформированный бренд» (Финансовый директор. 2008. №1. С. 76); **рекрутинг** – *наем* «А наем суперпрофессионала будет стоить очень дорого – его зарплата потянет на \$5-10 тыс. в месяц, не считая расходов на рекрутинг»; **бенчмаркинг** – *современное направление в развитии маркетинга, процесс контроля и непрерывного измерения: оценка процессов предприятий лидеров в мире с целью получения информации, полезной для совершенствования собственной деятельности* – «Бенчмаркинг в России имеет большие перспективы. Он является одним из эффективных инструментов, способствующих преодолению отставания от фирм-конкурентов» (Финансовая газета. Региональный выпуск. 2005. № 28, июль).

Поскольку для указанных выше слов характерна твердая основа, в результате адаптации в русском языке они оформляются по грамматическим законам, соответствующим именам существительным мужского рода: эффективный брендинг, серьезный рекрутинг, перспективный бенчмаркинг.

Если же в русский язык для обозначения процесса переходят английские имена существительные иной сферы функционирования, они по аналогии с существующей парадигмой становятся именами существительными женского рода. Среди них необходимо обратить внимание прежде всего на очень продуктивные существительные на *-ция*. Этот суффикс в русском

языке в словах типа *демонстрация* воспринимается как иноязычный уже давно. Что касается новых терминов, то на русской почве они начинают адаптироваться по тем же законам и оформляются в современном русском языке по женскому роду. О том, что в узком кругу профессионалов значение подобных слов не вызывает сомнений, свидетельствует достаточно широкая их распространенность в современных специальных печатных изданиях. Так: **синдикация** – *объединение в синдикат* – «Подписание соглашения о кредите состоялось в декабре 2004 г., а перевод кредитных средств в полном объеме был осуществлен 11 января 2005 г. MoscowNarodnyBank является андеррайтером всего объема кредита, синдикация которого, как ожидается, начнется в январе-феврале 2005 года, когда и другие банки присоединятся к сделке» (Финансовый директор. 2005. №1); **промоакция** – *акция, предоставляющая информацию о товаре (промоушн)* – «Что касается описания продукта, то встречались проекты, авторы которых дотокой степени увлекались рассказом о потребительских качествах товара или услуги, что забывали о сумме, в которую могут обойтись промо-акции по информированию потребителей об этих качествах» (Финансовый директор. 2004. №4. С. 22). То же: **рекапитализация** – усиление государственного сектора экономики или поддержка государственных банков; **дюрация** – средний срок платежей по облигациям; **интернализация** – развитие организации внутрь; **итерация** – создание программного обеспечения для банков; **коммодизация** – приведение товара к общепринятым нормам употребления; **монетизация** – перевод социальных льгот в денежное выражение; **трансакция** – закупка акций для перепродажи третьей организации; **финансиаризация** – усиление чисто финансовых структур в сфере ТНК.

Особое место в современной коммерческой терминологии занимают английские вкрапления, которые сразу воспринимаются носителями русского языка как слова иноязычные, поскольку их грамматический показатель им не знаком и без соответствующей семантизации понять их значение

невозможно. Они понятны только специалистам-экономистам. Такие слова оформляются по мужскому роду, поскольку имеют нулевое окончание и попадают в соответствующий тип склонения существительных мужского рода. Например: **релонч** *восстановление или продление с усилением торговой марки на рынке* – «Чтобы изменить это отношение, вы в прошлом году занялись релончем брэнда "Рубин". Перезапустить его было проще и дешевле, чем, скажем, вывести на рынок новую марку?». То же: **ритейл** – *региональные поставки продукции крупного концерна*.

Насколько данные термины уже адаптированы сказать трудно, поскольку они используются только в специальных коммерческих публикациях.

Таким образом, приведенные выше примеры убеждают нас в том, что род коммерческих заимствований и вкраплений определяется, как правило, по формальному признаку. Что же касается слов иного происхождения, особого внимания заслуживают лексемы, которые необходимо отнести к области аббревиатур или сложных слов.

Например, **ЕАГ** – это *Евразийская группа по противодействию легализации преступных доходов и финансирования терроризма* – «В октябре 2004 года по нашей инициативе создана ЕАГ по противодействию легализации преступных доходов и финансирования терроризма» (Финансы. 2005. №6. С. 9). При толковании этого термина в специальных словарях коммерческих терминов используется собственно русское слово «группа», поэтому аббревиатура оформляется по женскому роду в соответствии с этим ключевым словом.

То же: **ЕврАзЭС** – *Евразийское экономическое сообщество*; **ЕНВД** – *единый налог на вмененный доход*; **МСФО** – *международные стандарты финансовой отчетности*; **УСН** – *упрощенная система налогообложения*; **НДФЛ** – *налог на доходы физических лиц*.

Наряду с указанными выше словами существуют коммерческие термины, которые образованы от словосочетаний с помощью суффикса -ка: **автогражданка** – *автогражданская ответственность*, **дебиторка** – *дебиторская за-*

долженность). Они также оформляются по родовому признаку по законам русского языка.

Основным экспортером коммерческих терминов в русский язык является английский язык, который с начала XX в. стал практически единственным поставщиком терминов не только коммерческую терминосистему, но и в ряд других терминосистем. В коммерческой периодической печати практически отсутствуют новые профессионализмы, имеющие своим источником какие-либо восточные языки. Это в определенной мере также сказывается на своеобразии их грамматических характеристик. К числу исключений относятся единичные заимствования из японского языка. Например, привлекает внимание экзотично звучащий термин **сого-сёся**. По своей структуре это составной двучленный термин. Первый компонент – сого – обозначает «синтез; свод; объединение», второй – сёся – выступает в роли прилагательного со значением «торговая фирма». Этим термином обозначена торгово-посредническая компания, осуществляющая, помимо экспорта и импорта товаров и торговли на внутреннем рынке широкий круг сопутствующих операций: кредитно-финансовых, транспортно-экспедиторских, страховых. Данное слово не фиксируется в русских терминологических словарях, поэтому его значение можно определить только на основании контекстуального употребления: «Среди мер, направленных на прямое содействие частным фирмам в выходе на внешний рынок, в 1992 году в США был принят закон о компаниях экспортной торговли [Монкоша-Богдан Я., с.51].

Предполагалось, что он послужит основой для создания универсальных торговых фирм типа японских «сого-сёся». Ведь известно, что на 9 «сого-сёся» в настоящее время приходится 45% экспорта и 7% импорта Японии» (Секрет фирмы. 2005). В русском тексте термин сого-сёся дается в кавычках и сопровождается комментарием, что свидетельствует о его недостаточной освоенности русским языком. Однако в современных условиях активизации внешнеторговой деятельности с ориентацией на Восток данный термин

имеет большие шансы прочно войти в коммерческую терминосистему русского языка. В пользу этого свидетельствует также факт слабой фразеологизации альтернативного термина исконного происхождения – универсальная торговая фирма.

В исследованном нами материале нет имен существительных среднего рода. Возможно, это обусловлено тем, что исконные русские слова среднего рода имеют основы, оканчивающиеся на твердый согласный или мягкий согласный с флексиями -о, -е или -а (в словах типа пламя). Новые же заимствования, составляющие основную часть русской коммерческой терминологии, приходят на русскую почву либо в неизменном виде, либо оформляются припомощи иных морфем. Сказывается также и общее ослабление категории среднего рода в русском языке.

Следует отметить и тот факт, что часть рассмотренных имен существительных в силу особенностей терминологической системы языка не могут иметь форм множественного числа. Это вытекает из семантики данных слов, поскольку они являются прежде всего названиями процессов и явлений. При вхождении в русскую морфологическую систему заимствованные слова-термины становятся немотивированной основой, которая получает определенную родовую принадлежность, падежные окончания, категорию числа, и могут быть производящей основой.

В связи с этим, в отличие от указанных существительных, большинство имен прилагательных в коммерческой профессиональной сфере – это слова, образованные от основ заимствованных имен существительных. Обращает на себя внимание тот факт, что образование прилагательных происходит по законам русского языка: чаще всего используются продуктивные суффиксы -ов(ый), -н(ый), -ск(ий). То есть термины-существительные приходят в русский язык в их первоначальном, исконном виде, а прилагательные оформляются с помощью уже собственно русских суффиксов, что свидетельствует об освоенности и употребляемости данных терминов, и прежде всего коммерческой сфере. Например: **кейтеринговый** –

от кейтинг; **реинжиниринговый** – от инжиниринг; **рекрутинговый** – от рекрутинг; **аутсорсинговый** – от аутсорсинг; **девелоперский** – от девелопер; **логистический** – от логистика.

Франчайзинговый – от *фрайчайзинг* – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации, «родительские» компании (франчайзеры) заключают договор с мелкими фирмами, «дочерними» компаниями, бизнесменами (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера – «Как стало известно «Ъ», торговая компания ДОМО (Казань), владеющая 40 магазинами бытовой электроники в нескольких регионах России, заключила первую в истории франчайзинговую сделку с одной из торговых сетей Нижнего Новгорода».

Образование некоторых имен прилагательных порой носит окказиональный характер, и употребление их в таких случаях имеет экспрессивно-эмоциональную окраску. Так: **топовый** – *управляющий от «топ»* – *верхний, высший* – «В отличие от рядовых сотрудников специалисты, работающие на «топовых» позициях, менее подвержены стремлению регулярно менять место работы. Что же касается карьерных устремлений российских финансовых директоров, то тут консультанты выделяют ряд особенностей» (Финансовый директор. 2004. №11. С. 52).

Обращает на себя внимание тот факт, что слово топ уже получило широкое распространение в русском языке как в его литературном варианте, так и в сленге, в живой разговорной речи: топ-модель, топ-менеджер и т.п., хотя это слово носит заимствованный характер и элементы семантики этого слова как заимствованного четко прослеживаются. Во многом это обусловлено его краткостью и удобопроизносимостью.

Некоторые окказиональные имена прилагательные, употребляемые в соответствующих органах коммерческой печати, представляют собой достаточно громоздкие слова, которые свидетельствуют о стремлении говорящих к экономии языковых средств. Например: **неподакцизный** – «При этом получить данные об объемах производства и реализации фракций

прямогонного бензина, а также о количестве производящих их организаций было крайне сложно, поскольку в ряде регионов отдельные нефтеперерабатывающие организации, мотивируя тем, что данная продукция неподакционный товар, отказывались представлять налоговым органам информацию не только об объемах ее реализации, но и о самом факте производства такой продукции» (Налоговый вестник. 2003. №1. С. 20).

Некоторые термины, представляющие собой собственно русские лексемы, также достаточно громоздки по своему составу. Например: **порасходный** – *понятие, образованное по аналогии с противоположным термином «подходный» по поводу взимания НДС до получения дохода и путем исчисления расходов организации* – «В России узаконен порасходный налог» (заголовок). Однако в данном случае сложное прилагательное является средством создания иронии.

Обращают на себя внимание те прилагательные, которые употребляются в русском языке в том чистом виде, в котором они функционируют в языке оригинала и поэтому зачастую используются в средствах массовой печати чисто графически. Например: (хайтэк) – *высокие технологии* – «Особенно четко ПОС проявляется в бурно развивающейся индустрии и постепенно распространяет свое влияние на другие отрасли» (Вестник финансовой академии. 2003. №1).

Род такого прилагательного, как и любого другого, всегда зависит от существительного, с которым оно сочетается: хайтэк индустрия – ж.р., хайтэк бизнес – м.р. Так же: **SWOT анализ** – *это анализ сильных и слабых сторон компании, а также ее возможностей и угроз.*

Как было отмечено выше, глаголы, используемые в качестве новых коммерческих терминов, занимают незначительное место в исследуемом материале. Они являются, как правило, производными от имён существительных и оформлены теми аффиксами, которые достаточно частотны и продуктивны. К их числу относится заимствованный суффиксировать, с помощью которого образуется масса новых глаголов.

Ротировать – от ротация – переставлять персонал по горизонтали, т.е. не меняя должностного уровня «Может быть, ему стало скучно работать. И, скорее всего, имеет смысл ротировать такого сотрудника по горизонтали».

Используется и префикс про-, представляющий значение разовости действия.

Например: **проинвестировать** – от глагола инвестировать – профинансировать – «То же касается и инвестиционной политики. Никто не имеет права самостоятельно что-то проинвестировать. Потому что заработать деньги – это, конечно, сложный процесс, но еще сложнее правильно ими распорядиться» (Практический маркетинг. 2003. № 11).

Некоторые глаголы носят окказиональный характер. Например, **перекредитовываться** – «Нам пришлось бы реструктурировать задолженность (перекредитовываться), что достаточно сложно»; **перепозиционировать** – сменить имидж продукта.

Газетный узус представляет собой сферу активного словотворчества, в которой окказиональные новообразованные термины совмещают в себе номинативную и экспрессивную функции. Создается своеобразный «код» отношений носителей языка к тем или иным явлениям в торговой сфере.

Например: **откадастрировать** – от кадастр – внесение объектов недвижимости в Единый государственный кадастр – «Шлите деньги – откадастрируем! В начале июля Всемирный банк одобрил заём, выделенный Российской Федерации на проект формирования Единого государственного кадастра объектов недвижимости» (Экономика и жизнь. 2005. № 28, июль).

Используемая в данном случае конфиксальная конструкция от-...-ить весьма продуктивна и оформляет в русском языке массу слов. В данном случае именно она, присоединяясь к изначально нейтральной основе, придает всему слову модальный оттенок.

Таким образом, на основании анализа приведенных выше лексем можно сделать выводы, что термины в области торговли ограничены своеобразным кругом частей речи. Подобные лексеммы носят чаще всего окказиональный, сугубо профессиональный характер, их семантика понятна

только экономистам. При этом новые термины либо сохраняют облик слова, который существовал на родной почве, либо при соответствующей адаптации подвергаются изменениям как в грамматическом плане (т.е. приобретают родовые признаки, соответствующее грамматическое оформление, новые определения и т.д.), так и в словообразовательном отношении (оформляются чаще всего с помощью собственных русских морфем). Будут ли они освоены языком или через какое-то время выйдут из языка – сказать сложно, поскольку «триединая основа терминов: признание, логическое осмысление и языковое выражение. Лингвисту принадлежит лишь одна треть работы, но чрезвычайно важная – это языковое выражение. Правда, лингвисту не выполнить эту работу без учета двух первых».

2.2. Лексико-семантические особенности коммерческого термина

А) Лексические процессы коммерческого термина

Лексический фонд языка – составная часть единой языковой системы. Коренные изменения, произошедшие в экономике в XX - начало XXI в. Серьезным образом сказались на словарном составе русского языка. Произошел стремительный рост словаря; ведь для каждого нового понятия нужно новое обозначение, так как в стране произошли большие перемены в экономике. Это не могло не отразиться в лексике. К тому же в ходе языковой эволюции используется и содержательно-смысловый потенциал, заложенный в самом словарном составе: изменение значений слов, переосмысление, наращение новой семантики, стилистические переоценки слов – все это, наряду с рождением новых слов, значительно расширяет и обогащает словарь языка, усиливает его потенциал. Появление новых слов и словосочетаний, в которых находят отражение явления и события современной действительности.

Итак, из употребления уходят целые пласты лексики, обозначающие коммерческие отношения при социализме: колхоз, совхоз, кооперация труда, соцсоревнование, сверхплановый. Возвращаются к активной жизни слова,

бывшие в глубинных запасниках языка, которые получили переоценку: капитализм, предприниматель, бизнес, фирма, коммерсант, торги, коммивояжер, раньше воспринимавшиеся в советском обществе со знаком минус, теперь же они получили прямо противоположную оценку.

Но в связи с идейной и материальной дифференциальной общества одни и те же слова приобретают для разных групп людей разные оценочные коннотации. Здесь действуют глубинные процессы в обществе – социальное расслоение общества по имущественному принципу. Для новых русских эти слова (бизнес, предприниматель и др.) звучат безусловно положительно, это неотъемлемая часть их имиджа. Для тех, кто в результате новых коммерческих преобразований пострадал и попросту обнищал, слова эти воспринимаются резко отрицательно. Это те слои населения, которые утратили свою социальную защищенность. Например, рыночники любят приватизацию, а в народе дают ей оценку соответствующей перефразировкой – прихватизация, нью-воришки. Создается новая фразеология: новые русские, шоковая терапия, теневая экономика, отмывание денег, потребительская корзина, размер минимальной зарплаты. Новым в таких клише является именно сочетание слов, а не слова как таковые. Каждое время имеет некоторый набор слов, которые, в силу сложившихся обстоятельств, становятся модными, широко и разнообразно употребляемыми. Это своеобразные «знаковые» слова эпохи. Большую роль в их распространении играют СМИ, создавая речевую среду, в которой задаются эталоны нормы.

Слово «обвал» (с прямым значением «оползень») приобрело переносное значение и стало употребляться при обозначении экономических явлений: обвальная приватизация, обвальная фермеризация, обвальное падение рубля .

Лексические процессы, как правило, сопровождаются трансформацией в семантике слова, его сочетаемости, а также в его стилистической переориентации. Наряду с этим известны благодаря своей широкой

употребительности и заново созданные слова: комки (комиссионные палатки), наезд (рэкет), в улет («моментально» - товар уходит в улет)[Петрович Н.Ю., Сергеевна К.Т.(Электронный ресурс)].

Б) Семантические процессы коммерческого термина

Семантические преобразования в лексике, наряду с номинацией новых реалий, способствует расширению и обогащению словарного состава. Приобретение словом нового значения может привести к рождению нового слова, усилив тем самым языковую омонимию. Среди семантических процессов выделяются три основных: расширение значения, сужение значения и переосмысление. Показательные изменения произошли со многими давно известными языку словами. Например, слово «рынок» явно расширило свое значение или сочетаемость. Мы привыкли связывать понятие «рынок» с реалиями советской жизни – колхозным, совхозным хозяйством. Сегодня появились: оптовый рынок, вещевой, муниципальный. Расширило сферу своего употребления и слово «дом». До недавнего времени мы знали формулы «дом + род. п.» - Дом обуви, Дом ткачей – т.е. специализированные магазины. Сегодня появились названия торговых и коммерческих фирм: Торговый Дом ГУМ, Страховой Дом, Торговый Дом «Библио-Глобус».

коммерческие процессы последних лет обусловили многие языковые преобразования. Активнее всего новые формы общественных отношений проявились в разнообразных семантических изменениях.

Слово «застой» как термин, обозначающий «время замедленного развития экономики», также оторвалось от своего первичного употребления (застой в крови, застойные явления в легких) и переместилось в сферу экономической жизни[Петрович Н.Ю., Сергеевна К.Т.(Электронный ресурс)].

К семантическим процессам в лексике относится и процесс деполитизации и деидеологизации некоторых групп слов. Происходит освобождение семантики слов от политической и идеологической коннотации слова:

бизнес, коммерсант, предприниматель, частник утратил идеологические приращения негативного плана. Они обычно снабжались ранее комментарием, относящим данные понятия к жизни капиталистического общества.

Ныне нейтральное слово, отражающее современную реальность, предприниматель в ранних изданиях Словаря С.И.Ожегова, Н.Ю. Шведовой (в частности в 1975г.) определялось так:

- 1) капиталист, владеющий предприятием;
- 2) предприимчивый человек, делец.

А делец в свою очередь получал дефиницию: человек, который ловко ведет свои дела, не стесняясь в средствах для достижения своекорыстных целей. Вот выписки из последнего издания словаря С.И.Ожегова, Н.Ю.Шведовой (1998г.): предприниматель:

- 1) владелец предприятия, фирмы, а также вообще деятель в экономической, финансовой среде;
- 2) предприимчивый и практичный человек.

А вот значение слова делец в новой формулировке – человек, который успешно (иногда не стесняясь в средствах) ведет дела (биржевые дельцы, темные дельцы). Как видим, слово «делец», сохранившее негативную оценку, правда, несколько смягченную, заменено на нейтральное. Среди семантических процессов в лексике особо стоит вопрос об изменении значений; переосмыслении слов.

Изменения в значении слов происходит в речи, которая основывается на отборе и сочетании языковых единиц. Отбор определяется парадигматическими отношениями данных языковых единиц, сочетании их – синтагматическими отношениями.

Дифференциация значений внутри синонимических рядов слов, вызванная определенным давлением одних из членов этих рядов на другие, наглядна в случае заимствований, когда между синонимическими единицами

происходит своеобразная «перераспределение смысла», вызванное появлением новых синонимов:

• девальвация – обесценивание

• offerent – предлагатель

• гарант – поручитель

• инвестор – вкладчик

• контракт – договор – соглашение.

Другой процесс, связанный с речевым общением, с сочетанием слов находит выражение в тексте. В устойчивых контекстах иногда формируется новое значение слова, которое затем как бы вычленяется из словосочетания и закрепляется за словом как таковым.

Таким образом, постоянная или частое употребление слова в определенных сочетаниях, в определенных речевых контекстах может отразиться в на его значении:

• банк – ипотека

• банк – дилер

• банк – эмитент

• банк – гарант

• банк – акцептант (банк, принявший на себя обязательство уплатить по представленному векселю, счету);

• бизнес – трест

• бизнес – центр

• бизнес – шоу

• бизнес – клуб

Здесь слово «бизнес» приобретает черты аналитического прилагательного [Китайгородская М.В., 1996, с.170].

2.3. Особенности словообразования коммерческой терминологии

Словообразование в высшей степени подвижно, в его системе заложены большие потенции, реализация которых практически не ограничена. Словообразование тесно связано с фонологией, морфологией, синтаксисом. Язык экономики, как и язык любой другой терминологической сферы, не располагает какими-то особыми приемами образования терминов. Используются способы словообразования, характерные для всего литературного языка.

Способы словообразования, типы и формальные словообразовательные средства (суффиксы) черпаются в самой словообразовательной системе, собственно новыми оказываются только номинации, единицы наименования. В этих процессах активно обнаруживается связь лексического уровня языка и грамматического, словообразовательного. Можно наблюдать расширение словообразовательных моделей, произведенных от слов в новых значениях. Если взять хотя бы слово «челнок», то получим следующую картину: челнок в значении «деталь ткацкого станка» дает только одно звено в словообразовательной цепочке – челночный; новое значение слова «челнок» (перекупщик) в современной просторечии значительно увеличивает цепочку, расширяя словообразовательные возможности данной мотивирующей основы: челночник, челночница, челночиха, сочелночники, почелночить, да и сочетательные возможности прилагательного «челночный» тоже расширяются:

челночный бизнес,
челночный маршрут,
челночная операция,
челночные перевозки,

Слово «банк» породило целую словообразовательную парадигму:

банкир

банкомат

Банк	банкноты
	банк - ипотека
	банковать

В качестве словообразовательного новшества можно признать и повышение продуктивности тех или иных словообразовательных моделей, что, безусловно, вызвано причинами социального плана.

Интенсивная эксплуатация отдельных словообразовательных моделей в современной периодической печати – явление бесспорное. Элемент языковой моды здесь очевиден. Например, малоупотребительный в прошлом суффикс ант при образовании лица стал активным:

подписант,

эксплуатант,

коммерсант,

акцептант,

Или, например, расширяется круг бессуффиксных образований:

Нал,

безнал

евро

опт

навар

зелень (доллары)

Данная словообразовательная модель проникает в общеупотребительный словарь, правда, чаще на уровне просторечия. Вполне понятно, что не сразу, но очень скоро цены поведут вслед за «евро» [Петрович Н.Ю., Сергеевна К.Т.(Электронный ресурс)].

Современные СМИ оказались средоточием тех процессов, которые происходят в русском языке, в том числе в его словообразовании. Более того, именно газета, резко изменившая свой облик и направленность, стимулирует

эти процессы. И хотя способы, типы и средства в принципе остаются прежними, активно изменяется характер наименований, которые образуются с помощью этих способов и средств. В известные словообразовательные типы вмешивается весь главный и новый лексический материал. Характерно и то, что функционально этой материал значительно расширился – используются единицы, находящиеся на границе литературного языка (разговорный, литературный язык), и единицы, выходящие далеко за пределы литературного языка (просторечие, жаргоны).

По мнению Земской Е.А., внимание к ключевым словам определенного времени важно при изучении активных процессов словообразования, так как они широко используются как базовые основы, рождая новые группы однокоренных слов. Активность ключевых слов влияет не только на их словообразовательный потенциал, но и на их связи с другими словами, актуализируя те или иные отношения между словами в лексической системе языка [Рахимбераиев Б.Н., Электронный ресурс].

Ключевыми словами следует считать слова, обозначающие явления и понятия, находящиеся в фокусе социального влияния. К ключевым словам нашей эпохи относятся и высокочастотные имена собственные и имена нарицательные. Последние подразделяются на 2 вида:

- 1) Слова, получающие высокую частотность и словообразовательную активность на короткий период времени (месяц, неделя и т.д.). Например: ваучер, ваучеризация, дефолт.
- 2) Слова активные, высокочастотные длительное время (год и более); они более показательны в экономике при переходе на рыночные отношения, так как называют явления, характеризующие их более глубоко. Например: инфляция, стагнация.

Так для конца XX века и начало XXI века ключевыми являются многие слова, относящиеся к сфере коммерции (рынок, приватизация, лобби, инфляция), некоторые имена собственные (Павлов, Гайдар, Чубайс, Починок), а также многие жаргонизмы (баксы, нал, наличка).

Приведем пример, сравнивая слова «рынок» и «базар», близкие по своим значениям – «место торговли». У этих слов есть и другие значения: «базар» - крики, шум (разг.); рынок – 2. Шумный спор, галдеж (простор. Пренебр.); 3. Сфера товарного обращения, товарооборота (экон.).

В связи с изменениями в экономике у слова рынок актуализируются экономические значения, при этом первое значение сохраняет свою употребительность.

Таким образом, слова «рынок» и «базар» в результате актуализации 3-го значения как бы раздваиваются. Сравним газетные заголовки: «Рынок накануне рынка»; «Школа и рынок». Экономическому понятию приходится защищаться от рынка (первое значение) и базара. Журналисты намеренно сталкивают эти два слова: «Рынок – это вам не базар». Таким образом, изменения в социально-экономических явлениях действительности влияют на характер оппозиции слов «рынок» и «базар». Словообразовательный потенциал слова «рынок» возрастает. Оно порождает слова:

псевдорынок;

недорынок;

квазирынок;

рыночник (сторонник рыночной экономики, а не тот, кто торгует на рынке);

антирыночник;

псевдорыночник;

рыночный;

антирыночный.

Из коллекции Т.В.Шмелевой можно добавить: безрыночный, ульттарыночный, наречие – рыночно: «При антирыночнике Рыжкове предпринимателю было легче», «В составе кабинета пока остаются министры-рыночники, прошедшие хорошую школу в период слома старой и становление новой экономике в России (Известия, 20.01.2002).

Существительное «лобби» (от англ. Lobby – коридор, кулуары), в начале 90-х приобретает широкую употребительность, перестав быть словом узкоспециальным, применявшимся лишь по отношению к западной действительности. Это слово включается в толковые словари русского языка. Так Большой Экономический словарь дает такое значение: «Действие государственных органов, законодательных, исполнительных, судебных властей, направленные на поддержку отдельных отраслей и сфер экономике регионов, предприятий». Теперь это слово можно встретить почти в каждой газете, звучит оно и в телепередачах. Говорят и пишут об аграрном и военном лобби. Создается целое словарное гнездо:

	лоббист
	лоббировать
лобби	пролоббировать
	лоббирование
	лоббизм

Вот несколько примеров из газеты «Сегодня» (20.07.2002): «Суть подготовленного законопроекта в том чтобы отрезать естественные монополии от пуповины министерств, которые их сегодня лоббируют ...», «Единственным компромиссом с лоббистами стало закрепление в законопроекте ...».

В системе словообразования в разные периоды жизни языка словообразовательные типы, да и способы тоже приобретают разную степень активности. Образование слов по ранее продуктивным моделям может о ряду причин затухать, и, наоборот, в активный словообразовательный процесс могут вовлекаться не продуктивные в прошлом модели. Причинами таких смещений акцентов являются потребности самого языка – недостаточность или избыточность тех или иных образований.

К примеру, при усилении аналитических методов освоение новых фактов действительности увеличивается тяга к отвлеченным, собирательным и абстрактным именам.

Суффиксы *ость*, *ство*, применяются при создании имен существительных от корней прежде не допускавших подобные образования:

рекитирство,
транферство,
спонсорство,
ипотечность.

Образуются глагол и от других классов слов, например от терминов с узкоспециальным значением, в частности слово «тоникс» - специальный индекс цен фондов на токийской фондовой бирже, рассчитывается для опционов и фьючерсов. Приспособленное к русской системе слово оказалось способным образовать русский глагол «тониксовать»: «Мы пробуем тониксовать на бирже».

Среди словообразовательных новообразований выделяют неологизмы и потенциальные слова. Неологизмы приобретают характеристику общественно узаконенных номинаций, появившись в определенный период они постоянно воспроизводятся и в конце концов принимаются языковой традицией: бизнес, инфляция, фирма, биржа, концерн.

Эта часть экономических терминов, употреблявшихся в качестве атрибутов капиталистической экономики. В советское время многочисленную группу составляют иноязычные заимствования: менеджмент, консалтинг, дилер, риэлтер, тендер, ноу-хау и др.

Потенциальные слова – это нетрадиционные слова, незакрепленные в языке, но возможные слова, появление которых объясняется потребностью в соответствующем наименовании. Так возможно, например, слово «банкомат», когда возникла соответствующая ситуация, готовая модель для

осуществления этой потенции уже существовала в языке (автомат)[Петрович Н.Ю., Сергеевна К.Т.(Электронный ресурс)] .

2.4. Иноязычное заимствование в русской коммерческой лексике

Одним из наиболее живых и социально значимых процессов, происходящих в современном русском языке – процесс активизации употребления иноязычных слов. Надо говорить об активизации употребления этих слов, а не только о новых заимствованиях, поскольку наряду с появлением неологизмов наблюдается расширение сфер использования коммерческой терминологии.

По мнению Крысина Л.П., условиями заимствования считается двуязычие, т.е. результат территориального контакта двух народов. Сюда относятся также такие виды речевой деятельности, как чтение, перевод, комментирование иностранной прессы, участие в международных конференциях, конгрессах. Другим условием заимствования может служить то, что в обществе возникает предрасположенность к принятию новой иноязычной лексики.

Распад Советского Союза общение с западным миром предопределило заимствование многочисленных финансовых и коммерческих терминов: бартер, ваучер, дилер, дистрибьютор, инвестор, клиринг, лизинг, фьючерсные кредиты. Это заимствование произошло благодаря ориентации на западную экономическую и банковскую систему и приобщению русских финансистов к интернациональной терминологии. А ввиду острой общественной актуальности обозначаемых этими терминами явлений и сами термины выходят за пределы профессионального словоупотребления и широко используются в печати, на радио и телевидении.

Так появившееся в середине 80-х годов слово «спонсор» влилось в ряд по происхождению наименований, имеющих сходное значение: меценат – импресарио – антрепренер – продюсер.

Спонсором первоначально обозначали лицо или организацию, которые оказывают финансовую поддержку творческой деятельности артистов, музыкантов, художников, затем объект спонсорской деятельности стал пониматься более широко, но компонент «оказывает финансовую поддержку» сохранился. Однако на этой волне удовлетворения потребностей языка всплыло много словесного хлама, засоряющего язык. Иностранное слово стало не только не обходимым, но и престижным. В таком случае мера и избирательность в применении иноязычной лексики начинает утрачиваться. Побеждает общий настрой, мода. Вот некоторые лексические параллели, свидетельствующие об отсутствии необходимости в заимствовании, поскольку существуют лексические эквиваленты:

конверсия – преобразование,

стагнация – застой,

консенсус - согласие,

реклама (фр.) – паблисити.

О чрезмерной тяге к «чужому» слову свидетельствует современная тенденция к использованию вместо русского слова иноязычного.

Обычный магазин сменили названия супермаркет, мини-маркет, активно представлено и название бутик (фр. – торговая лавочка), которое в русском употреблении «повысилось в ранге» - это обозначение модного, элитного салона – магазина, где предлагаются дорогие товары [Крысин Л.П., с.125].

При более дифференцированном подходе к определению причин заимствования выделяют обычно следующее:

Потребность в наименовании новых явлений, понятий: инфляция, бизнес, приватизация.

Необходимость в специализации понятий: маркетинг (рынок), менеджмент (управление), аудит (ревизия), лизинг (арендная сдача с выкупом по мере дохода).

Специализация наименований может быть дифференцированной. Например: спонсор – лицо, оказывающее финансовую поддержку, импресарио –

предприниматель, устроитель зрелищ; антрепренер – частный театральный предприниматель; промоутер – тот, кто способствует продвижению на рынке, покровитель.

Наличие в международном употреблении сложившихся систем коммерческих терминов на базе английского языка: лэй-эвэй (практика продажи, основанная на предварительной выплате всей цены), лэндинг (плата за разгрузку товара), релл-овер (возобновление).

Стремление к модному, более современному слову. На общем фоне широкого заимствования «заморское слово» оказывается престижным, звучащим красиво. В таком случае и само понимание слова оказывается приподнятым. Например: офис (контора), аудитор (ревизор), франчайза (предприниматель)[Костоморов В.Г., с.6].

Иноязычная лексика проникает во все сферы жизни современного русского общества, входит в повседневный быт, заменяет русские привычные слова, включает в себя наименования, обозначающие понятия, прежде считавшиеся принадлежностью капиталистического мира. Эти слова вошли в жизнь россиян вместе с понятием, которые они обозначают. Теперь это и наша жизнь: бизнес, фирма, коррупция, холдинг, мониторинг.

Свидетельство тому, что слова прочно вошли в русский обиход – их метафоризация и способность подчиняться русской грамматике.

Иноязычное слово не только грамматически вживается в русское словесное окружение, но и подчас приспособляется к русскому словоупотреблению. Так слово «ферма» уже давно приобрело одно из новых значений – «частное хозяйство или сельскохозяйственное предприятие на собственном или арендуемом земельном участке. Отсюда фермер – «владелец такого предприятия». Но в современном русском языковом сознании фермер – это житель деревни, часто ново – приезжий, финансово-самостоятельный.

Приведенные примеры могут создать впечатление перенасыщенности современной русской речи иноязычными словами. На первый взгляд это так, на самом деле здесь надо говорить об известной распределенности

иноязычных слов. В наибольшей степени коммерческими терминами насыщены газетные и журнальные тексты, касающиеся коммерции.

В процессе распространения новых заимствований заслуга принадлежит политическим деятелям, экономистам, журналистам. А в иерархии сфер, проводящих в язык новые заимствования выходит пресса, радио, телевидение [Сергеева Е.Ф., с.42].

Выводы по второй главе

1. коммерческие термины представлены тремя частями речи существительными, прилагательными и глаголами. Около 80% всех слов представлены именами существительными; почти 15% – это имена прилагательные, и остальные глаголы. Рассмотрение специфики в словообразовательных процессах экономических терминов обнаружило заметную интенсивность их протекания.
2. Представленные процессы в современной лексикологии иллюстрируют активные перемены факторов в коммерческой терминологии, и в области семантики и в стилистических сдвигах, и в активизации иноязычных заимствований. Современная лексикология отражает время становления новой экономики.
3. Заимствование иноязычных терминов являлось важным источником формирования русской терминологии с самых ранних этапов её формирования. Большую часть иноязычных коммерческих терминов составляют заимствованные лексические единицы с английского языка.

ТРЕТЬЯ ГЛАВА: АНАЛИЗ И ПЕРЕВОД КОММЕРЧЕСКОГО ТЕРМИНА

3.1 Коммерческие отношения между Алжиром и Россией

Коммерческие отношения между Алжирской Народной Демократической Республикой и Российской Федерацией начинаются после её независимости, и такие отношения переходили через следующие периоды :

А) Торговые отношения после независимости Алжира

Торговые отношения Советского Союза с Алжиром установились в 1962 г., после того как алжирский народ заявил свою независимость. В первые годы условия для развития внешней торговли Алжира были весьма сложными. В колониальный период производительные силы этой страны получили слабое и однобокое развитие, а во время многолетней вооруженной борьбы против колонизаторов народному хозяйству был нанесен большой ущерб. В начале 60-х годов в Алжире развивались лишь отдельные отрасли горнодобывающей промышленности (главным образом добыча нефти и газа), находившейся в руках западных монополий. Все это создавали большие трудности для торговли Алжира с социалистическими странами. Но потом Алжир начал устанавливать контроль над использованием своих природных богатств и приступила к решению жизненных проблем экономики.

с 1962 года до 1967 года оборот советско-алжирской торговли увеличивался. таким образом, темпы роста были весьма быстрыми. Однако объём этой торговли ещё невелик.

В 1967 году экспорт Советского союза в Алжир достиг 28,4 млн., а импорт 14,6 млн.руб. значительную часть советского экспорта составляли поставки оборудования комплектных предприятий в соответствии с соглашением об экономическом сотрудничестве.

Импорт товаров из Алжира в СССР был пока небольшим и состоял главным образом из некаких фруктов, оливкового масла и пробковой коры.

Номенклатура Советского импорта из Алжира постепенно расширяется. Большое народнохозяйственное значение для Алжира имеет тот факт, что он получил возможность поставлять советскому союзу ряд сельскохозяйственных продуктов, а также изделия своей нарождающейся обрабатывающей промышленности. Так, в числе алжирских товаров, импорт которых был начат в 1966 г., следует упомянуть виноградные вина. Торговое соглашение намечает к импорту из Алжира также фруктовые соки и консервы, рыбные консервы, макаронные изделия, краски, лаки и тд.

В августе 1966 г. Между СССР и Алжиром была достигнута договоренность о поставках в Алжир на условиях коммерческого кредита бурового и геофизического оборудования. В 1967 г. Национальное общество по транспортировке и сбыту нефти и газа СОНАТРАК уже получило из Советского Союза две мощные бурильные установки. Это позволит Алжирской Народной демократической республике укрепить государственный сектор в нефтегазовой промышленности. Алжир сможет погашать предоставленный ему кредит поставками нефти [Баскин В.С., Рубенштейн Г.И., с. 120].

Весьма важным итогом деятельности министерств иностранных дел, посольств, других ведомств и организаций двух государств явилось создание солидной договорно-правовой базы отношений между ними. Всего с 1962 по 1986 г. Между Советским Союзом и Алжиром было подписано более 180 договоров, соглашение, протоколов, планов сотрудничества и других аналогичных документов. В частности, за период 1963-1976 г. Были заключены торговые соглашения, соглашение об экономическом и техническом сотрудничестве (27 декабря 1963 г). Соглашение об организации в Алжире института нефти и газа и техникум при нем в качестве дара Советского Союза алжирскому народу (3 июля 1964г). Соглашение об оказании СССР экономического и технического содействия АНДР в строительстве металлургического завода (3 июля 1964 г.), протокол о порядке проектирования и строительства в Алжире (6 января 1966

г.), Соглашение об образовании постоянной междуправительственной советско алжирской комиссии по экономическому и научно техническому сотрудничеству (7 марта 1969г.), Соглашение о сотрудничестве в строительстве второй очереди металлургического завода в эль-Хаджар (15 ноября 1971 г.), Протокол о сотрудничестве между всесоюзным Ленинским коммунистическом союзе молодежи, и молодежной организацией ФНО АНДР (13 апреля 1973 г.), Соглашение о морском судоходстве (18 апреля 1973 г.), Программа развития и долгосрочного экономического сотрудничества до 2000 года (март 1986 г.) и др. Указанные договорные акты заложили основу для развития алжирско-советского сотрудничества, заимствования АДНР советского опыта, модернизации экономических структур, более широкого вовлечения в производство национальных ресурсов [Шведов А.А., Подцеров А.Б. с 78].

На протяжении почти трех десятилетий (1962-1992 г.) Алжир и Россия будут выстраивать действительно прочную систему отношений в самых разнообразных областях, таких как черная металлургия, гидромелиорация, горнодобывающая промышленность, энергетика, транспорт, торговля, культура и национальная оборона. В течение этого периода тысячи советских специалистов приедут работать в Алжир, отдавая свои знания и опыт на службу экономическому

С другой стороны, тысячи алжирских студентов отправятся на учебу в советские вузы, в основном, в университеты и институты Москвы и Санкт-Петербурга. Многие из них станут руководителями высшего звена, возглавив самые ответственные сектора жизнедеятельности республики. развитию страны.

Говоря об отношениях между Алжиром и Россией, нужно подчеркнуть, что их политический диалог не прекращался никогда, однако сотрудничество между ними претерпело в период 90-х годов некоторый спад по причине распада Советского Союза и переходного этапа, пройденного обеими странами.

Б) Российско-алжирское коммерческое отношение с тех пор после распада Советского союза.

С госвизита А.Бутефлики в Россию в 2001 году, в ходе которого была подписана совместная декларация о стратегическом партнёрстве, а потом визит Президента России В.В.Путина в АНДР 10 марта 2006 г. отношение между Алжиром и Россией снова отправляется. За последние годы проведено несколько российско-алжирских встреч на высшем уровне. В ходе этих официальных переговоров было подтверждено намерение обеих стран расширять сотрудничество в геологоразведке и добыче газа на алжирской территории. Так, был подписан меморандум о взаимопонимании по сотрудничеству в газовой сфере и меморандум о сотрудничестве в сфере энергетики между Министерством Энергетики России и Министерством Энергетики и Шахт Алжира.

Что касается уровни товарооборота между Алжиром и Россией остается скромным по сравнению с интенсивностью политического диалога и экономическими возможностями двух стран.

- 2002 год: 175 миллионов долларов США

-2003 год: 292 миллиона долларов США

-2004 год: 184 миллиона долларов США

-2005 год: 360 миллионов долларов США

-2006 год: 591 миллион долларов США

Тем не менее, последние годы отмечены значительным развитием товарообмена с увеличением объёма от 157 миллионов США в 2001 г. до 2-х миллиардов долларов США в 2010 г [Алж-рос.отнош.,Электронный ресурс.]

Созданный в 2005 г., Алжирско–Российский Деловой Совет играет большую роль в создании основы для выработки и обмена проектами в сотрудничестве между экономическими субъектами двух стран. После этого, С 2008 года начало работу представительство «Газпрома» в Алжире. В этом же году компания «Газпром ЭП Интернэшнл Б. В.», выиграв тендер на разведку и

разработку сырья на сухопутном участке Эль-Ассель, заключила контракт с Алжирским национальным агентством по развитию углеводородных ресурсов («Алнафт») и СОНАТРАК, который вступил в силу в 2009 году. В соответствии с условиями контракта, российская сторона является оператором. Ее доля в проекте составляет 49%, оставшийся 51% принадлежит алжирской СОНТРАК.

С 7 по 9 ноября 2010 года, во время визита Президента Российской Федерации Дмитрия Медведева в Алжир, российская компания «Арабия-Экспо», при поддержке Российско-арабского Делового Совета, организовала «Первую Выставку российских товаров и услуг в Алжире». Выставка была торжественно открыта министром промышленности малого и среднего предпринимательства и инвестиций господином Мохаммедом Бенмереди и министром энергетики России господином Сергеем Шматко. Успех, который имела эта выставка, вдохновил компанию «Арабия Экспо» и её организаторов на проведение «Второй Выставки российских товаров в Алжире» в период 10-14 октября 2011 г., которая проходила параллельно с проведением заседания Алжирско-Российского Делового Совета. Алжирские компании и бизнесмены смогут во время выставки установить связи и провести переговоры с российскими производителями. Алжир принимал участие в двух российско-арабских ярмарках, организованных в 2008 и 2010 годах. Целью этих ярмарок, представивших на них свои стенды, являлось расширение российско-арабской торговли и обеспечение основы для диалога с деловыми кругами. Первая выставка (Арабия-экспо 1) была проведена 22, 23 и 24 октября 2008 года в Москве, вторая (Арабия-экспо 2) проходила в российской столице с 07 по 09 июня 2010 года.

В 2013 году в Алжире состоялось 6-е заседание Смешанной межправительственной Российско-Алжирской комиссии по торгово-экономическому и научно-техническому сотрудничеству. Стороны подробно обсудили конкретные проекты в сферах энергетики, торговли, финансов, геологии, образования, промышленности, водных ресурсов, строительства,

сельского хозяйства, здравоохранения, информационно-коммуникационных технологий. В ходе переговоров в очередной раз было решено обмениваться опытом и информацией по всей цепочке нефтегазовой промышленности в Алжире, России и на территории третьих государств. Последующее усиление политического диалога позволило увеличить качество деловых контактов: крупнейшие российские компании выразили намерение инвестировать солидные средства в углеводородный сектор стремительно набирающей обороты Алжирской экономики [Эко.отнош.Рос.и Алж. Электронный ресурс].

В 2014 году общий товарооборот между Россией и Алжиром составил 0,863 млрд долларов США. Таким образом, товарооборот между двумя странами снизился на 46 % по сравнению с 2013 годом, когда этот показатель достигал \$ 1,589 млрд долларов.

Российский экспорт в Алжир за этот период сократился на 46 % по сравнению с 2013 годом до объёма в 853 млн долларов (см. таблицу 1.). Импорт из Алжира – 10 млн долларов США (+110%). Положительное сальдо торгового баланса составило 843 млн долларов США.

Таблица 1. Экспорт и импорт между Россией и Алжиром за 5 лет (тыс. долл. США)

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Объём экспорта	\$1,269,614	\$1,682,938	\$2,781,550	\$1,584,801	\$853,215
Объём импорта	\$26,134	\$2,622	\$3,701	\$4,770	\$9,996

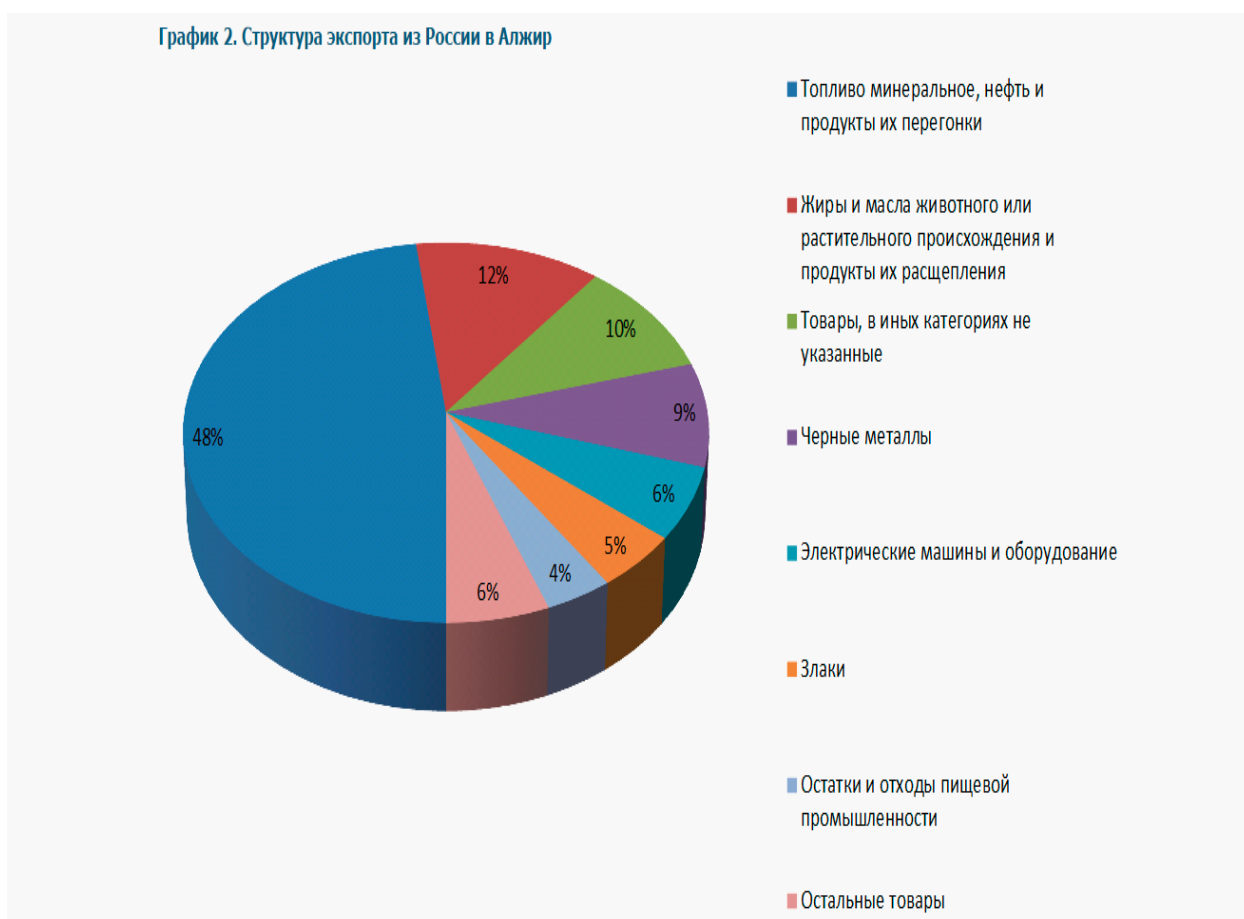
Источник: ITC Trade Map, Федеральная таможенная служба Российской Федерации

Основная доля российского экспорта в Алжир приходится на:

- Топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки (48 %)
- Жиры и масла животного или растительного происхождения и продукты их расщепления (13 %)

- Товары, в иных категориях не указанные (10 %)
- Черные металлы (9 %)
- Электрические машины и оборудование (6 %)
- Злаки (5 %)
- Остатки и отходы пищевой промышленности (4 %)
- Котлы, оборудование и механические устройства (2 %)
- Изделия из черных металлов (1 %) (см. таблицу 2).

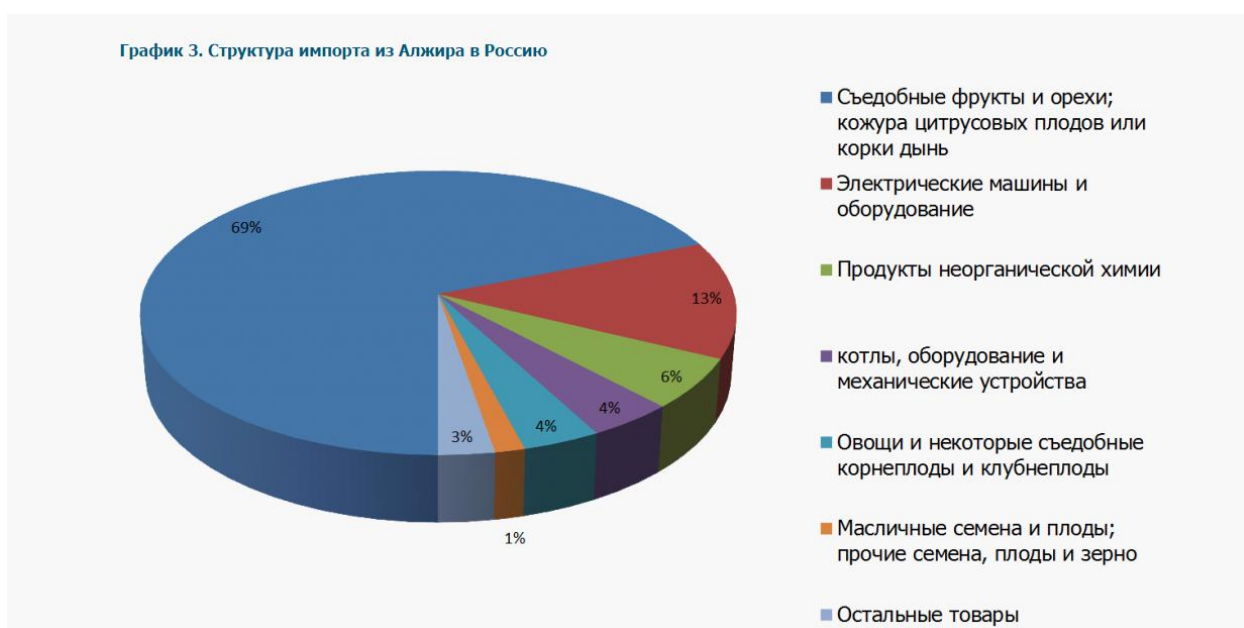
В 2014 году на 397 % возросли поставки злаков, на 93% котлов и оборудования, на 83% жиров и животного масла. В то же время, сократились объёмы экспорта электрических машин и оборудования (–47 %) и отходов пищевой промышленности (–44 %).



Источник: ITC Trade Map, Федеральная таможенная служба Российской Федерации

Алжир в свою очередь поставляет России:

- Съедобные фрукты и орехи; кожура цитрусовых плодов или корки дынь (69 %)
- Электрические машины и оборудование (13 %)
- Продукты неорганической химии (6 %)
- Котлы, оборудование и механические устройства (4 %)
- Овощи и некоторые съедобные корнеплоды и клубнеплоды (4 %)
- Масличные семена и плоды; прочие семена, плоды и зерно (1 %).



Источник: ITC Trade Map, Федеральная таможенная служба Российской Федерации

24.04.2015 Обзорторговых отношений России и Алжира

В 2014 году возросли поставки изделий из черных металлов (277%), масличных семян (476%), электрических машин и оборудования (160%), но в то же время снизился импорт оптических, кинематографических аппаратов (–41%).

В 1-ом квартале 2015 года общий товарооборот между Россией и Алжиром составил 148,3 млн долларов США. Таким образом, товарооборот между двумя странами снизился на 33% по сравнению с 1 кв. 2014 года, когда товарооборот составлял 222,6 млн долларов.

Российский экспорт в Алжир за этот период сократился на 33 % по сравнению с 1 кв. 2014 года до объёма в 147,3 млн долларов (см. Таблицу 2). Импорт из Алжира - 0,99 млн долларов США (- 76 %). Положительное сальдо торгового баланса составило 146,3 млн долларов США.

Таблица 2. Экспорт и импорт между Россией и Алжиром (млн долл. США)

Год	2010	2011	2012	2013	2014	1 кв 2014	1 кв 2015
Экспорт	\$1 269,61	\$1 682,94	\$2 781,55	\$1 584,80	\$853,22	\$218,68	\$147,28
Импорт	\$26,13	\$2,62	\$3,70	\$4,77	\$10,00	\$4,09	\$0,99

Источник: ITC Trade Map

Основная доля российского экспорта в Алжир приходится на:

- Жиры и масла животного или растительного происхождения и продукты их расщепления (35%)
- Черные металлы (20%)
- Минеральное топливо, нефть и продукты их перегонки (7%)
- Ядерные реакторы, котлы, оборудование и механические устройства (7%)
- Электрические машины и оборудование, их части (6%)
- Злаки (3%)
- Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические (2%)
- Каучук, резина и изделия из них (1,2%)
- Удобрения (1%).

В 1-ом квартале 2015 года наибольший рост экспорта (в сравнении с 1 кв. 2014 года) Алжира произошел в поставках жиров и масел растительного и животного происхождения (+297%) . Наибольший спад объёмов экспорта

произошел в поставках минерального топлива (- 89 %) [Торг. обо.меж. Рос.и Алж.,электронный ресурс].

Недавно в Москве, российские предприниматели приветствуют инициативу алжирских деловых кругов по интенсификации двусторонних торгово-экономических связей. Об этом сообщил вице-президент ТПП РФ Георгий Петров на состоявшемся в Москве при поддержке ТПП РФ, Минэнерго и Минэкономразвития Российско-алжирском экономическом форуме «Россия-Алжир: Стратегическое партнерство. Новые возможности торгово-экономического сотрудничества». С российской стороны в мероприятии приняли участие около 200 представителей различных компаний.

Вице-президент напомнил, что Алжир – одна из немногих стран, товарооборот с которой у России в 2015 году существенно увеличился на целых 65,3 процента до отметки в 1,4 млрд долларов.

О желании развивать долговременные тесные отношения с Россией свидетельствовал тот факт, что на бизнес-встречу в Москву впервые за 15 лет приехало более 100 предпринимателей во главе с президентом ТПП Алжира Мохамедом Лаидом Бенамором.

Мы получили важный сигнал от представителей ТПП Алжира, о том, что Россия станет главным приоритетом в развитии внешних торгово-экономических связей. Сделан первый и главный шаг на пути развития этих отношений, отметил Георгий Петров, говоря о значении установленных контактов между руководствами двух Палат и проведении делового форума в Москве.

По мнению вице-президента, алжирские бизнесмены за свое короткое пребывание в столице успели также посетить и поучаствовать в выставке «Продэкспо-2016» в «Экспоцентре». Подобные выставки важны для нашего развития, поскольку отражают сегодняшнюю структуру российского импорта из Алжира, подчеркнул Петров, напомнив, что почти весь импорт –

это продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (финики, инжир, ананасы и другие продукты).

По мнению Георгия Петрова, экспорт российской промышленной продукции пока остается наиболее перспективным, поскольку на сегодня она обеспечивает более 62,5 процентов ВВП Алжира. Это прекрасно понимают российские компании. ОАО «НПК «Уралвагонзавод» занимается продвижением своей продукции на рынок Алжира, и, по словам Георгия Петрова, эти переговоры находятся в активной фазе. Назывались и другие приоритетные проекты.

3.2. Разбор и перевод терминов в коммерческих документах

С давних пор деловая переписка помогает человеку осуществлять предпринимательскую и коммерческую деятельность, являясь мощным и гибким инструментом проведения экономической стратегии и тактики предприятий, компаний и фирм. Современное деловое письмо — это прежде всего служебное послание в виде официального документа, а также в форме всевозможных подтверждений, предложений, просьб, запросов, напоминаний, поручений, претензий, поздравлений, соболезнований и ответов на них, т.е. всего того, что, будучи изложенным в письменном виде, обуславливает деловые отношения. Казалось бы, нет ничего проще, чем написать деловое письмо. Но существуют определенные каноны написания таких писем, несоблюдение которых может не только отразиться на престиже фирмы, но и помешать заключению выгодных контактов. Написание делового письма - это своего рода искусство. Оно должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже незначительное отступление от правил может сделать его неправомочным с юридической точки зрения. Правильно оформленное юридически, написанное хорошим языком на фирменном бланке, однозначное по смыслу деловое письмо - один из залогов успеха дела. Объем переписки даже на небольшом предприятии весьма велик. Однако диапазон управленческих ситуаций, дающих повод для

составления деловых писем, далеко не безпределен и поддается сравнительно четкой классификации.

А) Классификация деловых документов

Целесообразным нам кажется начинать классифицировать их по типу и содержанию. Нами собрано около 80 документов, мы не станем всех рассматривать. При помощи выбранных нами мы делаем следующую классификацию:

1. Письма «Предложения» это предложение о заключении договора о сотрудничестве с указанием основных деталей сделки: наименования, количества, качества, цены товара, условий и срока поставки, оплаты, способа доставки. Она является предварительной стадией заключения договора. Лицо, делающее предложение, называют offerentом, принимающее – acceptantом. Предложение, сделанное неопределенному кругу людей, называется *публичной офертой*.

например:

ООО ТЕХСТРОЙПРОЕКТ

105005 г. Москва, Набережная Академика Туполева

Д. 15 стр, 28

+74955450991

*Ассоциация развития
Стального строительства*

Уважаемые господа !

*ООО « ТЕХСТРОЙПРОЕКТ » благодарим Вас за интерес, проявленный к теме
стального строительства и инновационным методам в этой области.*

« ТЕХСТРОЙПРОЕКТ » –компания, специализирующаяся на проектировании и строительстве зданий и сооружений на основе стальных конструкций переменного сечения (СКПС) и лёгких стальных тонкостенных конструкций (ЛСТК).

Мы предлагаем внедрение передовых методов проектирования и строительства стальных конструкций для снижения металлоемкости и получения гарантированного экономического эффекта от их применения.

Наши проектировщики с помощью самых современных программных продуктов могут предварительно определить металлоемкость Вашего здания до разработки проектной документации, качественно и срок разработать проекты для строительства зданий и сооружений на основе металлоконструкций.

Мы предлагаем Вашему вниманию следующие технологии :

- Комбинированный каркас из сортового металла и лёгких стальных тонкостенных конструкций (ЛСТК)*
- Конструкции зданий из ЛСТК, в том числе из СИГМА- профиля*
- Термопанели из ЛСТК- энергоэффективные панели с уникальными теплоизоляционными свойствами, обеспечивающие быстрый монтаж и высокие эксплуатационные характеристики*
- Композитная балка- система, состоящей из сварной балки переменного сечения и круглопустотных плит типовой серии или монолитных перекрытий.*

Применение этих технологий обеспечивает существенный экономический эффект при строительстве зданий любого функционального назначения.

С уважением

Управляющий партнер

Петр Абрамович Рандель

2.Письма «Приглашения» имеют целью сделать адресату официальное предложение относительно поставки (допоставки) той или иной продукции с указанием конкретных условий сделки. Предложение может быть направлено по инициативе продавца, экспортера в ответ на запрос покупателя или на основе твердой договоренности о заключении сделки.

Например:

МВЦ « Крокус –Экспо »

Россия, 119234, г. Москва, Волоколамское шоссе, Д.94

Тел \факс +7(495)727-26-31, (495)727-25-82.

Московское представительство

Швейцарской компаний « Бобст Грап »

ООО « Бобст Групп Восток »

Россия, 125009, г. Москва.

Ул. Тверская, д. 1612, офис 16.

Генеральному директору г-ин дютрюи

15 декабря 20..г.

Уважаемый господин Дютрюи !

Международный выставочный центр « Крокус-Экспо » приглашает вашу фирму принять участие в международной выставке « Оборудование для производства упаковки », которая будет проводиться в г. Москве на территории выставочного комплекса « корпус-Экспо » в период с 10 по 25 апреля т.г (текущего года) по адресу Волоколамское шоссе, д.94.

Заявки на участие в выставке принимаются до 1 февраля т.г. выставка даст возможность ознакомиться с вашей экспозицией широкому кругу специалистов, правести переговоры с партнёрами, показать рекламные кинофильмы по тематике выставки.

Общие условия участия в международных выставках, бланки заказов и другая информация о выставке будут направлены по Вашему запросу.

Мы будем рады приветствовать Вас в качестве участника выставки и готовы указать Вам любую помощь.

Более подробную информацию о выставке, Вы найдёте на наших сайтах www.equipment.com; www.crocus-expo.

С уважением.

Оргокомитет выставки

3.Письма «Договор» через которую, компания заключает сделку с другой компанией. например:

Образец письма-напоминания о выполнении условий договора

ООО «Лагуна»
Россия, г. Москва,
ул. Некрасовая, 111
Тел. (095) 111 11 00
Тел. (095) 222 22 00
28.112012 № 111
о выполнении условий договора

директору
ООО «Спорт»
Д.В.Ярошенко

Уважаемый Дмитрий Викторович!

В соответствии с договором поставки от 01.05.2012 № 5\12 Ваше предприятие взяло на себя обязательства поставлять в наш адрес туристическое снаряжение различного ассортимента в течение года ежемесячно, начиная с мая 2012 года, однако партия снаряжения, предназначенная для доставки в ноябре месяце текущего года, до настоящего времени не оформлена для отгрузки в наш адрес.

напоминаем Вам, что конечной датой отгрузки изделий является 30.11.2012. Убедительно просим Вас срочно обеспечить отгрузку снаряжения, в противном случае мы будем вынуждены в соответствии с п. 3.6 договора предъявить штрафные санкции в размере 0,02% от общей стоимости договора за каждый день задержки.

с уважением,
директор
ООО «Лагуна»

Кондратенко

В.С. Кондратенко

- 4. Письма «Претензия»**-письменное требование, адресованное должнику, об устранении нарушений исполнения обязательства. Документ предусматривается на досудебном этапе урегулирования правового спора. В претензии указываются суть требований кредитора, их причины, срок их удовлетворения и предупреждение о возможном обращении в суд в случае неисполнения.

например:

кому: Руководителю ЗАО «Русская телефонная компания»

Румяицену Сергею Витальевичу

Адрес: 1091 47, г. москва, ул. Воронцовская, д. 5 стр, 2

от кого:

адрес:

Копия: Общество защиты прав потребителей

адрес: 121099, Москва, Шубинский пер. 2/3

тел.(499)241-61-03 www.ozpp.ru

Претензия

Мною 18.11.2011 заключен с ЗАО *Русская телефонная компания* договор (заказ № 129200 от 07.11.11) купли-продажи мобильного телефона Nokia 700.

Цена товара составляла 12490 руб, и мной было внесено 100% стоимости. Товар получен, но в процессе эксплуатации в нем обнаружен недостаток, а именно: в условиях достаточного сигнала телефон периодически ведет себя как аппарат, находящийся вне зоны действия сети (не принимает входящие звонки, не совершает исходящие вызовы, прерываются текущие звонки во время разговора, смс принимает с существенным запозданием), при этом показывает полный уровень принятия сигнала сети. На товар установлен гарантийный срок 12 месяцев и он не истек. Учитывая вышеизложенное, руководствуясь законодательством о защите права потребителей.

требую:

- незамедлительно безвозмездно устранить все недостатки в товаре (ст.18 Закона о защите прав потребителей);

- предоставить мне на подмену аналогичный товар на всё время решения вопроса.

приложение:

- кассовый чек + копия;

- товарный чек + копия;

- гарантийный талон;

- мобильный телефон Nokia 700 silver в полной комплектации.

14 июня 2012 года

претензию принял:

ФИО: _____

Подпись: _____

Дата принятия претензии : _____

5. Письма «Протокол» - документ, содержащий последовательную запись хода обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, совещаниях, конференциях и заседаниях коллегиальных органов, он отражает деятельность по совместному принятию решений коллегиальным органом или группой работников. Нас интересуют только протоколы договорного типа (протоколы разногласий, протоколы согласования разногласий, протоколы согласования цены и др.)

Например:

Протокол № 2/2012

*Заседания комиссии по Запросу коммерческих предложений
«об оказании услуг по оборке помещений»
для Советского филиала Государственного предприятия Ханты-Мансийского
автономного округа-Югры «реабилитационно-технический центр»*

*Российская Федерация. 628240,
Ханты-Мансийский автономный округ-Югра,
Тюменская область, г. Советский,
ул. Гастелло, д. 31*

«28»декабря 2012г.

*состав комиссии по проведению запроса ценовых котировок:
Председатель комиссии – Хакимова Э.Р.- главный бухгалтер
Члены комиссии*

- попов Р.Н. и.о, директора Советского филиала ГП ХМАО-Югры*
- Башкирцев А.В.- начальник хозяйственного отдела*
- Егорова Л.М.- специалист по кадрам*
- Васюков Н.Г.- заведующий медицинским отделом*

секретарь конкурсной комисссии-Европа Л.М.- специалист по кадрам

На заседании комиссии по Запросу коммерческих предложений «об оказании услуг по оборке помещений» для Советского филиала Государственного предприятия Ханты-Мансийского автономного округа-Югры «реабилитационно-технический центр» присутствовали 04 члена комиссии. Кворум имеется. Комиссия правомочна принимать решения.

Заседание комиссии проводилось «28»декабря 2012 года по адресу: Тюменская область ,г. Советский,ул. Гастелло, д.31. НачалО заседаниИ в 13 часов 00 минут по местному времени.

До окончания оказанного в уведомлении о проведении запроса коммерческих предложений «об оказании услуг по оборке помещений» для Советского филиала Государственного предприятия Ханты-Мансийского автономного округо-Югры «реабилитационно-технический центр»

поступила -01 (одна) заявка:

Наименование участника: Общество с органиченной ответственностью «Центр услуг»

Юридический /почтовый адрес: 628240. РФ. Тюменская область, г. Советский, ул. Советская, д.23. кв.5

Почтовый адрес : . 628240, Тюменская обл. ХМАО-Юра, г. Советский мкр. Хвойный, д.51А

Цена, предложенная участником – 414 000 руб, 00 коп.(четыреста четырнадцать тысяч руб. 00 коп)

Комиссия рассмотрела пердложение участника на соответствие требованиям, установленным в Извещении о закупке, оценила и приняла РЕШЕНИЕ:

-Коммерческое предложение соответствует требованиям, установленным в Извещении о закупке, «Об оказании услуг по оборке помешений» для Советского филиала Государственного предприятия Ханты-Мансийского автономного округо-Югры «реабилитационно-технический центр»

-В соответствии с гл. 8 Положения о закупке товаров, работ, услуг ГП . ХМАО-Юры «Реабилитационно-технический центр», по итогам сбора коммерческих предложений, комиссия приняла решение – заключить договор с единственным поставщиком – общество с органиченной ответственностью «Центр услуг»

-определить цену договора, заключаемого по результатам рассмотрения коммерческого предложения в размере – 414 000 руб. 00 коп. (четыреста четырнадцать тысяч рублей 00 коп.)

6. Письма «Рекламация»- это документ, представляющий собой письменную претензию в связи с неудовлетворительным исполнением или нарушением адресатом взятых им деловых обязательств.

Образец письма - рекламации о замене товара фирмы

Директору фирмы «сарма»
Уколову.Н.В
проживающей по адресу:
г.Москва,ул. Остоженка,38

РЕКЛАМАЦИЯ

05 ноября 2011 года в вашей фирме мы купили портативные компьютеры, через месяца, во время гарантийного срока, они сломались.

Мы обратились в сервисный центр с просьбой ремонт аппаратов. Необходимых деталей в наличии не было, поэтому мастер не смог их отремонтировать. Нужные детали в течение месяца в сервисный центр так и не поступили. таким образом, дефект не может быть устранен без больших затрат времени и относится к существенным, и мы имеем право на замену портативных компьютеров других.

В соответствии с п.1 ст.18 Закона РФ «О защите прав потребителя» просим заменить аппараты с перерасчетом покупной цены.

Просим рассмотреть нашу рекламацию в течение 7 дней.

Приложение:

- копия чека о покупке портативных компьютеров;
- копия гарантийного талона;
- копия акта осмотра компьютеров.

20 марта 2012 года

А. Петрович

с уважением

7. Письма «Оферта»-предложение о заключении сделки, в котором изложены существенные условия договора, адресованное определённому лицу, ограниченному или неограниченному кругу лиц.

например:

« Сарма »

Россия, 117385, г. Москва, ул. Остоженка, 38

Тел. +7(495) 245-27-12 +7(495)289-95-41

Московское представительство

Фирмы АРГУЗ СПЕРТР

Россия, 103031, москва,

Малый кисельный пер.,1/9

1 октября 20..г.

Уважаемые господа

Дизайн-студия типография « Сарма » предлагают вам разработку и изготовление на собственной базе любой полиграфической продукции с вашей фирменной символикой, что значительно дешевле, чем у посредников. Мы можем изготовить для вас фирменные бланки, листовки, блокноты, брошюры, визитные карточки, календари, плакаты, презентационную и представительскую продукцию.

Наши дизайнеры могут воплотить в жизнь наши идеи или предложат свои.

Сроки и условия выполнения заказов мы оговорим дополнительно.

Ждём ответ на наше предложения до 1 ноября текущего года.

С уважением

Уколов Н.В,

директор фирмы Сарма

8. Письма «Запрос»- это коммерческое деловое письмо, которое составляется с целью получения необходимой информации от адресата по поводу какого-то вопроса: узнать подробно характеристики товара, условия поставки, уточнить его наличие, сроки поставки, способ доставки, получить прайс-лист, каталоги и образцы продукции и т.п.

Письмо-запрос

ОАО «Грант»

Россия, 121615, г. Москва, Рязанский проспект, д. 34/2

Тел./факс +7(495) 727-24-61, 727-24-62

EMI France Ltd.,

60, boulevard Lefebvre,

F75732 PARIS CEDEX 15

15 июля 20...г.

Уважаемый господин Дельмас!

Просим извинить нас за задержку с ответом на письмо от 3 июня. Она связана с тем, что мы получили Ваше письмо только 12 июня. Надеемся, что эта задержка не причинила Вам существенных проблем.

Мы получили Ваш образец товара. Нас устраивает его качество, но мы считаем, что предлагаемая цена товара довольно высокая и поэтому товар не будет пользоваться большим спросом на нашем рынке.

Однако если Вы снизите цену до 13.50 евро за 1 штуку, то мы разместим у Вас заказ на 4000 единиц данного товара. В этом случае просим гарантировать отправку Вашего ответа не позднее 10 июля.

С уважением,

О.В. Шенетов,

исп. директор

9. Письма «Ответ на запрос»-служебное письмо, составляемое как ответ на письмо-просьбу или письмо-запрос. Ответ может быть положительным или отрицательным (письмо-отказ).

например:

« Электропродукт »

Россия.117328,г.Москва,ул.Воронская.41

Тел.+7(495)785-1430 ; факс (495)785-1433

APK wordelwid courier GmbH.

Dessenisstr.54

D-22083 Hambourg (Deutschland).

12 мая 20..г.

Уважаемые господа !

Благодарим вас за интерес к нашей продукции. В ответ на ваше письмо высылаем новый каталог нашей фирмы.

Дополнительно хотим сообщить, что наша компания уделяет большое внимание развитию отношений со своими партнёрами, которые составляют продукцию непосредственным потребителям. В партнёрской программе могут принять участие как ведущие предприятия отрасли. Давно известные на рынке, так и молодые активные фирмы. Всем им предлагаются взаимовыгодные условия сотрудничества, которые основаны на поддержке и взаимном уважении партнёров.

Мы гарантируем стабильность в поставках продукции в необходимом ассортименте и количестве. Мы предлагаем две программы сотрудничества :

–« Клиент » - когда можно получить разовые скидки на объём приобретенной продукции ;

–« Партнёр » (любого условия) - когда имеется возможность получить систему скидок.

С уважением.

Н.В Штколов

Директор по маркетингу

10.Письма «Анкета»-для подготовки проекта договора оказания услуг по управлению коммерческой организацией, где можно систематизировать наиболее важные условия договора в форме вопросов и возможных ответов, выбираемых заказчиком.

например:

АЛЖИРСКАЯ НАРОДНАЯ ДЕМОКРАТИЧЕСКАЯ РЕСПУБЛИКА

<i>Министерство жилищного строительства и городского развития</i>	<i>министерство общественных работ</i>
<i>Министерство водных ресурсов</i>	

ЗАЯВЛЕНИЯ НА СЕРТИФИКАЦИЮ КВАЛИФИКАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ КЛАССИФИКАЦИЮ В ОБЛАСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА, ОБЩЕСТВЕННЫХ РАБОТАХ И ГИДРОВЛИКИ АНКЕТА

<i>ИДЕНТИФИКАЦИЯ КОМПАНИИ ИЛИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ</i>			
1. НАИМЕНОВАНИЕ КОМПАНИИ:			
2. ПРАВОВАЯ (отметьте соответствующее поле):			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <i>ИП С ОГРАНИЧЕННОЙ</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ИП: <input type="checkbox"/>	ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ: <input type="checkbox"/>	ООО: <input type="checkbox"/>	ЗАО: <input type="checkbox"/>	АО: <input type="checkbox"/>
3. УСТАВНОЙ КАПИТАЛ (в Da) :			4.ДАТА СОЗДАНИЯ:	
5. АДРЕС ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФИСА:			ВИЛАЙА:	
6. ОТВЕТСТВЕННЫЙ СОТРУДНИК: (фамилия и имя):..... ДАТА И МЕСТО РОЖДЕНИЯ:.....				
7. РЕГИСТРАЦИОННЫЙ НОМЕР С.Н.Р.С :			ДАТА:	
8. НОМЕР СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ:			ДАТА:	
ПРЕДЫДУЩАЯ КВАЛИФИКАЦИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ(СТАРЫЙ СЕРТИФИКАТ)				
№:		ДАТА:		КАТЕГОРИЯ:
ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВО СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ ГИДРАВЛИКА (отметьте соответствующее поле)				
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ ГИДРАВЛИКА (отметьте соответствующее поле)				
КОДЫ КВАЛИФИКАЦИИ ПО УКАЗАННЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:				
СТРОИТЕЛЬСТВО:.....				
ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ:.....				
ГИДРАВЛИКА:.....				
ТРЕБУЕМАЯ КВАЛИФИКАЦИЯ (НОВЫЙ СЕРТИФИКАТ)				
ОСНОВНЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ ГИДРАВЛЕКА (отметьте соответствующее поле)				
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВО ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ				

ГИДРАВЛИКА (отметьте соответствующее поле)
КОДЫ КВАЛИФИКАЦИИ ПО УКАЗАННЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (см. межведомственный указ от 1 марта 1983 года, устанавливающий коды видов экономической деятельности компаний ВТРН) :
СТРОИТЕЛЬСТВО:.....
ОБЩЕСТВЕННЫЕ РАБОТЫ:.....
ГИДРАВЛИКИ:.....

Б) Анализи перевод терминов

Не малозначительное количество писем не входит в предлагаемую нами классификацию. Дело в том, что они затрагивают специфических вопросов, неожиданных ситуаций как аварии, опоздания, кражи продуктов и т.д., или носят сугубо технический характер. Таких примеров необходимо исследовать в другом облике, то есть при анализе технической терминологии.

В нашей специальной стороне перевода мы не стали исследовать документы по их форме и структуре, так как это не существует в диапазоне наших задач. Нас интересует лишь терминологический состав.

Для анализа мы использовали целый список коммерческих терминов взятых из официальных документов, а не из интернета и словаря международных коммерческих терминов как предполагалось. Мы составили свой собственный список из выбранных нами документов, а при этом наблюдаем следующее:

1. Почти все примеры из нашего материала существуют в словаре.
2. Некоторые примеры не зафиксированные словарем.

В любом коммерческом обмене, в любой транзакции выделяются два аспекта проекта:

Коммерческий аспект- в котором будут находиться коммерческие термины и выражения.

Технический аспект- в котором вычисляются все технические термины, обозначающие совокупность технических параметров оборудования, устройств, строительства и др.

Оба аспекта вмещаются в документах, техническая терминология сопутствует коммерческой. Для того чтобы доказать это положение нам приходится работать над русско-алжирским проектом, документы которого нам предоставились.

В прошлом году начали работать над проектом русские и алжирские партнёры. Проект заключается в установлении завода по производству композита. Русские партнёры составили рекламные досье, где разложены все технологии для внедрения передовых методов проектирования и строительства стальных конструкций для снижения металлоемкости и получения гарантированного экономического эффекта от их применения.

К сожалению нам не удалось достать официальные бумаги, то есть контракты, договоры, оферты и т.д. Во всяком случае мы понимаем что данный проект - коммерческий, а в натуре предложенного продукта соответствует все технические характеристики. Так при чтении данного рекламного проекта, мы наблюдаем следующее:

- В письме «Предложение» мы понимаем что уже был соверщен контакт между партнёрами, и алжирцы заинтересованны к теме стального строительства и к инновационным методом в этой области.
- В письме следует, что фирма представляется, затем она предлагает.
- В конце, эта фирма перечисливает предложенные технологии.

Даются в приложении к этому письме:

- Основные преимущества предлагаемых технологий стального строительства с применением ЛСТК и композитной блаки
- Назначение и применение ЛСТК

- Выгоды композитных блаки как обеспечение, снижения металлоемкости, скорость строительства, снижение труда, затрат
- Даются фотографии, рисунки и схемы в приложение.

Само письмо состоит из трёх частей:

А) письмо «благодарность»

Б) письмо «предложение»

В) письмо объяснительное

- К письме приложены фото и рисунки.

-Письмо подписан управляющим партнером и исполнительным директором.

Ж.Г. Жигунова считает, что овладение терминологией является основной проблемой при постижении любого научного знания, т.к. терминологические единицы играют важную роль в профессиональной и научной коммуникации. Действительно, специалист, работающий в определенной сфере человеческой деятельности, не сможет полноценно реализовать свои возможности, не овладев терминологией: в результате неудовлетворительной и неточной научно-технической терминологии возникают большие затруднения как для успешной хозяйственной деятельности, так и для деятельности обучающей, связанной с усвоением той или иной специальной дисциплины.[Хакиева З. У.с.209].

В последнее время некоторые русские компании начали инвестировать в нашей стране, особенно в области строительства. Поэтому между русскими и алжирскими компаниями состоялись коммерческие договоры о партнерстве в этой области. Для того чтобы регулярно выполнять это сотрудничество, обе стороны нуждаются в официальные документы. Понадобятся тогда специалисты-переводчики в этой области, терминологию которых должна быть ими усвоена.В составлении и оформлении деловой документации не последнее место занимает административный речевой этикет, некоторые элементы которого требуют особого внимания.

Наиболее распространенные формы обращения: *Уважаемый...*, или *Уважаемый...!*; С уважением, Искренне Ваш, С наилучшими пожеланиями... и тд.

имеет место тенденция к утрате местоимения «я».

Разумеется, никакой список рекомендуемых выражений не позволит полностью решить проблему административного речевого этикета. Только внутренний такт и объективность в оценке тех или иных производственных ситуаций могут подсказать выбор слов и выражений.

Выше сказанное вызывает в настоящей диссертационной работе потребность рассмотреть коммерческую терминологию использованную в деловых документах, её рассортировать, находить наиболее подходящие эквиваленты на французский и арабский языки и затем дать им надлежащий перевод с русского на арабский и также на французский, поскольку этот язык является профессиональным инструментом в Алжире.

Документ № 1:

ООО ТЕХСТРОЙПРОЕКТ

105005 г. Москва, Набережная Академика Туполева

Д. 15 стр, 28

+74955450991

Ассоциация развития

Стального строительства

Уважаемые господа !

ООО «ТЕХСТРОЙПРОЕКТ» благодарим Вас за интерес, проявленный к теме стального строительства и инновационным методам в этой области.

«ТЕХСТРОЙПРОЕКТ» –компания, специализирующаяся на проектировании и строительстве зданий и сооружений на основе стальных конструкций переменного сечения (СКПС) и лёгких стальных тонкостенных конструкций (ЛСТК).

Мы предлагаем внедрение передовых методов проектирования и строительства стальных конструкций для снижения металлоемкости и получения гарантированного экономического эффекта от их применения.

Наши проектировщики с помощью самых современных программных продуктов могут предварительно определить металлоемкость Вашего здания до разработки проектной документации, качественно и срок разработать проекты для строительства зданий и сооружений на основе металлоконструкций.

Мы предлагаем Вашему вниманию следующие технологии :

–Комбинированный каркас из сортового металла и лёгких стальных тонкостенных конструкций (ЛСТК)

– Конструкции зданий из ЛСТК, в том числе из СИГМА- профиля

– Термопанели из ЛСТК- энергоэффективные панели с уникальными теплоизоляционными свойствами, обеспечивающие быстрый монтаж и высокие эксплуатационные характеристики

–Композитная балка- система, состоящей из сварной балки переменного сечения и круглопустотных плит типовой серии или монолитных перекрытий.

Применение этих технологий обеспечивает существенный экономический эффект при строительстве зданий любого функционального назначения.

С уважением

Управляющий партнер

Петр Абрамович Рандель

Коммерческие термины включены в документ:

Термин (русский)	Французский	Арабский
Благодарность за интерес	Merci pour l'attention	الشكر على الاهتمام
Область	Domaine	مجال , ميدان
Компания	Compagnie, société	شركة
гарантированный	Garanti	مضمون
Внедрение	Aplication a la production	ادخال، غرس
Экономический эффект	effet économique	التأثير الاقتصادي
Проектная	la documentation de	توثيق المشروع

документация	projet	
Качество	la qualité	الجودة, النوعية
Срок	Temps, délai	المدة, الفترة
Эксплуатационная характеристика	caractéristique de fonctionnement	مواصفة التشغيل
Разработать проект	développement du projet	تطوير مشروع
Существенный экономический эффект	Effet économique considérable	تأثير اقتصادي ملموس، معتبر
Управляющий партнер	Managing partner	المدير الشريك
Развитие	Développement, évolution	التنمية, التطوير
Метод в области	Méthode dans le domaine	الأسلوب في مجال
Специализирующий	Spécialiste	متخصص
Свойство	Propriété	الخاصية, الميزة
Серия	Série	سلسلة, حلقة

Документ № 2

ООО ТЕХСТРОЙПРОЕКТ

105005 г. Москва, Набережная Академика Туполева

Д. 15 стр, 28

+74955450991

Ассоциация развития

Стального строительства

Строительство из лёгких стальных тонкостенных конструкций (ЛСТК)

Технология ЛСТК не имеет аналогов по стоимости и скорости производства работ при массовом строительстве качественного, комфортного и экологически благоприятного жилья, объектов социально-бытовой сферы, реконструкции, надстройке дополнительных этажей.

ЛСТК применяется для строительства зданий самого широкого спектра назначения

- Многоквартирные малоэтажные дома.
- Коттеджное строительство.
- Наружные и внутренние стены многоэтажных жилых домов.
- Спортивные сооружения и выставочные комплексы.
- Детские сады, школы, другие объекты социальной структуры.
- Реконструкция – надстройка дополнительного этажа.
- Утпление фасадов.
- Гаражи и стоянки.
- Складские помещения и ангары.
- Объекты военной инфраструктуры.
- Промышленные объекты.
- Общежития и гостиницы.
- Инженерные сооружения.

Коммерческие термины включены в документ:

Термины (русский)	Французский	Арабский
Аналог	Analogue	النظير, الممثل
Стоимость	Valeur, coût	التكلفة
Скорость производства	vitesse de production	سرعة الإنتاج
Объект	Objet	موضوع, هدف
Сфера	Sphère, domaine	ميدان, مجال
Массовый (масса)	Masse, massif	كتلة, مصنوع بالجملة
Наружный	Extérieur	خارجي
Внутренний	Intérieur, interne	داخلي
Сооружение	Installation, structure	الهيكل, البنية
Гараж	Garage	كاراج, المرأب
Складской(склад)	Entrepôt de stockage	مستودع, مخزن
Выставочный	D'exposition	معرض, للعرض

Документ №3:

ООО ТЕХСТРОЙПРОЕКТ

105005 г. Москва, Набережная Академика Туполева

Д. 15 стр, 28

+74955450991

Ассоциация развития

Стального строительства

Основные преимущества предлагаемых технологий стального строительства с применением ЛСТК и композитной блэки.

1. Снижение металлоемкости здания-уменьшение собственного веса здания со снижением затрат на фундаменты.
2. Сборная конструкция заводского производства высокого качества.
3. Всесезонность и всепогодность проведения строительных работ.
4. Высокая скорость строительства.
5. Применение панелей из ЛСТК наружной установки увеличивает общую продаваемую площадь дома на 5-7% или уменьшает площадь застройки при сохранении общей площади этажа здания.
6. Возможность производства профиля и или сроки панелей прямо на объекте строительства.

Минимизация рыночных рисков за счет ускоренных темпов строительства.

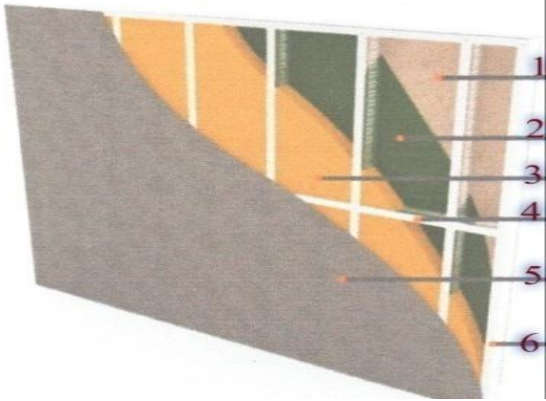
Коммерческие термины включены в документ:

Термины(русский)	Французский	Арабский
Преимущество	Avantage	مصلحة, فائدة, ميزة
Снижение	Diminution , réduction	تخفيض , انقاص
Применение	Application, usage	تطبيق, استعمال
Уменьшение	Amoindrissement , réduction	تقليل, تخفيض
Собственный вес	poids propre	الوزن الخاص, الوزن الصافي
Затраты	Dépenses, frais	النفقات, المصاريف
Затрат на фундаменты	Frais sur les fondations	النفقات على الأساسيات

Высокое качество	haute qualité	جودة عالية
Проведение	Direction , gérance	تسيير , ادارة
Продаваемый	de vente, être à vendre	المباع
Сохранение	Préservation, conservation	حفظ
Минимизация рыночных рисков	Minimisation des risques de marché	التقليل من مخاطر السوق
Счёт	Frais, comptes	حساب
Ускоренный темп	Le rythme accéléré	معدلتسارع
Заводское производство	production industrielle	منتوج مصنع
Профиль	Profil	البيانات الشخصية , صفحة شخصية
Срок	Temps, délai	مدة , زمن

Документ № 4:

<p>ООО ТЕХСТРОЙПРОЕКТ</p> <p>105005 г. Москва, Набережная Академика Туполева</p> <p>Д. 15 стр, 28</p> <p>+74955450991</p> <p>Ассоциация развития Стального строительства</p> <p>Ключевые инновационные решения</p> <p>наружные ограждающие конструкции из ЛСТК- термопанели заводского изготовления</p> <p>Стены здания выполнены из трехслойных структурных панелей с заполнением из любого утеплителя минеральная вата, пенобетон, эковата, теплоизол</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внутренняя обшивка панели 2. Гипостружечная плита 3. Пароизоляционная пленка 4. Утеплитель Isocos/Rockwool направляющий профиль (каркас панели) 5. Наружная обшивка панели фиброцементная плита 6. Стоечный профиль (каркас панели)
---	---

Наружная облицовка стен выполняется из окрашенной фиброцементной панели.

Конструкция стены также позволяет использовать для внешней отделки любые материалы, в том числе навесные фасады кирпич, сайдинг, деревянные, керамические или цементные панели, другие материалы в зависимости от архитектурного решения, требований заказчика и нормативных требований.

Для облицовки стен внутри помещения применяются стандартные гипсокартонные и гиповолокнистые листы, стекломагнезитовые плиты, а также любые аналогичные отделочные материалы.

Коммерческие термины включены в документ:

Термины(русский)	Французский	Арабский
Решение	Décision, résolution	قرار, حل
Завод	Usine	مصنع
Заводское изготовление	Préfabrication	التصنيع المسبق
Материал	Matériel	مادة
Зависимость	Dépendance	اعتماد, تبعية
Требование заказчика	l'exigence du client, demande du client	متطلبات العملاء (الزبائن)
Нормативные требования	Les exigences réglementaires	المتطلبات التنظيمية
стандартный	Standard, norme	معياري, قياسي
Отделочный материал	Le matériau isolant	المادة العازلة
Заказчик	Client	الزبون, المتعامل

Мы исследовали разные международные коммерческие документы использованы русскими компаниями и фирмами, и перевели коммерческие термины, взятые из этих документов на французский и арабский языки. затем анализировали их и составили эту таблицу:

Термины(русский)	Французский	Арабский
Банк	Banque	بنك
гарантийный срок	durée de garantie	فترة الضمان
гарантийный талон	bon de garantie	بطاقة الضمان
деловая газета	journal d'affaires	صحيفة الأعمال
денежное средство	actif monétaire	موارد مالية
денежное средство	actifs monétaires	أموال
дорогие инструменты	outils coûteux	الأدوات باهظة الثمن
замена товара	échange des produits, marchandises	تبادل السلع
заявка договор	demande de convention	طلب اتفاقية
инвестиционная программа	programme d'investissement	برنامج استثماري
индивидуальный предприниматель	entrepreneur individuel	رجل أعمال خاص
компания	Compagnie	شركة
копия акта осмотра	une copie du certificat d'inspection	نسخة من شهادة فحص
копия чета о покупке	copie d'une facture sur l'achat	نسخة من فاتورة الشراء
кредитование	Octroi de crédit,crediter	قرض
малые и средние компании	Les petites et moyennes entreprises	الشركات الصغيرة والمتوسطة
Марка(фабричная)	Marque(commercial)	(تجارية) علامة
менеджеры среднего и высшего звена	Les cadres intermédiaires et les cadres supérieurs	اطارات الحلقة المتوسطة و العالية
отличный продукт	excellent produit	منتج ممتاز
отремонтировать	Réparer	أنهى اصلاح, أنهى ترميم
официальный представитель	représentant officiel	الممثل الرسمي
перевозка продукта	Transport de produit	نقل المنتج
платежное поручение		دفع بالوكالة
повышение	accroître l'efficacité	زيادة فعالية العمل

эффективности бизнеса	d'affaires	
полиграфическая продукция	produits d'impression	منتجات الطباعة
престижные бизнес-центры	centres d'affaires prestigieux	المراكز التجارية المرموقة
продажа	Vente	بيع
работа серверо	le travail du serveur	عمال الخادم
расходная операция	opérations de débit	العملية المصرفية
рекламная продукция	articles promotionnels	المواد الترويجية
сервисный центр	centre de services	مركز الخدمات
сломаться	Casser, briser	تحطم, انكسر
сотрудничество	Coopération	تعاون
срок изготовления	temps de production	مدة التصنيع
сумма	Somme, montant	مبلغ, مجموع
Счёт	Compt	حساب
условия финансирования	conditions de financement	شروط التمويل
Фактория	Factorerie	مصنع
Франчайзинг	Franchisage	الامتياز التجاري
Характер сделки	Nature de la transaction	طابع, طبيعة الصفقة
Ценовые скидки	réductions de prix	تخفيضات قيمة, معتبرة
Штраф	Amende	غرامة
Экспорт товаров	L' exportation des marchandises	تصدير البضائع
Экспортный контроль	contrôle des exportations	مراقبة الصادرات
Юридическое лицо	La figure juridique	الوجه القانوني
Ярмарка	Foire	معرض

Все перечисленные примеры показывают на то, что перевод делается за счёт понятийного развертывания слова. Все слова и выражения находят свои эквиваленты на французском и арабском языках. Наблюдения над списком данным ниже в приложении позволяют делать обобщение.

Русские слова : Биржа - Вес брутто - Вес нетто, Демередж Джоббер - Квота - Квотирование и лицензирование экспорта и импорта -Фактория Клаузула - коносамент – контрагент – контрафакция – лизинг – оферта – прейскурант – рентинг – своп – спонсор – тендер – узуфрукт - форс-мажор – франчайзинг – фьючерс – хеджер - холдинг-компания - цена демпинговая.

Из пяти десяти (500) примеров, кроме слов *брутто* и *нетто* (от латинского происхождения и *форс-мажор* 01 французское слово), насчитываются 21 англицизм. Все остальные русские слова, давно вошедшие в язык.

Французские слова: Banknotes-trocdeal- jobber - Crédit-bail, leasing – factererie- Маклер - Echange, Swap – sponsor – Tendre – hedger - CompanieHolding - ledumpingPrix.

Из суммы примеров насчитываются 13 англицизм.

Арабские слова: بورصة использование французского слово но находит свой эквивалент سوق الأوراق المالية.

3.2. Практикум по русскому языку делового общения

С целью подготовить студентов обучающихся русский язык к профессиональному облику, а это в соответствии, с тем что в дальнейшем времени в университетской системе ЛМД в Алжире будут включатся професиональные дисциплины, можно предлагать подходящий метод преподавания дисциплины « **Практикум по русскому языку делового общения** ». эта дисциплина является овладение учащимися терминологией делового общения и формирование речевых умений в сфере их конкретного приложения - общения в будущей профессиональной деятельности. Специально подобранные упражнений помогут развить навыки оформления бумаг, ведения деловой переписки, понимать проблемы, изложенные в газетных и журнальных статьях, переводить с русского языка на французский и на арабский (и обратно) устно и письменно, поддерживать беседу на французском и арабском языках.

Как правило, эта дисциплина адресована иностранцам, заинтересованным в изучении РЯДО (русский язык делового общения), с помощью которого они могли бы установить деловые контакты с российскими и русскоязычными партнёрами. Это может быть :

1. Бизнесмены, работающие на фирмах и имеющие деловые контакты с российскими партнёрами ;
2. Сотрудники внешнеторговых организаций или совместных предприятий, для работы в которых требуют знание РЯДО ;
3. Студенты-нефилологи преимущественно будущие экономисты ;
4. Студенты-филологи, которые планируют работать переводчиками в области внешнеэкономических связей.

Система уровней владения русским языком делового общения, которую мы предлагаем включает в себя три уровня:

1. Базовый (B1)
2. Средний (B2)
3. Продвинутый (C1)

Базовый уровень предполагает владение языком для решения минимального числа коммуникативных задач, достаточных для органичного профессионального общения в стандартных ситуациях бизнеса и коммерции. Стартовой площадкой для овладения базовым уровнем РЯДО является предпороговый уровень владения русским языком повседневного общения (A2)[Журавлеве Л.С.,Исаев Н.П.,Ии др., с.5].

Система уровней владения РЯДО по сформированности коммуникативных умений может быть соотнесена с системой уровней общего владения иностранными языками, разработанной Советом Европе (CommonEuropeanFrameworkofReferenceforLanguageLearningandTeaching, Strasbourg 1996).

Breakthong (A1)

Waystage (A2)

Базовый (B1) Threshold (B1)

средний (B2)

Vantage (B2)

продвинутый (C1)

Effective operational proficiency (C1)

Mastery (C2)

Не скроем, что работа по овладению деловым языком требует терпения и усилий со стороны студентов: ведь деловой язык не ограничивается набором профессиональных терминов, которые каждый человек в состоянии освоить и самостоятельно. Деловое и профессиональное общение, существенно отличаясь от повседневного, таит ряд "подводных камней": малейшая бестактность, ложный шаг могут поставить вас в неловкую ситуацию, что существенно может сказаться на результатах вашей деятельности. Поэтому помимо овладения профессиональной терминологией, предстоит познакомиться и со специфическими особенностями этикета и политеса при ведении деловой корреспонденции, переговоров и презентаций.

Помимо бизнес-навыков, большое внимание на занятиях уделяется также грамматике и фонетике, восполняются "языковые пробелы" - ведь деловое общение нередко переходит в неофициальные встречи и тогда просто необходимо уметь общаться на различную тематику, затрагивающую разнообразные сферы человеческой жизни [Аксенова А.К., Гавришина И.Н., и др., с 13.].

Кроме того, специально разработанный курс делового общения поможет студентам подготовиться к сдаче экзамена на какой-либо сертификат торгово-промышленной палаты.

Тестовый практикум должен состоять из двух блоков: тренировочного и экзаменационного. Каждый блок организован по видам речевой деятельности

(тесты по чтению, аудированию, письму, говорению) и аспектам языка (тексты по лексике и грамматике).

Тесты построены на реальных, аутентичных материалах, с которыми сталкиваются в ситуациях бизнеса и коммерции. Однако приводимые в учебных материалах названия компаний, адреса, номера телефона, факсов, фамилии и имена людей носят условный характер.

Экзаменационный блок знакомит учащихся с объёмом экзаменационного материала, его организацией, процедурой выполнения заданий в отведённое время. Он является моделью экзамена по содержанию и по форме.

Тесты аудированию отмечены знаком Ω , чтобы их выполнить, необходимо прослушать фонограмму на диске, который прилагается к текстовому практикуму. К тексту по говорению также предлагается фонограмма с вариантами ключей, записанная на диск. В приложении приводится тематическая лексика, обслуживающая базовый уровень владения РЯДО.

Большое внимание обращается на сочетаемость тематической лексики.

Тест считается выполненным, если кандидат сделал правильно не менее 65% по каждой части. Если кандидат не сдал одну или две части, он может пересдать их в следующую сессию.

По результатам экзамена в случае успешного выполнения текста кандидату выдается сертификат по русскому языку делового общения базового уровня [Журавлеву Л.С., Исаев Н.П., Ии др. с.9].

Примеры тестовых заданий дисциплины

1. Тест по чтению

Прочитайте коммерческие письма и выполните тестовые задания. Выберите один правильный вариант ответа.

МВЦ « Крокус –Экспо »

Россия, 119234, г. Москва, Волоколамское шоссе, Д.94

Тел \факс +7(495)727-26-31, (495)727-25-82.

Московское представительство

Швейцарской компаний « Бобст Грап »
ООО « Бобст Групп Восток »
Россия, 125009, г. Москва.
Ул. Тверская, д. 1612, офис 16.
Генеральному директору г-ин дютрюи

15 декабря 20..г.

Уважаемый господин Дютрюи !

Международный выставочный центр « Крокус-Экспо » приглашает вашу фирму принять участие в международной выставке « Обрудование для производства упаковки », которая будет проводиться в г. Москве на территории выставочного комплекса « корпус-Экспо » в период с 10 по 25 апреля т.г (текущего года) по адресу Волоколамское шоссе, д.94.

Заявки на участие в выставке принимаются до 1 февраля т.г. выставка даст возможность ознакомиться с вашей экспозицией широкому кругу специалистов, провести переговоры с партнёрами, показать рекламные кинофильмы по тематике выставке.

Общие условия участия в международных выставках, бланки заказов и другая информация о выставке будут направлены по Вашему запросу.

Мы будем рады приветствовать Вас в качестве участника выставки и готовы указать Вам любую помощь.

Более подробную информацию о выставке, Вы найдёте на наших сайтах www.equipement.com; www.crocus-expo.

С уважением.

Оргокомитет выставки

1. Письмо представляет собой ____

- а. Запрос
- б. Приглашение
- в. Благодарность
- г. Ответ на запрос

2. В письме сообщается, что выставка будет проводиться ____

- а. В Международном выставочном центре « Крокус »
- в. В Центре международной торговли « Экспо-Крокус »
- в. Во Всероссийском выставочном центре « Экспоцентр »
- г. В Международном выставочном центре « Крокус-Экспо »

« Электропродукт »

Россия.117328,г.Москва,ул.Воронская.41

Тел.+7(495)785-1430 ;факс (495)785-1433

APK wordelwid courier GmbH.

Dessenisstr.54

D-22083 Hambourg (Deutschland).

12 мая 20..г.

Уважаемые господа !

Благодарим вас за интерес к нашей продукции. В ответ на ваше письмо высылаем новый каталог нашей фирмы.

Дополнительно хотим сообщить, что наша компания уделяет большое внимание развитию отношений со своими партнёрами, которые составляют продукцию непосредственным потребителям. В партнёрской программе могут принять участие как ведущие предприятия отрасли. Давно известные на рынке, так и молодые активные фирмы. Всем им предлагаются взаимовыгодные условия сотрудничества, которые основны на поддержке и взаимном уважении партнёров.

Мы гарантируем стабильность в поставках продукции в необходимом ассортименте и количестве. Мы предлагаем две программы сотрудничества :

- 1) « Клиент » - когда можно получить разовые скидки на объём приобретенной продукции ;
- 2) « Партнёр » (любого условия) - когда имеется возможность получить систему скидок.

С уважением.

Н.В Штколов

Директор по маркетингу

3. Письмо представляет собой _____

- а. Ответ на претензию
- б. Предложение
- в. Запрос
- г. Рекламацию

4. В письме сообщается о том что _____

- а. Фирма предлагает товары только российского производства
- б. Расценки на изготавливаемую продукцию высокие
- в. Постоянные партнёры фирмы имеют значительные скидки
- г. Компания пока не нуждается в новых клиентов

« Сарма »

Россия, 117385, г. Москва, ул. Остоженка, 38

Тел. +7(495) 245-27-12 +7(495)289-95-41

Московское представительство

Фирмы АРГУЗ СПЕРТР

Россия, 103031, москва,

Малый кисельный пер.,1/9

1 октября 20..г.

Уважаемые господа

Дизайн-студия типография « Сарма » предлагают вам разработку и изготовление на собственной базе любой полиграфической продукции с вашей фирменной символикой, что значительно дешевле, чем у посредников. Мы можем изготовить для вас фирменные бланки, листовки, блокноты, брошюры, визитные карточки, календари, плакаты, презентационную и представительскую продукцию.

Наши дизайнеры могут воплотить в жизнь наши идеи или предложат свои.

Сроки и условия выполнения заказов мы оговорим дополнительно.

Ждём ответ на наше предложение до 1 ноября текущего года.

С уважением

Уколов Н.В,
директор фирмы Сарма

5. Письмо представляет собой ____

- а. Запрос
- б. Оферту
- в. Ответ на запрос
- г. Ответ на претензию

6. В письме утверждается что ____

- а. Типография выслала клиенту каталог продукции
- б. Расценки на изготавливаемую продукцию высокие
- в. Типография предлагает разработку дизайна продукции
- г. Доставка готовой продукции осуществляется в органичѐнные сроки

2. Тест по лексике и грамматике

Составьте словосочетаия и сложные слова из слов левой и правой калонок.

- | | |
|------------------|------------|
| 1. Гарантировать | а. Договор |
| 2. Снизать | б. Товарь |
| 3. Подписать | в. Услуги |
| 4. Оказывать | г. Цену |
| д. Стабильность | |

Выбирайте правильные варианты

- Мы предоставляем....на нашу продукцию сроками на два года
 - 1. Перспективы
 - 2. Гарантии
 - 3. Обещания
 - 4. Прогнозы
- Подтверждение товаратри транспортировке
 - 1. Пришло
 - 2. Произошло
- Просим более детально информировать ...
 - 1. С вашими предложениями

2. У ваших предложений
 3. С визитной карточкой
- ...есть несколько вопросов относительно доставки
 1. У меня
 2. Мне
 3. Ко мне
 4. От меня
 - Мы получили ваш преискурантблагодарим
 1. С которым
 2. За который
 3. О котором
 - Я прошу....этим проектам занялись именно Вы Олег Петрович
 1. Чтобы
 2. Что

Выводы по третьей главе

1. В нынешнее время наблюдаются налаживания в коммерческой сфере контактов и буйного сотрудничества между партнёрами Алжира и России, что способствовало изучением официальных документов.
2. Отобран целый корпус терминов и составлена их классификация. Анализ показал, что между французскими, арабскими и русскими деловыми была выявлена эквивалентность большого числа терминов, тогда как только пять французских терминов, семь арабских и пять русских терминов не эквивалентны, то есть одному термину одного языка соответствуют два или более термина другого языка.
3. В ходе сопоставительного анализа терминологии французского языка с терминологией арабского и русского языков было также установлено, что шесть французских терминов не имеют эквивалентов в русском языке, а также один из них имеет лауну в арабском языке, поэтому они представлены описательно.
4. Ввод курсов с хорошо сформированными и подробными упражнениями, способствует овладению терминологией делового общения, будут развиваться навыки и умения оформления бумаг, деловой переписки, и также их перевод с русского языка на французский и арабский языки устной и письменной речи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Магистерское исследование посвящено структурно-семантическому анализу русской коммерческой терминологии.

Формирование и становления русской терминологии имеет длительную историю, которая отражает особенности и основные этапы развития русского языка разных эпох под влиянием внутренних и внешних факторов. Язык русской науки, основы которого были заложены ещё в XVIII столетии, окончательное оформление получил в XIX веке, т. е. в то время, когда было завершено формирование норм русского литературного языка. В последующие столетия (в XX в. — первом десятилетии XXI в.) происходило дальнейшее укрепление и развитие русской научной терминологии. Значительное увеличение пласта специальной научной лексики было особенно характерно для XX столетия.

Специальная лексика представляет собой значительный пласт русского языка, который включает слова и словосочетания, называющие предметы и понятия, относящиеся к различным сферам профессиональной деятельности человека и не являющиеся общеупотребительными. Согласно современным представлениям, термин — это слово или словосочетание, служащее средством номинации определённого понятия в системе понятий науки, техники и других сфер профессиональной деятельности и основанное на дефиниции.

Следует отметить, что совокупность терминов, используемых в определённой области знания для выражения специальных понятий, а также для называния типичных объектов данной области, называются терминологией. Терминология составляет ядро специальной лексики и может рассматриваться как самостоятельная подсистема общенационального языка, обслуживающая профессиональные сферы общения.

Развитие коммерческой терминологии зависит от социальных условий, в данном случае - переход на рыночные отношения. Но в то же время развитие

лексики определяется внутриязыковыми факторами, связанными с системным характером языка.

На ряду с неологизмами значительная часть слов уходит в прошлое, другая часть претерпевает разнообразные переосмысления, семантические и стилистические сдвиги.

Представленные процессы в современной лексике иллюстрируют активных социальных факторов в коммерческой терминологии, и в области семантики и в стилистических сдвигах, и в активизации иноязычных заимствований.

Современная лексика отражает время становления новой экономики.

Языковая динамика представлена новыми словами:

- конверсия, бизнес, холдинг, маркетинг;
- возвращением старых слов в актив:приватизация, коммерция;
- актуализация слов:прибыль, депозит, наличные.

Употребление коммерческой терминологии актуализируется в широком спектре коммуникативных ситуаций и жанрах речи. Центральной зоной функционирования коммерческой лексики является специальная речь в письменной и устной форме. Причем коммерческие термины употребляют и экономисты, коммерсанты и неспециалисты, в активный запас которых они попадают. Массовый адресат характерен для СМИ, а также для некоторых жанров городской речи – вывесок реклам, объявлений. Особой зоной функционирования коммерческой лексики является литература мемуарная и художественная.

Логико-понятийный анализ коммерческих терминов позволил нам совершить собственный перевод. В ходе дефиниционного анализа русских, французских и арабских деловых терминов проявилась эквивалентность большого числа деловых терминов, что подтверждается отсутствием однозначного эквивалента.

В целом, следует отметить, что лексические замены, т.е. выбор эквивалента для перевода, несмотря на то, что настоящее поколение, работающее в

области торговли, в банках, в таможенном предприятии, и в экспорте-импорте хорошо знают английский язык и используют английские термины, старое поколение всё же пользуются французской терминологией. Дело в том, что сами французы предпочитают ихнюю терминологию. Они уже создали свой словарь исконно-французских терминов.

Используемая в данном дипломном исследовании методика межъязыкового анализа применена при сопоставительном изучении деловой терминологии на материале неблизкородственных, типологически несхожих языков.

В дальнейшей перспективе предполагается моделирование трехязычного словаря по деловой терминологии с учетом не только рассмотренных парадигматических отношений в рамках настоящей работы, но и тех, которые не вошли в поле зрения данного исследования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ РАБОТЫ

1. Аксенова А.К., Гавришина И.Н., и др. Французский язык для экономистов: Учеб.пос.по французскому языку. – М.: НВИ - ТЕЗАУРУС, 1998.-175с.
2. Алексеева И.С., Введение в переводоведение. Изд. «Академия».-М., 2004.,-352 с.
3. Алжиро – российские отношения [Электронный ресурс]- режим допуста: http://www.russia-algeria.ru/index/posolstvo_alzhira_v_rf/0-221.
4. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. 2-е изд., стер. —М.: Эдиториал УРСС, 2001. —416с.
5. Баранов А.Н. Русская политическая метафора (материалы к словарю). – М., 1991.-117с.
6. Баскин В.С., Рубенштейн Г.И. и др. Экономическое сотрудничество СССР со странами Африки, Изд. Наука.-М. 1968. -214 с.
7. Боднар С.Н. Аарабский язык// Жанр коммерческих деловых бумаг и их языковая специфика. -М.: Муравей, 2002. -328 с.
8. Бруннер В.А. Общедоступная коммерческая терминология.– М., 1901. – 262 с.
9. Будагов Р.А. Введение в науку о языке. — М.: Добросвет - 2000, 2002. — 544 с.
- 10.Бурцев С.Н. Арабский язык// Экономический перевод.-М.: МГИМО, 2007. -100 с.
- 11.Вавилов И.А. Справочный коммерческий словарь. С.- Петербург, 1856. - 367 с.
- 12.Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М.,2001.- 304с.

- 13.Ващинко Е.Д. Русский язык и культура речи//среднее профессиональное образование, изд. «Феникс»,Ростов-на-Дону, 2003. -349с.
- 14.Виноградов В.В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. – М.: Высшая.школа.,1972.-616 с.
- 15.Володина М.Н., Когнитивно – информационная природа термина. – М.,2000.- 84с.
16. Газета «Известия» [Электронный ресурс].- режим допуста: <http://search.compromat.ru/?q=%E8%E7%E2%E5%F1%F2%E8%FF+%E3%E0%E7%E5%F2%E0&p=36&n=20>.-Дата: 15.06.2015.
17. Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах. — М.: Высшая школа, 1987. — 105 с.
- 18.Граудина Л.К. Вопросы нормализации русского языка. – М.,1980; 171с.
19. Гринев С.В. Введение в Терминоведение. – М.,1993; 164с.
- 20.Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение: учеб.пособие// Гринев-Гриневиц С.В. -М.,: Академия, 2008. -303 с.
21. Даниленко В. П. Русская терминология: Опыт лингвистического описания. — М.: Наука, 1977. — 246 с.
- 22.Даниленко В.П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. – М.,1997; 125с.
- 23.Дубинина Н.В, Ковыршина Н.А. учитеь писать деловые письма, М. изд. РУДН. 2008,с 91.
- 24.Журавлев В.К. Внешние и внутренние факторы языковой эволюции / В.К. Журавлев. М.: Наука, 1982. -317 с.
- 25.Журналев Л.С., Исаев Н.П., и др. Тестовй практикум по русскому языку делового общения//Бизнес. Коммерция. Изд. РЯ.-М.,2013.-312с.
26. Журнал «Финансовый директор»[Электронный ресурс]. режим допуста: <http://www.profmedia.by/pub/fin/art/36350/>. –Дата:13.11.2015.
27. Жрнал «Сектор фильмы.2013№ 11[Электронный ресурс].-режим допуста: <http://www.cfin.ru/press/sf/2003-11/>.-Дата: 13.11.2015.

28. Журнал «Налоговой листник». Электронный ресурс.-режим допуста:
<http://www.nalvest.com>.
29. Запаровская О.В., Донькова Т.Н. Термин и терминология. –Воронеж, 2011,-136 с.
30. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства / Е.А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М.: Языки русской культуры, 1996. С. 90-141.
31. Земская Е.А. Словообразование как деятельность / Е.А. Земская. М.: Наука, 1992. 220 с.
32. Какорина Е.В. Трансформация лексической семантики и сочетаемости (на материале языка газет) / Е.В. Какорина // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 2000. С. 67.
33. Канделаки Т.Д. Семантика и мотивированность терминов. — М.: Наука, 1977. —167 с.
34. Квитко И.С. Термин в научном документе. –Львов: Виша школа, 1976. -127с.
35. Китайгородская М.В. Современная экономическая терминология / М.В. Китайгородская // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М.: Языки русской культуры, 1996. С. 170-216.
36. Коммерческий перевод,[Электронный ресурс]. режим допуста:
http://gruzinfo.su/helpful_information/Dictionary_commercial_terms
37. Коммерческий перевод. Статьи и публикации.-М., 2007. [электронный ресурс] -режим допуста:
<http://transeurope.ru/publications/kommercheskiy-perevod.html>. -Дата:
01.02.2016.
38. Комисоров В.Н. Современное передоведение. Учебное к 632 пособие. Изд. «ЭТС»,-М., 2001.- 424 с.

39. Костомаров В.Г. Русский язык в иноязычном потоке // Русский язык за рубежом - № 2 – 1993; 6-9с.[Электронный ресурс]-режим допуста: <http://referat.co/ref/19944/read?p=28>. –Дата: 13.06.2015.
40. Крупное В. Н. Лексикографические аспекты перевода: Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. — М.: Высш. шк., 1987.—192 с.
41. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни / Л.П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М.: Языки русской культуры, 1996. С. 142-159.
42. Крысин Л.П. Иноязычный термин в русском просторечии // Филологический вестник - № 5 – 1995; 125-127с.
43. Кутина Л.Л. Формирование языка русской науки: (терминология математики, астрономии, географии в первой трети XVIII века). –М., наука, 1964. -218 с.
44. Лейчик В.М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. Изд. 3-е, испр. и доп. —М.: URSS, 2006. — 256 с.
45. Мискевич Г.И. К вопросу о норме в словообразовании // Грамматика и норма – М.,1997.-116с.
46. Монкоша-Богдан Я. Развитие коммерческой терминологии русского и польского языков. 8090 годы XX века: автореф. дис. ... докт. филол. наук / Я. Монкоша-Богдан. СПб., 1994. -290 с.
47. Немченко В.Н. Введение в языкознание. М., Дрофа, 2008. -704с.
48. Новодранова В.Ф. Когнитивный подход изучению терминологии // Терминоведение - № 1 – 3 – 1997., 13-14с.
49. Петрович Н.Ю., Сергеевна К.Т. Формирование экономической терминологии в лексической системе современного русского языка / сост. Изд. Вестник Адыгейского государственного университета. № 4 (149) /2014. [Электронный ресурс] – режим допуста: <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-ekonomicheskoy-terminologii-v-leksicheskoy-sisteme-sovremennogo-russkogo-yazyka>.-Дата:22.11.2015.

50. Половцев Д.О. Перевод деловой документации и корреспонденции, Витебск ВГУ. 2014. 56 с.
51. Примагомедов А.И. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Деловая документация», -Махачкала: ДГНХ, 2012.-58 С.
52. Рахимбердиев Б.Н. Эволюция семантики экономической терминологии русского языка в XX веке: Дис. канд. филол. наук. М., 2003. - 188 с.
53. Реформатский А.А. Введение в языковедение /Под ред. В.А. Виноградова. —М.: Аспект Пресс, 1996. — 536 с.
54. Рыбин П.В., теория перевода, Москва., 2007.- 263 с.
55. Сергеева Е.Ф. Заимствования в социолингвистическом аспекте // Русская речь - № 5 – 1996 – 42-49.
56. Солнцев В.М. Язык как системно-структурное образование, М. наука, 1977. - 341 с.
57. Судагачев П.В., Сердобинцев Н.Я. и др. История русского литературного языка. Изд. 2-е, дораб.-М., 1990,-319 с.
58. Суперанская А.В., Подольская Н.В. и др. Общая терминология. Вопросы теории / Отв.ред.Т. Л. Канделаки. Изд. 6-е. — М: Книжный дом «Либроком», 2012. — 248 с.
59. Суперанская А.В., Подольская Н.В. и др. Общая терминология, терминологическая деятельность. изд. 2-е, строкетипное. –М., Едиториал УРСС. 2005. -288 с.
60. Темирбулатова А.К., Бутенко К.В. Особенности перевода деловых документов//vii международная студенческая электронная научная конференция"студенческий научный форум "-2015. [электронный ресурс] - режим допуста:
<http://www.scienceforum.ru/2015/1086/10512>.-Дата: 14.02.2015.
61. Тимофеева Г.Г. Новые английские заимствования в русском языке – СПб.,1995.-118с.

62. Торговый оборот между Россией и Алжиром за 1 квартал 2015 года [электронный ресурс]. - режим выпуска: <http://www.rusexporter.ru/research/country/detail/2685/>. – Дата: 02.01.2016.
63. Улуханов И.С. Словообразовательная семантика в русском языке и принципы ее описания. – М.-1996.
64. Фёдоров А.В. Основы общей теории перевода (лингвистический проблемы). -СПБ. Изд. «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 1986.-347 с.
65. Формирование коммерческих терминологии. [Электронный ресурс] - режим доступа: <http://mydocx.ru/10-52956.html>. - Дата: 21.03.2015.
66. Хакиева З.У. Место терминологии в лексической системе языка (тест) // Хакиева З.У. Современная филология материалы. междунар. науч. конф. (г. Уфа, апреля 2012г.) Уфа лето, 2011- с. 209-212.
67. Шанский Н.М. Русский язык: Лексика. Словообразование - М., 1975.-275 с.
68. Шапошников В.Н. Русская речь 1990-х гг. Современная Россия в языковом отображении / В.Н. Шапошников. М.: Наука, 1998. -189 с.
69. Шведов А.А., Подцеров А.Б. Советско-Алжирские отношения. Изд. «Прогресс», 1986. -256 с.
70. Шувалова Н.Н. Иванова А.Ю. Основы делопроизводства, изд. Юрайт. М., 2015,-374с.
71. Экономические термины в лексической системе современного русского языка. [электронный ресурс] - режим доступа: <https://www.kazedu.kz/referat/154271>. - Дата: 06.02.2015.
72. Экономические отношения России и Алжира. [Электронный ресурс]. - режим доступа: <http://voprosik.net/ekonomicheskie-otnosheniya-rossii-i-alzhira/>. – Дата: 07.05.2015.

Словари:

73. Аньин В. М. Инновационная стратегия фирмы. М.: РЭА, 1995..
Краткий экономический словарь / Под ред. Ю. А. Беликова. М.:
Политиздат, 1987.
74. Баранов Х.К., Арабско-русский словарь. 3-е изд., 2007. 944с.
75. Борисов А. Б. Большой экономический словарь [Текст] : словарь /. - М.
.: 4-е изд.: Институт новой экономики. 1999. 1245с .
76. Коржавин А.В., Поякова И.М. словарь-справочник французской
технологии Астрель. АСТ. М.- 654 с.
77. Рыжков В.И., Тхорхсевский Л.Л., Шагаль В.Э. Русско-арабский
технический словарь. М.: Русский язык, 1988.
78. Словарь международных коммерческих терминов: [Электронный
ресурс].- режим допуста:
http://gruzinfo.su/helpful_information/Dictionary_commercial_terms.-Дата:
03.10.2015.
79. Спиркина А.Г. Словарь иностранных слов. Изд.: Москва, 1980 г. 624 с.
80. Экономический энциклопедический словарь – М., 2000 Борисов В.М.,
русско-арабский словарь. Изд., САМ ИНТЕРНЕТШЛ.-М. 1993. 1120 с.
81. Юнусов К.О. Краткий русско-арабский словарь экономических
терминов. -СПб, 1996.7.
82. Ярцев В.Н. Большой Энциклопедический словарь. языкознание.-М.:
большая российская энциклопедия, 1998. — 685 с.
83. Островская Е.П., Кузьминок Л.Г., Русско-французский экономический
словарь: более 35 тыс. - 2005.-1226 с.
84. Бенжамен Г., Пике М. Экономика и коммерция. Экономический и
коммерческий словарь. Англо-франко-русский словарь М. Изд.,
Международные отношения.- 1993г. 448с.
85. Липсиц И.В., Словарь коммерсантов. Толковый русско-английский и
англо-русский. Сост. Машиностроение ИНФРА-М. 1996г. 352с.
86. حبيب نشأة حبيب وسوف، معجم الطلاب عربي- روسي، روسي – عربي، دار الكتب العلمية
بيروت، ط. 2003، ص. 590.

87. ليلي مليحة فياض، معجم الطلاب، فرنسي-عربي عربي-فرنسي، دار الكتب العلمية. بيروت، ط. 2008، ص.704.
88. بسام خالد الطيارة، قاموس المصطلحات و المختصرات التجارية و الاقتصادية و العلمية، مكتبة المعارف. بيروت، ط. 1996، ص.112.
89. أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمد، معجم المصطلحات التجارية و المالية و المصرفية. انجليزي-فرنسي-عربي، دار الكتاب اللبناني. ط. 1994، ص.358.
90. Dictionnaire sloved deluxe Russe-Français Français-Russe.[Dictionnaire électronique].
- 91.'Al-Khatib A. A new dictionary of petroleum and the oil industiy: English - Arabic. Beirut, Librairie du Liban, 1975.
- 92.Ghattas N. A dictionaty of economics, business&finance: English-Arabic with an Arabic Glossary. Beirut: LibrairieduLiban, 1982.

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В нашей диссертации мы использовали следующие обозначения и сокращения:

АНДР-Алжирская Народная Демократическая Республика

ГУМ- Государственный Универсальный Магазин

ИТ- Исходный язык

КЭ- Коммуникативная эффект

ЛСТК- Лёгкая Стальная Тонкостенная Конструкция

НПК- Научно-промышленная палата

ОАО- Открытое Акционерное Общество

ПТ- Переводенный текст

ПЯ- Переводящий язык

РЯДО- Русский Язык Делового Общения

СМИ- Средства массовой информации

ПРИЛОЖЕНИЕ

СЛОВАРЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

N°	Русский	Французский	Арабский
	А		
1.	Абандон	Abandon	هجر
2.	Аваль	Garantie	ضمانة
3.	Аванс	Avance	تقدم, تسبيق
4.	Авансовая закупка	achat à l'avance	الشراء المسبق
5.	Аварийная оговорка	clause d'urgence	بند الطوارئ
6.	Аварийный сертификат	certificat de dommages	شهادة للأضرار
7.	Авария	avarie	حادث عطب خلل
8.	Авизо	conseils	نصيحة مشورة
9.	Автаркия	autocratie	الاكتفاء الذاتي
10.	Агент	agent	وكيل
11.	Агентское соглашение	contrat d'agence	اتفاقية الوكالة
12.	Агент судовой	Agent de navire	وكيل السفينة
13.	Адвокат	avocat	محامي
14.	Административное задержание	La détention administrative	احتجاز الإداري
15.	Административные правонарушения	infractions administratives	مخالفات إدارية
16.	Аккредитив документарный или товарный	Lettre de crédit commerciale ou documentaire	خطاب الاعتماد وثائقي السلع
17.	Активный платежный баланс	Balance favorable des paiements	ميزان مدفوعات جيد
18.	Активный торговый баланс	Balance commerciale favorable	ميزان تجاري نشيط
19.	Акцепт	acceptation	قبول
20.	Акциз	Taxe, impot, accise	ضريبة
21.	Акция	Action , activité	عمل
22.	Антиконкурентная практика	Les pratiques anticoncurrentielles	الممارسات المنافسة للمنافسة
23.	Антимонопольная политика государства	Politique antimonopole d'État	السياسة الحكومية لمكافحة الاحتكار
24.	Ассоциации делового сотрудничества	Association de coopération dans les affaires	جمعية التعاون في مجال الأعمال
25.	Аттестация продукции	Certification des produits	التصديق على المنتجات

26.	Аудит	Audit, vérification	التدقيق و المراجعة
27.	Аудитор	commissaire aux comptes	مدقق حسابات
28.	Аукцион	Enchères publiques, enca	مزاو علني
29.	Аукционные товары	produits d'action	بضائع العمل
	Б		
30.	Багаж	bagage	امتعة
31.	Базисный сорт, марка	classe de base, marque	الفئة الأساسية
32.	Баланс внешнеторговый	la balance du commerce extérieur	ميزان التجارة الخارجية
33.	Баланс международной задолженности	La balance solde de la dette internationale	ميزان المديونية الدولية
34.	Баланс платежный	balance des paiements	ميزان المدفوعات
35.	Баланс текущих операций	La balance solde des transactions courantes	ميزان المعاملات الجارية
36.	Баланс услуг и некоммерческих платежей	La balance des services et le non-paiement	ميزان الخدمات وعدم دفع
37.	Балансы международных расчетов	La balance des paiements internationaux	ميزان المدفوعات الدولية
38.	Банк	banque	مصرف
39.	Банк данных	banque de données	بنك المعطيات
40.	Банкноты	Banknotes	اوراق نقدية
41.	Банковская гарантия	garantie bancaire	ضمان بنكي
42.	Банковский перевод	transfert bancaire	التحويل المصرفي
43.	Банкротство	faillite	إفلاس
44.	Бартерная сделка	troc deal	صفقة المقايضة
45.	Беспошлинный ввоз	entrée gratuite	استيراد معفى من الرسوم الجمركية
46.	Бесспорное списание пеней и штрафов	Les pénalités et des amendes d'annulation incontestés	الالغاء الحتمي للعقوبات و الغرامات
47.	Биржа	Boursede valeur	بورصة، سوق الأوراق النقدية
48.	Биржа универсальная	Bourse universelle	البورصة العالمية
49.	Биржевая торговля	le commerce d'échange	تجارة الاوراق المالية
50.	Бланк таможенного документа	Document douanier Formulaire	استمارة التوثيق الجمركي
51.	Блокирование счетов	Blocage des comptes	وقف الحسابات
52.	Бонификация обратная	allocation de bonus inverse	الفوائد الرجعية
53.	Брутто	brut	اجمالي
54.	Бюджет	budget	الميزانية
	В		
55.	Валовой внутренний продукт	Produit intérieur brut	الناتج المحلي الإجمالي
56.	Валовой национальный	Produit national brut	الناتج القومي الإجمالي

	продукт		
57.	Валюта	monnaie	عملة
58.	Валюта замкнутая, неконвертируемая	Monnaie fermée, non convertible	العملة المحلية الغير قابلة للصرف
59.	Валюта кредита	monnaie de crédit	عملة الائتمان
60.	Валюта национальная	Monnaie nationale	العملة الوطنية
61.	Валюта российской федерации	monnaie russe	عملة روسيا الفدرالية
62.	Валюта резервная	monnaie de réserve	احتياطي العملات
63.	Валюта сделки	monnaie de transaction	عملة الصفقات
64.	Валютная система	système monétaire	نظام العملة
65.	Валютные ограничения	restrictions de change	قيود الصرف
66.	Валютные спекуляции	spéculation sur les monnaies	المضاربات على العملة
67.	Валютные условия контракта	Les conditions contractuelles de change	الشروط المصرفية للعقد
68.	Валютный контракт	contrats de change	عقود الصرف
69.	Валютный курс	taux de change	سعر الصرف
70.	Валютный рынок двойной	Le double marché des changes	السوق المزدوج للعملات
71.	Валютный счет предприятия	Compte de devises de l'entreprise	الحساب المصرفي للمؤسسة
72.	Вариант	option	خيار
73.	Векселедатель	fabricant	صانع
74.	Вексель	mandat	حوالة
75.	Вексель коммерческий	facture commerciale	حوالة تجارية
76.	Верификация	vérification	التحقق
77.	Вес брутто	poids brut	الوزن الإجمالي
78.	Вес натуральный	Poids naturel	الوزن الطبيعي
79.	Вес нетто	poids net	الوزن الصافي
80.	Вещи	choses	أشياء
81.	Взаимозависимые лица	Les parties intéressées	الأطراف ذات علاقة
82.	Взыскание стоимости товаров и транспортных средств	Le recouvrement du coût des marchandises et des moyens de transport	انتعش سعر البضائع و وسائل النقل
83.	Виды нарушений таможенных правил	Types de violations des règles douanières	أنواع انتهاكات القواعد الجمركية
84.	Владелец товара	Propriétaire produit	صاحب المنتج
85.	Внешнеторговое объединение	association du commerce extérieur	جمعية التجارة الخارجية
86.	Внешнеторговый договор, контракт	Le contrat de commerce extérieur	عقد التجارة الخارجية
87.	Внешнеторговый оборот	circulation de commerce	دوران التجارة

		extérieur	الخارجية
88.	Внешняя задолженность	la dette extérieure	الديون الخارجية
89.	Внешняя торговля	commerce extérieur	التجارة الخارجية
90.	Внутренняя стоимость экспортного товара	La valeur intrinsèque du produit exporté	القيمة الجوهرية للمنتج المصدر
91.	Воздушная перевозка	transport aérien	النقل الجوي
92.	Воздушное страхование	assurance aérienne	التأمين الجوي
93.	Воинские грузы	équipement militaire	العنادر العسكري
94.	Временное хранение	Le stockage temporaire	تخزين مؤقت
95.	Временный ввоз(вывоз)	Importation temporaire (l'exportation)	الاستيراد المؤقت (التصدير)
96.	Всемирный (мировой) рынок	Le marché mondial (global)	السوق العالمية
97.	Всеобщая система преференций	Système généralisé de préférences	النظام المعمم للأفضليات
98.	Встречная торговля	Anti-commerce	التجارة المضادة
99.	Вывоз капитала	Exportation du capital	تصدير رأس المال
	Г		
100.	Гарантии (надежность) таможенного обеспечения	Garanties (fiabilité) de la sécurité douanière	ضمانات (الموثوقية) للأمن الجمارك
101.	Гарантийное письмо	lettre de garantie	رسالة الضمان
102.	Гарантийный срок в международной торговле	La période de garantie dans le commerce international	فترة الضمان في التجارة الدولية
103.	Гарантирование экспортных кредитов	Garantie de crédit à l'exportation	ضمان ائتمان الصادرات
104.	Гарантия	garantie	ضمان
105.	Гарантия риска экспорта	Garantie de risques à l'exportation	ضمان مخاطر الصادرات
106.	Генеральное соглашение по тарифам и торговле	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce	الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية و التجارية
107.	Генеральный акт	acte général	المرسوم العام
108.	Генеральный груз	marchandise générale	الشحن العام
109.	Генеральный поставщик	entrepreneur général	مقاول العام
110.	Глобальный контракт	contrat global	عقد العالمي
111.	Государственное регулирование цен	Régulation étatique des prix	تنظيم الدولة لأسعار
112.	Государственный долг	la dette publique	الدين العام
113.	Государственный кредит	crédit du gouvernement	الائتمان الحكومي
114.	Государство отправления	État d'origine	بلد المنشأ
115.	Готовность судна к выгрузке	Prête navire pour le déchargement	استعداد السفينة للتفريغ
116.	Груз	charge	حمولة

117.	Груз возвращаемый	Cargo retourné	الحمولة المعادة
118.	Грузовая книга	livre de cargaison	دفتر الحمولة
119.	Грузовая таможенная декларация	Déclaration en douane de fret	التصريح الجمركي للبضائع
120.	Грузовой список	liste des chargements	قائمة البضائع
121.	Грузовые операции	Activité cargo	عمليات الشحن
122.	Грузосопроводительный документ	documents d'expédition	وثائق الشحن
	Д		
123.	Дебентура, детектура	Débenture	السند للأسهم و
124.	Девальвация	dévaluation	تخفيض قيمة العملة
125.	Девиация	déviation	الانحراف
126.	Декларант	Le déclarant	المصرح
127.	Декларирование	annonce	إعلان
128.	Демередж	surestarie	مهلة إضافية
129.	Депозит импортный	importation de dépôt	استيراد الودائع
130.	Джоббер	jobber	سمسار
131.	Дивиденд	dividende	أرباح الأسهم
132.	Динамика внешнеторговых цен	La dynamique des prix du commerce extérieur	ديناميكية أسعار التجارة الخارجية
133.	Дипломатическое представительство	représentation diplomatique	التمثيل الدبلوماسي
134.	Дискриминация во внешней торговле	Discrimination dans le commerce extérieur	التمييز في التجارة الخارجية
135.	Дистрибьютер	distributeur	الموزع
136.	Договор, контракт	L'accord, contrat	اتفاقية أو عقد
137.	Договор воздушной перевозки	Contrat de transport aérien	عقد النقل الجوي
138.	Договор догруза	contrat charge partielle	عقد التحميل الجزئي
139.	Договор купли-продажи	Le contrat de achete et vente	عقد البيع و الشراء
140.	Договорная цена	prix contractuel	السعر المتعاقد
141.	Договор перестрахования	contrat de réassurance	عقد إعادة التأمين
142.	Договор подряда	contrat de travail	عقد العمل
143.	Договор фрахтования судна	Contrat de navires a location	عقد استئجار السفن
144.	Договоры о торговле и мореплавании	Traités de commerce et de navigation	معاهدات التجارة والملاحة
145.	Документальный контроль за грузами	Le contrôle documentaire des marchandises	المراقبة الوثائقية للبضائع
146.	Документы против акцепта	Documents contre acceptation	وثائق ضد القبول
147.	Должник	débiteur	مدين

148.	Долевое обязательство	obligation partagée	التزام مشترك
149.	Дополнения к договору	Modifications du contrat	تعديلات على العقد
150.	Досмотр товаров и транспортных средств	Contrôle de la marchandise et des moyens de transport	تفتيش البضائع ووسائل النقل
	Е		
151.	Европейский банк реконструкции и развития	Banque européenne pour la reconstruction et le développement	البنك الأوروبي للاعمار والتنمية
152.	Европейский союз	L'Union européenne	الاتحاد الأوروبي
153.	Евровалюта	La monnaie européenne	العملة الأوروبية
154.	Еврорынок	euromarché	السوق الأوروبية
155.	Единый административный документ	Document administratif unique	وثيقة إدارية لشخص واحد
	Ж		
156.	Железнодорожные отправки	expédition ferroviaire	الشحن بالسكك الحديدية
157.	Жизненный цикл товара	Cycle de vie du produit	مدة صلاحية المنتج
	З		
158.	Задержание судна или груза	La détention du navire ou de la cargaison	احتجاز السفينة أو البضائع
159.	Задолженность по процентам	Dettes d'intérêt	فوائد الديون
160.	Заем	crédit	قرض
161.	Заказ	Ordre, commande	توصية طلب
162.	Заказчик	client	الزبون, العميل
163.	Заключение договора	Conclusion du contrat	إبرام العقد
164.	Заключение сделки	Conclusion de la transaction	عقد الصفقة
165.	Законный представитель	représentant légal	الممثل القانوني
166.	Закрытая компания	société privée	شركة خاصة
167.	Закупка, покупка	l'achat	شراء
168.	Залог	caution	عربون, كفالة
169.	Замещение импорта	la substitution des importations	استبدال الواردات
170.	Заниженная экспортная цена	Prix à l'exportation Abaissé	سعر التصدير المخفض
171.	Запрос	Demande de renseignements	استفسار و استعمال
172.	Запродажа	accord pour vendre	اتفاق لبيع
173.	Защита денег	Conservation d'argent	حماية المال
174.	Заявка	demande	طلب
175.	Заявка на участие в торгах	Demande de participation aux ventes aux enchères	طلب الاشتراك في المزادات
176.	Заявление таможенной	déclaration de la valeur en	اعلان القيمة الجمركية

	стоимости	douanière	
177.	Знак товарный	Marque commerciale	علامة تجارية
178.	Золотой сертификат	certificat en or	شهادة ذهبية
179.	Зона свободной торговли	zone de libre- échange	منطقة التجارة الحرة
180.	Зона совместного предпринимательства	zone d'entreprise commune	منطقة المشاريع المشتركة
	И		
181.	Идентификация товаров, транспортных средств	Identification des marchandises et des véhicules	التعرف على السلع و وسائل النقل
182.	Извещение об отгрузке	Notification d'envoi	إشعار بالشحن
183.	Износ	l'usure	تآلف
184.	Импорт, импорт товаров	L'importation	استيراد، استيراد البضائع
185.	Импортная квота	quota d'importation	حصة الواردات
186.	Имущество	propriété	ملكية
187.	Инвестиция	investissement	استثمار
188.	Иностранные товары	Produits étrangers	المنتجات الأجنبية
189.	Интеграция экономическая	intégration économique	التكامل الاقتصادي
190.	Интернациональная стоимость	valeur internationale	قيمة دولية
191.	Инфляция	inflation	التضخم
192.	Иск	procès	دعوى، دعوى قضائية
193.	Исключительная экономическая зона	Zone économique exclusive	المنطقة الاقتصادية الاستثنائية
194.	Исследование товарного рынка	étude du marché des produits	دراسة سوق السلع
	К		
195.	Каботаж	cabotage	الملاحة الساحلية
196.	Каналы товародвижения	Les canaux de distribution des produits	قنوات توزيع المنتجات
197.	Карго	cargo	الشحنة
198.	Каргоплан	plan d'arrimage	خطة تستيف البضائع
199.	Качество товара	la qualité des produits	جودة و نوعية البضائع
200.	Квота	Quota, cote	الكوتة، الحصة النسبية
201.	Квотирование и лицензирование экспорта и импорта	Quotas et les licences des exportations et des importations	الحصص والترخيص للصادرات والواردات
202.	Классификация товаров	Classement des marchandises	تصنيف السلع
203.	Клаузула	Clause, alinéa	بند، فقرة
204.	Клиент	Clien	زبون
205.	Кодирование товаров	La codification des marchandises	ترقيم البضائع

206.	Количественные ограничения во внешней торговле	Les restrictions quantitatives dans le commerce extérieur	القيود الكمية المفروضة في التجارة الخارجية
207.	Комиссионер	commissionnaire	وكيل لجنة
208.	Комитент	expéditeur	مرسل البضاعة، الشاحن
209.	Коммерческие товары	Produits commerciaux	المنتجات التجارية
210.	Коммерческий код	Code commercial	القانون التجاري
211.	Компания	compagnie	شركة
212.	Компенсационное соглашение	accord de compensation	اتفاق تعويضات
213.	Компенсационные импортные сборы	taxes à l'importation compensatoires	رسوم الاستيراد التعويضية
214.	Комплексная юридическая защита экспортируемых изделий	Protection juridique complète du produit exporté	الحماية القانونية الشاملة لتصدير المنتج
215.	Конвенция	convention	اتفاقية
216.	Конкурентный лист	liste compétitive	قائمة تنافسية
217.	Конкуренции правила	règles de concurrence	قواعد المنافسة
218.	Коносамент	connaissance	بوليصة الشحن
219.	Консульская фактура	facture consulaire	فاتورة القنصلية
220.	Контрагент	entrepreneur	مقاول، متعاقد
221.	Контракт	contrat	عقد
222.	Контракт долгосрочный	contrat à long terme	عقد طويل الأجل
223.	Контрактная собственность	propriété contractuelle	الملكية التعاقدية
224.	Контрафакция	contrefaçon	التزوير، التقليد
225.	Концессия	concession	امتياز
226.	Конъюнктура товарного рынка	La conjoncture du marché des produits de base	حالة سوق السوق
227.	Корреспондентские отношения	relations correspondantes	علاقات مراسلة
228.	Краткая декларация	Une brève déclaration	إعلان موجز
229.	Кредит	Crédit	القرض
230.	Кредит коммерческий	crédit commercial	القرض التجاري
231.	Кредит международный	Crédit international	القرض الدولي
232.	Кредитная карточка	carte de crédit	بطاقة إئتمان
233.	Кредитование внешней торговли	Financement du commerce extérieur	تمويل التجارة الخارجية
234.	Купля-продажа	Achat et vente	شراء وبيع
	Л		
235.	Лизинг	Crédit-bail, leasing	تأجير
236.	Линейное судоходство	transport maritime de ligne	بطانة البحري

			الشحن
237.	Лица, перемещающие товары	Personnes de transport des marchandises	حاملوا البضائع
238.	Лицензионная торговля	le commerce sous licence	التجارة المرخص لها
239.	Лицензионное соглашение	accord de licence	اتفاقية الترخيص
240.	Лицензия экспортная/импортная	Licence d'exportation / importation	رخصة التصدير / الاستيراد
	М		
241.	Магазины беспошлинной торговли	Les boutiques hors taxes	محلات السوق الحرة
242.	Маклер	Courtier, agent de change	وسيط، سمسار
243.	Манифест	manifeste	بيان رسمي
244.	Марка	Marque, timbre	علامة، طابع
245.	Маркетинг	Commercialisation, marketing	تسويق
246.	Маркировка	marquage	وسم
247.	Масса	Poids	الوزن
248.	Международная торговля	commerce international	التجارة الدولية
249.	Международная экономическая интеграция	L'intégration économique internationale	إدماج الاقتصادي الدولي
250.	Международные выставки и ярмарки	Expositions et foires internationales	المعارض و الصالونات الدولية
251.	Международные стандарты	Les normes internationales	المعايير الدولية
252.	Международные товарные соглашения	Accords internationaux de produits	اتفاقات السلع الدولية
253.	Международные экономические отношения	Relations économiques internationales	العلاقات الاقتصادية الدولية
254.	Международный кредит	crédit international	القرض الدولي
255.	Международный торговый сертификат	Certificat de commerce international	شهادة تجارية دولية
256.	Мена	Echange, troc	صرف، تبادل
257.	Методы ценообразования	méthodes de tarification	أساليب التسعير
258.	Мировая цена	prix international	السعر الدولي
259.	Мировой рынок	marché mondial	السوق العالمية
260.	Монополия на рынке	Le monopole sur le marché	احتكار في السوق
261.	Морская экономическая зона	Zone économique Marine	المنطقة الاقتصادية البحرية
	Н		
262.	Навигация	navigation	ملاحة

263.	Наименование места происхождения	Appellation d'origine	تسمية المنشأ
264.	Накладная	bordereau d'expédition	بيان الشحن
265.	Налог на потребление	Taxe sur la consommation	ضريبة الاستهلاك
266.	Налоги на экспорт и импорт	Les taxes sur les exportations et les importations	الضرائب على الصادرات والواردات
267.	Налоговая декларация	déclaration d'impôts	الإقرار الضريبي
268.	Наложный платеж	paiement à la livraison	الدفع عند التسليم
269.	Национальный доход	revenu national	دخل قومي
270.	Незаконные валютные операции	Opérations de change illégales	عمليات الصرف الغير قانونية
271.	Немедленная поставка	livraison immédiate	تسليم الفوري
272.	Неплатежеспособность	insolvabilité	إفلاس
273.	Неторговые платежи	paiement non commercial	دفع غير التجاري
274.	Неустойка	Dédit	عقوبة
275.	Нотис	Avis, annonce	إشعار
	О		
276.	Образцы и пробы	Modèle et échantillons	عينات ونماذج
277.	Общество с ограниченной ответственностью	Société à responsabilité limitée	شركة ذات مسؤولية محدوده
278.	Общие условия поставок, оуп	Conditions générales de l'offre,	الشروط العامة للإمدادات
279.	Обязательства	obligations	التزامات
280.	Ограничения	Restrictions, limitation	قيود
281.	Ограничения тарифные	Restrictions sur les tarifs	القيود على التعريفية
282.	Омологация	homologation	تجانس
283.	Операции импортные	opérations d'importation	عمليات الاستيراد
284.	Операции по переработке товаров	Opérations de transformation Marchandises	عمليات معالجة السلع
285.	Операции экспортные	opérations d'exportation	عمليات التصدير
286.	Оптовая торговля	vente en gros	بيع بالجملة
287.	Освидетельствованные товары	Les marchandises contrôlés	البضائع المفحوصة
288.	Осмотр	inspection	تفتيش، فحص
289.	Отгрузочная спецификация	spécification d'expédition	مواصفات الشحن
290.	Открытый счет	compte ouvert	حساب مفتوح
291.	Отправитель	expéditeur	مرسل
292.	Оферта, офферта	l'offre	عرض
293.	Оценка экспортных возможностей предприятия	Évaluation des possibilités de l'entreprise à l'exportation	تقييم الفرص التصديرية للمؤسسة
	П		

294.	Паблिसити	publicité	دعاية، اشهار
295.	Парафирование	paraphant	التوقيع بالأحرف الأولى
296.	Пассивный торговый баланс	Balance commerciale négative	ميزان تجاري سالب
297.	Патент	Brevet, patente	براءة الاختراع
298.	Пеня	amende	عقوبة، غرامة مالية
299.	Перевозчик	transporteur	الناقل، الحامل
300.	Переработка товаров	traitement des marchandises	معالجة السلع
301.	Письменные доказательства	des preuves écrites	الأدلة المكتوبة
302.	Платежеспособный спрос	la demande effective	الطلب الفعال
303.	Погрузка	chargement	تحميل
304.	Подписи на банковских документах	Les signatures sur les documents bancaires	التوقيعات على الوثائق المصرفية
305.	Подтверждение предложения	confirmation de l'offre	تأكيد العرض
306.	Полномочия	Plein pouvoir	صلاحيات
307.	Поручение	commission	لجنة
308.	Посредник, посредническая фирма	Intermédiaire, firme de courtage	وسيط، شركة وساطة مالية
309.	Поставка	livraison	، توصيل تسليم
310.	Поставщик	fournisseur	مزود
311.	Потенциальный спрос	demande potentielle	الطلب المحتمل
312.	Правила конкуренции	règles de concurrence	قواعد المنافسة
313.	Предложение товара	L'offre du produit	عرض السلع
314.	Предприятие	entreprise	شركة
315.	Прейскурант	liste des prix	قائمة الأسعار
316.	Претензия	prétension	دعوى، ادعاء
317.	Прогнозирование товарного рынка	Prévision des marchés de produits	التنبؤ بسوق المنتجات
318.	Промышленный агент	Agent industriel	وكيل صناعي
319.	Промышленный образец	Modèle industriel	نموذج صناعي
	P		
320.	Разгрузка	déchargement	التفريغ
321.	Расчет внешнеторговой цены	Le calcul du prix du commerce extérieur	حساب سعر التجارة الخارجية
322.	Реальный товар	Produit réel	السلع العينية
323.	Резервная (ключевая) валюта	La sauvegarde (clé) monnaie	تالعملة الاحتياطية
324.	Резиденты	Les résidents	مندوب، وكيل
325.	Реимпорт товаров	réimportation des	إعادة استيراد البضائع

		marchandises	
326.	Реклама	Publicité, réclame	إعلان
327.	Рекламация	plainte	شكوى
328.	Рентинг	Evaluation	تصنيف
329.	Рынок внешний	marché extérieur	سوق خارجية
330.	Рынок еврооблигаций	marché Eurobond	سوق السندات
331.	Рынок сырья	marché des matières premières	سوق المواد الخام
332.	Рыночная стоимость	valeur marchande	القيمة السوقية
	С		
333.	Сальдо	Solde, reste	رصيد، حساب
334.	Санкции договорные	sanctions contractuelles	العقوبات التعاقدية
335.	Свидетель	Témoin	الشاهد
336.	Своп	Echange, Swap	مقايضة
337.	Сделка	Affaire, transaction	صفقة، اتفاق
338.	Сделка международная	transaction international	صفقة دولية
339.	Сегментация рынка	la segmentation du marché	تجزئة السوق
340.	Сезонная скидка	Transactionsaisonnieres	صفقة موسمية
341.	Сертификат	certificat	شهادة
342.	Сертификат безопасности товара	Certification de la sécurité des produits	شهادة سلامة المنتج
343.	Сертификат страховой	certificat d'assurance	شهادة التأمين
344.	Сертификация продукции	Certification des produits	إصدار الشهادات للمنتجات
345.	Скидка с цены	Réduction de prix	تخفيض في السعر
346.	Складская расписка	récépissé d'entrepôt	ايصالات الايداع
347.	Собственник товара	Le propriétaire des marchandises	صاحب البضاعة
348.	Совместное предпринимательство	entreprise conjointe	مشروع مشترك
349.	Соглашения о торговле и платежах	Accord sur le commerce et les paiements	اتفاقية حول التجارة و المدفوعات
350.	Специальное импортное разрешение	Permis d'importation spécial	إذن استيراد خاص
351.	Специальные скидки	remises spéciales	تخفيضات خاصة
352.	Спецификация	spécification	مواصفة
353.	Список стратегических товаров	liste des produits stratégiques	قائمة السلع الاستراتيجية
354.	Спонсор	sponsor	الكفيل، الراعي
355.	Спрос	demande	طلب
356.	Срок доставки грузов	Durée de livraison les cargaisons	فترة تسليم البضائع
357.	Стандарты документации	normes de documentation du	معايير التوثيق في

	по внешней торговле	commerce extérieur	التجارة الخارجية
358.	Стандарты международные	normes internationales	المعايير الدولية
359.	Статистика внешнеэкономических связей	Statistiques de relations économiques extérieures	إحصاءات العلاقات الاقتصادية الخارجية
360.	Статьи договора купли- продажи	Clause de contrat vente-achat	بند اتفاقية البيع و الشراء
361.	Стимулирование экспорта	la stimulation d'exportation	تحفيز و تنشيط التصدير
362.	Стоимость кредита	coût du crédit	تكلفة الائتمان
363.	Стоимость фактурная	Le coût de la facture	تكلفة الفاتورة
364.	Страна происхождения товара	Pays d'origine de produit	بلد المنشأ
365.	Страхование грузов	l'assurance des marchandises	التأمين على البضائع
366.	Страховая оговорка	clause d'assurance	تأمين الشروط
367.	Страховой полис	police d'assurance	بوليصة أو وثيقة التأمين
368.	Структура экспорта и импорта	La structure des exportations et des importations	هيكل الصادرات والواردات
369.	Счет	Compt	حساب، احصاء
370.	Счет-спецификация	Spécification de compte	مواصفات الحساب
371.	Счет-фактура	facture	فاتورة
372.	Сырые материалы	matières premières	مواد خام، أولية
	Т		
373.	Тактика переговоров	tactiques de négociation	تكتيكات و أساليب التفاوض
374.	Таможенная декларация	déclaration de douane	البيان والتصريح الجمركي
375.	Таможенная статистика внешней торговли	Les statistiques douanières du commerce extérieur	الاحصاءات الجمركية للتجارة الخارجية
376.	Таможенное оформление	dédouanement	التخليص الجمركي
377.	Таможенный документ	document douanier	وثيقة جمركية
378.	Таможенный контроль	Controle douanier	المراقبة الجمركية
379.	Таможня	douane	الجمارك
380.	Тариф	Tarif	تعريف
381.	Тарифные льготы, преференции	Privilèges tarifaires, préférences	الامتيازات الجمركية، والأفضليات
382.	Тендер	Tendrer, appel d'offre	مناقصة
383.	Тендерная документация	documents d'appel d'offres	وثائق المناقصة
384.	Технические средства контроля	Les procédures techniques de contrôle	الوسائل التقنية للمراقبة
385.	Типовые договоры	contrats typiques	العقود النموذجية

386.	Товар марочный	produits de marque	السلع ذات العلامات التجارية
387.	Товаросопроводительный документ	documents d'expédition	مستندات الشحن
388.	Товары	marchandises	بضائع و سلع
389.	Торги	enchères	مزااد علني
390.	Торговое представительство	Représentation commerciale	وفد أو بعثة تجارية
391.	Торговый агент	Agent commercial	وكيل تجاري
392.	Торговые договоры и соглашения	Traités et accords commerciaux	المعاهدات و الاتفاقات التجارية
393.	Торговый представитель	représentant commercial	الممثل التجاري
394.	Транспортно-экспедиторское обслуживание	Transfert des services	خدمات البعثة و النقل
395.	Тратта	Dépense, perte	صرف، انفاق
396.	Тщетность контракта	contrat Futilité	هدر، ابطال الصفقة
	У		
397.	Убыток по грузам	Perte sur les biens	خسارة و ضرر بالسلع
398.	Узуфрукт	usufruit	حق الانتفاع
399.	Указания о происхождении	Indication d'origine	تبيين المنشأ، الاصل
400.	Уничтожение товара	destruction des marchandises	ابادة السلع
401.	Упаковочный лист	liste de colisage	قائمة التعبئة
402.	Условия контракта (договора)	Conditions du contrat	شروط العقد
403.	Условия платежа	conditions de paiement	شروط الدفع
404.	Условный выпуск	La libération conditionnelle	الإفراج المشروط
405.	Услуги на мировом рынке	Services dans le marché mondial	الخدمات في السوق العالمية
	Ф		
406.	Факсимильная связь	télécopie	رابط الفاكس
407.	Фактор	facteur	عامل
408.	Фактурная стоимость	Valeur de facture	قيمة الفاتورة
409.	Фирменный блок	bloc d'entreprise	كتلة من الشركات
410.	Форвардная сделка	futures Deal	الصفقة الأجلة
411.	Формы международных расчетов	Formes de paiements internationaux	أشكال المدفوعات الدولية
412.	Форс-мажор	force majeure	الظروف القاهرة
413.	Франчайзинг	franchisage	الامتياز التجاري
414.	Фрахтование	l'affrètement	تأجير السفن
415.	Фрахтователь	affréteurs	مؤجر سفينة
416.	Фрахтовый рынок	marché du fret	سوق الشحن

417.	Фьючерс	des contrats à terme	العقود الآجلة
418.	Фьючерсный рынок	marché à terme	السوق المستقبلية
	Х		
419.	Характер сделки	Nature de la transaction	طبيعة الصفقة
420.	Хеджер	Contrepartiste, hedger	السياج
421.	Холдинг-компания	Companie Holding	شركة قابضة
	Ц		
422.	Цена базисная	base de prix	السعر القاعدي
423.	Цена демпинговая	le dumping Prix	سعر الإغراق
424.	Цена договорная	Prix à demander	السعر عند الطلب
425.	Цена контракта	Prix de contrat	سعر العقد
426.	Цена отправная	Prix à partir	السعر المبدئ
427.	Цена справочная	Prix de référence	السعر المرجعي
428.	Цена фактурная	Prix de facture	سعر الفاتورة
429.	Ценовые скидки	réductions de prix	تخفيض الأسعار
430.	Цены в международной торговле	Les prix dans le commerce international	الأسعار في التجارة الدولية
	Ч		
431.	Чартер	Charte	ميثاق
432.	Чек	chèque	شيك
433.	Чек против документов	chèque contre documents	شيك ضد الوثائق
	Ш		
434.	Штровка	arrimage	مخزن
435.	Штраф	amende	غرامة
436.	Штраф за нарушение таможенных правил	La sanction pour violation de la réglementation douanière	عقوبة بتهمة انتهاك الأنظمة الجمركية
437.	Штриховое кодирование товаров	Le codage à barres des marchandises	شريط ترميز البضائع
	Э		
438.	Экономическая безопасность	la sécurité économique	الأمن الاقتصادي
439.	Экспедитор	expéditeur	وكيل شحن
440.	Экспорт бросовый	exportation de déchets	تصدير النفايات
441.	Экспорт товаров	Les exportations de biens	تصدير السلع
442.	Экспортная стоимость товара	La valeur des exportations de marchandises	قيمة صادرات السلع
443.	Экспортный контроль	contrôle des exportations	الرقابة على الصادرات
444.	Эмбарго		الحظر
	Ю		
445.	Юридический адрес	adresse légale	العنوان القانوني
446.	Юрисдикция	juridiction	الاختصاص القضائي
447.	Я		
448.	Ярмарка	Juste, foire	معرض

