

запозичення, а потім і вживання термінів, які мають нове значення. І доступні більшості слова, такі, як «юзер», «вінди», користуються більшою популярністю, ніж їхні літературні еквіваленти «користувач», «операційна система Windows» тощо.

При дослідженні шляхів оновлення лексичного фонду комп'ютерної термінології сучасної української літературної мови потрібно виділити такі особливості:

1. Хід аналізу комп'ютерної термінології ускладнюється багатогранністю і неоднозначністю термінів (професіоналізми, жаргонізми та сленгізми).

2. Комп'ютерна лексика у своєму функціонуванні і словотворі залежить від законів та правил сучасної української літературної мови. Зокрема, найпоширенішими способами словотворення у комп'ютерній термінології є безафіксний, афіксальний, а також лексико-семантичний.

3. Для комп'ютерної лексики характерне використання прийомів та засобів мовної експресії.

4. Причини запозичення з англійської мови зумовлені стрімким розвитком інформаційних технологій в англословних країнах, а саме – у США.

*Науковий керівник: Дячук Т.М.,  
канд. філол. наук, доцент*

УДК 330.33.012:81 (043.2)

**Полохач А.Р.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

## **БІЗНЕС-ЛІНГВІСТИКА ЯК НОВА ТЕЧІЯ ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**

Бізнес-лінгвістика є «молодим» напрямом у лінгвістиці. Вчені досі не дали чіткого визначення цієї галузі науково-лінгвістичного знання.

Основною проблематикою бізнес-лінгвістики є дефіцит літератури та джерел інформації з цього питання, проблема комунікативної конкуренції. Труднощі у економічній лінгвістиці складають розбіжності у невербальних знаках різних країн. Наприклад, жест, який в Україні означає – «так», в Болгарії означатиме «ні».

Метою дослідження є огляд поняття бізнес-лінгвістики як нової течії прикладної лінгвістики.

Історія так званої зараз «економічної лінгвістики» почалась у ХІХ столітті. Це питання досліджували такі вчені, як: Е. Латунь, М. Хандтейн, М. Каз. Вони виділили сім її фаз, кожна з яких виступала як певний

дискурс. Каз прийшов до висновку, що наукове співтовариство виробляє не «істину», а «тексти». Такий висновок є наслідком лінгвістичного синдрому, вельми характерного, наприклад, для французьких постструктуралістів (Ж. Дерріди, Ю. Кристевой і ін.).

Бізнес-лінгвістика сьогодення є синтезом ділової мови та економічної термінології, що вивчає функціонування мови і використання мовних ресурсів в бізнес-діяльності. Спектр її інтересів спирається на міждисциплінарному підході та включає в себе вивчення таких ключових напрямків: бізнес-дискурс, бізнес-риторика, документознавство (документаційна лінгвістика) і т. д. Ці аспекти досі були розділені на різні наукові галузі та підрозділи, проте саме їх систематизація і синтез в рамках єдиного напрямку є обґрунтованим підходом, оскільки це додасть синергію і ефективність комплексному підходу до їх дослідженням.

Витоки бізнес-лінгвістики як нового міждисциплінарного напрямку простежуються в соціолінгвістиці і психолінгвістиці, лінгвістиці тексту та функціональній стилістиці, лінгвопрагматиці, дискурсології, когнітивістиці, комунікології (теорії комунікації), теорії організації та організаційної комунікації, теорії менеджменту, а також в прикладних дослідженнях «мови для спеціальних цілей». Безпосередньо, бізнес-лінгвістика перетинається з суміжними галузями – медіалінгвістикою, юрислінгвістикою, політичною лінгвістикою.

Предметом бізнес-лінгвістики служить вивчення функціонування мови в бізнесі та лінгвістична складова ділового спілкування. Об'єктом дослідження є бізнес-дискурс, який ми визначаємо як відкриту сукупність текстів, інтегрованих бізнес-тематикою (в більш вузькому, робочому сенсі) і як вербалізацію ділового спілкування.

Відомий західноєвропейський спеціаліст Ф. Баргіела-Чиап্পіні позначає бізнес-дискурс як усе, пов'язане з тим, як люди висловлюються, використовуючи розмову або лист, в комерційних організаціях виконання роботи. Ми можемо представити бізнес-дискурс як відкриту сукупність текстів, об'єднаних бізнес-тематикою, у поєднанні з екстралінгвістичними факторами.

Методологія бізнес-лінгвістики може ґрунтуватися на традиційних методах дослідження дискурсу і тексту як результату дискурсу. Це дискурс-аналіз, конwersаційний аналіз, емпірико-описові та компаративні методи, когнітивно-прагматичний аналіз тексту та інші.

Отже, бізнес-лінгвістика є одним із основних напрямків удосконалення функціонування мови та є невідкладною складовою ділового спілкування. Службові контакти повинні будуватися на партнерських засадах, виходити з взаємних запитів і потреб, з інтересів справи. Безперечно, таке співробітництво підвищує трудову і творчу активність, є важливим чинником технологічного процесу виробництва, бізнесу.

*Науковий керівник: Келічава Я.Б., викладач*