

RU

Гипо-гиперонимические корреляции между терминами предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ (на материале англоязычных терминоединиц стратегического и финансового менеджмента)

Горбунова Н. Н.

Аннотация. Цель исследования состоит в выявлении специфики гипо-гиперонимических корреляций между терминами предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ современного английского языка как отражения особенностей понятийной организации данной предметной сферы. Материалом для исследования послужили англоязычные терминоединицы сферы стратегического и финансового менеджмента. В статье рассматривается специфика построения гипо-гиперонимических (родовидовых) отношений между терминами и фиксированность/нефиксированность. Научная новизна исследования состоит в выявлении специфики регулярных и окказиональных гипо-гиперонимических отношений между терминоединицами предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ на материале английского языка, в частности между гиперонимами и согипонимами. В результате проведенного исследования установлено, что понятийные родовидовые корреляции в предметной сфере МЕНЕДЖМЕНТ не фиксированы раз и навсегда, а отличаются определенной динамикой и подвижностью. Гипо-гиперонимические отношения могут выстраиваться между терминами и репрезентируемыми ими понятиями разово, т. е. контекстуально и окказионально. Также они могут устанавливаться между терминологическими единицами регулярно и фиксироваться в парадигматике, что частотно маркируется общностью терминокомпонентов либо только у согипонимов, либо у гиперонима и его согипонимов. Гипо-гиперонимические отношения такого рода могут формировать базис для построения терминологических дефиниций.

EN

Hypo-hypernymic correlations between terms in the subject field MANAGEMENT (based on English-language term units of strategic and financial management)

N. N. Gorbunova

Abstract. The aim of the study is to identify the specific features of hypo-hypernymic correlations between the terms of the subject field MANAGEMENT in contemporary English as a reflection of the peculiarities of the conceptual organization of this subject field. The material for the study consists of English-language term units in the fields of strategic and financial management. The article examines the specifics of constructing hypo-hypernymic relations between terms and the fixed/unfixed nature of these relations. The scientific novelty of the research lies in identifying the specifics of regular and occasional hypo-hypernymic relations between the term units of the subject field MANAGEMENT based on English language data, in particular between hypernyms and co-hyponyms. As a result of the conducted research, it was established that conceptual hypo-hypernymic correlations in the subject field MANAGEMENT are not fixed once and for all, but are characterized by a certain dynamism and mobility. Hypo-hypernymic relations can be established between terms and the concepts they represent on a one-time basis, i.e. contextually and occasionally. They can also be established between terminological units regularly and fixed in paradigmatics, which is frequently marked by the commonality of term components either only in co-hyponyms, or in the hypernym and its co-hyponyms. Hypo-hypernymic relations of this kind can form the basis for constructing terminological definitions.

Введение

Данная статья посвящена анализу одних из наиболее распространенных семантических отношений между терминологическими единицами, манифестирующимся как в парадигматике, так и в синтагматике, – отношениям семантического «включения», гипо-гиперонимическим, родовидовым. В рамках настоящего исследования указанные термины будут использоваться в качестве синонимов.

Актуальность исследования гипо-гиперонимических корреляций в рамках терминологии предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ обусловлена необходимостью понимания логической структуры и иерархической организации научно-профессионального знания в условиях глобализации управленческой коммуникации. Англоязычные термины стратегического и финансового менеджмента, формирующие ядро международного бизнес-дискурса, представляют собой сложную систему взаимосвязанных понятий, где гиперонимы выступают как обобщающие категории, а гипонимы (согипонимы) уточняют и детализируют эти категории.

Изучение гипо-гиперонимических отношений позволяет выявить внутреннюю концептуальную структуру управленческого знания, что имеет важное значение для формирования дефиниций в терминологических словарях, а также для обеспечения точности при интерпретации научно-профессиональных текстов и их переводе с одного языка на другой. Кроме того, анализ иерархической структуры терминов предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ способствует более глубокому пониманию когнитивных моделей, лежащих в основе управленческого мышления, и отражает эволюцию специальных понятий в ответ на изменения в экономической, в частности управленческой, среде.

Для достижения цели исследования, состоящей в выявлении гипо-гиперонимических корреляций между терминами предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ современного английского языка, необходимо решить следующие задачи:

- отобрать методом сплошной выборки англоязычные термины предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ, в частности терминоединицы сферы стратегического и финансового менеджмента, а также контексты их употребления;
- установить в массиве терминов предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ единицы, между которыми устанавливаются гипо-гиперонимические связи;
- проанализировать специфику гипо-гиперонимических отношений между терминоединицами рассматриваемой предметной сферы, их окказиональный и регулярный характер.

Для проведения исследования специфики гипо-гиперонимических (родовидовых) отношений в данной статье применяются метод сплошной выборки для отбора терминоединиц предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ и контекстов их употребления, метод компонентного анализа для детального семантического разбора значения терминологических единиц путем выявления и систематизации их семантических признаков, метод дефиниционного анализа для изучения словарных определений терминоединиц рассматриваемой сферы с целью выявления понятийной структуры терминов, их семантики и установления гипо-гиперонимических взаимосвязей, методики количественного подсчета для объективного анализа и оценки частотности, распространенности и статистического распределения такого языкового явления, как гипо-гиперонимические отношения в исследуемой выборке текстов.

Материалом исследования послужили термины, репрезентирующие понятийную структуру предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ в современном английском языке и вступающие в гипо-гиперонимические отношения, а также контексты употребления таких единиц. Общее количество терминов – 4800; количество контекстов их текстовой реализации – 3500. Терминологические единицы были отобраны из словарей (*The New Palgrave Dictionary...*, 2018; *Финансовый институт...*, 2023), а контексты их употребления – из научных работ в области теории и истории стратегического и финансового менеджмента (Brigham, Houston, 2009; Hill, Jones, Schilling, 2015; Rothwell, Kazanas, 2003).

Теоретическую базу исследования составляют научные работы в области терминоведения, в частности работы О. А. Алимурادова, М. Н. Лату (2010) и А. В. Раздуева (Алимуратов, Раздуваев, Лату, 2012) по тематике моделирования структуры, семантики и функционирования терминоединиц в различных отраслях человеческой деятельности (терминологии военной сферы и нанотехнологий), С. А. Антакли (Антакли, Алимуратов, 2023) по деконструкции англоязычных военных терминов посредством дефинирования, по дефинированию в целом (Roche, 2015; *Essays on Definition*, 2000), Н. С. Шарафутдиновой (2016) по лексико-семантическим процессам в немецкой авиационной терминосистеме, С. В. Гринева-Гриневица (Гринева-Гриневиц, Сорокина, Чернышова, 2021) по описанию семантико-структурных отношений между терминами на материале английской терминологии лексикологии. Важными выступили работы А. А. Реформатского (1968) по соотношению термина и слова как лексической единицы, С. Д. Шелова (2018) по теории терминологии с позиции ее состава, понятийной организации и практического приложения, И. М. Кобозевой (2000) и М. С. Эль Хомм (*L'Homme*, 2020) по лингвистической семантике, В. А. Ицкович (1978) о классифицирующих признаках в терминологии. Важным аспектом исследования явилось определение механизмов построения гипо-гиперонимических отношений между терминоединицами, что стало возможным благодаря научным статьям О. Н. Галимовой (2018) по особенностям гипонимических связей между терминологическими единицами сферы зоологии, Т. Н. Федулениковой (2023) по проблемам парадигматических отношений в терминологии.

Практическая значимость проводимого исследования состоит в возможности использования его материалов в теории и практике преподавания английского языка, в рамках теоретических и практических учебных

курсов, посвященных вопросам когнитивного терминоведения, когнитивной лингвистики, а также собственно менеджмента.

Обсуждение и результаты

Анализируя авиационную терминологию в современном немецком языке, Н. С. Шарафутдинова подчеркивает, что родовидовой принцип организации, т. е. системная группировка видовых терминов вокруг терминов более общей семантики (родовых), лежит в основе любой терминологической системы: «Терминологические единицы отражают взаимосвязь научно технических понятий в конкретной отрасли знания на основе родовых и видовых понятий» (2016, с. 136). Следовательно, генезис родовидовых отношений между терминологическими единицами лежит в основе образования видовых (более усложненных в структурном отношении) терминов от родовых благодаря усложнению, спецификации и – как следствие – дроблению исходного родового специального понятия (Худинша, 2016).

А. А. Реформатский (1968) и – позднее – И. М. Кобозева (2000) относят гипонимию к так называемым корреляциям семантического поля, посредством которых лексические единицы (в нашем случае – термины) объединяются в единую семантическую модель на основе семантической общности, что вполне логично, ведь семантика как гиперонима, так и его гипонимов, по сути, основывается на содержательном наполнении одного и того же понятия, репрезентируемого с разной степенью детализации. Общность исходного понятия, репрезентируемого как гиперонимом, так и его гипонимами, лишней раз свидетельствует о системной организации терминологических единиц, а разнообразие и обилие видовых терминов сигнализирует о степени разработанности терминосистемы (Гринев-Гриневич, Сорокина, Чернышова, 2021). Принцип родовидовой организации является одним из важнейших, обеспечивающих системность терминологической лексики на уровне семантики и на структурно-деривационном уровне (Галимова, 2018).

С. Д. Шелов подчеркивает, что родовидовая иерархическая модель терминологической системы не дублирует ее понятийную модель; первую целесообразно рассматривать как частный случай второй, поскольку отношения семантического включения не исчерпывают всего богатства понятийных корреляций, которые могут находить репрезентацию в рамках терминосистемы: «в общем случае понятийно интерпретированный граф определенности терминов друг через друга, где каждый случай определенности интерпретируется в терминах соответствующих понятийных отношений (род – вид, целое – часть, объект – его свойство, процесс – результат, знак – значение и т. п.), является несравненно более общей, богатой и потому значительно более адекватной моделью понятийной структуры терминологии» (2018, с. 296).

Гипо-гиперонимические корреляции терминов могут выступать базисом для возникновения имплицитных (косвенных) терминологических оппозиций (теория терминологических оппозиций представлена в работах (Алимурадов, Лату, 2010; Алимурадов, Раздубев, Лату, 2012)), когда при спецификации и содержательном дроблении родового специального понятия в каждой паре вновь возникающих видовых понятий «название, удовлетворяющее классификационным требованиям, получает только маркированный член, только тот объект, который отличается от соседнего, парного с ним, каким-нибудь положительным признаком» (Ицкович, 1978, с. 188). Другое видовое понятие, немаркированное в классификационном отношении, не получает терминологического репрезентанта (данная ситуация, впрочем, может измениться с течением времени в ходе эволюции терминосистемы). Таким образом, важно понимать, что терминединицы, объединенные родовидовыми отношениями, не могут исчерпывать и не исчерпывают всего содержательного пространства родового понятия и возникающих на его основе понятий видовых. С другой стороны, яркая выраженность и регулярность установления гипо-гиперонимических корреляций между терминами есть подтверждение того, что «понятийные отношения <...> преобладают над всеми другими отношениями в терминологической системе» (Федуленкова, 2023, с. 135).

Понятие классифицирующего признака (в зарубежном терминоведении частотно используется термин “condition”) является ключевым в изучении гипо-гиперонимических отношений внутри терминосистем, поскольку именно классифицирующий признак позволяет: а) проследить траекторию спецификации и членения родового понятия; б) отграничить согипонимы друг от друга; в) выстроить их корректные дефиниции (Hacken, 2015, p. 4). Дефинирование терминов неизбежно затрагивает их родовидовые корреляции: как гипоним не может возникнуть без гиперонима, так и терминологическая дефиниция не может быть выстроена без привлечения видовых и/или родовых терминединиц (Roche, 2015; *Essays on Definition*, 2000). При этом соблюдается правило, согласно которому для термина-гипонима можно смоделировать более сложную семантическую структуру, чем для гиперонима, несмотря на то что значение первого входит в семантическое пространство второго. Специфика семантики практически любого термина-гипонима заключается в присутствии добавочных семантических компонентов (L’Homme, 2020, p. 158).

Вместе с тем нельзя отрицать еще одну закономерность, которая находит частотное проявление в научном/специальном и научно-популярном дискурсе: в многообразии понятийных связей между гиперонимом и его гипонимами редко выделяется какая-то одна связь, которая становится прототипической и актуализируется всегда или почти всегда. Для разных специалистов в соответствующей предметной сфере приоритет могут иметь разные родовидовые корреляции, вследствие чего термины могут подвергаться контекстуальной семантической деконструкции. Гипо-гиперонимические отношения, которые применяются для деконструкции одного и того же термина разными специалистами, могут существенно варьироваться, что отличает данный процесс от дефинирования терминов (Антакли, Алимурадов, 2023), поскольку дефиниция, в силу своего функционального предназначения, претендует на универсальность.

Рассмотрим некоторые примеры гипо-гиперонимических отношений, типичных для анализируемого нами массива англоязычных терминов.

В следующем отрывке иллюстрируется процесс спецификации достаточно сложного и неоднозначного понятия "*portfolio analysis*" («портфельный анализ» / «анализ портфеля»), относящегося к стратегическому менеджменту (в русском языке, как правило, для трансляции классифицирующего терминокомпонента "*portfolio*" в рассматриваемой сфере используется термин «стратегический портфель», означающий набор инвестиций, проектов или подразделений организации, которыми управляют с целью достижения определенных стратегических целей). В рамках спецификации вводятся два трехкомпонентных гипонимических термина, для которых "*portfolio analysis*" выступает в роли гиперонима:

(1) The notion of **portfolio analysis** has already been applied widely to corporate strategic planning. <...> At least two forms of portfolio analysis exist. The first is called the **product/service life cycle**, the second, the **BCG growth/share matrix**. Though they have fancy names, they are based on simple ideas (Rothwell, Kazanas, 2003, p. 237-238). / Понятие **портфельного анализа** уже широко применяется в корпоративном стратегическом планировании. <...> Существуют, по крайней мере, две формы портфельного анализа. Первая называется **жизненным циклом продукта/услуги**, вторая – **матрицей роста/доли Бостонской консалтинговой группы**. Хотя у них и необычные названия, в основе их лежат простые идеи (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Н. Г.).

В данном случае интересен тот факт, что термины-гипонимы не содержат в своем составе каких-либо компонентов, конституирующих гипероним, что говорит о том, что родовидовые корреляции между рассматриваемыми терминологическими единицами не репрезентируются в их структуре, а устанавливаются исключительно на семантическом уровне и репрезентируются в тексте вспомогательными средствами (ср. *two forms* в приведенном отрывке). Такие случаи составляют 32,8% нашей выборки из 4800 англоязычных терминов стратегического и финансового менеджмента, продемонстрировавших хотя бы один раз способность вступать в анализируемые отношения. Соответственно, в 67,2% случаев рассматриваемые нами терминологические единицы маркированы определенными репрезентантами парадигматических родовидовых отношений между ними на уровне структуры. При этом следует отметить, что такая маркированность может проявляться двояко: с одной стороны, термин-гипоним может включать определенные компоненты, входящие в структуру гиперонима (как правило, это основообразующий терминокомпонент, например: *output – planned output* («объем производства – планируемый объем производства»); *cost – average cost – average variable cost* («издержки – средние издержки – средние переменные издержки»); *value – net investment value* («стоимость – чистая инвестиционная стоимость»); *business cycle model – Harrod-Domar model* («модель бизнес-цикла – модель Харрода-Домара»), хотя нередким является и включение в состав термина-гипонима также и классифицирующего терминокомпонента, например: *product-cost statistic – marginal cost* («статистика себестоимости продукта – предельные издержки»); *adaptive estimation – OLS adaptive estimator* («адаптивная оценка – МНК-адаптивная оценка / адаптивная оценка по методу наименьших квадратов»), *ML adaptive estimator* («адаптивная оценка с использованием метода максимального правдоподобия») и т. д. (The New Palgrave Dictionary..., 2018)), а с другой – содержать в составе компоненты, идентичные для согипонимов, но при этом не представленные в структуре термина-гиперонима (пример такого рода мы рассмотрим ниже).

В контексте сказанного нельзя также не отметить еще один частный случай гипо-гиперонимических отношений между терминологическими единицами рассматриваемой сферы. Данные отношения могут носить контекстуальный характер и проявляться при анализе связей более частных терминов с термином более общей семантики, которые актуальны только в определенной разовой или типичной ситуации. За пределами ее родовидовые корреляции между такими терминами не устанавливаются. Таким образом, можно говорить о том, что гипо-гиперонимические связи между терминами – явление не всегда постоянное. Рассмотрим следующий пример:

(2) **Strategy implementation** involves taking actions at the functional, business, and corporate levels to execute a strategic plan. Implementation can include, for example, putting **quality improvement programs** into place, changing the way a product is designed, positioning the product differently in the marketplace, **segmenting the marketing** and offering different versions of the product to different consumer groups, implementing price increases or decreases, expanding through **mergers** and **acquisitions**, or **downsizing** the company by closing down or selling off parts of the company (Hill, Jones, Schilling, 2015, p. 19). / **Реализация стратегии** предполагает принятие мер на функциональном, бизнес- и корпоративном уровнях для выполнения стратегического плана. Внедрение может включать, например, внедрение **программ повышения качества**, изменение дизайна продукта, иное позиционирование продукта на рынке, **сегментирование маркетинга** и предложение разных версий продукта различным группам потребителей, повышение или снижение цен, расширение за счет **слияний** и **поглощений** или **сокращение штата** компании путем закрытия или продажи части компании.

В процитированном фрагменте обратим внимание на то, как раскрывается содержание термина *strategy implementation* («реализация стратегии») при помощи терминологических единиц в последующих высказываниях. Как и в примере (1), родовидовые связи в структуре рассматриваемых терминологических единиц не представлены (отсутствуют общие терминокомпоненты), но, в отличие от (1), данные связи не являются регулярными: семантические объемы терминов «маркетинговое сегментирование», «слияние», «сокращение персонала» и др. в целом внеположены друг другу. Тем не менее, в приведенном контексте все выделенные термины становятся согипонимами по отношению к термину «имплементация бизнес-стратегии», поскольку репрезентируют различные тактики, способствующие реализации бизнес-стратегии в определенных ситуациях. Подобные случаи составляют 21,3% нашей выборки. В 78,7% проанализированного массива терминологических единиц гипо-гиперонимические отношения устанавливаются между терминами регулярно, а не в строго определенном контексте.

Приведем еще один пример таких контекстуальных гипо-гиперонимических отношений:

(3) Transfers can also be made through a **financial intermediary** such as a **bank**, an **insurance company**, or a **mutual fund**. Here the intermediary obtains funds from savers in exchange for its securities (Brigham, Houston, 2009, p. 29). / Переводы также могут осуществляться через **финансового посредника**, такого как **банк**, **страховая компания** или **совместный фонд**. В данном случае посредник получает средства от вкладчиков в обмен на свои ценные бумаги.

В данном случае родовидовые отношения устанавливаются между терминами “*financial intermediary*” («финансовый посредник»), “*mutual fund*” («совместный фонд»), “*bank*” («банк») и “*insurance company*” («страховая компания»), причем, как свидетельствует синтаксическое построение первого высказывания в цитируемом отрывке, термин “*financial intermediary*” выступает гиперонимом, в то время как остальные три терминологические единицы являются контекстуальными согипонимами по отношению к “*financial intermediary*”. В парадигматике отношений содержательного включения между данными единицами не наблюдается, хотя, конечно, они маркированы определенными пересечениями семантических объемов, поскольку все относятся к сфере управления финансовыми потоками, но обозначают при этом разные по сути и функционалу финансовые учреждения.

Таким образом, приведенные примеры текстовой реализации некоторых терминологических единиц нашей сферы свидетельствуют о том, что понятийные корреляции в предметной сфере менеджмента не фиксированы раз и навсегда, а отличаются определенной динамикой и подвижностью. Гипо-гиперонимические отношения могут выстраиваться между терминами и репрезентируемыми ими понятиями разово, т. е. контекстуально (подчеркнем еще раз, что в такого рода отношения вступает достаточно значительное число терминов из нашей выборки).

Вместе с тем такие случаи не отменяют регулярных родовидовых корреляций, связывающих терминологические единицы анализируемой нами предметной области как в пределах текста, так и за его пределами, т. е. в парадигматике. Иллюстративным примером того, как и между какими терминологическими единицами устанавливаются такие отношения, может служить то, как посредством гипонимов раскрывается содержание достаточно объемного с семантической точки зрения термина “*financial institution*” (финансовый институт – финансовая организация-посредник, оказывающая «услуги по передаче денег и предоставлению займов» и влияющая «на функционирование реальной экономики, действуя в качестве посредников в процессе превращения сбережений и других денежных средств в инвестиции» (Финансовый институт..., 2023)). Как показывает анализ, у данного термина существует несколько слоев гипонимов, причем каждый из этих слоев маркирован определенным уровнем понятийной абстракции. На Схеме 1 ниже мы приводим традиционный для сферы финансового менеджмента набор согипонимов первого уровня для термина “*financial institution*”.

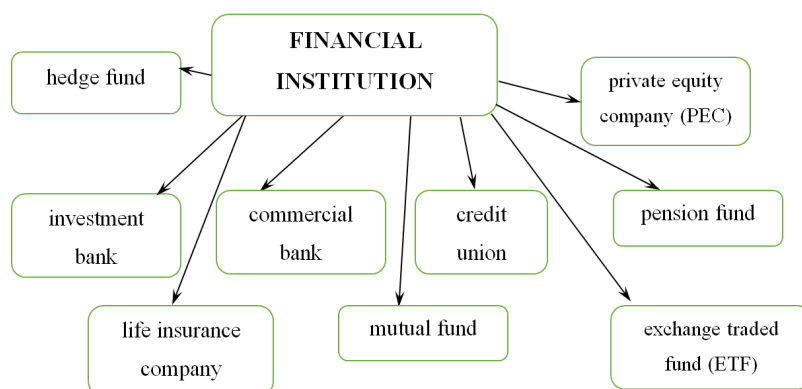


Схема 1. Гипонимы первого уровня для гиперонима “*financial institution*” (по данным (Brigham, Houston, 2009; The New Palgrave Dictionary..., 2018))

Как видно на представленной схеме, семантический объем термина “*financial institution*” («финансовый институт») конкретизируется посредством 9 гипонимов, каждый из которых репрезентирует определенную разновидность финансовых институтов с конкретной функциональной направленностью, степенью ответственности и возможностями государственного регулирования. При этом важно отметить тот факт, что структура терминов-гипонимов в данном случае иллюстрирует ранее упомянутую нами закономерность: в составе видовых терминологических единиц могут фигурировать рекуррентные компоненты, не представленные в структуре термина-гиперонима (таковы, например, термины *investment bank* («инвестиционный банк») и *commercial bank* («коммерческий банк») или *private equity company* («компания прямых инвестиций / компания прямого инвестирования») и *life insurance company* («компания по страхованию жизни»), а также *hedge fund* («хеджевый фонд»), *mutual fund* («совместный фонд»), *pension fund* («пенсионный фонд») и *exchange traded fund* («биржевой инвестиционный фонд») – во всех трех группах терминов идентичны основообразующие компоненты). Подобный структурный изоморфизм показывает, что перед нами терминологические единицы одного порядка, репрезентирующие различные стороны одного и того же достаточно объемного с точки зрения содержания специального понятия.

Анализируя представленную схему далее, можно отметить, что родовидовые корреляции, представленные на ней, имеют многоуровневый характер. Это хорошо заметно, если обратиться к следующему текстовому фрагменту, в котором описывается функциональная специфика и разновидности паевых инвестиционных фондов:

(4) **Mutual funds** are corporations that accept money from savers and then use these funds to buy **stocks**, **long-term bonds**, or **short-term debt instruments** issued by businesses or government units. These organizations pool funds

and thus reduce risks by diversification. They also achieve economies of scale in analyzing securities, managing portfolios, and buying and selling securities. Different funds are designed to meet the objectives of different types of savers. Hence, there are **bond funds** for those who prefer safety, **stock funds** for savers who are willing to accept significant risks in the hope of higher returns, and still other funds that are used as interest-bearing checking accounts (**money market funds**) (Brigham, Houston, 2009, p. 35). / **Совместные фонды** – это корпорации, которые принимают деньги от вкладчиков и затем используют эти средства для покупки **акций, долгосрочных облигаций** или **краткосрочных долговых инструментов**, выпущенных предприятиями или государственными подразделениями. Эти организации объединяют средства и, таким образом, снижают риски за счет диверсификации. Они также обеспечивают экономию за счет масштаба при анализе ценных бумаг, управления портфелями и покупке и продаже ценных бумаг. Различные фонды предназначены для удовлетворения потребностей различных типов вкладчиков. Следовательно, существуют **фонды облигаций** для тех, кто предпочитает безопасность, **фонды акций** для вкладчиков, которые готовы идти на значительные риски в надежде на более высокую доходность, и еще другие фонды, которые используются в качестве процентных текущих счетов (**фонды денежного рынка**).

Анализируя представленный пример, можно сделать вывод о том, что детализация обозначаемого родовым термином специального понятия может идти в нескольких направлениях или в одном направлении, но поэтапно, в зависимости от того, какой именно фрагмент содержания родового понятия выбирается в качестве салиентного, т. е. наделяется когнитивной значимостью. Соответственно, гипо-гиперонимические связи между терминологическими единицами могут устанавливаться в различных направлениях от термина-гиперонима. В примере (4) наблюдается именно такая ситуация: в рамках содержания специального понятия *“mutual fund”* когнитивной салиентностью маркируется та его часть, которая связана с функциональным предназначением паевых инвестиционных фондов. Данные финансовые учреждения принимают деньги от вкладчиков, а затем используют эти средства для покупки акций, долгосрочных облигаций или краткосрочных долговых обязательств, выпущенных частными или государственными организациями. Этим объясняются гипо-гиперонимические отношения, которые устанавливаются между гиперонимом *“mutual fund”* («совместный фонд») и гипонимами *“long-term bonds”* («долгосрочные облигации»), *“short-term debt instruments”* («краткосрочные долговые инструменты») и *“stocks”* («акции»).

С другой стороны, в предметной области менеджмента еще одним важным параметром, характеризующим паевые инвестиционные фонды, является степень риска, с которым сталкивается потенциальный или реальный инвестор. По этому параметру данные фонды также подразделяются на более частные разновидности, которые номинируются видовыми терминологическими единицами *“bond fund”* («фонд облигаций»), *“stock fund”* («фонд акций») и *“money market fund”* («фонды денежного рынка»).

В итоге следует отметить, что гипо-гиперонимические отношения в терминологии предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ в современном английском языке характеризуются многослойностью, т. е. у одного термина-гиперонима может существовать несколько слоев гипонимов, причем каждый из этих слоев маркируется определенным уровнем понятийной абстракции.

Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам. В ходе работы были произведены отбор и анализ терминов предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ, в частности терминологических единиц сферы стратегического и финансового менеджмента, и контекстов их употребления в современном английском языке с целью рассмотрения гипо-гиперонимических (родовидовых) корреляций между терминами, репрезентирующими понятийную структуру данной предметной сферы. В массиве англоязычных терминов предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ были выявлены единицы, между которыми устанавливаются гипо-гиперонимические (родовидовые) связи.

Анализ специфики гипо-гиперонимических отношений между терминологическими единицами рассматриваемой предметной сферы позволил констатировать многогранность и неоднозначность этих отношений, а также их окказиональный и регулярный характер. Они могут устанавливаться между терминологическими единицами регулярно и фиксироваться в парадигматике, что частотно маркируется общностью терминоконпонентов либо только у согипонимов, либо у гиперонима и его согипонимов. Гипо-гиперонимические отношения такого рода могут формировать базис для построения терминологических дефиниций в словарях и глоссариях.

Вместе с тем родовидовые отношения между терминами предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ могут находить выражение только в определенных контекстах, т. е. устанавливаться окказионально. Представляется, что фиксация таких корреляций также важна для описания общей понятийной структуры анализируемой предметной области, поскольку они позволяют выявить и уточнить нерегулярные системные связи между специальными понятиями, входящими в состав предметной области.

Перспективы дальнейшего исследования состоят в сравнительно-сопоставительном анализе гипо-гиперонимических (родовидовых) отношений между терминами предметной сферы МЕНЕДЖМЕНТ, в частности терминологическими единицами стратегического и финансового менеджмента, в английском и русском языках, выявлении корреляции понятийных структур и их конкретного наполнения.

Материалы исследования | Research materials

1. Финансовый институт: основные понятия и термины. 2023. <https://www.finam.ru/publications/item/finansovyy-institut-20230629-1111/>
2. Brigham E. A., Houston J. F. Fundamentals of Financial Management: Concise Edition. 6th edition. Mason, OH: South-Western Cengage Learning, 2009.

3. Hill Ch. W. L., Jones G. R., Schilling M. A. Strategic Management Theory. 11th edition. Stamford, CT: Cengage Learning, 2015.
4. Rothwell W. J., Kazanas H. C. Planning and Managing Human Resources: Strategic Planning for Human Resources Management. 2nd edition. Amherst, MA: Human Resource Development Press, Inc., 2003.
5. The New Palgrave Dictionary of Economics. 3rd edition. L.: Palgrave Macmillan, 2018.

Источники | References

1. Алимуратов О. А., Лату М. Н. Особенности моделирования семантики терминоединиц. Терминологические оппозиции (на материале англоязычной военной терминологии) // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. № 3 (11).
2. Алимуратов О. А., Раздубов А. В., Лату М. Н. Особенности структуры и функционирования отраслевых терминосистем (на примере терминосистемы нанотехнологий): монография. Изд-е 2-е, испр. и доп. Пятигорск: СНЕГ, 2012.
3. Антакли С. А., Алимуратов О. А. Деконструкция англоязычных военных терминов в массмедийном тексте // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2023. № 2. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-136-147>
4. Галимова О. Н. Некоторые особенности гипонимических связей (на примере зоологической терминологии татарского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 9-1 (87). <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-9-1.15>
5. Гринев-Гриневич С. В., Сорокина Э. А., Чернышова Л. А. Опыт описания семантико-структурных отношений между терминами (на материале английской терминологии лексикологии) // Вопросы современной лингвистики. 2021. № 2. <https://doi.org/10.18384/2310-712X-2021-2-44-52>
6. Ицкович В. А. О нулевом значении классифицирующего признака в терминологии // Проблемы структурной лингвистики: сборник статей / отв. ред. В. П. Григорьев. М.: Наука, 1978.
7. Кобозева И. М. Лингвистическая семантика. М.: Эдиториал УРСС, 2000.
8. Реформатский А. А. Термин как член лексической системы языка // Проблемы структурной лингвистики. М.: Наука, 1968.
9. Федуненкова Т. Н. Проблемы парадигматических отношений в терминологии // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2023. Т. 23. № 4. <https://doi.org/10.37482/2687-1505-V283>
10. Худинша Е. А. Особенности словообразования сложных терминов в английском языке (на примере базовых экономических терминов) // Вестник Оренбургского государственного университета. 2016. № 3 (191).
11. Шарафутдинова Н. С. Лексико-семантические процессы в немецкой авиационной терминосистеме: монография. Ульяновск: Изд-во Ульяновского государственного техн. ун-та, 2016.
12. Шелов С. Д. Очерк теории терминологии: состав, понятийная организация, практические приложения. М.: ПринтПро, 2018.
13. Essays on Definition / selected and ed. by J. C. Sager. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2000.
14. Hacken P. Ten Terms and Specialized Vocabulary: Taming the Prototypes // Handbook of Terminology / ed. by H. J. Kockaert, F. Steurs. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2015. Vol. 1.
15. L'Homme M.-C. Lexical Semantics for Terminology. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2020.
16. Roche Ch. Ontological definition // Handbook of Terminology / ed. by H. J. Kockaert, F. Steurs. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2015. Vol. 1.

Информация об авторах | Author information



Горбунова Наталья Николаевна¹, к. филол. н., доц.

¹ Пятигорский государственный университет



Natalya Nikolayevna Gorbunova¹, PhD

¹ Pyatigorsk State University

¹ gorbunova@pgu.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 01.08.2025; опубликовано online (published online): 12.09.2025.

Ключевые слова (keywords): гипо-гиперонимическая связь; англоязычные термины; предметная сфера МЕНЕДЖМЕНТ; терминосистема; семантические отношения; hypo-hypernymic relation; English-language terms; subject field MANAGEMENT; terminological system; semantic relations.