Проблемы иноязычной лексики бизнеса в аспекте межкультурной коммуникации

Э.М.Давлатова
Термез, Узбекистан

В центре межкультурной коммуникации в XXI веке оказывается бизнес. Активизация деловых и коммерческих связей расширила коммуникативные контакты носителей узбекского языка с носителями других языков. Межкультурная коммуникация активно развивается в сфере бизнеса, поэтому особо важными являются направления, связанные с изучением лексики бизнеса в целом, а также в сопоставительном аспекте.

Экономическое языковое пространство подверглось экспансии иноязычной специальной терминологии, без которой невозможно представить полноценную коммуникацию на международном уровне: ***маркетинг, менеджмент, менеджер, бизнесмен, чартер, трансфер, инвестиции, риэлтер, дисконтная карта, бартер, брокер, дилер, дистрибьютер, листинг, консалтинг, лизинг, сайдинг, молдинг, дизайн, оффшор, фастфуд, роуминг, рейтинг, мониторинг, дайджест, бренд, топ-модель, спичрайтер, миксбордер, промоутер, шоумен, шоу-бизнес.*** В связи с поступлением в нашу повседневную жизнь множества западных товаров и видов услуг появились такие новые слова, как ***маркет, супермаркет, гипермаркет, бутик, лэйбл,*** и т.д. Многие из вышеприведенных терминов были заимствованы давно, но использовались преимущественно специалистами. Однако по мере того, как явления, обозначаемые этими терминами, становятся актуальными для всего общества, узкоспециальная терминология выходит за пределы профессиональной среды и начинает употребляться в прессе, в радио и телепередачах, в публичной речи политиков и бизнесменов.

Постоянные контакты с иностранными партнерами и вовлеченность Республики Узбекистан в мировую экономику способствуют распространению лексики бизнеса в узбекском языке: *маркетинг,* ***менежмент, менеджер, бизнесмен, контракт, чартер, инвестиции, бартер, брокер, листинг, лизинг, дизайн, бартер, брокер, рейтинг, мониторинг, бренд****: "Қишлоқ жойлардаги тадбиркорларга юридик, техник, молия ва бошқа масалаларни хал этишларига ёрдам бериш мақсадида* ***консалтинг*** *(маслахат) фирмаларини тармоғини ташкил этиш…" "Шундай экан, бизга нефть махсулотлари бериш қандайдир хомийлик эмас, кўмак эмас, балки бугунги бир ғалати иқтисодий алоқалар натижасидир. Бундай алоқа* ***клиринг*** *дийлади…" "Савдо-саноат палатаси, БМТ Ривожланиш дастурнинг Ўзбекистон* ***Бизнес-форуми*** *ва "Diskus Group"* ***компанияси*** *ҳамқорлигида ташкил этилган ушбу анжуман IV Халқаро* ***инвестицион форум*** *доирасида ўтказилди". "Унда тадбиркорлар ва ишбилармон доиралар вакиллари Ўзбекистонда* ***франчайзинг*** *(тайер бизнесни сотиб олиш ва сотиш) асосида* ***бизнесни*** *ташкил этиш...". ""Ўзбекистон ҳаво йўллари"миллий авиакомпанияси Жанубий Кореядан* ***лизинг*** *асосида 2 та "А 300- 600 F" русумли юк самолетини харид қилиб, уларни логистика ихтиерига берди("Халқ сўзи". №111. 2009); "Муҳбиримиз унга республикамизда янги асрда* ***менежмент*** *ривожига оид бир неча савол билан мурожат қилди" ("XXI аср". № 23. 2004).*

Таким образом, лексика бизнеса выступает необходимым компонентом успешного овладения знаниями, навыками, умениями в определенной области, т. е. они связаны с усвоением соответствующих специальных понятий и последующим оперированием ими.

Список литературы

1. Каримов И.А.Биздан озод ва обод ватан қолсин. –Тошкент: Ўзбекистон, 1996. –Б.122.
2. Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлидан. –Тошкент: Ўзбекистон, 1996. - Б.267.
3. Воронцова И. Б. Изменения в семантике англо-американских заимствований во французском языке // Иностр. яз. в шк. – 1986. – № 4.
4. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. – М., 1996.
5. Крысин Л. П. Лексические заимствования и калькирование в русском языке последних десятилетий // Вопр. языкознания. – 2002. – № 6.