

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ ПРИРОДА КОММЕРЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Акромов Бекзод Кахрамонович

Преподаватель французского языка

Кафедры французской филологии

Бухарского государственного университета

b.q.akramov@buxdu.uz

<https://orcid.org/0000-0002-8038-3448>

Абдурахимова Мадинабону Орзикуловна

Студентка Бухарского государственного университета

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена изучению терминологии на международном уровне, она описывает эволюцию структурно-семантическую природу коммерческой терминологии, прогресс, достигнутый к настоящему времени, и была направлена на изучение проблем. Важным аспектом коммерческой терминологии является то, что семантика терминологии часто отражает ее происхождение и традиционные выражения. Коммерческой терминология представляет собой сложный набор терминов и фраз, необходимых для понимания общепринятой практики в различных областях деловых операций и торговли. Специалистам по продажам необходимо глубокое понимание специализированной терминологии, чтобы добиться успеха в своей области. В статье на основе исследований ведущих лингвистов и структурно-семантическая природа особенностей французских коммерческих терминов.

Ключевые слова: *Термин, семантика, структура, терминология, терминологическая система, торговля, коммерция, международная торговля, электронная коммерция, глобализация.*

ВВЕДЕНИЕ

Данная статья посвящена изучению структурно-семантической природы отраслевых терминов на основе традиционного взгляда на коммерческую терминологию во французском языке.

Различные направления исследований в лингвистике в процессе анализа научных работ, связанных с терминологией, можно увидеть что в содержании некоторых диссертаций выражен вопрос разделения терминов на тематические

группы, а в некоторых из них этот вопрос рассматривается в монографическом плане.

Например, Р. Сафарова – “Система лексикологии стадия разработки слова тематический и лексико-семантический в группы объединение смысла структурный части отдельный обучение с характеризуется”.

Во французском языке терминологические системы исследовать делать преданный кандидатура и докторская степень диссертации, монографии почти в целом исследовать объекта тематический группы или отдельно глава как или что-нибудь глава в составе особенный изучал. Ведь наверняка поле терминология при проверке терминов тематический группы определить важный задача считается вот и все в соответствии с этот на поле преданный исследований в большинстве из них терминов тематический группы данный.

О.Ахмедов в своей диссертации об коммерческом терминологии условия для выделения следующее семантико-тематические группы:

- 1) Коммерческая система предметы имена выразительный условия;
- 2) Обязательства на имена объектов, которые нужно собрать выразительный условия;
- 3) Практика коммерческой системы в процессе функциональность выразительный условия;
- 4) Система на практике как результат незаконный поведение может быть применяемый условия.

Было признано целесообразным анализировать путем разделения на группы. Коммерция безграничность сферы употребления терминов создает ряд проблем при их группировке. Тем не менее термины этого поля относятся к одной тематической группе на основании общности компонентов их структурной структуры и наиболее активной целостной семантики в семантической структуре и к разным тематическим группам на основе наиболее активных дифференциальных схем.

Известно, что в условие использовать объем точки зрения и представляющий в понятиях общность на основе объединения в один ряд тематические группы. На наш взгляд, к терминологии преданный в учебе поле условия цельное и по семантике дифференциал функции на основе тематические группы разделенный без классификация их использовать объем границы точнее обозначение дает много возможности. К этому подходу опирался на коммерческо-финансового структурные и семантические

особенности терминов, употребление объем на основе большой и маленький тематические группы отдельной критерии работы:

1. Формирующий принадлежность критерий (Critère d'affiliation): иметь форму к общему, то есть внутри структуры есть общий компонент, условия которого объединить в одну тематическую группу;

2. Семантическая принадлежность критерий (Critère d'affiliation sémantique): не иметь форму к общему, то есть в структуре тот же компонент не задействован смысловое содержание терминов общих символов объединённых на основе единой тематической в группу.

Следует отдельно отметить, что группировка коммерческих и финансовых терминов по первому критерию значительно проще, чем по второму. Потому что компоненты, объединяющие термины в одну группу, хорошо видны в плане выражения термина.

Этот критерий также используется при формировании генеалогии терминов.

Термины дилер и брокер не имеют формальной общности, поэтому их группируют по второму критерию:

Дилер (concessionnaire) – посредник при продаже финансовых активов клиента. Лицо, которое совершает сделки за свой счет и от его имени, а также по собственной инициативе и получает вознаграждение от суммы сделки и прибыль от курсовой разницы при продаже и покупке активов.

Брокер (брокер, комиссионер, курт) (courtier) – посредник при торговле финансовыми активами; осуществляет сделку по поручению клиента и за его счет. На основании заключенного с клиентом договора он получает вознаграждение в размере определенного процента от сделки.

Как видите, сходства в значении этих терминов нет, а есть посредническая схема в торговле финансовыми активами, существующая по их семантике и общая для обоих.

Данная схема обеспечивает принадлежность вышеуказанных терминов к тематической группе финансовой системы, причем они являются взаимно синонимичными. Есть термины, которые не ограничены в своем применении.

Эта особенность обусловлена наличием в их семантике сем, принадлежащих к нескольким группам.

Например: **дефляция (déflation)** – продажа ценных бумаг, ужесточение валютного регулирования, повышение банковской процентной ставки и другие

способы искусственного частичного возврата избыточной денежной массы в обращение.

Если проанализировать семантику этого термина, то наиболее активной темой в его содержании является искусственное частичное изъятие излишков денег в обращение. Как правило, такая схема обеспечивает принадлежность термина дефляция к тематической группе финансовой системы. Однако важным моментом является то, что смысловая структура термина включает схему продажи ценных бумаг, усиления валютного регулирования, что обеспечивает привязку термина к тематической группе ценных бумаг, а схема повышения банковской процентной ставки связана с тематической группой банковское дело.

Кроме того, существование таких терминов объясняется тем, что такие тематические группы, как ценные бумаги и банковское дело, на самом деле являются финансовой деятельностью и эти тематические группы меньше по сравнению с группой финансовой системы.

В проанализированном выше периоде дефляции эта ситуация проявилась более наглядно, поскольку срок, обеспечивающий принадлежность к этой группе, поднялся до доминирующего уровня. Эта ситуация служит оправданием группировки отдельных терминов. Процесс группировки терминов, приведенных в словарях в алфавитном порядке, требует разработки определенных формул. В связи с этим используются следующие формулы:

Имеющие общую форму, то есть общие по строению мы используем формулу 1 О.К (1 общий компонент) для группировки терминов, имеющих компонент (по первому критерию).

В такой формуле общий компонент состоит из одного слова, количество остальных компонентов незначительно: валютный рынок, конвертация валюты, курс валюты, валютная сделка, валютная позиция, валютная система, перевод валюты....

Единый валютный компонент в структуре этих терминов является неотъемлемым символом во всех этих терминах, а используемая в международных расчетах валютная система страны, выраженная в семантике этого слова, обеспечивает принадлежность всех терминов, в которых участвует этот компонент, к группе ценных бумаг.

Таким образом, благодаря тому что структура терминов занимает ведущее положение при разделении на структурно-семантической группы по важным критериям, известно, что группировка зависит от тем, содержащихся в термине. То есть сначала выбираются общие составляющие термины, а затем путем

анализа схемы общих составляющих определяется группа, к которой они принадлежат.

ЛИТЕРАТУРА (REFERENCES)

1. Qahramonovich, Akramov Bekzod. "FEATURES OF TOURISM TERMINOLOGY IN FRENCH LANGUAGE." *OLIY VA O 'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI FARG 'ONA DAVLAT UNIVERSITETI* (2022): 96.
2. Akramov, Bekzod. "Features of tourism terminology in french language." *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)* 3.3 (2021).
3. Ostonovich, O. B., and B. A. Qahramonovich. "ÉTUDE DE L'ÉVOLUTION DANS LA TERMINOSYSTÈME DU COMMERCE. INTERNATIONAL BULLETIN OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY, 3 (4), 204–208." (2023).
4. Qahramonovich, Akramov Bekzod. "Structural-semantic features of commercial terminolexic." *Yangi O'zbekistonda Tabiiy va Ijtimoiy-gumanitar fanlar respublika ilmiy amaliy konferensiyasi* 1.1 (2023): 32-35.
5. Akramov, Bekzod. "ÉTUDE DE L'ÉVOLUTION DANS LA TERMINOSYSTÈME DU COMMERCE." *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)* 36.36 (2023).
6. Akramov, Bekzod. "Structural-Semantic and Linguo-Cultural Features of Commercial Terminology." *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)* 36.36 (2023).
7. Akramov, Bekzod. "THE BUSINESS TERMINOLOGY SUCH AS SPECIAL TERMS." *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)* 29.29 (2023).
8. Akramov, Bekzod. "EDUCATION OF EVOLUTION AT THE TERMINOLOGY OF COMMERCE." *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)* 36.36 (2023).
9. Akramov, Bekzod. "Osobennosti terminologii turizma vo fransuzkom yazike." *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)* 2.2 (2020).