

Specyfika słownictwa handlowego w terminologii branżowej

Jacek Nowakowski

Lingwistyczna Szkoła Wyższa w Warszawie

Abstract

It is difficult to miss the “terminographic boom” which has recently taken place within specialist vocabulary, particularly as far as commercial-economic terminology is concerned. A specific type of metaphoric terms can be noticed in commercial terminology. The present author concentrates on these expressions which differ from the stylistically neutral metaphors and are highly expressive as a result of the fact that their elements are taken from greatly various stylistic registers. The commercial vocabulary differs from the scientific one in its expressive dynamics and particular type of brevity. It is a language which avoids long speeches, it follows the pulse of the modern life. In its vividness it is close to the artistic language with which it shares one characteristic – a precise pragmatic function as a result of which configurations of functional units in case of commercial text act as models of professional behaviour. This phenomenon should be the subject of in-depth analysis. The most important task as far as the aspect of terminological construction is the ordering of commercial lexicon from the formal linguistic point of view.

Keywords: terminography, commercial terminology, economic terminology

Abstrakt

W zakresie słownictwa specjalistycznego nie sposób nie zauważyć „boomu terminograficznego”, w pierwszym rzędzie słownictwa handlowo-gospodarczego. W przypadku terminologii komercyjnej chodzi jednak o specyficzny rodzaj terminów metaforycznych. Autor artykułu chciałby zwrócić uwagę na wyrażenia, które w odróżnieniu od regularnych, a więc stylistycznie neutralnych metafor, cechuje jaskrawo wyrażona ekspresja, powstająca na skutek tego, że człon określający (to, do czego porównujemy) został przywołany z odległego rejestru stylistycznego. W wyniku nietypowego kojarzenia semantyki wyrazów powszechnych z odpowiednimi elementami konceptualnej struktury leksykonu specjalistycznego powstaje efekt swoistej hipertrofii metaforycznej słownictwa branżowego. Zarówno terminy-metafory, jak i terminy-komunikaty w znacznym stopniu określają styl słownictwa handlowego w języku. W odróżnieniu od leksyki naukowo-technicznej, cechą tego rodzaju słownictwa jest ekspresywny dynamizm oraz szczególnego rodzaju skrótowość. Język handlowy nie uznaje długich wywodów. Pulsuje w nim tempo współczesnego życia. Handlowiec posługuje się skrótami myślowymi, ponieważ w sposób doskonały opanował warsztat swej pracy, ponieważ nie ma on prawa do pomyłki. Obrazowość języka handlowego zbliża go do języka artystycznego, co nie powinno dziwić, gdyż posiadają one wspólną cechę, a mianowicie: sprecyzowaną intencję pragmatyczną, dzięki czemu konfiguracje funkcjonalnych jednostek w wypadku tekstu handlowego występują jako modele postępowania zawodowego. Zjawisko to powinno być przedmiotem specjalnej analizy. W aspekcie konstruowania terminologicznego na plan pierwszy występuje zadanie porządkowania leksykonu handlowego pod względem formalnojęzykowym

Słowa kluczowe: terminografia, słownictwo handlowe, słownictwo gospodarcze

W zakresie słownictwa specjalistycznego nie sposób nie zauważyć „boomu terminograficznego”, w pierwszym rzędzie dotyczącego słownictwa handlowo-gospodarczego. Jest to zjawisko interesujące pod wieloma względami. W szeregu różnych zagadnień badawczych, powstających już przy wstępnym zapoznaniu się z treścią odpowiednich słowników terminologicznych, na plan pierwszy wysuwają się takie kwestie, jak:

1. objętość i skład leksykonu handlowego (formalna charakterystyka słownictwa specjalistycznego);

2. stylistyczne właściwości słownictwa specjalistycznego („stylistyka leksykalna języka specjalistycznego”);
3. leksykon handlowy jako jednostka opisu typologicznego (typ leksykonu terminologicznego);
4. rodzaj jednostek terminologicznych stanowiących podstawę leksykonu handlowego (podstawa konceptualna leksykonu terminologicznego);
5. techniki terminogenne właściwe leksykonowi handlowemu (terminotwórstwo w zakresie słownictwa handlowego) i inne.

Każda z wymienionych kwestii stanowi poważne zagadnienie naukowe i może być przedmiotem odrębnych badań specjalistycznych.

Zanim przystąpimy do omawiania właściwości tego słownictwa, warto uściślić pojęcie *terminologia handlowa*. Chodzi tu o to, że pod tę nazwę można podciągnąć różne pod względem tematycznym rodzaje słownictwa specjalistycznego. Wystarczy porównać istniejące słowniki terminologiczne, żeby o tym się przekonać. Na przykład wydane na przełomie lat 70–80-tych *Słownik ekonomiczny polsko-rosyjski* (Osmowa 1977) i *Słownik ekonomiczny rosyjsko-polski* (Rydzewska i Krywol 1984) zawierają po kilkadziesiąt tysięcy jednostek. Są to słowniki wielobranżowe, w których jednak terminologia handlowa została przedstawiona bardzo szeroko. Z kolei, *Rosyjsko-polski słownik handlowy* (Jochym-Kuszlikowa i Kossakowska 1996), który liczy ok. 28 000 wyrazów hasłowych i połączeń wyrazowych o charakterze terminologicznym, zawiera w swym składzie, obok właściwych w ramach słownika handlowego jednostek, także jednostki terminologiczne należące do pokrewnych leksykonów branżowych, a także słownictwo ogólne. Oto kilka przykładów, które można znaleźć prawie na każdej stronie słownika:

недееспособность *ż prawn.* niezdolność do czynności prawnych

неделя *ż* tydzień

недисциплинированность *ż* niezdiscyplinowanie

недоверие *n* nieufność, brak zaufania, niedowierzanie

выражать ~ е okazywać brak zaufania

отнестись с ~ ем odnieść się z niedowierzaniem *do kogoś, czegoś*

питать ~ е żywić *do kogoś* brak zaufania

вотум ~ я wotum nieufności

недоделка *ż* niedokończenie; wyrób nie wykończony / nie dopracowany; usterka, niedoróbka, niedociągnięcie

недоразумение *n* nieporozumienie

преследование *n prawn.* ściganie

судебное ~ ściganie sądowe

уголовное ~ ściganie karne

~ **законом** ściganie przez prawo

пресс-конференция konferencja prasowa

преступность *ż* przestępczość

претендент *m* pretendent

руль *m* kierownica

сверхурочный nadliczbowy

~ **ая работа** praca w godzinach nadliczbowych

~ **ые часы** nadgodziny

W *Русско-испанском внешнеторговом словаре* (Voskriesienskaja 1990), który zawiera ok. 350 uporządkowanych tematycznie artykułów hasłowych o przeciętnej objętości ok. 40–50 jednostek każdy, zostały szeroko przedstawione takie dziedziny, jak: finanse, transport, działalność ubezpieczeniowa, korespondencja handlowa i inne. Wewnątrz artykułu hasłowego wyrażenia zostały podzielone na grupy według ich struktury syntaktycznej (przymiotnik + rzeczownik, czasownik + rzeczownik itd.). Oto typowy przykład artykułu hasłowego (część rosyjska):

СДЕЛКА *ж.*

A. аннулированная сделка

сделка на предоставление услуг

бартерная сделка

сделка по продаже лицензий

биржевая сделка

сделка с развивающейся страной

валютная сделка

B. аннулирование сделки

взаимовыгодная сделка

заклучение сделки

внешнеторговая сделка

исполнение сделки

выгодная сделка

предмет сделки

двусторонняя сделка

расторжение сделки

действительная сделка

совершение сделки

заклученная сделка

стоимость сделки

импортная сделка

сумма сделки

коммерческая сделка

условия сделки

консигнационная сделка

партнер по сделке

лицензионная сделка

переговоры о сделке

многосторонняя сделка

прибыли от сделки

недействительная сделка

Г. аннулировать сделку

реимпортная сделка	заклЮчить/заклЮчать сделку
реэспортная сделка	расторгать/расторгнуть сделку
оптовая сделка	совершать/совершить сделку
торговая сделка	вести переговоры о сделке
экспортно-импортная сделка	Д. сделка аннулирована
Б. сделка консигнации	сделка взаимовыгодна
сделка ноу-хау	сделка заключена
сделка на закупку оборудования	сделка совершена

Francusko-angielsko-rosyjski *Банковско-биржевой словарь* (Gavriszina 2010) zawiera ok. 24000 jednostek terminologicznych ułożonych alfabetycznie. Warto odnotować, że językiem wyjściowym w słowniku jest język francuski, co zapewne jest skutkiem zastosowania w praktyce terminograficznej pojęcia prymarnego systemu terminologicznego (Lukszyn i Zmarzer 2001, 60–68). Indeksy w języku angielskim i rosyjskim ułatwiają posługiwanie się słownikiem. Dla przykładu podajemy fragment omawianego słownika:

M 951 monétaire	Monetary	1. монетарный, денежно-кредитный 2. валютный
M 952 monétaire <i>m</i>	money market	денежный рынок
M 953 monétarisme <i>m</i>	Monetarism	Монетаризм
M 954 monétique <i>f</i>	electronic banking, use of credit cards	система расчёта кредитными карточками
M 955 monétisation <i>f</i>	Monetization	1. отливка в монету 2. превращение в деньги
M 956 monnaie <i>f</i>	1. money 2. currency 3. change coin(s)	1. деньги 2. валюта 3. монета (разменная)
M 957 accrocher une monnaie	to peg a currency	прикреплять (привязывать) валюту
M 958 battre (la) monnaie	to mint (to coin) money	чеканить монету
M 959 créer la monnaie	to create money	выпускать деньги
M 960 dévaluer une monnaie	to devalue a currency	девальвировать валюту
M 961 échanger sa monnaie contre une devise étrangère	to exchange one's currency for a foreign currency	обменивать свою валюту на иностранную
M 962 éponger la monnaie	to mop up the money	абсорбировать деньги
M 963 faire de la monnaie	to get some change	разменивать деньги
M 964 frapper la monnaie	to mint (to coin) money	чеканить монету

Przykładem podstawowego słownika polskiej terminologii handlowej może służyć wciąż aktualny *Słownik handlu zagranicznego* (Białecki 1986), który zawiera ok. 800 haseł głównych i ok. 2000 haseł pomocniczych, bądź stosunkowo nowy *Leksykon terminologii prawniczej i ekonomicznej (polsko-rosyjski i rosyjsko-polski)* o porównywalnej liczbie haseł (Nosowicz i Dacewicz 1997) lub *Kieszonkowy polsko-rosyjski i rosyjsko-polski słownik handlowy* (Nosowicz 1992).

Różnice ilościowe między poszczególnymi słownikami reprezentującymi ten sam rodzaj słownictwa specjalistycznego nie tylko zawierają informację o typie i przeznaczeniu słownika, lecz potwierdzają także ogólną tezę o względności ludzkiej wiedzy. W rzeczy samej, trudno byłoby wytłumaczyć różnice ilościowe między słownikami samym faktem świadomego ograniczenia zasobu terminologicznego. Jeżeli można uznać stosunek jednostek terminologicznych 1 do 4 lub 5 za właściwy dla podstawowego i akademickiego słownika terminologicznego, to trudno o argumenty w wypadku, kiedy prawie taka sama proporcja cechuje słowniki o porównywalnym zasobie słownictwa. Na przykład w wymienionym wyżej *Rosyjsko-polskim słowniku handlowym* (ok. 28000 jednostek) zostało odnotowane ok. 50 jednostek terminologicznych, zawierających w swym składzie ogólnonaukowy termin *kapitał*, natomiast w *Банковско-биржевом словаре* (ok. 24000 jednostek) liczba takich jednostek sięga 170. Dla porównania przytaczam listę terminów rosyjskich, zbudowanych według modelu *przymiotnik + rzeczownik kapitał*:

Rosyjsko-polski słownik handlowy

авансированный к.
 активный к.
 акционерный к.
 банковский к.
 вложенный/оплаченный к.
 внесённый к.
 гарантийный к.
 заёмный/ссудный к.
 замороженный/иммобилизованный к.
 избыточный к.
 инвестированный к.
 иностранный к.
 ликвидный к.
 международный к.

Банковско-биржевой словарь ой словарь

авансированный к.
 акционерный к.
 ассоциированный к.
 банковский к.
 блуждающие к.
 востребованный к.
 вторичный к.
 выплаченный к.
 выпущенный к.
 государственный к.
 денежный к.
 депозитный к.
 долгосрочный к.
 заёмный к.

мёртвый к.	застрахованный к.
накопленный к.	инвестированный/вложенный к.
наличный к.	иммобилизованный/замороженный к.
нарицательный/номинальный к.	консолидированный к.
начальный к.	краткосрочный к.
неприкосновенный к.	мобилизованный/задействованный к.
облигационный к.	наличный/свободный к.
оборотный к.	невостребованный к.
основной к.	неденежный к.
отечественный к.	необходимый к.
паевой/собственный к.	неоплаченный к.
переменный к.	номинальный к.
постоянный к.	ноционный/условный к.
промышленный к.	облигационный к.
резервный к.	оборотный к.
скрытый к.	оплаченный к.
стартовый к.	основной к.
уставной к.	первичный к.
учредительский к.	первоначальный/стартовый к.
фиктивный к.	переменный к.
фондовый к.	подписной к.
частный к.	постоянный/долгосрочный к.
	праздный/непроизводительный к.
	привлекаемый к.
	производительный к.
	разводнённый к.
	распылённый к.
	резервный к.
	рисковый/венчурный к.
	собственный к.
	ссудный к.
	транснациональный к.
	уставный к.
	финансовый к.
	частный к.

Z przytoczonych danych wynika, że chodzi nie tylko o ilościowe rozbieżności między słownikami, reprezentującymi istniejące rodzaje kapitałów. Zestawienie dwóch analogicznych serii terminologicznych pozwala na wyciągnięcie wniosku o konceptualnym podłożu tych rozbieżności. Jest to bardzo ważne spostrzeżenie, ponieważ implikuje ono konieczność określenia struktury pojęciowej leksykonu terminologicznego już na pierwszym etapie konstruowania terminologicznego. W tym miejscu jednak należy odwołać się do krytycznych opinii dotyczących słowników terminologicznych. Jak twierdzi Grinev, „istniejąca w dzisiejszych czasach praktyka tworzeniu słowników specjalnych pozwala wyciągnąć ogólne wnioski na temat istniejących niedostatków w słownictwie biznesu, a przede wszystkim braku jednolitych dyrektyw dotyczących przygotowania i tworzenia słowników, kiedy leksykograf postępuje tak, jak mu się podoba” (1995, 9). Do najbardziej rozpowszechnionych niedostatków słowników terminologicznych autor cytowanej monografii zalicza m.in. takie poważne błędy terminograficzne, jak:

1. próbę łączenia w ramach słownika kilku różnych funkcji, w związku z czym słownik nie przekazuje niezbędnych informacji w sposób przejrzysty i jednoznaczny;
2. przypadkowość i subiektywizm w doborze haseł, na skutek czego w słowniku, z jednej strony, zostają pominięte ważne jednostki terminologiczne, z drugiej zaś – znajdują w nim miejsce wyrazy, które albo w ogóle nie są terminami, albo zostały przypadkowo zapożyczone z innych leksykonów;
3. brak podejścia systemowego w trakcie doboru, analizy i opisu jednostek terminologicznych, co prowadzi do utraty ważnych elementów wiedzy zawodowej;
4. wadliwość wielu definicji zawartych w słowniku a także brak niezbędnej koordynacji między poszczególnymi typami definicji terminów;
5. różnego rodzaju niedociągnięcia o charakterze technicznym (brak indeksów, odsyłaczy, oznaczeń pomocniczych, itp.) (Grinev 1995, 10–11).

Jak twierdzi Lukszyn,

istniejące słowniki w mniejszym lub większym stopniu posiadają wiele typowych wad, wśród których na pierwszym miejscu należałoby wymienić różnorodność zebranych terminów, błędy definicji, i – co najważniejsze – rodzaj nielogiczności jako zasady prezentacji systemu terminologicznego, która nie bierze pod uwagę przyczyny wstępnych koncepcji i ignoruje ich obowiązkowość przez implikację i nie odzwierciedla dynamiki powstawania poszczególnych struktur pojęciowych (1995: 51).

Jak widać, zarzuty wobec współczesnej praktyki terminograficznej bynajmniej nie sprowadzają się do listy „redakcyjnych” zastrzeżeń. W tym względzie słowniki

reprezentujące terminologię handlową nie stanowią wyjątku. W mniejszym lub większym stopniu cechuje je przypadkowość w doborze słownictwa, ogólnikowość, a nawet wadliwość wielu definicji, brak informacji dotyczącej potencjału tekstotwórczego jednostek terminologicznych, a nade wszystko – niezrozumiałe wręcz ignorowanie niezbędnych w pracy terminograficznej odpowiednich materiałów źródłowych. Mimo to jednoznacznie negatywna ocena dotychczasowego dorobku w zakresie rosyjskiej i polskiej terminografii ekonomicznej byłaby ewidentnym nieporozumieniem. Istniejące słowniki terminologii handlowej praktycznie rozwiązały dwie zasadnicze kwestie leksykografii specjalnej, a mianowicie: określiły status terminologii handlowej w języku rosyjskim i polskim jako autonomicznego zbioru terminów oraz skojarzyły ją ze światowymi językami, tzn. przeprowadziły weryfikację narodowych leksykonów branżowych w aspekcie międzynarodowej działalności zawodowej. Ukazały się także słowniki, które można uznać za wzorcowe. Do takich słowników zaliczam m. in. polski *Leksykon marketingu* (Altkorn i Kramer 1998) oraz rosyjski *Толковый биржевой словарь* (Korelskij i Gavrilov 1996).

Na podstawie przedstawionych wyżej słowników można wyciągnąć kilka wniosków, w pierwszym rzędzie – wniosek o modułowej strukturze leksykonu handlowego oraz wniosek o jego otwartości. Ma to szczególne znaczenie w aspekcie wyodrębniania podstawowego (systemotwórczego) korpusu terminologii handlowej. Jest to zadanie bardzo złożone, ponieważ sprowadzenie leksykonu terminologicznego do podstawowego korpusu jednostek oznacza odtwarzanie wyjściowych algorytmów myślenia zawodowego.

Z punktu widzenia ilościowych charakterystyk leksykonu handlowy występuje jako otwarty zbiór słownictwa specjalistycznego o zhierarchizowanej strukturze. Jego podstawę stanowi kilkadziesiąt głównych conceptów, wokół których powstają mniej lub bardziej rozbudowane szeregi terminologiczne. Zatem w strukturze leksykonu handlowego można wyodrębnić bazę terminologiczną (konceptualną podstawę leksykonu) oraz reprezentujące ją szeregi jednostek terminologicznych, które realnie funkcjonują w odpowiednich tekstach specjalistycznych (funkcjonalne serie terminologiczne).

Wymienione kategorie stanowią o istocie słownictwa specjalistycznego jako odrębnego, tematycznie ograniczonego zbioru jednostek terminologicznych. Jednak leksykon branżowy, a zwłaszcza leksykon reprezentujący wiedzę społeczną, nie funkcjonuje w izolacji. W życiu realnym tworzy on mniej lub bardziej stałe konfiguracje z innymi leksykonami, spowodowane m. in. aktualnym stanem nauk społecznych. W ten sposób na peryferiach leksykonu branżowego kształtuje się szczególna klasa terminów, która umożliwia skuteczne posługiwanie się ścisłą terminologią specjalistyczną. Ten rodzaj słownictwa, ze

względu na jego przeznaczenie, można nazwać terminologią buforową, ponieważ zasadniczą jej funkcją jest ułatwianie komunikacji zawodowej w warunkach różnorodnych kontaktów specjalistycznych. Jej struktura może być przedstawiona w sposób następujący:

банк / bank
биржа / giełda
валюта (деньги) / waluta / dewizy (pieniądze),
гарантия / gwarancja
груз / ładunek
договор (соглашение) / umowa (porozumienie)
заказ / zamówienie (zlecenie)
запрос / zapotrzebowanie (zapytanie)
издержки / koszty (wydatki)
импорт / import
контракт / kontrakt
кредит / kredyt
купля / kupno
маркетинг / marketing
номенклатура / asortyment (nomenklatura towarowa)
оферта / oferta
платёж / płatność
поставка / dostawa
продажа / sprzedaż
риск / ryzyko
рынок / rynek
сделка / transakcja
страхование / ubezpieczenie
таможня / urząd celny
товар (продукт) / towar (produkt)
торги / targi
торговля / handel
транспорт / transport
условия / warunki
цена / cena
экспорт / eksport

Przytoczona lista jednostek terminologicznych reprezentuje konceptualną podstawę leksykonu handlowego, dlatego też może ona być usystematyzowana na podstawie różnych stosunków, łączących poszczególne jej składniki.

Baza terminologiczna powinna być przedstawiona w każdym słowniku, niezależnie od jego przeznaczenia. A więc, w razie konieczności minimum terminologii handlowej może być sprowadzone do 100–150 haseł (baza terminologiczna wraz z towarzyszącymi poszczególnym jej składnikom seriami terminologicznymi, ograniczonymi do 3–5 funkcjonalnych jednostek tekstowych). Natomiast w pełnym słowniku wielkość serii terminologicznych może sięgać kilkudziesięciu jednostek.

Zobaczmy na przykład jak wygląda seria terminologiczna dla pary jednostek *продажа* / *sprzedaż* w różnych słownikach:

- *Słownik handlu zagranicznego* (1986): sprzedaż anonimowa, sprzedaż imitacyjna, sprzedaż markowa.
- *Leksykon terminologii prawniczej i ekonomicznej* (1997): sprzedaż detaliczna / розничная продажа; sprzedaż hurtowa / оптовая продажа; sprzedaż na raty / продажа в рассрочку; sprzedaż z wolnej ręki / продажа по частному соглашению.
- *Rosyjsko-polski słownik handlowy* (tylko jednostki terminologiczne zbudowane według modelu *przymiotnik + rzeczownik*):

Продажа	Sprzedaż
анонимная продажа	sprzedaż anonimowa
аукционная продажа	sprzedaż aukcyjna
биржевая продажа	sprzedaż giełdowa
вольная/свободная продажа	wolna sprzedaż
зарубежная продажа	sprzedaż zagraniczna
имитационная продажа	sprzedaż imitacyjna
комиссионная продажа	sprzedaż komisowa
марковая продажа	sprzedaż markowa
мелкооптовая продажа	sprzedaż drobnohurtowa
монопольная продажа	wyłączność sprzedaży
непосредственная продажа	sprzedaż bezpośrednia
оптовая продажа	sprzedaż hurtowa
предварительная продажа	Przedsprzedaż
принудительная продажа	sprzedaż przymusowa

промежуточная продажа	sprzedaż pośrednia
прямая продажа	sprzedaż bezpośrednia
рассыльная продажа	sprzedaż wysyłkowa
розничная продажа	sprzedaż detaliczna
условная продажа	sprzedaż wiązana
штучная продажа	sprzedaż na sztuki

Seria terminologiczna, jako realna forma porządkowania przestrzeni semantycznej słownika terminologicznego, posiada własną strukturę gramatyczną i łączy w swym składzie od kilku do kilkudziesięciu jednostek. Na podstawie formalnych cech wszystkie serie można podzielić na trzy zasadnicze grupy:

1. serie zbudowane wedle modelu *przymiotnik + rzeczownik*;
2. serie o strukturze *rzeczownik + rzeczownik*;
3. serie posiadające bardziej skomplikowaną strukturę, typu *rzeczownik + grupa imienna*;
4. serie, których składnikami są połączenia wyrazowe typu *czasownik + rzeczownik*;
5. serie łączące w swym składzie jednostki o mieszanej strukturze formalnej.

Oto kilka dodatkowych przykładów, ilustrujących formalne właściwości funkcjonalnych serii terminologicznych, które zostały umieszczone w *Банковско-биржевом словаре*:

(1) валютная война, „валютная змея”, валютная зона, валютная интеграция, валютная ликвидность, валютная оговорка, валютная позиция, валютное покрытие, валютное соглашение itd.

(2) продажа активов, продажа валюты, продажа имущества, продажа облигаций, продажа пая, продажа прав, продажа стрэдла, продажа стрэнгла, продажа фьючерса itd.

(3) продажа без покрытия на срок, продажа в ликвидационный период, продажа на комиссионных условиях, продажа на условиях форвард, продажа опционов пут (колл), продажа пакетов ценных бумаг itd.

(4) снижать курс валюты, снижать налог, снижать налогообложение, снижать паритет валюты, снижать процентную ставку, снижать стоимость, снижать тариф; совершать контрделку, совершать обмен, совершать операции (на рынке) itd.

(5) прибыль от инвестиций в ценные бумаги; прибыль, перенесенная на следующий период; прибыль, подлежащая выплате; прибыль, подлежащая обложению налогом; прибыль после выплаты налогов и дивидендов itd.

W obrębie leksykonu branżowego serie terminologiczne tworzą określone proporcje, które mogą wystąpić jako szczególna cecha danego leksykonu. Dane uzyskane na podstawie *Leksykonu marketingu* (Altkorn i Kramer 1998), który liczy ponad 1600 jednostek terminologicznych, i skonfrontowane z danymi innych polskich i rosyjskich słowników terminologicznych, pozwalają na odtworzenie proporcji właściwej dla leksykonu handlowego.

Podstawowym typem strukturalnym jednostki terminologicznej wchodzącej w skład leksykonu terminologii handlowej jest dwuwyrazowa jednostka zbudowana według modelu *rzeczownik + przymiotnik* (ok. 50% całego zasobu leksykonu). Serie terminologiczne tego typu łączą w swym składzie od dwóch-trzech do kilkunastu jednostek, na przykład:

handel > *barterowy, bazarowy, detaliczny, giełdowy, hurtowy, ruchomy, targowiskowy, wysyłkowy;*

cena > *detaliczna, elastyczna, hurtowa, jednolita, jednostkowa, konkurencyjna, maksymalna, minimalna, monopolowa, ostateczna, podstawowa, postulowana, prestiżowa, promocyjna, psychologiczna, rynkowa, sugerowana, średnia, transferowa, zaniżona, zmienna, zwyczajowa;*

produkt/produkty > *anonimowy, nowy, podstawowy, poszerzony, potencjalny, rzeczywisty, wzbogacony; komplementarne, konsumpcyjne, substytucyjne;*

reklama > *bezpłatna, indywidualna, informacyjna, kinowa, pocztowa, prasowa, przypominająca, radiowa, redakcyjna, telefoniczna, telewizyjna, wspólna, zachęcająca, zewnętrzna.*

Jednostki typu *krzywa sprzedaży* (rzeczownik + rzeczownik) stanowią ponad 15% leksykonu handlowego. Jednak odpowiednie serie terminologiczne są krótsze od poprzednich i z reguły obejmują kilka jednostek, na przykład:

cena > *dostawy, nabycia, pakietu, sprzedaży, usług;*

marka > *pośrednika, producenta, usług; konkurencja marek, strategia marki, świadomość marki, wartość marki i in.*

Okolo 20% leksykonu handlowego stanowią jednostki terminologiczne, zbudowane według modelu *rzeczownik + grupa imienna* typu: *koszty obsługi zamówień, strategia segmentacji rynku, uzupełnienie linii produktów, wdrażanie polityki cen* itd. Resztę leksykonu stanowią jednostki typu *czasownik + rzeczownik* oraz jednostki o mieszanej strukturze. Mimo to, że takie jednostki są nieliczne, odgrywają one ważną rolę w systemie pojęciowym leksykonu handlowego. Potwierdza to następująca lista sporządzona na podstawie *Leksykonu marketingu*:

(1) seria **kalkulowanie cen:**

kalkulowanie cen wg progu rentowności

kalkulowanie cen wg łańcucha marżowego

kalkulowanie cen wg planowanej marży

kalkulowanie cen wg warunków przetargu

kalkulowanie cen wg postrzeganych właściwości produktu

kalkulowanie cen wg kosztów

kalkulowanie cen wg metody „koszt plus”

kalkulowanie cen wg wartości ekonomicznej dla klienta

kalkulowanie cen wg zmodyfikowanego progu rentowności

kalkulowanie cen wg progu opłacalności

(2) seria **kanal dystrybucji:**

kanal dystrybucji pionowo zintegrowany

integracja pozioma w kanale dystrybucji

konflikty w kanale dystrybucji

strumienie w kanale dystrybucji

pośrednik w kanale dystrybucji

(3) seria **organizacja marketingu:**

organizacja marketingu zorientowana na rynek

organizacja marketingu zorientowana funkcjonalnie

organizacja marketingu zorientowana na produkt

organizacja marketingu zorientowana geograficznie

(4) seria **segmentacja (ryнку):**

segmentacja na podstawie korzyści konsumenta

segmentacja rynku organizacji niezyskowych

segmentacja na podstawie stopnia użytkowania produktu

(5) pojedyncze jednostki:

komunikowanie się przedsiębiorstwa z rynkiem

koszt całkowity dystrybucji fizycznej

dobry nabywane pod wpływem impulsu

strategie wejścia na rynki zagraniczne

promocja nastawiona na konsumenta
wskaźnik relacji kosztów reklamy do wartości sprzedaży
cena dostawy od punktu bazowego itd.

Terminologia buforowa w słownikach terminologii handlowej jest dosyć liczna i odzwierciedla ściśle kontakty działalności gospodarczej z prawem międzynarodowym, z krajowym prawem administracyjnym i karnym, z sądownictwem, itd. Oto kilka przykładów zaczerpniętych z *Rosyjsko-polskiego słownika handlowego*:

надзор > административный (nadzór administracyjny), государственный (n. państwowy), промышленный (n. przemysłowy), санитарный (n. / dozór sanitarny), строительный (n. budowlany), судебный (n. sądowy), технический (n. / dozór techniczny) i inne.

судебный, -ая, -ое, ые > медицина (medycyna sądowa), повестка (pozew sądowy / wezwanie do sądu), пошлина (opłata sądowa), практика (praktyka sądowa / sądownicza), процедура (tryb postępowania sądowego), разбирательство / процесс (przewód sądowy), решение (orzeczenie sądowe), издержки (koszty sądowe), исполнитель (egzekutor sądowy / sekwestrator / komornik), приговор (wyrok sądowy), следователь (sędzia śledczy).

W razie konieczności uściślenia repertuaru jednostek terminologicznych dotyczących bezpośrednio handlu, terminologia buforowa może być usunięta bez uszczerbku dla konceptualnej podstawy leksykonu. Następnym krokiem prowadzącym do ograniczenia zasobu słownictwa specjalistycznego w słowniku to sprowadzanie funkcjonalnych serii terminologicznych do kilku reprezentatywnych modeli. Oznacza to m.in., że określona część złożonych jednostek terminologicznych zostanie potraktowana jako luźne połączenia wyrazowe. Określenie połączenia wyrazowego jako złożonej jednostki terminologicznej bądź luźnego połączenia nie jest rzeczą prostą. Niemniej jednak w tym zakresie możliwe są pewne rozwiązania. Przyjrzyjmy się następującym szeregom dwuczłonowych terminów:

- (1) *świadomość marki, wizerunek marki, wierność marce, nazwa marki, wartość marki;*
- (2) *konkurencja marek, rozciąganie marki, portfel marek, pozycjonowanie marki, strategia marki.*

W pierwszym szeregu znaczenie wyrazu *marka* jest niezależne od wyrazu towarzyszącego, w związku z czym możliwe jest jego zastąpienie innym wyrazem zbliżonym pod względem semantycznym, na przykład: **docenianie marki, obraz marki, zaufanie do marki, określenie marki, dostojność marki*. W drugim szeregu natomiast znaczenie wyrazu

marka jest uzależnione od wyrazu towarzyszącego, dlatego też znaczenie jednostki terminologicznej jest niepodzielne. Zamiana towarzyszącego wyrazu staje się w takim wypadku problematyczną lub niemożliwą. Tego rodzaju eksperyment może być pożyteczny w procesie ustalania zasobu słownika terminologicznego, aczkolwiek sfera jego zastosowania jest raczej ograniczona.

Co się zaś tyczy konceptualnej podstawy leksykonu, to jej redukcja leksykograficzna oznacza deformację wiedzy zawodowej. Żeby tego uniknąć, konieczne jest przeprowadzenie dokładnej analizy odpowiedniego korpusu tekstów specjalistycznych. Z punktu widzenia potrzeb konstruowania terminologicznego konceptualna podstawa leksykonu branżowego powinna być odzwierciedlona w wewnętrznej organizacji słownika terminologicznego. Chodzi tu zarówno o rodzaj mikrostruktury artykułu hasłowego, jak i o pośrednie między artykułem hasłowym a słownikiem jednostki opisu leksykograficznego.

Cechą szczególną leksykonu handlowego zarówno w języku polskim, jak i rosyjskim jest wysoki stopień jego metaforyzacji. Jak wiadomo, metafora to uniwersalna właściwość języka ludzkiego, w związku z czym myślenie człowieka z natury rzeczy jest metaforyczne. W przekonaniu Aleksiejewej

najbardziej złożone pojęcie naukowe jest podawane w języku naturalnym, ponieważ baza terminologiczna rośnie głównie nie ze względu na tworzenie zupełnie nowych jednostek terminologicznych, ale ze względu na przypisanie nowych treści starym jednostkom (...). **Epistemologiczne uzasadnienie metaforyzacji polega na tym, że metafora jest środkiem struktury systemu koncepcyjnego.** Należy pamiętać, że badania te są ze sobą powiązane, ponieważ **stosowanie metafor w języku nauki jest możliwe, ponieważ metafora jest podstawą koncepcji ludzkiej myśli** (Aleksiejewa 1998, 93; moje podkreślenie).

To, że metafora pełni funkcję systemotwórczą w obrębie danego pola konceptualnego jest znane nie od dziś. Jeszcze Arystoteles twierdził, że metafora to cecha wyróżniająca geniusza, ponieważ świadczy o zdolności człowieka do dostrzegania podobieństw.

W wypadku leksykonu handlowego chodzi jednak o specyficzny rodzaj terminów metaforycznych. Pomijając liczne jednostki typu *giętkość cen*, *rdzeń produktu*, *kanal kontraktowy* itp., które ze względu na funkcjonalne możliwości wieloznacznych wyrazów oraz na stosunek do normy terminologicznej nie wymagają komentarzy, chciałbym zwrócić uwagę na nieco inne wyrażenia. W odróżnieniu od regularnych, a więc stylistycznie neutralnych metafor, cechuje je jaskrawo wyrażona ekspresja, powstająca na skutek tego, że człon określający (to, do czego porównujemy) został przywołany z odległego rejestru stylistycznego. W wyniku nietypowego kojarzenia semantyki zwyczajnych

wyrazów z odpowiednimi elementami konceptualnej struktury leksykonu specjalistycznego powstaje efekt swoistej hipertrofii metaforycznej słownictwa branżowego. Często takie wyrażenia są ujmowane w cudzysłów, w niektórych wypadkach ten graficzny znak jest opuszczany, istnieją również graficzne warianty.

Terminy-metafory stanowią liczną grupę w ramach rosyjskiego i polskiego leksykonu handlowego. W *Leksykonie marketingu* przeciętnie na 70 terminów przypada jeden termin-metafora. Jest to wystarczająco dużo, ażeby można było potraktować je jako cechę szczególną omawianego zbioru terminologicznego.

Oto kilka przykładów:

„Dojna krowa” (*cash cow*) („złote kury” / „żywiciele”)

Pozycja macierzy BCG obejmuje jednostki cechujące się wysokim udziałem w rynku, wykazującym małą dynamikę wzrostu.

„Gwiazda” (*star*) („przeboje”)

Pozycja macierzy BCG obejmująca jednostki cechujące się wysokim udziałem w rynku, wykazującym dużą dynamikę sprzedaży.

Późna większość (*late majority*)

Grupa biernych konsumentów, którzy późno przyswajają nowości i naśladują postępowanie większości.

Spóźnialscy / Maruderzy (*laggards*)

Grupa konsumentów, którzy najpóźniej akceptują nowe produkty, dopiero wówczas, gdy utraciły one cechy innowacji.

Strategia „zbierania śmietanki” (*skimming pricing strategy*)

Ustalanie cen nowego produktu w nawiązaniu do kształtowania się popytu na produkt nie napotykający w danym czasie na rynku bliskich substytutów.

Trójkąty bermudzkie (*Bermuda triangles*)

Obszar opcji strategicznych związanych z kształtowaniem ogólnej koncepcji oddziaływania na rynek, cechujący się równorzędnym traktowaniem instrumentów jakościowych i cenowych.

„Trudne dzieci” (*problem children*) („dylematy” / „znaki zapytania” / „następcy”)

Pozycja macierzy BCG obejmująca jednostki cechujące się niskim względnym udziałem w rynku, wykazującym dużą dynamikę.

Wabienie ceną (*leader pricing*)

Kalkulowanie cen detalicznych kilku wybranych, zwykle popularnych produktów, na poziomie wyraźnie niższym od ceny pozostałych produktów.

Wojna cenowa (*price war*)

Interakcje zachodzące między firmami rywalizującymi na danym rynku, wyrażające się w zaniżaniu cen.

Wojna marek (*battle of brands*)

Konkurencja między marką producenta a marką pośrednika.

W *Толковом биржевом словаре* klasa terminów-metafor jest o wiele bardziej reprezentatywna. Obok niej wyróżnia się specyficzna grupa zwrotów terminologicznych zapożyczonych z języka angielskiego w postaci oryginalnej bądź przetłumaczonych dosłownie na język rosyjski. Są to terminy-komunikaty funkcjonujące w różnych sytuacjach na rynku finansowym. W słowniku zarówno pierwsze, jak i drugie są ujmowane w cudzo-
słów. *Terminy w cudzo-
słów*. *Terminy w cudzo-
słów* stanowią świadectwo dostosowania rosyjskiego leksykonu handlowego do prymarnego (w tym wypadku angielskiego) języka. Razem stanowią one ponad 15% zasobu słownika, liczącego 5000 jednostek.

W poniższej tabeli podane są typowe przykłady omawianych terminów:

<i>terminy w cudzo- słów</i>	
<i>terminy-metafory</i>	<i>terminy-komunikaty</i>
„безголосые” акции (nonvoting stocks) – акции, предоставляющие возможность получения только дивиденда	„ап-тик” (up-tick, plus-tick) – выражение, используемое для обозначения сделки по цене выше, чем цена предыдущей сделки
Акции „блю чип” („blue-chip” shares (stocks)) – акции надежного общества, дивиденды которого устойчиво растут	„без дивиденда” (ex-dividend) – условие, исключающее право получения текущего дивиденда по акции
„ангел” („angel”) – облигации с рейтингом, приемлемым для инвестора	„без меня” (away from me) – информация (жестом или письменно) брокера об отказе при объявлении очередной купли-продажи (на данный товар, лот)
„арм-рестлинг” (arm-wrestling) – жесткий диктат продавца или покупателя при назначении цен („выкручивание рук”)	„без товара” (commodity out) – ситуация в торговой сделке, когда контрагенты продали или купили не то, что нужно
„бай-бэк” („buy-back”) – долгосрочная товарообменная операция	„ваше” (yours) – выражение согласия на продажу той или иной валюты по предложенному курсу
„бык” (bull) – участник биржевых сделок, играющий на повышение курса ценных бумаг	„и проценты” (interest and principal) – обозначение котировки облигаций, означающее, что покупатель получит нарощие проценты

<i>terminy w cudzośliwie</i>	
<i>terminy-metafory</i>	<i>terminy-komunikaty</i>
„ короткие деньги ” (short money) – краткосрочные кредиты	„ к закрытию ” (at the close) – поручение брокеру совершить сделку перед самым закрытием рынка
„ дети войны ” (war babies) – ценные бумаги компаний, производящих оружие	„ на месте ” (at-sight) – условие, означающее незамедлительную оплату финансового требования
„ кошки и собаки ” (cats and dogs) – спекулятивные акции	„ немедленно исполнить или аннулировать ” (fill or kill order, FOK) – поручение брокеру, требующее исполнения в отношении оговоренного количества ценных бумаг
„ овца ” (sheep) – спекулянт, ведущий игру на бирже вслепую	„ по номиналу ” (at-the-money) – поручение брокеру совершить сделку по цене, обозначенной в контракте
„ радуга ” (rainbow) – облигации, призванные защищать от валютного риска	„ продать книгу ” (to sell a book) – поручение владельца большой партии акций брокеру продать возможное их количество по текущей цене

Zarówno terminy-metafory, jak i terminy-komunikaty w znacznym stopniu określają styl leksykonu handlowego w języku rosyjskim i polskim. W odróżnieniu od słownictwa naukowo-technicznego, cechuje go ekspresywny dynamizm oraz szczególnego rodzaju skrótowość. Język handlowy nie uznaje długich wywodów. Pulsuje w nim tempo współczesnego życia. Handlowiec posługuje się skrótami myślowymi, ponieważ w sposób doskonały opanował warsztat swej pracy, ponieważ nie ma on prawa do pomyłki. Obrazowość języka handlowego zbliża go do języka artystycznego, co nie powinno dziwić, gdyż posiadają one wspólną cechę, a mianowicie: sprecyzowaną intencję pragmatyczną, dzięki czemu konfiguracje funkcjonalnych jednostek w wypadku tekstu handlowego występują jako modele postępowania zawodowego.

Rosyjskie i polskie leksykony handlowe różnią się także pod względem pochodzenia jednostek terminologicznych. Jest rzeczą oczywistą, że bazują one na terminologii zapożyczonej z języków zachodnioeuropejskich. Jednak stopień ich nasycenia najnowszymi zapożyczeniami, w pierwszym rzędzie z języka angielskiego, jest różny. Rosyjski leksykon zawiera w swym składzie liczną grupę angielskich jednostek leksykalnych przekazanych środkami rosyjskiej grafiki. Oto kilka przykładów:

Акции типа „блю чип” (blue chip shares) – акции надежного общества, дивиденды которого устойчиво растут.

Андерлаинг (underlying) – ценные бумаги, на которые имеется право купли-продажи в соответствии с условиями опционного контракта.

Андеррайтер (underwriter) – гарант, берущий на себя обязательство разместить определенное количество ценных бумаг.

„Ап-тик” (up-tick) – выражение, используемое для обозначения сделки по цене выше, чем цена предыдущей сделки.

„Арм-рестлинг” (arm-wrestling) – жесткий диктат продавца или покупателя при назначении цен.

„Бай-бэк” („buy-back”) – долгосрочная товарообменная операция, при которой поставка машин и оборудования в кредит оплачивается в последующем произведенной с их помощью продукцией.

Бид (bid) – обязательство купить товар по определенной цене.

Бонд (bond) – залог, гарантия.

Брейк (break) – внезапное резкое падение цен.

Гап (gap) – резкое снижение цены товара, при котором минимальная цена предыдущего биржевого дня выше максимальной цены текущего.

„Даун-тик” (down tick) – сделка по цене ниже, чем цена предыдущей сделки.

Делистинг (delisting) – исключение ценных бумаг из торговли на фондовой бирже.

Колл (call) – короткий период во время биржевых сессий, в течение которого заключение сделок ограничивается только одной позицией.

Консалтинг (consulting) – деятельность по консультированию производителей, продавцов и покупателей по широкому кругу вопросов хозяйственной жизни.

„Кэш флоу” (cash flow) – сумма полученных или выплаченных наличных денег.

„Лидз энд лэгз” (leads and lags) – распространенный вид валютных операций, связанных с манипулированием сроками расчетов для получения экономических выгод.

„Миксеры” (mixers) – спекулятивные ценные бумаги, которые слишком рискованно держать в больших количествах и необходимо „смешивать” с другими в пакете инвесторов.

Овербот (overbought) – sytuacja, когда цены на рынке поднялись до неразумных пределов.

Оверсолд (oversold) – ситуация на рынке, когда цены снизились до неразумных пределов.

„**Пулинг**” (pooling) – усреднение цен ценных бумаг, купленных в разные периоды, для обложения налогом на реализованный прирост капитала.

Своп (swap) – временная покупка с гарантией последующей продажи.

„**Смарт-карт**” (smart-card) – банковская карточка со встроенным микропроцессором.

„**Стартрек**” (star track) – облигация, выпущенная по цене, которая ранее не встречалась на рынке.

Стрэдл (straddle) – сочетание одновременной покупки одного товара с продажей другого.

„**Стэйджинг**” (staging) – случай, когда ожидается эмиссия акций повышенного спроса.

Трейдер (trader) – участник биржевых торгов, клиент биржи.

Тренд (trend) – итоговое направление, отражающее динамику экономических показателей.

Фри-райдер (free rider) – недобросовестный клиент биржи, пользующийся практикой немедленной оплаты сделки раньше установленного в договоре срока.

Фронтинг (fronting) – договоренность, при которой одна компания принимает ведение дел другой компании на себя.

Хеджер (hedger) – фирма, банк или другой субъект, осуществляющий операции на фьючерсной бирже.

Polski leksykon handlowy w jego stanie obecnym przyjmuje wyrażnie mniej anglicyzmów w ich postaci oryginalnej. Częściej jest stosowane tłumaczenie. Na przykład angielskie wyrażenie *futures business (transaction)*, oznaczające ‘rodzaj transakcji giełdowej, w której strony, ustalając przewidywaną cenę w danym terminie, spodziewają się określonych korzyści’, w języku polskim ma odpowiednik *transakcja terminowa*, w języku rosyjskim natomiast funkcjonuje anglicyzm *фьючерс/фьючерсы (фьючерсная сделка)*. Przykładów tego rodzaju można przytoczyć więcej. Niemniej jednak i w polskim leksykonie handlowym anglicyzmy w postaci oryginalnej nie stanowią wyjątku, por.:

benchmarking – sztuka odkrywania, jak i dlaczego niektóre przedsiębiorstwa funkcjonują sprawniej niż inne; celem benchmarkingu jest twórcze naśladowanie „najlepszych praktyk” innych przedsiębiorstw.

cash and carry – rodzaj samoobsługowego punktu sprzedaży z pogranicza handlu hurtowego i detalicznego nastawionego na zaopatrzenie drobnych detalistów.

dealer promotion – promocja agentów i pośredników.

drug-store – sklep wielobranżowy z artykułami i usługami codziennego zakupu, o mieszanej formie obsługi.

goodwill – instrument polityki promocji, zmierzającej do kreowania, utrwalania i rozszerzania społecznego zaufania i pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa.

media-mix – rodzaj reklamy wykorzystującej równocześnie dwa lub więcej środków masowego przekazu.

produkt-mix – zestaw produktów oferowanych przez dane przedsiębiorstwo lub jego jednostki; asortyment.

Reasumując, należy odnotować, że podstawę leksykonu handlowego w języku rosyjskim i polskim stanowi słownictwo zapożyczone. Na obecnym etapie język angielski w sposób zdecydowany oddziałuje na strukturę lingwistyczną obydwu leksykonów. W wypadku języka rosyjskiego można mówić o szczególnym zjawisku masowej transpozycji anglicyzmów w postaci oryginalnej do leksykonu handlowego. Zjawisko to powinno być przedmiotem specjalnej analizy. W aspekcie konstruowania terminologicznego na plan pierwszy występuje zadanie porządkowania leksykonu handlowego pod względem formalnojęzykowym. Jednak bez określenia jego typu, jego struktury konceptualnej i jego pragmatyki działalność w tym zakresie byłaby mało produktywna.

Bibliografia

- Aleksiejewa, Larysa. 1998. *Проблемы термина и терминообразования*. Perm: Wydawnictwo Uniwersytetu w Permie.
- Altkorn, Jerzy i Teodor Kramer, red. 1998. *Leksykon marketingu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Grinev, Sergiusz. 1995. *Введение в терминографию*. Moskwa: Wydawnictwo Uniwersytetu Moskiewskiego.
- Jochym-Kuszlikowa, Ludwika i Eżbieta Kossakowska. 1996. *Rosyjsko-polski słownik handlowy*. Warszawa-Kraków: PWN.

- Korelskij V.F. i R.V. Gavrilov. 1996. *Толковый биржевой словарь*. Moskwa: Ekspeditor. 1996.
- Lukszyn, Jerzy. 1995. *Систематический словарь лингвистических терминов как учебное пособие*. „Przegląd Rusycystyczny” 1–2.
- Lukszyn Jerzy i Wanda Zmarzer. 2001. *Teoretyczne podstawy terminologii*. Warszawa: Wydawnictwo UW.
- Nosowicz, Jan. 2014. *К вопросу речевых стереотипов*. Warszawa: Speculum Linguisticum.
- Nosowicz, Jan, red. 1992. *Kieszonkowy polsko-rosyjski i rosyjsko-polski słownik handlowy*. Białystok: Wyd. Agencji ER.
- Nosowicz, Jan i Leonarda Dacewicz, red. 1997. *Leksykon terminologii prawniczej i ekonomicznej (polsko-rosyjski i rosyjsko-polski)*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Nowakowski, Jacek. 2016. *Reklama w kształceniu neofilologicznym*. W *Neofilologia dla przyszłości. Tom 1*, pod redakcją Jana Franciszka Nosowicza, 123–34. Warszawa: Wydawnictwo Lingwistycznej Szkoły Wyższej w Warszawie.
- Nowakowski, Jacek. 2017. *Klasa formalna jako narzędzie porządkowania branżowego słownictwa specjalistycznego w kształceniu neofilologicznym. Tom 2*. W *Neofilologia dla przyszłości*, pod redakcją Jana Franciszka Nosowicza, 159–77. Warszawa: Wydawnictwo Lingwistycznej Szkoły Wyższej w Warszawie.
- Osmowa, Maria, red. 1977. *Słownik ekonomiczny polsko-rosyjski*. Warszawa i Moskwa: PWE.
- Rydzewska, Danuta i Krywol Tadeusz, red. 1984. *Słownik ekonomiczny rosyjsko-polski*. Warszawa i Moskwa: PWE.
- Voskriesienskaja, Iryna; Mitrochina, Walentina; Kevaldin, Andrej i Andrej Kuzniecov. 1990. *Русско-испанский внешнеторговый словарь*. Dostęp 12. 12. 2016 <https://www.livelib.ru/book/1000787921-russkoispanskij-vneshnetorgovyy-slovar-irina-voskresenskaya-valentina-mitrohina-andrej-kuvaldin-andrej-kuznetsov>.