Изучение иностранного языка делового общения с каждым годом становится все более актуальным. Данная дисциплина охватывает всю сферу международного бизнеса.

Особую роль в обучении, как английскому, так и немецкому языку делового общения играют различные лексикографические издания, поскольку остро встает вопрос определения основных понятий мира бизнеса и узкоспециализированной лексики. В деловом общении проблема качественного словаря стоит особенно остро, поскольку от полноты понимания реалий делового мира напрямую зависит успешность предприятия и основная цель любой предпринимательской деятельности – получение прибыли. Все это обусловило **актуальность** исследования, заключающуюся в необходимости научно-теоретического изучения метаязыка бизнес-словарей и выявления его семиотических особенностей.

**Целью** работы является комплексное изучение особенностей метаязыка современных словарей делового общения на английском и немецком языках при описании новых терминов.

Цель и предмет исследования обусловили постановку следующих конкретных **задач**:

1. ознакомиться с историей развития немецкой и английской лексикографии;
2. рассмотреть место и роль словаря в системе современной английской и немецкой лексикографии;
3. изучить особенности лексикографического описания бизнес-терминов в словарях;
4. собрать обширный корпус источников, включающий списки слов, бизнес-словари, глоссарии из авторитетных учебных курсов, разделы бизнес-энциклопедии;
5. показать, каким образом раскрывают значение общеупотребительных терминов делового английского и немецкого языков авторы самых разноплановых, как общих, так и специализированных бизнес-словарей; представить их сравнительную характеристику;
6. изучить маркирование лексических единиц и зон словарных статей, введение символов и знаков, а также рассмотреть их знаковые характеристики и роль в описании терминов;
7. показать, какие из принципов лексикографического описания выдерживаются в тех или иных словарях.

**Материал**, использованный в данной работе, включает такие авторитетные лексикографические издания, как New Oxford Business English Dictionary for Learners of English[[1]](#footnote-1), New Longman Business English Dictionary[[2]](#footnote-2), Dictionary of General Business English Terminology[[3]](#footnote-3), Wahrig Deutsches Wörterbuch[[4]](#footnote-4), электронный словарь Merriam-Webster Dictionary[[5]](#footnote-5); электронный словарь Longman Dictionary of Contemporary English[[6]](#footnote-6), электронный словарь Macmillan English Advanced Learners Dictionary[[7]](#footnote-7), электронный словарь Langenscheidt-online Wörterbuch[[8]](#footnote-8).

Нами изучен и проанализирован материал, относящийся к историческому становлению практической лексикографии: выделены 4 основных периода («Глоссаризация», «Период словарей трудных слов», «Донаучный или предписывающий», «Научный или исторический»); особенности и тенденции каждого из этапов развития лексикографии, приведены примеры работ того или иного периода.

Следует отметить, что достижение техники, а в частности компьютерных технологий повлияли существенным образом на практическую лексикографию. Сформировались такие новые разделы лексикографии, как киберлексикография и корпусная лексикография. Они намного упрощают работу не только пользователю, но и автору словаря. [Разливанова 2007]

Накопив огромный опыт лексикографического описания языка, и обобщив его, начала развиваться теоретическая лексикография. Следует заметить, что, будучи молодым направлением лексикографии, теоретическая лексикография отличается неравномерностью и незавершенностью; еще не сформирована ее терминологическая система. Однако основные принципы и функции уже сформулированы.

В отличие от англоязычной лексикографии, характеризующейся своей многовековой историей, немецкая лексикография относительна молода. Зарождение этой науки в Германии началось примерно в XVIII в. и связывают его с именами таких выдающихся ученых, как Иоганн Кристоф Аделунг и братья Яков и Вильгельм Гримм. Они внесли огромный вклад в лексикографию, выпустив такие издания, как «Grammatisch-kritisches Wörterbuch der Hochdeutschen Mundart» («Грамматико-критический словарь немецкого языка»)(1774-1786) и «Deutsches Wörterbuch» («Немецкий словарь»).

Что касается Главы 2, то в ней изложен теоретический материал, касающийся таких понятий, как «словарь», «словарная статья», «лексикографический параметр», выделены основные параметры словарей, т.е. лексикографические характеристики, являющиеся критериями классификации, описания и оценки словарей. Различные специалисты в данной области предлагают параметры, немного отличающиеся друг от друга. Несмотря на это, можно выделить те, к которым придерживается большинство специалистов: авторская установка составителя словаря, предметная ориентация, назначение, читательский адрес, функцию, объем и принципы отбора лексики. Базовой единицей словаря считается словарная статья  – каждый отдельный объект описания словаря и соотнесенные ему словарные характеристики. Совокупность словарных статей и составляет основной текст словаря (иначе базу данных словаря). Словарная статья типичного толкового словаря содержит следующую информацию о лексической единице: дефиницию, состоящую из простых слов; пример (типичную фразу, поговорку, пословицу и т.д.) и иллюстрацию в виде рисунка, схемы, и т.д. Однако сегодня авторы словарей вносят дополнения и изменения.

Исследование проводилось на материале 8 одноязычных словарей двух видов: печатных (Dictionary of General Business English Terminology Назаровой, Oxford Business English Dictionary for learners of English, Longman Business English Dictionary, Wahrig Deutsches Wörterbuch) и электронных (Merriam-Webster Dictionary, Macmillan English Advanced Learners Dictionary, Longman Dictionary of Contemporary English, Langenscheidt-online Wörterbuch). Из словарей выбраны словарные статьи наиболее общеупотребительных терминов делового английского: business, bank, company, gross, delegate, ISE (International Stock Exchange/London Stock Exchange), а также их эквиваленты на немецком языке. Относительно небольшое количество различных словарей может дать общую картину терминологии деловой сферы как объекта лексикографического описания.

Особенностями лексикографического описания данных словарей являются следующее:

1. маркировка различными видами шрифта (полужирный шрифт, курсив) и цветом (синий, голубой) для выделения зон словарной статьи;
2. введение цифр (арабских, римских), букв с целью перечисления дефиниций термина в зоне значения;
3. введение особых символов для указания основной и дополнительной информации о лексической единице («плюс» указывает на коллокацию; «звездочка» - важность лексической единицы; «ромб» маркирует зону фразеологизмов (Приложение 2), а также указывает на производность лексической единицы (Приложение 4); зона примера обозначается значком «черный круг» (Приложение 4)).

Помимо толкования данные печатные издания дают представление о транскрипционных знаках и произношении, правил чтения и грамматических сведениях.

Однако, несмотря на свою информативность и полезность в последние несколько веков, печатные словарные издания стали переноситься на электронные носители, вследствие развития технологий. Таким образом, возникла и стала развиваться эра электронных словарей-переводчиков. С каждым днем они пользуются все большей популярностью.

По сути, электронный словарь – это особая база данных, содержащая закодированные словарные статьи. С их помощью пользователь может осуществлять быстрый поиск нужных лексических единиц.

Принцип работы таких программ упрощен в отличие от печатных аналогов, что очень удобно. Для каждого термина выводится список всех слов, связанных с ключевым словом в виде гиперссылок, т.е. и синонимы, и родственные слова и т.д.; рядом указываются основные сферы употребления.

Помимо вышеизложенных средств описания лексических единиц, использованных печатными словарями, электронные словарные программы привлекают дополнительные:

1. введение тезауруса, где можно найти определения данного термина в специальных сферах применения;
2. аудио-произношение лексической единицы;
3. в заголовочном слове четко указана словообразующая информация путем деления морфем;
4. обильное использование таких знаков препинания, как различные виды скобок (квадратные, круглые и др.) и двоеточие для выделения зоны примера, сферы употребления и т.д.

Согласно анализу о проделанной работе, можно сделать вывод: несмотря на форму словарей (словари печатного издания и электронные), на язык, на котором составлен словарь (английский и немецкий), основной принцип построения словарной статьи не изменен, за исключением последовательности изложения материала и содержания дополнительной информации. Следует отметить, что информация о терминах излагается вполне точно, с примерами в контексте, что очень важно для изучающих мир бизнеса. Таким образом, следует сделать вывод, что для наиболее полного и успешного результата ведения любых видов переговоров и деятельности в деловой сфере изучение метаязыка словарей крайне необходимо.

1. Oxford Business English Dictionary for learners of English/Dilys Parkinson.Oxford University Press, 2005 – p.616. [↑](#footnote-ref-1)
2. Longman Business English Dictionary: Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM20 2JE, England and Associated Companies throughout the World, 2000 – p.533. [↑](#footnote-ref-2)
3. Назарова Т.Б. Словарь общеупотребительной терминологии английского языка делового общения/Т.Б. Назарова; Под ред. В.Н. Крупнова. – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2002 – 128 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Wahrig Deutsches Wörterbuch:Wissen Media Verlag GmbH (vormals Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH), Gütersloh/München, 2008 – 1728 S. [↑](#footnote-ref-4)
5. www.merriam-webster.com/ [↑](#footnote-ref-5)
6. www.ldoceonline.com/ [↑](#footnote-ref-6)
7. www.macmillandictionary.com/ [↑](#footnote-ref-7)
8. www.langenscheidt.de/fremdwb/ [↑](#footnote-ref-8)