

ЛІНГВІСТЫЧНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА НОВАЙ ЛЕКСІКІ СА СФЕРЫ ЭКАНОМІКІ І БІЗНЕСУ

Шаўчанка З.В.,

студэнтка 3 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Дзядова А.С., канд. філал. навук, дацэнт

Неалагізмы выконваюць важную функцыю ў моўнай сістэме, забяспечваючы яе адаптацыю да новых рэалій. Гэта заканамерна прыводзіць да актыўнага папаўнення слоўнікавага складу мовы, але «слова, якое актыўна функцыянуе на сучасным этапе развіцця мовы, можа быць у хуткім часе ўжо не запатрабаваным» [1, с. 80]. З'яўленне новых тэхналогій, бізнес-мадэляў і фінансавых інструментаў патрабуе моўнага афармлення, што праяўляецца ва ўзнікненні неалагізмаў. Актуальнасць нашай навуковай работы абумоўлена неабходнасцю сістэмнага вывучэння новых лексічных адзінак з пункту гледжання іх семантыкі і заканамернасцей функцыянавання ў сучаснай беларускай мове.

Мэта даследавання – вызначыць лінгвістычную спецыфіку неалагізмаў са сферы эканомікі і бізнесу з пункту гледжання іх семантычнага зместу і словаўтваральных асаблівасцей.

Матэрыял і метады. Матэрыялам даследавання паслужыў «Слоўнік новых запазычаных слоў беларускай мовы» В.І. Уласевіч, Н.М. Даўгулевіч (2023 г.) [2]. У працэсе даследавання выкарыстаны апісальны метад, структурны, а таксама метад сістэмнага аналізу.

Вынікі і іх абмеркаванне. У выніку праведзенага даследавання выяўлена і ахарактарызавана каля 230 лексічных адзінак. Граматычны аналіз моўнага матэрыялу паказаў, што пераважная большасць новых найменняў у беларускай мове прадстаўлена назоўнікамі (81,4%). Напрыклад: **аўтсорсінг** ‘перадача арганізацыйнай прафільных актываў і працэсаў знешнім арганізацыям шляхам заключэння адпаведнага пагаднення’: *Раскрыццё інфармацыі аб аўтсорсінгу* [2, с. 18]; **біткоін** ‘від крыптавалюты, лічбавыя грошы, якія генерыруюцца камп’ютарам’: *Біткоіны залічваюцца на ваш асабісты кашалёк, а грашовая сума – на картку банка Visa* [2, с. 27]; **лізінг** ‘форма доўгатэрміновай арэнды маёмасці на ўмовах паступовага пагашэння запазычанасці’ [2, с. 80] і інш. Другую па колькасці групу склалі прыметнікі – 35 лексічных адзінак (15,2%): **авердрафтны** ‘які адносіцца да авердрафту, звязаны з ім’: *Авердрафт можа быць аформлены ў памерах і на тэрміны, прадугледжаныя ўмовай авердрафтнага крэдытавання* [2, с. 7]; **валатыльны** ‘зменлівы, няўстойлівы’: *Мінулы год быў дастаткова валатыльны для інвестараў*. [2, с. 34] і інш. Дзеясловы ахарактызуюцца адносна нізкай частотнасцю ўжывання, складаючы ўсяго 3,4% ад агульнай колькасці зафіксаваных неалагізмаў, якія ўжываюцца ў сферы эканомікі і бізнесу. Напрыклад: **майніць** ‘здабываць крыптавалюту з дапамогай спецыяльнага абсталявання’ [2, с. 82]; **рэінвесціраваць** ‘паўторна, дадаткова ўкладваць / укладваць сродкі, атрыманыя ў выглядзе прыбытку ад інвестыцый, якія звычайна накіроўваюцца на пашырэнне вытворчасці’.

З пункту гледжання дэрывацыйных асаблівасцей суфіксацыя дэманструе найбольшую прадуктыўнасць сярод спосабаў словаўтварэння ў даследаваным моўным матэрыяле. Напрыклад: **вендынг** (ад англ. *to vend* (прадаваць) + суфікс *-ынг-*) ‘продаж тавараў і паслуг з дапамогай аўтаматызаваных сістэм – гандлёвых аўтаматаў’; **драпшыпер** (ад англ. *dropshipping* + суфікс *-ер-*) ‘рознічны прадавец, які ажыццяўляе продаж тавараў са склада вытворцы або аптовага прадаўца’ [2, с. 48]; **ліквіднасць** (ад лац. *liquidus* + суфікс *-асць-*) і інш.

Шырока выкарыстоўваецца таксама прэфіксальны спосаб словаўтварэння: **антыдэмпінг** (прэфікс *анты-* + *дэмпінг*) ‘барацьба супраць дэмпінгу, абарона пас-таўшчыкоў і заказчыкаў ад нядобраасумленнай канкурэнцыі’: **Антыдэмпінг у міжнародным гандлі** [2, с. 11]; **гіпермаркет** (прэфікс *гіпер-* + *маркет*) ‘буйны магазін па гандлі таварамі паўсядзённага попыту, на гандлёвых плошчах якога таксама размешчана пэўная колькасць вузкаспецыялізаваных магазінаў’: *Першы ў Мінску гіпермаркет будзе гатовы прыняць наведвальнікаў у канцы будучага года* [2, с. 42].

Трэба адзначыць пашырэнне новых слоў, утвораных шляхам складання асноў: **бізнес-партал** (*бізнес* + *партал*): ‘буйны сайт у інтэрнэце, які прадастаўляе інфармацыю ў сферы бізнесу’ *3 1 снежня пачаў працаваць інфармацыйны рэсурс «Бізнес-партал Мінск», наведамілі агенцтву «Мінск-Навіны» ў камітэце эканомікі Мінгарвыканкама* [2, с. 25]; **брэнд-менеджмент** (*брэнд* + *менеджмент*) ‘сукупнасць мерапрыемстваў, метадаў і сродкаў, накіраваных на развіццё і прасоўванне брэнда’.

Як паказвае этымалагічны аналіз, большасць даследаваных неалагізмаў сведчыць пра дамінаванне запазычанняў з англійскай мовы, што ілюструе тэндэнцыю да глабалізацыі ў эканамічнай сферы. Напрыклад: **байбэк** (ад англ. *buy back* – адваротны выкуп) ‘выкуп прадпрыемствам уласных акцый у сваіх акцыянераў’; **ваўчар** (ад англ. *voucher*) ‘прыватызацыйны чэк на прад’яўніка для мэтавага набыцця каштоўных папер’. Дастаткова вялікую ў колькасных адносінах групу складаюць лексічныя адзінкі, запазычаныя з лацінскай мовы: **ліквіднасць** (ад лац. *liquidus* – вольны ад даўгоў) ‘ступень лёгкасці рэалізацыі, продажу, ператварэння матэрыяльных каштоўнасцей у наяўныя грошы’; **трансакцыя** (ад лац. *transactio* – пагадненне, дагавор) ‘банкаўская аперацыя’. Сустрэкаюцца таксама запазычанні з іншых моў: **гіперінфляцыя** (ад грэч. *hyper* – звыш, над і *infantio* – уздуцце) ‘інфляцыя, якая імкліва развіваецца і пагражае эканамічным крахам’); **транш** (ад франц. *tranche*) ‘этап ці доля ў серыі выплат пазыкі’.

Неалагізмы са сферы эканомікі маюць, як правіла, прафесійную маркіраванасць. Ужыванне такіх моўных адзінак звычайна абмяжоўваецца тэкстамі, зарыентаванымі на спецыялістаў, і характарызуецца адсутнасцю эмацыйнай афарбоўкі. Выяўленая тэндэнцыя сведчыць аб тым, што новая лексіка са сферы эканомікі і бізнесу найбольш эфектыўна функцыянуе ў тэкстах, якія патрабуюць высокай ступені дакладнасці і аб’ектыўнасці пры апісанні розных эканамічных феноменаў, інавацый і канцэпцый.

Заклучэнне. Такім чынам, вывучэнне лінгвістычных асаблівасцей неалагізмаў дазваляе лепш зразумець лексічныя працэсы, якія адбываюцца ў сучаснай беларускай мове. Новая лексіка са сферы эканомікі і бізнесу характарызуецца разнастайным семантычным зместам, высокай ступенню дынамічнасці, актыўным запазычваннем з англійскай мовы, разнастайнасцю словаўтваральных мадэляў і пэўнай прафесійнай ці тэрміналагічнай прымацаванасцю. Як правіла, большасць даследаваных неалагізмаў зразумелыя ў плане свайго сэнсавага зместу пераважна для тых, хто карыстаецца гэтымі словамі ў межах сваіх прафесійных кампетэнцый. Між тым у хуткім часе гэтыя назвы з пэўнай доляй верагоднасці могуць пранікнуць і ў іншыя сферы жыцця і дзейнасці людзей.

1. Багамолава, А. М. Стылістыка і культура беларускага маўлення: вучэб. дапаможнік / А. М. Багамолава, Г. К. Семянькова. – Тэкст: электронны // Рэпозіторый ВДУ імя П. М. Машэрава. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/24243> (дата звароту: 13.03.2025). – Электрон. копія друк. выд.: Віцебск: ВДУ імя П. М. Машэрава, 2012. 304 с.

2. Уласевіч, В. І. Слоўнік новых запазычаных слоў беларускай мовы / В. І. Уласевіч, Н. М. Даўгулевіч. – Мінск: Беларусь, 2023. – 175 с.