

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ
ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»**

На правах рукописи

Юйхань

**Освоение англоязычных заимствований в русском и китайском языках в
сфере международной торговли**

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Лазарева Олеся Викторовна

Москва – 2025

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ ЗАИМСТВОВАНИЙ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	20
1.1. Теоретические аспекты заимствования в лингвистике	20
1.2. Экстраглавионтические и лингвистические причины заимствования.....	32
1.3. Критерии определения английского языка как языка-источника заимствований	43
1.4. Языковые особенности заимствований в современных условиях	55
ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ.....	72
2.1. Классификация англоязычных заимствований в русском языке в сфере <i>международная торговля</i>	72
2.2. Уровни освоения англоязычных заимствований русским языком: графический, фонетический, морфологический, семантический	87
2.3. Актуализация и особенности функционирования в русском языке наиболее употребительных англоязычных заимствований в сфере <i>международная торговля</i>	102
Выводы по главе 2.....	115
ГЛАВА III. КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ.....	118
3.1. Классификация англоязычных заимствований сферы <i>международная торговля</i> в китайском языке.....	118
3.2. Уровни освоения англоязычных заимствований китайским языком: фонетический, графический, морфологический, семантический	146
3.3. Особенности функционирования употребительных англоязычных заимствований в сфере <i>международная торговля</i> в китайском языке.....	166
3.4. Сравнительные характеристики англоязычных заимствований сферы	

<i>международная торговля в русском и китайском языках</i>	176
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	195
СПИСОК	СЛОВАРЕЙ
.....	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение 1.....	222

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире успешные отношения в сфере международной торговли играют ключевую роль в развитии стран и регионов. С активным ростом объемов коммерческих операций и внедрением современных технологий большое значение стала иметь эффективная коммуникация между различными странами и культурами, особенно в сфере языкового взаимодействия. В рамках языковой коммуникации английский язык часто выступает в качестве основного средства общения и обмена информацией [Жукаускене, 2015; Алексеева, 2019; Борисова 2019; Максимова, 2019; Тань Ин, 2019]. При изучении особенностей использования английского языка в международной торговле неизбежно приходится рассматривать феномен Global English – Globish (глобиш) как специального адаптированного варианта, оценивающегося как универсальное средство делового общения [Неррье, 2004].

Термин *глобии* (Globish), образованный от сочетания английских слов *global* и *English*, впервые был зафиксирован в 1997 г. в Christian Science Monitor как обозначение вариантов английского языка, используемых за пределами англоязычных стран¹. Особую популярность это явление приобрело в молодёжных субкультурах различных регионов мира [Young, 1997]. В 1998 г. индийский предприниматель Мадукар Гоугейт применил данный термин к разработанному им упрощённому варианту английского языка. Значительный вклад в развитие концепции внёс французский бизнесмен Ж.-П. Неррье, который в 2004 г. представил свою версию глобиша как естественного лингва франка для международного общения, а впоследствии издал серию учебных пособий по данной системе².

Евроазиатские исследователи разработали эвристичную концепцию «третьего пространства» [Kankaanranta-Louhiala, 2019], согласно которой глобиш создает нейтральное лингвистическое поле в международных бизнес-переговорах,

¹ American Speech, 2007 <https://read.dukeupress.edu/american-speech/article-abstract/82/1/97/5793/AMONG-THE-NEW-WORDS?redirectedFrom=fulltext>.

² BBC News, 2009.

где ни одна из сторон не обладает культурно-языковым доминированием. Парадоксальным образом глобальная экспансия английского языка сопровождается регионализацией: как показано в кросс-культурном исследовании [Jenkins & Maurinen, 2022], возникают устойчивые региональные варианты с локальной лексико-грамматической спецификой. Наиболее институционализированная форма наблюдается в международных организациях, где, по данным дискурс-анализа [Baron, 2020], глобиш трансформировался в специализированный «дипломатический диалект» с уникальной терминосистемой. Эти исследования свидетельствуют, что глобиш эволюционировал от инструмента коммуникации до сложного социолингвистического феномена, проникающего в сферы международного бизнеса и глобального управления, где проявляется диалектика стандартизации и локализации, инструментальности и культурной обусловленности.

Лингвистическая динамика глобиша как глобального коммуникативного инструмента находит свое отражение в процессах лексического заимствования и в сфере международной торговли. Параллельно с формированием этого упрощенного лингва франка, в сфере торгово-экономических отношений наблюдается активное проникновение английских лексических единиц в различные языковые системы [Жукаускене, 2015; Максимова, 2019]. Данный процесс демонстрирует, как принципы глобиша – упрощение и стандартизация – реализуются на лексическом уровне, когда заимствованные термины становятся универсальными маркерами профессионального общения.

В то же время в процессе развития торгово-экономических отношений и их роли в мировой экономике наблюдается активное вхождение английских единиц в различные языки. Такие единицы-заимствования, часто используемые в сфере торгово-экономических отношений, как правило, передают специфические смысловые значения и становятся неотъемлемой частью профессиональной лексики и терминологии. Русский и китайский языки, как два крупнейших языка мира, также неизбежно сталкиваются с влиянием англоязычных заимствований. При этом русский и китайский языки имеют свои специфические типологические

языковые и культурные особенности, которые могут оказывать влияние на процесс освоения и использования заимствований [Жукаускене, 2015; Максимова, 2019]. При эффективном развитии сферы торгово-экономических отношений важно понимать, как данные заимствования внедряются в лексико-семантическое пространство русского и китайского языков. Это влияет на успешное ведение бизнес-процессов, сотрудничество и профессиональное общение между русскоязычными и китаеязычными партнерами.

Степень научной разработанности вопросов, составляющих предмет настоящего исследования, показывает наличие множества нерешенных вопросов теоретического и практического плана. В лингвистической науке имеются работы, касающиеся заимствований в рассматриваемых языках (в том числе в контексте межкультурного обмена, влияния глобализации, интеграции и пр.). Так, прежде всего, следует выделить работы Н.В. Перфильевой и Ху Пэйпэй (2011; 2012; 2017; 2018), рассматривающих различные аспекты ассимиляции англицизмов в китайском и русском языках (словообразовательные модели, способы ассимиляции и пр.), исследуются вопросы вариативности переводов англицизмов в современном китайском языке, способы образования английских неологизмов и особенности их передачи в русском и китайском языках и пр. Также проблемы освоения англоязычных заимствованных единиц в русском и китайском языках в сопоставительном аспекте рассматривается в трудах Тань Ин [Тань Ин, 2019], Н.Ю. Чечиной [Чечина, 2020], Е.В. Чистовой [Чистова, 2014], [Мяо Юянь, 2001], Чжан Хуэйсэнь [Чжан Хуэйсэнь, 2004] и др. Следует отметить, что специализированные исследования, в рамках которых сравнивается процесс освоения англицизмов в русском и китайском языках в сфере международной торговли, остаются относительно малочисленными. В исследовании А.И. Дьякова и О.Ю. Чирейкиной рассматриваются общие черты терминологических английских заимствований в русском языке [Дьякова, Чирейкин, 2020]; Н.Е. Боброва, Л.В Ещеркина и В.Ю. Харитонов анализируют англицизмы русского языка определенной экономической сферы [Ещеркина и Харитонов, 2020; Боброва, 2024]; И.А. Постоенко и С.Ю. Григорьева в сопоставительном исследовании

описывают процессы заимствования англизмов в различных сферах в русском и китайском языках [Постоенко и Григорьева, 2021].

Актуальность диссертационного исследования обусловлена необходимостью комплексного изучения процессов адаптации и функционирования англизмов в русском и китайском языках в терминосистеме сферы международной торговли в контексте торгово-экономических отношений. При этом большое значение имеют следующие факторы:

1. *Языковой аспект*: с развитием сферы торгово-экономических отношений между странами англизмы входят в русский и китайский языки. Понимание особенностей освоения и адаптации этих заимствований влияет на эффективность торгово-экономической коммуникации и успешность бизнес-переговоров;

2. *Культурный контекст*: русский и китайский языки представляют различные лингвокультурные системы, что может сказываться на способе восприятия, освоения и использования англоязычных заимствований. Исследование этой проблемы позволит расширить знания о влиянии культурных особенностей на языковое взаимодействие;

3. *Экономическая значимость*: в условиях глобализации и увеличения числа бизнес-операций между странами понимание специфики освоения англоязычных заимствованных единиц важно для успешного развития торгово-экономических отношений, например, заключения контрактов и сотрудничества в целом;

4. *Научный интерес*: исследование лексики сферы международной торговли даст новые научные результаты, в частности формирования терминосистем одной тематической группы разноструктурных языков и позволит рассмотреть в сопоставительном аспекте процессы языковой адаптации, особенности контактов между языками и культурами, влияния сферы торгово-экономических отношений между странами на языковое развитие.

Кроме того, тема исследования актуальна с точки зрения повышения эффективности обучения иностранным языкам в целом, поскольку иностранные языки играют ключевую роль в обеспечении глобальной коммуникации и взаимодействия между различными культурами и странами. Освоение

англоязычных заимствованных как терминологических единиц в русском и китайском языках является одним из аспектов этого процесса. В современном мире владение иностранными языками открывает множество возможностей для карьерного роста, а также содействует обогащению культурного опыта и понимания всевозможных различий между теми или иными народами. В связи с этим изучение особенностей освоения англоязычных заимствованных терминологических единиц в русском и китайском языках в области торгово-экономических отношений между странами имеет важное значение не только для торгово-экономической отрасли, но и для широкого культурного и образовательного контекста.

Теоретической базой настоящего исследования служат научные труды российских и китайских лингвистов, в которых затрагивается объект настоящей диссертационной работы:

- *теория языка*: О.С. Ахманова (1966), У. Вайнрайх (1979), В.Г. Гак (1977), В.Н. Денисенко (2007), Т.В. Жеребило (2010), М.В. Колтунова (2004), Е.Н. Малюга (2008; 2012; 2018; 2014; 2014), С.В. Мангушев и А.В. Павлова (2004), С.С. Микова (2021), Ю.В. Откупщиков (2001), М.Д. Рязанцева, А.К. Крайнюкова, Ю.А. Нижельская (2023), Г.М. Старыгина (2014), В.Н. Топоров (2004), Е. Фэйшэн (1997), С.А. Хватов (2013), Н.М. Шанский (1972, 1982), В.Н. Ярцева (1990);

- *теория заимствования*: Дж. Алджо (1993), Л.Г. Александр (2001), Л.М. Баш (1989), А.О. Борисова (2019), Л.М. Букина (2016), Л.В. Витковская и Ю.А. Дубовский (2013), В.В. Иванов (2024), Л.А. Ильина и О.В. Сычева (1998), Г.М. Костюшкина и И.В. Горбунова (2011), Д. Кристал (2003), Л.П. Крысин (1965, 2004), Г.Г. Лебедева (2005), М.С. Овчинникова (2018), А.В. Озимчук и Н.В. Сидорова (2014), А. Ониско (2004), Р. Райт (2004), Х. Сано (2002), Жан Чэнь Смит (2024), О.А. Теуш (2003), К. Уоллис (1993), Э. Хауген (1972), Г. Шендел (2003);

- *терминоведение*: Е.И. Голованова (2011), В.М. Лейчик (2022), Д.С. Лотте (1982), Л.Н. Мирошниченко (2014, 2015), Н.А. Назаренко (2005), Е.В. Сенько и А.С. Чекоева (2018), А.Н. Смирнова (2014);

- типологические особенности китайского языка: А.Н. Алексахин (2014, 2015, 2021), В.И. Горелов (1984), Ли Бинь (2022), Ли Цзяньчэн (2022), И.Г. Нагибина и Л.В. Куликова (2020), А.Л. Семенас (2005), В.М. Солнцев (1977, 1995), А.А. Хаматова (2003), Ху Миньян (2002), Чиркова и Хандел (2023), Чэн Юйчжэнь (2003);
- переводоведение: Н.С. Бакашева (2016), Л.И. Борисова (2000), Н.К. Гарбовский и О.И. Костикова (2024), Ван Дунфэн (2023), Ван Кэфэй (1997, 2020), В.Н. Комиссаров (1990, 2000), Лань Хунцзюнь (2023), Лю Мицин (2005), Лю Хэпин (2024), А.П. Миньяр-Белоручева (1996), В.В. Сдобников (2022), Сюй Юаньчун (2006), Фэн Цинхуа (2002), Хуан Чжунлянь (2012), Ху Кайбао (2021, 2024), Чжан Пэйцзи (2008), Чжао Яньчунь (2025), Чжэн Хайлин (2000), Ян Шичжан (2018, 2022);
- англоязычные заимствования в русский язык: Г.Н. Александрова (2000), В.Н. Алиева (2010), Т.В. Аникина (2020), Ю.В. Балакина и Е.М. Висилицкая (2014), С.А. Бойко (2014), Т.С. Борщевская (2010), С.С. Буркова (2018), Э.Ф. Володарская (2002), М.М. Воробьева (2020), Е.В. Вранчан (2020), Л.Р. Гиниятуллина и Т.В. Морозова (2017), И.В. Горбунова (2010), В.А. Грудинина (2019), А.Г. Дедюхина (2011), А.И. Дьяков (2001; 2012; 2014; 2015; 2020], в том числе в соавторстве с О.Ю. Чирейкиной (2020), К.С. Захватаева (2013), О.А. Колтан (2017), Линь Е (2015; 2018), С.Г. Лисицына (2014), О.Ю. Лоншакова (2023), С.В. Максимова (2019), Л.Н. Митрева (2001), М.С. Селиванова (2007), Ю.И. Сигидов и В.П. Кочкина (2019), Н.С. Трифонова (2017), В. Шохрадов (2018), К. Palmgren (2007), Сунь Ханьцзюнь (2000, 2002), Чу Минь (2002), Чэн Цзяцзюнь (1999) и др.;
- англоязычные заимствования в китайский язык: Д. Алессов (2015), О.С. Борисова (2008), М.В. Волосова (2015), Т.С. Жукаускене и И.С. Холдаенко (2015), В.В. Иванов (1973), Ли Сяобай и Е.В. Полищук (2018), А.Э. Новаковская (2022), А.Н. Сбоев (2015), А.Л. Семенас (1997), К.А. Ульянова (2019), В.Е. Шафеева и Т.Л. Гурулева (2018), Ван Тиекун (1993), Гао Минкай (1958), Гуо Фулян (2001),

Лю Бинчэн (2009), Лю Чжэнъянь (1984), Сун Цзыжань (2007), Цэнь Цисян (1990), Чэнь Жудун (2008) и др.

Цель исследования заключается в сопоставительном описании процессов адаптации и освоения англоязычных заимствованных единиц в сфере международной торговли в русском и китайском языках.

Заявленная в работе цель исследования определяют следующие **задачи**:

- рассмотреть теоретические аспекты заимствования, в том числе раскрыть экстравелингвистические и лингвистические причины процесса заимствования;
- классифицировать по тематике англоязычные заимствованные единицы в сфере международной торговли на русском и китайском языках; выявить языковые особенности современных англоязычных заимствованных единиц в русском и китайском языках;
- охарактеризовать уровни освоения англоязычных заимствований русским и китайским языками (графический, фонетический, морфологический, семантический);
- сопоставить основные характеристики англоязычных заимствованных единиц в сфере международной торговли в русском и китайском языках.

Объект исследования – англоязычные заимствования в русском и китайском языках в сфере международной торговли.

Предмет исследования – языковые особенности, влияющие на процесс заимствования и способы освоения и использования англоязычных заимствованных единиц в процессе формирования терминосистем в сфере международной торговли в русском и китайском языках.

Материалом исследования послужили тексты, извлеченные из Национального корпуса русского языка³, Национального корпуса китайского языка⁴, грамматических описаний китайского и русского языка, толковых словарей: А.И. Дьяков «Словарь англицизмов русского языка» (2015); А.П. Портанский «English-Russian Glossary of Trade Policy» (2014); Б.А. Райзберг и др.

³ Национальный корпус русского языка. Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 12.03.2023).

⁴ Национальный корпус китайского языка. Режим доступа <http://www.cncorpus.org/> (дата обращения: 22.05.2023).

«Современный экономический словарь» (2007); Ю.Н. Русина «Краткий англо-русский словарь финансово-экономических терминов с пояснениями» (2015); 王玉章 (编) «英汉国际贸易与经济管理词典» (Ван Юйчжан (ред.) («Англо-китайский словарь международной торговли и экономического управления») (2008); 刘正谈, 高名凯, 麦永乾, 施於伟 (编) «汉语外来词词典» (Лю Чжэнтань, Гао Минкай, Май Юнцянь, Ши Ювэй (ред.) «Словарь заимствованных слов в китайском языке») (1984); 李小贤 (编) «国际贸易术语词典» (Ли Сяосянь (ред.) «Словарь терминов международной торговли») (2015); 宋子然 «汉语新词新语年编» (Сун Цзыжань «Ежегодный сборник китайских неологизмов и новых языков») (2007); 岑麒祥 «汉语外来语词典» (Цэн Цисян «Словарь китайских заимствований») (1990); 张丽 «外贸英语词汇手册» (Чжан Ли «Справочник по лексике английского языка для внешней торговли») (2018); 陈晓明 «英汉国际贸易与经济管理词» (Чэн Сяомин «Англо-китайский словарь международной торговли и экономического управления») (2017). Картотека автора насчитывает около 100 английских заимствований, более 250 русских терминов, более 350 китайских терминов и около 2.000 языковых употреблений.

Гипотеза исследования построена на предположении о том, что процесс освоения/адаптации и использования англоязычных заимствованных единиц в терминосистемах сферы международной торговли отличается в русском и китайском языках из-за лингвистических различий, которые проявляются в способе адаптации англоязычных заимствований к грамматическим и фонетическим нормам русского и китайского языков, в выборе функциональной эквивалентности и трансформации звучания и орфографии англоязычных заимствований.

Научная новизна исследования обусловлена тем, что впервые в рамках рассмотрения актуальных проблем теории заимствования проведен сравнительный анализ особенностей освоения англицизмов, используемых в сфере международной торговли в русском и китайском языках, который позволил

выявить сходства и различия в процессе адаптации англоязычных единиц в обеих языковых системах и определить особенности их использования. Новизна данного исследования обеспечивается тем, что описан процесс адаптации англоязычных терминов и специфика их функционирования в сфере международной торговли. Доказано, что в русском языке существует функциональная модель адаптации пришедшего из английского языка термина данной сферы. В китайском языке, как изолирующем, лишенном флексий, заимствования требуют семантического перевода или вариантов фонетической адаптации.

Методологическая основа исследования. В рамках данной работы используется целый ряд методов и подходов, в том числе *теоретические*:

Анализ и синтез. Метод анализа позволяет «разобрать» объекты и явления на составные части для более глубокого понимания их характеристик. Синтез, в свою очередь, позволяет объединять полученные результаты анализа в целостные выводы и общие закономерности.

Сравнение. Метод сравнения используется для выявления сходств и различий между англоязычными заимствованными единицами в русском и китайском языках. Это позволяет выделить особенности функционирования и влияния заимствований на каждый из этих языков.

Классификация. Метод классификации используется с целью систематизации и группировки данных и явлений по определенным признакам. В данном случае он применяется для классификации англицизмов в сфере международной торговли по тематике и уровням освоения.

Описательный метод. Данный метод предполагает систематическую фиксацию и анализ языковых характеристик англицизмов в сфере международной торговли.

Метод интерпретации значений и смыслов. Этот подход направлен на выявление глубинной семантической структуры и прагматической ценности англицизмов в русском и китайском деловом дискурсе;

и прикладные:

Документальный анализ. Метод документального анализа позволяет изучить различные письменные источники, такие как научные статьи, исследования и пр., для получения информации о теоретических аспектах заимствования и классификационных характеристиках.

Корпусный анализ. Метод корпусного анализа используется для изучения больших объемов текстового материала, с целью выявления особенностей употребления и контекстуальной семантики англоязычных заимствованных единиц.

Лексикографический анализ. Метод лексикографического анализа позволяет изучить лексический состав и семантику англоязычных заимствованных единиц в сфере международной торговли на русском и китайском языках, используя словари и лексикографические ресурсы.

Контент-анализ. Метод контент-анализа позволяет анализировать текстовый материал и выявлять основные тематические и семантические характеристики англицизмов в сфере международной торговли на русском и китайском языках.

Комбинирование вышеперечисленных методов и подходов, их комплексное применение дает возможность получить исчерпывающее исследование англоязычных заимствованных единиц в сфере международной торговли в лингвистическом пространстве русского и китайского языков.

Теоретическая значимость исследования определяется решением ряда проблем, связанных с адаптацией англицизмов в русском и китайском языках в сфере международной торговли. В частности:

- определены основные принципы адаптации англоязычных терминов в русском и китайском языках в сфере международной торговли, что позволяет понять, каким образом происходит процесс лексического заимствования, а также в какой мере он влияет на оригинальность и выразительность языка;

- выявлены особенности использования англицизмов в коммерческом и деловом общении, что важно для успешного взаимодействия между деловыми партнерами из различных культур и стран, а также для формирования

всевозможных коммуникативных стратегий, учитывающих специфику употребления англицизмов в разных языковых и культурных контекстах.

Анализ адаптации англицизмов в русском и китайском языках в терминосистемах сферы международной торговли позволяет выявить ключевые закономерности лексического заимствования, оценить их влияние на сохранение языковой идентичности и определить специфику функционирования данной лексики в профессиональной коммуникации. Исследование устанавливает общие тенденции интеграции заимствований в обеих лингвистических системах, что способствует разработке эффективных стратегий межкультурного взаимодействия и совершенствованию методики преподавания делового языка. Особое внимание уделяется проблемам перевода и интерпретации англоязычных терминов, возникающим в практике международных коммерческих отношений.

Практическая ценность. Результаты исследования специфики освоения англицизмов, используемых в сфере международной торговли в русском и китайском языках, могут быть применены в дальнейших научных работах, связанных с более детальным изучением процессов перевода и адаптации англицизмов в этих языковых системах. Полученные данные также могут быть полезными для переводчиков, специалистов в области межкультурной коммуникации, а также для разных представителей бизнес-сообщества, стремящихся к развитию торгово-экономических отношений с использованием русского и китайского языков. Кроме того, корпус примеров и результаты его анализа могут быть использованы при подготовке трудов по лексикологии и лексикографии, связанных с темой заимствования и адаптации англицизмов в русском и китайском языках. Материал диссертационного исследования и результаты его анализа послужат основой для разработки лексикографических ресурсов, словарей и глоссариев, которые будут полезны при переводе и интерпретации терминов и терминологии в сфере международной торговли.

Основные положения, выносимые на защиту

1. Английские заимствования являются основой формирования терминосистемы сферы международная торговля в двух рассматриваемых языках

– русском и китайском. Статус заимствования сохраняется, отмечены лингвистические (потребность в номинации новых реалий, семантической дифференциации, экономии языковых средств) и экстравербальные факторы (глобализация, научно-технический прогресс и доминирование англоязычной культуры), влияющие на причины заимствования.

2. Выделение фонетических, графических, грамматических и семантических показателей адаптации англоязычных заимствований в системе терминологии русского языка позволяет эффективно классифицировать их с учетом функциональных особенностей и степени освоенности. Формирование терминосистемы международная торговля мотивирует систематизацию заимствований с учетом их тематической специфики и контекста использования.

3. Типологические характеристики китайского языка требуют специфических способов адаптации терминов-английизмов на графическом, фонетическом, морфемном, грамматическом и семантическом уровнях.

4. Экологические принципы русского и китайского языков детерминируют принятие лексем в терминосистемы, исходя из их различающихся лингвокультурных пропозиций и влияния экстравербальных факторов глобализации.

5. Русскоязычная терминосистема сферы международной торговли формируется на основе лингвокультурологических пропозиций, выражаемых в фокусе ментальных предпочтений, характеризующихся ориентированностью на условную «принятость» заимствованной лексики и одновременным стремлением к ее прозрачности, а последняя достигается сохранением исконных терминов, их «перетолкованием» применительно к новым реалиям.

6. Китаеязычная терминосистема выявляет ассиметричные русскоязычной терминосистеме тенденции. В китайском языке в силу его иероглифического устройства неизбежно сохранение языковой идентичности, поэтому большинство терминов сферы международной торговли имеет исконное китаеязычное происхождение или же пережило особую морфемно-семантическую адаптацию.

Обоснованность и достоверность результатов исследования

обеспечивается исчерпывающим анализом изучаемой проблемы; методологической обоснованностью исходных позиций на базе современной лингвистической науки; подтвержденной гипотезой; применением совокупности подходов и методов исследования, адекватных его задачам и логике; репрезентативностью теоретического и практического материала; разнообразием источников информации.

Апробация результатов исследования. Основные теоретические положения, полученные результаты, выводы и рекомендации докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры общего и русского языкознания филологического факультета РУДН, а также на научных конференциях: IV Международная студенческая научно-практическая конференция «В мире русского языка и русской культуры» (Москва, 2020); Международный молодежный научный форум «Ломоносов-2021» (Москва, 2021); IV Всероссийская научно-практическая конференция «Восточный калейдоскоп» (Москва, РУДН, 2022); Международная научно-практическая конференция «Язык как искусство: функциональная семантика и поэтика» (Москва, РУДН, 2022); научно-практическая конференция VI Фирсовские чтения (Москва, РУДН, 2023); Международная научно-практическая конференция LXII Скуп слависта Србије «Изучавање и настава словенских језика, књижевности и култура и изазови времена» (Белград, 2024).

По теме диссертации опубликовано 10 работ, изданных в авторитетных научных изданиях: Scopus (Q1) – 1 статья, WoS – 1 статья, ВАК – 5 статей, РИНЦ – 3 статьи и в др.изданиях – 1 статья:

1. Yuhan. Peculiarities of Formation of the Term System of International Trade: Linguocultural and Ecolinguistic Aspects / Yuhan, O.V. Lazareva, S.A. Barov, V.T. Vered // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. – 2024. – Vol. 15, № 2. – P. 457–473. (**Scopus, ВАК**)

2. Юйхань. Англоязычные заимствования в русском и китайском языках в сфере торговли / Юйхань // Вестник НГЛУ им. Н.А. Добролюбова. Серия: Язык и культура. – 2021. – № 2 (54). – С. 107–123. (**ВАК**)

3. Юйхань. Семантические особенности лексических единиц русского и китайского языков в области международной торговли / Юйхань // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14, Вып. 3. – С. 923–927. (**ВАК**)

4. Юйхань. Англицизмы в русском и китайском языках (сфера международной торговли) / Юйхань // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – Т. 9, № 4. – С. 338–341. (**ВАК**)

5. Юйхань. Лингвоэкологические особенности формирования терминологии сферы международной торговли в русском и китайском языках / Юйхань, О.В. Лазарева, Н.В. Новоспасская // Когнитивные исследования языка. – 2024. – № 1-1 (57). – С. 287–291. (**ВАК**)

6. Yuhan. Technology for mastering Russian vocabulary by Chinese students in the field of International Trade / O. Lazareva, Y. Yuhan, N. Perfilieva, N. Novospasskaya // EDULEARN20, 12th International Conference on Education and New Learning Technologies. – Palme, 2020. – Р. 3032–3036. (**WoS**)

7. Юйхань. Специфика формирования терминосистемы в сфере международной торговли русского и китайского языков / О.В. Лазарева, Юйхань // Язык как искусство: функциональная семантика и поэтика: сб. ст. Международной научно-практической конференции, 14–15 апреля 2022 г. – М.: РУДН, 2022. – С. 194–201. (**РИНЦ**)

8. Юйхань Источники формирования терминосистемы сферы «международная торговля» / Юйхань, О. В. Лазарева // Семантика и функционирование языковых единиц в разных типах речи: Сборник статей Международной научной конференции, Ярославль, 24–25 мая 2024 г. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2024. – С. 316–322. (**РИНЦ**)

9. Юйхань. Заимствование аббревиатур сферы международная торговля на русском и китайском языках / Юйхань, О. В. Лазарева // Современная

филологическая наука: достижения и инновации: сб. материалов Международного симпозиума, Иваново, 23–25 мая 2024 г. – Иваново: Ивановский государственный университет, 2024. – С. 515–520. (РИНЦ)

10. Юйхань. Заимствования из английского языка как источник формирования терминосистемы сферы международная торговля / Юйхань, О. В. Лазарева // Материалы LXII Скуп слависта «Изучавање и настава словенских језика, књижевности и култура и изазови времена», Белград, 11–12 января 2024 г. – Белград: Белградский университет, 2024. – С. 44–46.

Объем и структура работы обусловлены ее целями и задачами. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и трех приложений. Общий объем диссертации составляет 239 страница. Библиографический список насчитывает 221 наименование: на русском –157; на иностранном языке – 72.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *Введении* обосновывается актуальность темы, сформулированы цель и задачи исследования, определены его объект и предмет. Также изложены методологические и теоретические основы диссертационного исследования, обоснованы его научная новизна и практическая значимость.

В *первой главе* работы «**Теория заимствований в лингвистическом пространстве**» рассматриваются теоретические аспекты заимствования в лингвистике. Анализируются экстраглавистические и лингвистические причины заимствования, т.е. факторы, которые влияют на процесс заимствования слов и выражений из одного языка в другой. Одним из ключевых понятий, рассматриваемых в данной главе, является язык-источник. В частности, английский определяется в качестве примера языка-источника, рассматриваются критерии, по которым можно определить язык-источник. Кроме того, обращается внимание на языковые особенности английского языка в современных условиях и исследуется, как они влияют на процесс заимствования.

Во *второй главе* «**Классификационные характеристики англоязычных заимствований в сфере международной торговли в русском языке**»

определяются обоснования для тематической классификации англицизмов в сфере международной торговли, в том числе анализируется специфика заимствований, используемых в этой сфере, и выявляются основные тематические группы. Также в рамках главе исследуются уровни освоения англицизмов русским языком (в частности, графический, фонетический, морфологический, семантический). Изучаются особенности функционирования англоязычных заимствований в сфере международной торговли.

В третьей главе «Классификационные характеристики англоязычных заимствований в сфере международной торговли в китайском языке» обосновывается необходимость тематической классификации англицизмов в сфере международной торговли. В главе выявляются уровни освоения заимствований китайским языком, особенности функционирования наиболее частотных единиц. Также производится сравнительный анализ характеристик англоязычных заимствованных единиц в сфере международной торговли в русском и китайском языках.

В *Заключении* приводятся основные выводы по осуществленной работе, дается оценка выполнению поставленным задачам, характеризуются основные результаты диссертационного исследования; корпус примеров и их анализ и визуализация статистических данных.

ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ ЗАИМСТВОВАНИЙ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

1.1. Теоретические аспекты заимствования в лингвистике

В лингвистике неоднократно предпринимались попытки определить понятие «заимствование», однако до настоящего времени не существует единой точки зрения на этот феномен. Несмотря на то, что теория заимствования активно разрабатывается наукой о языке со второй половины XX в., и интерес к данному явлению существует до сих пор, универсальная характеристика содержания термина в современной лингвистической лексикографии отсутствует. Дефиниции заимствования в ряде исследований и словарей позволяют констатировать оппозицию, лежащую в основе разногласий ученых. Одни считают, что заимствование – это процесс, связанный с принятием иноязычного знака системой-реципиентом; другие предпочитают толковать заимствование как результат принятия какого-либо иноязычного знака системой-реципиентом; некоторые лингвисты видят в заимствовании и свойства процесса, и свойства результата.

Согласно мнению Л.П. Крысина, «заимствование – это процесс перемещения различных элементов из одного языка в другой» [Крысин, 2004: 24]. Л.М. Баш называет заимствованием тот элемент языка, который уже перешел в другой язык [Баш, 1989: 28]. По О.С. Ахмановой, «заимствование – это: 1) обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий; 2) слова, словообразовательные аффиксы и конструкции, вошедшие в данный язык в результате заимствования» [Ахманова, 1966: 146]. А.Т. Ташматов говорит, что «заимствование – это элемент чужого языка, который был перенесен в другой язык в результате контакта носителей, а также и процесс перехода данного элемента в другой язык» [Ташматов, 2016: 87]. Неоднозначной предстает и уровневая квалификация единиц языка, которые способны или не способны, на взгляд ученых, иметь статус заимствования. Л.А. Ильина и О.В. Сычева рассматривают заимствование как некий лексический инвариант языка,

воспринимающего какое-либо «новшество» [Ильина, Сычева, 1998: 91]. По Т.В. Жеребило, «заимствования – это иноязычные слова или фразеологические обороты, вошедшие в новую языковую систему с сохранением своего звукового оформления» [Жеребило, 2010: 107]. А.В. Зеленин утверждает, что «заимствование – это материальный результат контакта двух языков, проявляющийся на фонетическом, морфологическом и синтаксическом уровнях» [Зеленин, 2008].

Отметим важное утверждение Л.П. Крысина о том, что заимствования формируют особую иерархию и может происходить на любом языковом уровне: фонетическом, лексическом, грамматическом. Более подверженными заимствованию, по словам ученого, являются «лексемы, реже всего заимствуются фонетические единицы. Промежуточное место отведено морфемам» [Крысин, 2004]. Эта позиция полноценно отвечает идее всеохватывающего характера заимствования как лингвистического феномена, функционирующего и фиксирующегося на всех уровнях языка.

На современном этапе лингвистическая наука располагает широким диапазоном подходов к интерпретации заимствования. Его разностороннее изучение приводит к появлению большого количества «двуязычных», психолингвистических, когнитивных и др. толкований понятия. К примеру, У. Вайнрайх предлагает «двуязычную концепцию» заимствования. По его мнению, «заимствование – это начальная форма интерференции языков в условиях билингвизма» [Вайнрайх, 1979: 201]. В.М. Аристова определяет заимствование как «двусторонний процесс, демонстрирующий пересечение двух языковых систем» [Аристова, 1997: 12]. Мысль о диалектической природе заимствования выражал и Э. Хауген: ученый считал заимствование «воспроизведением моделей одного языка другим языком» [Хауген, 1972: 23]. Психолингвистическая и когнитивная интерпретации заимствований сфокусированы на соотношении фрагментов реального мира, закрепленных в сознании носителей языка-донора и языка-реципиента. М.С. Овчинникова говорит о том, что «заимствование – это особый элемент индивидуального сознания, воспроизводимый средством иного

языка» [Овчинникова, 2018: 29]. Л.Н. Мирошниченко определяет заимствования как номинанты, т.е. «языковые формы каких-либо знаний о действительности, транслирующие в сферу системы, их принимающей, новые для нее концептуализированные образования» [Мирошниченко, 2015: 119]. Подобное понимание, только в фокусе семантической неологии, свойственно и К.С. Захватаевой, которая объясняет заимствование как «необходимость обновления системы языка посредством включения семантически инородных компонентов с целью увеличения возможностей вербальной объективации реалий» [Захватаева, 2013: 7–8].

Д.С. Лотте считает, что буквально заимствованием может называться только тот языковой знак, который перешел в новую лингвистическую систему, не претерпев значительных внешних преобразований. Изменение некоторых фонетических показателей возможно и даже часто встречается в связи с разностью звуковых фондов языков. Модификационные явления при переходе языкового элемента в новую для него систему демонстрируют «трансформируемое заимствование» [Лотте, 1982: 10]. Мы считаем, что существует два основных вида заимствования, которые дифференцируются по критерию сохранение облика слова-источника (к примеру, лексическое) – деформация облика слова-источника (к примеру, семантическое).

Следует обратиться и к понятию ассимиляции заимствований. Не все иноязычные лексемы быстро адаптируются к конвенциям принимающего языка. Л.В. Витковская и Ю.А. Дубовский отмечают, что на первоначальном этапе заимствование только «фиксируется в системе языка-реципиента, спустя время приобретает «нужное» четкое звуковое и морфологическое выражение» [Витковская, Дубовский, 2013: 30]. Первый этап ассимиляции заимствования может продолжаться на протяжении длительного периода, а может пройти довольно быстро. В целом характер адаптации знака для каждого отдельного случая специчен, так как многое зависит как от особенностей самой единицы, так и от ряда иных факторов.

С этой точки зрения заимствования классифицируются на:

- 1) полностью ассимилированные, т.е. такие, которые всецело подчинились системным свойствам языка-реципиента;
- 2) частично ассимилированные, т.е. такие, которые имеют не полную адаптацию относительно какого-либо уровня языка-реципиента;
- 3) неассимилированные, т.е. такие, которые, вступая в новую языковую систему, ей не подчиняются [Витковская, Дубовский, 2013].

Заимствования бывают непосредственными и опосредованными. Первый тип предполагает вхождение иноязычного слова в язык-реципиент без дополнительного канала связи. К примеру, английское слово *bookmaker* совершило «чистый» переход в русский язык – *букмейкер*. Второй тип предполагает присутствие языка-посредника, который выступает каналом передачи для слова языка-донора в язык-реципиент. К примеру, в русский язык слово *пунш* пришло из немецкого языка – *punsch*, в свою очередь заимствовавшего данный знак из английского – *punch* [Витковская, Дубовский, 2013].

Рассматривая слово *сквер* ('парк'), мы определяем данную лексему как заимствованную из английского языка несмотря на то, что слово *square* (ЛСВ₁ ‘квадрат’, ЛСВ₂ ‘площадь’, ‘парк’) перешло в английский язык из французского – *esquire*, – в котором оно обозначало ‘квадрат’. Так, следует подчеркнуть, что вербальные единицы языка-реципиента, которые образованы от заимствованного слова путем моделей деривации, свойственных принявшему языку, не имеют положения заимствования. К примеру, от заимствованного из английского слова *комфорт* (англ. *comfort*) в русском языке образовано слово *комфортный*, которое уже не является заимствованным.

Итак, заимствование – это привлечение актуального с точки зрения формы и содержания языкового элемента (любого: фонетического, словообразовательного, лексического, семантического, фразеологического или даже синтаксического) чужой языковой системы в систему данного языка, характеризующееся как процесс и результат принятия новой языковой единицы. Языковой знак востребован, если востребовано понятие, которое он фиксирует.

Заемствование, пришедшее в язык-реципиент, обладает статусом неологизма. Статус «заемствование» не зависит от закрепленности / незакрепленности языкового элемента в нормированном словаре. Если реалия, которую номинирует заимствованный элемент, по каким-либо причинам дезактуализируется, то он переходит в группу устаревших языковых элементов, притом остается заимствованным. Статус заимствования в языке-реципиенте может меняться. Это обнаруживается при полной ассимиляции, при частичной ассимиляции и при вхождении в систему языка-реципиента не ассимилированных элементов, но это не снимает штамп «заемствование» с иноязычного элемента, проникшего в язык-реципиент. Язык-источник заимствованного элемента определяется исходя из ряда характеристик, среди которых важное место занимают и семантические (как в примере со словом *сквер*).

Для того чтобы подробно рассмотреть теоретические аспекты теории заимствования, необходимо дифференцировать ее понятия. Данная задача осложняется тем, что в настоящее время не существует общепринятого терминологического аппарата теории заимствования. Л.П. Крысин не раз отмечал, что «терминологическая нечеткость теории очень затрудняет исследование феномена заимствования» [Крысин, 2004: 25]. Не имеют одинарных дефиниций понятия: заимствованное слово, лексическое заимствование, иностранное слово и иноязычное слово, варваризм, экзотизм. Также нерешенным остается вопрос о терминологической репутации некоторых из перечисленных наименований. (К примеру, не все ученые признают в качестве возможного названия заимствования *иностранные слова / иноязычные слова*). Следовательно, проблемой становится их употребление. Е.В. Сенько и А.С. Чекоева предприняли попытку разграничения терминов на основе анализа известнейших лингвистических определений и понятий заимствований и предлагают следующую упорядоченную их систему:

заемствованное слово – это слово, пришедшее из другого языка и приспособившееся к фонетическому, семантическому, морфологическому, синтаксическому строю принявшего языка, утратившее все признаки своего иноязычного происхождения;

лексическое заимствование – это перемещение лексических единиц из одного языка в другой, а также функционирование данной единицы в языке, который ее принял, взаимодействие с другими лексическими элементами и регулярность появления в речи носителей языка-реципиента (процесс);

иностранные слова / иноязычные слова – это слово чужого языка, которое может быть не закрепившимся в системе рассматриваемого языка. Иностранные или иноязычные слова – это общее название для всех слов чужой языковой системы вне зависимости от того, заимствуются ли они рассматриваемым языком или нет;

варваризм – это слово, пришедшее из другого языка и не освоенное принимающей лингвистической системой либо в плане фонетики, либо в плане орфографии, либо в плане грамматики. Зачастую варваризмы называют те понятия, которые могут быть компенсированы или заведомо компенсируются средствами принимающего языка;

экзотизм – это слово, не имеющее эквивалента в языке, который его принимает, и называющее реалию той этнолингвокультуры, из которой оно заимствуется. Экзотизмы заполняют межъязыковые лакуны, не могущие быть компенсированными средствами принимающего языка из-за отсутствия предмета номинации [по Сенько, Чекоева, 2018: 195].

Таким образом, заимствование относится к заимствованному слову, лексическому заимствованию, варваризму и экзотизму как общее к частному; отражает двустороннюю сущность явлений, затрагивающих как язык-источник, так и язык-реципиент; констатирует неразложимость процесса и результата вхождения языкового элемента в новую для него вербальную систему, их взаимообусловленность. Раннее уже говорилось о том, что заимствование может происходить на всех уровнях языка. Л.П. Крысин утверждает, что «лексическое заимствование – это разновидность процесса перенятия знака, являющегося словарной единицей. Существуют иные заимствования, других уровней» [Крысин, 2004: 24].

Заимствования можно распределить по следующим классам, которые определяют их типы:

- 1) *фонетические*: характеризуются привлечением в фонетическое пространство языка-реципиента несвойственных ему звукосочетаний из системы языка-донора (некоторые ученые называют данное явление следствием звуковой ассимиляции заимствованной лексики). Например, звук английского языка [dʒ] в заимствованных и адаптированных русским языком словах, таких как *менеджер* (англ. *manager*);
- 2) *графические*: характеризуются тем, что фонетический комплекс, транслируемый в новую для него систему, записывается буквами языка-донора, а не языка-реципиента. К примеру, английская аббревиатура *VIP*, раскладывающаяся на компоненты *Very Important Person*, не переводится на русский язык как ‘очень важная персона’, а передается буквенными средствами источника;
- 3) *морфологические*: характеризуются отклонением от норм категорий частей речи. Так, заимствованное русским из английского языка слово *бизнесвумен* (англ. *business woman*) есть несклоняемое имя существительное, т.е. не имеющее окончания, свойственного русским словам изменяемых частей речи;
- 4) *лексические*: характеризуются появлением в языке-реципиенте нового слова из иностранного языка. Могут сопровождаться разными деформациями (фонетическими, морфологическими, графическими и т.д.), а также неустойчивостью произношения. К примеру, слово *компьютер*, пришедшее в русский из английского языка – *computer*, до сих пор имеет в речи русских информантов варианты: [к^ʌмп'j'үт'ър] и [к^ʌмп'j'үтър];
- 5) *семантические*: характеризуются появлением нового значения у слова, относящегося к лексической системе языка-реципиента, под влиянием аналога языка-донора. Так, русское слово *мыши* приобрело добавочное значение ‘указательное устройство, служащее для управления курсором’ из-за того, что английский эквивалент *mouse* стал иметь такую семантику;

6) *словообразовательные*: характеризуются перенятием языком-реципиентом аффиксов языка-донора (самостоятельно не осуществляется, а только как сопровождающее явление лексических заимствований с последующим присвоением аффиксам продуктивного положения). Так, в русском языке присутствуют слова, в том числе не заимствованные, а созданные на русскоязычной почве, которые имеют в своем составе интернациональные суффиксы;ср.: *ист-*: *пацифист* (заимствовано из английского языка), *сушист* (неолог. незаимствованное слово);

7) *синтаксические*: характеризуются образованием аналитических конструкций на основе сочетания, частично освоенных семантически, но не совсем освоенных грамматически языковых элементов. Например, в речи русских информантов можно услышать заимствование *драйв-ин* (англ. *drive in*) в сочетании с именами существительными: *драйв-ин банк*, *драйв-ин кинотеатр*.

От типа заимствования может зависеть и специфика его передачи в языке-реципиент, а также ассимиляция иноязычного элемента. Некоторые исследователи уравнивают понятия «заимствованный языковой знак» и «способ его передачи» (см. [Крысин, 2004; Витковская, Дубовский, 2013; Ташматов, 2016; Овчинникова, 2018]). В рамках настоящей работы данные понятия разграничиваются.

Во-первых, сущность заимствованного элемента не всегда определяет путь его приспособления. Ср.: английское выражение *below one's dignity* и его русскую адаптацию *ниже человеческого достоинства* с английской фразой *under consideration* и ее русскоязычным приспособлением *обсуждаемый* (примеры взяты из [Ташматов, 2016: 88]). Первая конструкция при заимствовании сохраняет трехкомпонентный состав и семантическую общность с эквивалентной русскоязычной конструкцией. В то время как вторая англоязычная конструкция, которая дословно может быть переведена на русский язык как ‘над обсуждением / надобсуждение’, при заимствовании русским языком дает дифференцирующийся с ней морфологический эквивалент – страдательное причастие *обсуждаемый*.

Во-вторых, представление о заимствованном элементе как о предмете изучения не может отождествляться с моделью, согласно которой он входит в язык-реципиент и согласно которой подлежит рассмотрению. Ср.: пришедшие из английского в русский язык слова *селфи* (*selfie*), *лузер* (*loser*) и *шампунь* (*shampoo*). Как видно, частеречная принадлежность лексем не обуславливает их парадигматические отношения. Слово *селфи* является несклоняемым именем существительным среднего рода и обнаруживает высокую степень близости своего звукового состава с источником; слово *лузер* – склоняемое имя существительное мужского рода, так же передает источник «пофонемно»; слово *шампунь* – склоняемое имя существительное мужского рода, демонстрирует добавление [н'] после конечного гласного.

Рассмотрим основные способы передачи иноязычного элемента, который заимствуется языком-реципиентом. На основании классификаций видов заимствований, приводимых Л.П. Крысиным ([Крысин, 2004: 24–25]) и А.Т. Ташматовым ([Ташматов, 2016: 88]) и преобразованных в рамках данной работы в классификацию способов адаптации заимствований, выделяются следующие:

1. *транскрипция*. Наиболее частотный из всех способов, обслуживающих заимствования, при котором языковой элемент языка-донора формально передается фонетическими средствами принимающего языка. К примеру, заимствованное русским из английского языка слово *сканнер* (*scanner*) максимально приближено к звучанию источника;

2. *транслитерация*. При данном способе адаптации заимствованного знака, принимающий язык использует свои буквенные средства для передачи формального образа иноязычной единицы. К примеру, английское слово *impeachment* было ассимилировано русским языком с помощью приема транслитерации – *импичмент*;

3. *калькирование*. Бывает морфолого-семантическим и семантическим. Первый способ предполагает разбиение слова источника на минимальные единицы значения и их адаптированный к системе словообразования принимающего языка перевод. К примеру, английское слово *skyscraper* состоит из

морфем *-sky-* ('небо'), *-scrape-* ('скрести') и *-er* (суффикс деятеля); заимствуется русским языком с помощью кальки – *небоскреб*. Семантическое калькирование предполагает включение в семный состав слова, присущего языку-реципиенту, нового компонента. Например, в английском языке слово *green* может называть доллар, под влиянием такого иностранного значения русское слово *зеленый* (*зеленые*) тоже приобрело сему 'деньги'.

Следует сказать, что некоторые варваризмы имеют потенциал к вариативности формальной презентации при функционировании в языке-реципиенте. Это обусловлено тем, что варваризмы не ассимилировались окончательно и не предполагают фонетической, и / или семантической, и / или грамматической закрепленности в системе языка. Так, заимствованное русским языком слово *o'kei* / *OK* (от англ. *ok* [əʊ'keɪ]) обнаруживает и транскрипционную (американизм: *all correct*, по звучанию [əʊ'keɪ]) – и транслитерированную запись. Чаще всего варваризмы являются орографически неадаптированными словами и словосочетаниями, поэтому для их передачи используют разнообразные графические средства;

4. *графический способ*. При употреблении данного способа элемент, который был заимствован языком-реципиентом, записывается буквами языка-источника. К примеру, английское слово *party* (русский эквивалент – *вечеринка*), приобретшее в русском языке статус варваризма, т.к. имеет компенсатор, может записываться аналогично источнику – латиницей. То же утверждение относится и к слову *fashion* (русский эквивалент – *moda*). Однако в русскоязычных текстах разных стилей и жанров встречаются как запись латиницей, так и запись кириллицей – слова *пати*, *фэшн*. Английское слово *brand* при заимствовании в русский язык не определилось в плане орфографии: бренд / брэнд, но определилось в плане орфоэпии [брент].

Особое место в теории заимствования занимает понятие синонимии. Нередки случаи, при которых включение нового верbalного знака в систему языка-реципиента сопровождается общим или частичным смысловым совпадением заимствования с элементами, присущими языку-реципиенту.

Синонимия детерминирована наличием в принимающем языке комплекса лексем, словосочетаний и выражений, могущих номинировать то понятие, которое заимствуется. Китайский исследователь Линь Е замечает, что «синонимические ряды, которые образуются в результате заимствования, служат доказательством динамики картины мира языка-реципиента, а также участвуют в процессах восприятия и квалификации объектов действительности» [Линь Е, 2018: 7]. При заимствовании знака может наблюдаться отпадание некоторых компонентов его семантики, а также приобретение новых компонентов в связи с переосмыслением реалии, которую данный знак номинирует. Данное явление возникает в связи с необходимостью дистрибуции значений заимствованного и наличествующего в языке-реципиенте слов. Так, английское слово *image* в роли имени существительного имеет в узусе несколько значений:

- 1) a likeness of an object ‘изображение объекта’;
- 2) a mental picture ‘мыслительная картинка’;
- 3) a mental conception ‘ментальная концепция’;
- 4) exact likeness ‘подобие’.

В русском языке существует исконные слово *образ*,ющее определять вышеперечисленные понятия. Слово *образ* имеет в русском языке синонимы: *мысль*, *лицо*, *вид*, *идея* и *концепция* (два последних слова являются заимствованными) и др. При заимствовании слово *имидж* включается в этот синонимический ряд, однако не может номинировать многие понятия русской этнолингвокультуры: *образ / лик святого*, но не *имидж*. Также в русском языке слово *имидж* не может замещать слово *образ*, употребляемое в значении ‘способ, характер действия’. В русском языке лексема *имидж* наделяется следующими значениями: ‘чьe-либо мнение, представление о ком-то / чем-то’ или же ‘положение человека в обществе’. Заимствованное слово явно дифференцируется с исконным словом в денотативно-смысловом и функциональном планах.

Таким образом, заимствование является процессом перехода языкового элемента из системы языка-источника в систему языка-реципиента, а также результатом принятия данного элемента системой языка-реципиента.

Заемствование может осуществляться на любом языковом уровне (фонетическом, лексическо-семантическом, фразеологическом, грамматическом), с помощью различных способов адаптации языковых элементов к принимающей системе (транскрипция, транслитерация, калькирование, графический способ). Заемствование может переживать несколько типов ассимиляций. Термин «заемствование» употребляется по отношению к полностью ассимилированным, частично ассимилированным и не ассимилированным элементам языка-источника, вошедшим в язык-реципиент.

1.2. Экстравербальные и лингвистические причины заимствования

Одним из существенных вопросов теории заимствования является вопрос о причинах включения иноязычных элементов в системные отношения языка-реципиента. Обстоятельства, способствующие заимствованию, могут быть определены как совокупность разнообразных факторов, которая от случая к случаю обнаруживает несовпадения с уже выявленными моделями и характеризуется скорее комбинаторной вариативностью. Основания, детерминирующие заимствование элементов одного языка другим языком, всегда представляются членными на некоторое количество особых составляющих, формирующих данный континуум факторов. Л.П. Крысин, ссылаясь на Т.Е. Хоупа, говорит, что «базой для перехода вербальных единиц из одного языка в другой является ряд тесно связанных между собою причин, которые следует назвать психологическим климатом заимствования» [Крысин, 2004: 26]. В целом процесс заимствования может обуславливаться как языковыми, так и неязыковыми факторами.

По А.О. Борисовой, исследование процедур и итогов заимствования предполагает концентрацию внимания ученых на нескольких аспектах данного феномена: на внутрисистемных отношениях языка-реципиента, который по той или иной причине «впускает» в свое пространство новую единицу, подчиняя ее своим законам; на внешних обстоятельствах, благоприятствующих вхождению нового языкового элемента чужой системы в язык-реципиент; на психологических условиях, которые «детактируют специфику принятия иноязычного элемента языком-реципиентом в фокусе отражения сознанием информантов» [Борисова, 2019: 173].

В языкоznании принято рассматривать экстравербальные и лингвистические причины заимствования, что подразумевает квалификацию каждого фактора в зависимости от его семиотических свойств, т.е. в зависимости от его причастности либо к языку как отдельной знаковой системе, либо к иным знаковым системам [Аникина, 2020; Максимова, 2019; Тань Ин, 2019; Перфильева, Ху Пэйпэй, 2012].

Согласно Л.Н. Мирошниченко, такая дифференциация зародилась в рамках теории трансфера заимствований, в которой явление понималось как «процесс перехода различных иноязычных элементов в новую для них языковую систему» [Мирошниченко, 2014: 430]. Основательное изучение причин, воздействующих на заимствование, дало возможность определить структурные модели-аналогии перехода иноязычных компонентов в язык-реципиент. Л.А. Ильина и О.В. Сычева предложили концепцию, в которой заимствование рассматривается как создание в принимающем языке новой самостоятельной единицы. Ее прототип – не иноязычный элемент, а нечто присущее языку-реципиенту, «взявшему и адаптировавшему форму иноязычного элемента, но давшего этой форме особое содержание, не тождественное тому, которое было у него до заимствования» [Ильина, Сычева, 1998: 91]. Последующее вхождение заимствований в язык-реципиент диктуется особенностями и характером восприятия и осмысления предмета номинации, полагающимися на образец сугубо языковой прототипической ситуации.

Подобные идеи развивались «двуязычной теорией заимствований» [Хауген, 1972]. Положения этой теории сводились к тому, что элементы, заимствованные из других языков, могут представлять собой либо чистые перенесения, либо «сдвиги», или «подстановки». Заимствования-перенесения осуществлялись с сохранением фонда смыслов языкового элемента, а «сдвиги», или «подстановки», характеризовались деформацией содержания языкового элемента. Важным условием, определяющим свойства понимания значения иноязычного элемента, становился статус информанта как билингва или не-билингва. Параллельно двуязычной теории развивалась и психолингвистика заимствований. Так, М.С. Овчинникова утверждает: «наблюдаемое несоответствие между денотативным комплексом языкового знака и его интерпретацией, производимой индивидуальным сознанием, заключает в себе причины преимущественно ментальные, т.е. обусловленные психическими качествами и свойствами носителя языка» [Овчинникова, 2018: 31]. Здесь заимствование изучается как часть некоего кода, которая допускает различные дешифровки.

В настоящей работе по отношению к факторам заимствования используется «компромиссный подход» [Мирошниченко, 2014: 431], а именно: переход элемента одной языковой системы в другую обусловливается лингвистическими, экстравербальными и психолингвистическими факторами. Последние возможно понимать как особую разновидность экстравербальных факторов, или как канал, детерминирующий посредство лингвистических и экстравербальных факторов. Любая воспринимаемая человеком реалия отражается в его сознании, выявляя не только образ и его ассоциативные ряды, но и способы, средства выражения – наиболее актуального вербального выражения.

Компромиссный подход учитывает также и когнитивно-коммуникативные особенности заимствования, которые проявляются не только в номинативной стороне явления, но и в понятийной, обслуживающей передачу информации – общение между носителями языка. Кроме того, заимствование в когнитивно-коммуникативном аспекте предстает как факт «взаимодействия двух концептуальных пространств; акт взаимодействия реализуется на основе трансплантации языкового знака в новое для него концептуальное пространство; названные процесс и его результат носят системный, контролируемый и деятельностный характер» [Голованова, 2011: 107–108].

Экстравербальные факторы – это обстоятельства неязыковой действительности, обуславливающие переход вербальных знаков одной системы в другую или способствующие осуществлению данного перехода. Этот вид факторов также называется внешним. Л.П. Крысин сюда относит экономико-промышленные, политические и культурные отношения, которые существуют между языком-источником и языком-реципиентом. При этом отмечается, что положения «язык-источник» / «язык-реципиент» могут иметь потенциал к «попеременному чередованию», но случаи ‘двустороннего’, другими словами, обоюдного, заимствования не часты, по сравнению с заимствованием ‘односторонним’ [Крысин, 1965: 12]. Например, в эпоху правления Петра I, активно совершенствовавшего внешние торгово-промышленные, политические отношения и образовательную сферу и направившего свою деятельность на

развитие военного флота, в лексический обиход русских людей вошли английские слова, называющие реалии морского дела: *мичман* (англ. *midshipman*), *баржа* (*barge*), *шхуна* (*schooner*), *яхта* (*yacht*), *бот* (*bot*). В XVIII–XIX вв. как результат социальных и культурных контактов российского государства с англоязычными странами в русском языке появились слова, называющие общественные понятия: *бойкот* (*boycott*), *клуб* (*club*), *митинг* (*meeting*), *лидер* (*leader*).

Лингвистические факторы – это языковые причины, обуславливающие вхождение иноязычного элемента в системные отношения с элементами языка-реципиента, характеризующиеся тем, что словесный знак приобретает особые фонетические, лексико-семантические, морфологические и другие свойства, позволяющие ему функционировать в рамках новой для него системы, а, следовательно, и в речи информантов. По замечанию А.О. Борисовой, большинство ученых сходятся в едином мнении о том, что «внутрисистемные качества языка-реципиента должны предполагать возможность включения нового элемента: необходимость в номинативной дифференциации и упрощении означивания каких-либо понятий» [Борисова, 2019: 176].

Частотным является случай заимствования оптимального с точки зрения формальной краткости элемента. Например, заимствование русским языком из английского следующих слов: *дайвинг* (*diving*), *круиз* (*cruise*), *автомаршрут* (*autoroute*), *рейтинг* (*rating*) – вполне может быть объяснено стремлением языка к лаконичной объективации явлений реального мира. В связи с тем, что одним из релевантных принципов коммуникации является оперативность, использование при межличностном общении лексемы *дайвинг* вместо исконного прототипа – словосочетания *подводное плавание* – выступает наиболее востребованным для социума, так как позволяет донести максимум информации при минимуме вербальных затрат.

Психолингвистические факторы – это установки, цели носителей языка и характеристические черты когнитивной области заимствований, которые обуславливают принятие иноязычных элементов системой-реципиентом. Например, С.В. Мангушев и А.В. Павлова говорят о «диалектической природе»

затмствования, которое служит показателем осознанного, даже неосознанного желания носителей языка-реципиента «влиять на структуру вербалики и внедрять в нее элементы, отвечающие их предпочтениям» [Мангушев, Павлова, 2004: 159]. Психолингвистические факторы, как уже отмечалось ранее, могут носить статус разновидности экстралингвистических факторов, так как связывают реальность и язык в сознании социума, выявляя причины затмствования с точки зрения его общественной актуальности. Также психолингвистические факторы могут быть определены как «демонстраторы связей, существующих между экстралингвистическими и лингвистическими факторами, так как в целом детерминируют сложный процесс трансляции фрагментов реального мира в мир ментально-языковой» [Мангушев, Павлова, 2004: 159].

Например, результат сравнительно недавнего вхождения в обиход русскоязычных информантов английского слова *медиа* (англ. *media*) может быть истолкован как психолингвистическое явление. В русском языке существует аббревиатура *СМИ*, называющая все возможные средства информации, поставляемой в массы различными способами: печать, телевидение, радио, интернет. Процесс глобализации, затрагивающий все сферы коммуникации, требует высокоинформационного, континуального и оперативного вещания. Наряду с традиционными жанрами общения, которые представляют собой относительно небольшие совокупности приемов иллюстрации содержания (текст + фото / картинки), возникли креолизованные жанры, т.е. такие, которые характеризуются большим количеством приемов презентации содержания (текст + фото / картинки + видео + аудио + гиперссылки и т.д.). Слово *СМИ* ассоциируется с типичными методами подачи информации, тогда как слово *медиа* отвечает современному пониманию и установкам объективации креолизованной коммуникации.

Среди экстралингвистических факторов, определяющих специфику вхождения затмствования в язык-реципиент, выделяются следующие:

1) исторически сложившиеся тесные политические, экономические, культурные отношения между странами: межкультурное и межъязыковое

взаимодействие приводит к обмену вербальными кодовыми элементами, либо к одностороннему заимствованию;

2) географическая локация стран: при близком расположении неизбежными являются их периферийные контакты, которые способствуют пополнению заимствованиями изначально речи жителей определенных населенных пунктов, а затем и речи жителей мест, далеких от периферии;

3) войны, завоевания и миграции: приход в страну носителей чужой культуры может сопровождаться распространением их языка, который выступает средством для коммуникации с представителями пришедшей народности;

4) доминирование какой-либо страны в социально-экономической, политической, научной, технической областях: заимствование происходит в связи с тем, что язык-донор становится носителем актуальных смыслов, которые задают общественно-политический и культурный тон;

5) производственная экономия, заставляющая прибегать бизнесменов к использованию иностранных элементов: чтобы сэкономить материальные средства и не тратить их на переводчиков, а также повысить спрос на товары, учредители международных компаний обращаются к заимствованиям;

6) необходимость в наименовании какого-либо нового явления, которое еще не нашло себе названия в языковой сфере данной этнолингвокультуры: заимствование осуществляется из-за потребности дать имя реалии, которая уже вошла в жизнь социума, но не закрепилась вербально;

7) востребованность в употреблении в речи именно заимствованной лексики, которая по той или иной социальной причине выступает наиболее подходящей для ряда ситуаций межличностного, межкультурного общения или массовой коммуникации (см. по [Мангушев, Павлова, 2004; Голованова, 2011; Букина, 2016]).

Л.П. Крысин утверждает, что «каждый экстралингвистический фактор не может представать как универсалия». Существуют случаи доказывающие обратные явления, характеризующиеся отсутствием активных процессов

языкового заимствования при «благоприятной» для того внешней среде [Крысин, 1965: 12].

По мнению Л.М. Букиной, специфика заимствования зависит от конкретных обстоятельств, сложившихся в стране языка, который по какой-либо основательной причине включает в себя иностранные знаки. «Негласные законы, возникшие под влиянием условий жизни социума, уровня его культуры, а также изменений, в них происходящих, заставляют меняться и язык с помощью заимствования» [Букина, 2016: 93].

Действие экстраглавистических факторов заимствования опишем с помощью примеров. В конце 80-х гг. прошлого столетия в связи с развалом СССР и последующим обострением межкультурных контактов России и стран Запада в речи русских информантов утвердилось множество слов англоязычного происхождения. Это обусловлено тем, что Англия и США доминировали в развитии социально-политической, экономической, научной отраслей. В означеный период в обиход россиян вошли следующие номинации: *бэдж* (*badge*), *пейджер* (*pager*), *ноутбук* (*notebook*), *тюнер* (*tuner*), *шидер* (*shredder*), *плоттер* (*plotter*), *оверхед* (*overhead*), *тонер* (*toner*) и др.

В России в XXI в. широкое распространение получили лексемы *блог*, *блогер* и *блогинг*, заимствованные из английского языка: *blog*, *blogger*, *blogging*. В конце прошлого века в Америке появился особый тип Интернет-коммуникации, который назывался *дневник в сети* (*logging the web*). Слово *blog* является аббревиатурой: изначально *weblog*, – от которой образовались названия деятеля и вида деятельности. С течением времени разновидность общения «*logging the web*» приобрела большую популярность в странах всего мира. Трансплантация элементов *blog*, *blogger*, *blogging* в русский язык была детерминирована актуальностью реалии для социума и необходимостью номинировать ее.

Среди лингвистических факторов, которые определяют специфику вхождения заимствования в язык-реципиент, выделяются следующие:

1) необходимость в названии реалии, вошедшей в общественное использование: заимствование регламентируется целью вербализировать предмет,

так как язык – первая система коммуникации – требует отражения всех востребованных социумом объектов;

2) потребность в детализации какого-либо понятия: заимствование термина обусловливается тем, что языку-реципиенту необходимо закрепить за иностранным элементом особое значение, а за исконным элементом оставить другие значения;

3) упрощение смысловой структуры единицы, присутствующей в языке-реципиенте: заимствование определяется надобностью сделать менее насыщенной семантику языкового знака, который мог бы разделить с иностранной номинацией спектр своих значений;

4) стремление языка к экономии средств общения: заимствование выступает актуальным из-за неимения в языке-реципиенте однословного наименования какого-либо явления (в нашем случае понятие из сферы международная торговля), а наличествуют только описательные обороты;

5) наличие в системе языка-реципиента единиц, уже заимствованных из языка-донора или родственных ему языков: тенденция объясняется тем, что принимающая сторона уже адаптировала к восприятию своих носителей комплекс языковых средств, подобных составляющим нового элемента;

6) понимание заимствования как подходящего языку-реципиенту в плане формально-содержательных характеристик: иноязычный элемент может ассоциироваться со знаками принимающей системы из-за фонемных и семантических совпадений;

7) билингвизм: коммуницируя с употреблением в речи заимствованных языковых знаков, билингвы распространяют иностранные элементы, вызывая потребность других информантов в овладении ими, и производят значения иноязычной системы, приспособливая ее к системе-реципиенту (см. по [Мангушев, Павлова, 2004; Голованова, 2011; Букина, 2016]).

Представляется существенным отметить, что А.О. Борисова отдельным лингвистическим фактором заимствования называет присутствие в языке-реципиенте «особой словообразовательной и / или лексической зоны, которая

включала бы в себя группу знаков, которые относятся к определенной сфере социальных, промышленных, технических или других отношений» [Борисова, 2019: 178]. Выделяя в языке особые семантические зоны, можно выявить закономерность заимствований из конкретного языка или ряда языков. Так, в русском языке есть семантическая зона «торговые отношения», характеризующая экономическую область деятельности российского общества. Заимствование лексики вызвано совокупностью средств языка, которые присутствуют в нем и «привлекают» как однотипные иностранные элементы, на них похожие. В русском языке встречается много слов с семантикой «торговые отношения», которые были заимствованы из английского языка. Это служит поводом к новым заимствованиям лексем: *холдинг* (*holding*), *инвестор* (*investor*), *дистрибутор* (*distributor*) и т.д. [Борисова, 2019].

Рассмотрим действие других лингвистических причин. Заимствование русским языком из английского через французский язык слова *репортаж* (*reportage*), например, можно объяснить сразу двумя факторами: потребность в детализации понятия и упрощение смысловой структуры элемента, наличествующего в языке-реципиенте. До появления лексемы *репортаж* в его значении употреблялось слово *доклад*, объективирующее «отчет», «выступление» и имевшее большой функционально-семантический потенциал. Для дифференциации «отчета» как журналистского понятия и «отчета» как общеупотребительного, а также научного понятия была введена англоязычная лексема *репортаж*. Другой пример: в связи с тем, что в русском языке укрепился словообразовательный элемент *-мен* (в английском языке это корень) с помощью слов *джентльмен* (*gentleman*), *полисмен* (*policeman*), *спортсмен* (*sportsman*) и др., образовалась тенденция и к последующим заимствованиям подобного типа: *конгрессмен* (*congressman*), *бармен* (*barman*), *клубмен* (*clubman*). Наметилась тенденция и к словотворчеству: *Кар-мен* (название русской музыкальной группы).

Среди психолингвистических факторов, определяющих специфику вхождения заимствования в язык-реципиент, выделяются следующие:

1) *концептуальное соответствие* формально-семантических свойств заимствования когнитивно-ментальным пропозициям носителей языка-реципиента: вхождение иноязычного элемента в новую для него систему обусловливается тем, что особенности его внешней и / или внутренней структуры отвечают этнолингвокультурным представлениям информантов принимающего языка о той реалии, которую репрезентирует заимствованный элемент;

2) *субъективное осмысление* заимствования с последующим его распространением: носитель языка связывает иноязычный элемент с каким-либо релевантным для него событием, понятием и продуцирует в речи тот смысл, который выступает для него (носителя языка) важным, влияя тем самым на характер восприятия заимствования другими информантами через воздействие на их когнитивно-эмоциональную сферу. Она в свою очередь квалифицирует языковую единицу как маркер какой-либо значимости;

3) *moda на употребление* заимствований в речи: в сознании носителей языка-реципиента складывается установка на реализацию значений той лингвокультуры, из которой заимствованы языковые знаки. Данная причина есть выражение сущности психологии культуры социума, согласно позициям которого происходит принятие элемента чужого кода. Использование знаков кода выступает критерием отнесения индивидуума к конкретной страте общества на основании его (индивидуума) когнитивных предпочтений;

4) *эмфатичность* заимствований: присутствие в языке-доноре единиц, отличающихся «высокой» эмотивностью и экспрессивностью, при том, что в языке-реципиенте присутствуют денотативные эквиваленты, которые не имеют стилистической окраски, детактирует актуальность заимствований. Желание произвести особый эффект на слушателя побуждает говорящего прибегать к стилистически маркованным знакам. При отсутствии в базе языка коммуникации нужного маркера следует обращение к заимствованию [см. Борисова, 2019].

Исследователи Г.М. Костюшкина и И.В. Горбунова подчеркивают, что заимствование может иметь «функциональное разнообразие, способствовать

осуществлению аттракции, персуазии и суггестии, а также обладать большим потенциалом к манипулятивному воздействию на адресата – это отвечает намерениям адресанта» [Костюшкина, Горбунова, 2011: 75–76].

Л.М. Букина как важнейшее условие психолингвистического влияния на заимствование называет отношение носителей языка-реципиента к знакам иностранной вербальной системы. Позитивное или негативное отношение к заимствованию во многом «детерминирует его вхождение в язык-реципиент и последующее его использование носителями» [Букина, 2016: 96].

Характер влияния психолингвистических факторов на заимствование проиллюстрируем на примерах. Когнитивно-эмоциональные тенденции к употреблению заимствований хорошо просматриваются в коммуникативном пространстве Интернета. Заимствования из английского языка: *флейм* (*flame*), *tread* (*thread*), *бан* (*ban*), *троллить* (*troll*), – демонстрируют причастность говорящего к определенной среде, в которой существуют особые модели общения, опирающиеся на нормы употребления термина. Специфика означивания смыслов обнаруживает стремление коммуниканта к реализации понятий, востребованных конкретной группой социума, понятий, имеющих особое выражение, являющееся неясным для других социальных групп.

Итак, факторы заимствования делятся на два основных типа: внутренние или лингвистические и неязыковые внешние или экстралингвистические. К первому типу факторов относятся те, которые характеризуют заимствование с точки зрения его лексико-семантических и грамматических свойств, влияющих на вхождение в язык-реципиент. Второй тип факторов определяется как совокупность реалий и неязыковых событий, которые обуславливают заимствование чужого знака языком-реципиентом. Особой разновидностью экстралингвистических факторов или фактором посредства лингвистических и экстралингвистических факторов являются психолингвистические факторы. Они определяют заимствование в плане его когнитивно детерминированной социальной и индивидуальной актуальности.

1.3. Критерии определения английского языка как языка-источника заимствований

При исследовании заимствований первоочередной задачей выступает обращение к источнику, из которого пришел новый для системы-реципиента языковой знак, так как существует необходимость в установлении его (языкового знака) семантики и других характеристик. Случай однозначного определения заимствования как элемента конкретной языковой системы представляют собой редкость. Даже проводя синхронный анализ факта заимствования, произошедшего в сравнительно недавнее время, ученый сталкивается с множеством разных трудностей. Рассмотрение заимствования в диахроническом аспекте представляет собой еще большую сложность в связи с тем, что в распоряжении лингвиста оказывается информативный материал, истинность и причастность к заимствованию которого зачастую бывает нелегко подтвердить. Кроме того, нередко встает вопрос о «чистоте» заимствования: элемент может принадлежать языку-донору целиком или только структурной частью.

Ю.В. Откупщиков справедливо отмечает, что фиксация заимствования, его анализ, в который входит поиск источника, требуют, чтобы ученый обладал рядом компетенций: «глубокой этимологической осведомленностью, хорошим знанием всех разделов языкознания и высоким уровнем владения несколькими языками. В противном случае следует ограничиваться только описанием факта, но не выяснением происхождения языкового знака» [Откупщиков, 2001: 30]. Л.П. Крысин считает, что аргументы, которые приводятся в пользу того или иного языка-источника заимствования, чаще обладают вероятностным положением. Нельзя утверждать, что иностранный элемент пришел именно из этого языка, но не из другого (к примеру, родственного), когда в обоих может наличевовать прототип заимствования. Однако определять явление заимствования с позиции его соотнесения к тому или иному языку все же возможно, основываясь на особые критерии научного исследования [Крысин, 2004].

Критерии определения источника заимствования (по [Крысин, 2004: 64–71]):

1. *фонетические, морфологические и структурные признаки* элемента заимствования могут свидетельствовать о его принадлежности к той или иной языковой системе. Так, источником заимствованного слова *кемпинг*, имеющегося в русской лексической системе, однозначно может быть назван английский язык. В пользу этого заявления свидетельствуют два показателя – фонетический и морфемный. Слово *кемпинг* имеет ударение на первом слоге, что свойственно исконной английской акцентологии. Ударение в русском языке динамическое, неустойчивое и свободное. Поэтому знаки заимствования в русском языке чаще всего сохраняют ударение источника. В слове *кемпинг* присутствует характерный для английского языка суффикс имени существительного *-ing-* (*camping*). Из английского языка данное слово перешло не только в русский, но и во французский (*camping*), и в немецкий (*Campingplatz*), и в итальянский (*camping*), для которых названный суффикс не характерен;

2. *системные отношения предполагаемого прототипа* заимствования с другими знаками языка-источника, а также его (прототипа) семантические и синтагматические свойства, словообразовательные возможности. Например, заимствованное русским языком слово *стенд* обнаруживает черты, которые специфичны для английской лексики. В английском языке встречается много односложных слов, которые располагают большими словообразовательными возможностями (преимущественно конверсии). В английском языке развита полисемия. Английское слово *stand* является односложным, может выступать как субстантив и как предикат, полисемантично. Ср. значения английской лексемы: ‘стоять’, ‘выдержать’; ‘позиция’, ‘подставка’, ‘стойка’. Нужно сказать, что в английском языке это слово имеет широкое употребление, в отличие от слова *stand* во французском языке, в котором имеет и иное произношение гласного. Следовательно, о французском языке даже как о посреднике между источником и русским языком говорить не приходится;

3. *неязыковые данные*, которые соотносят заимствование с реалией или событием, которые свойственны конкретной лингвокультуре, могут способствовать установлению ее как источника. Неязыковые данные должны

подтверждать данные языкового характера, но иногда наблюдается явное противоречие экстралингвистического и лингвистического материала. Так, заимствованное русским языком слово *детектив* выраженно тяготеет к французскому языку, к которому и восходит этимологически. Однако источником заимствования правильнее будет считать английский язык, даже несмотря на то, что в русском, как и во французском языке, ударение в слове *детектив* / *détective* падает на последний слог, а в английским – на второй: *detective*. Дело в том, что в русском языке данная лексема появилась для означивания реалий Англии и Америки, а также для наименования жанра литературы: *детективный роман* – *detective novel*. Во французском языке литературный жанр имеет название *roman policier*. Слово *детектив* можно считать опосредованным заимствованием (через английский язык);

4. *тенденция к заимствованию* слов из одних и тех же тематических групп лексической системы языка-источника. Заимствование необходимо рассматривать в тесной связи с языковыми элементами сродной семантики, которые также были привлечены из иностранных языков. Если в языке-реципиенте часто фиксируются случаи заимствования слов какого-либо тематического блока из определенного языка-донора, то ему и следует отдать предпочтение как источнику заимствования. К примеру, в русский язык вошло немалое количество английских слов с семантикой «экономические отношения»: *инфляция* (*inflation*), *приватизация* (*privatization*) и др., что стало толчком к дальнейшим заимствованиям из английского слов данной семантики: *лизинг* (*leasing*), *аудит* (*audit*). Если номинация существует в двух, трех и более языковых системах, а в языке-реципиенте тематические заимствования отсутствуют, то источником нужно признать тот язык, к которому знак этимологически восходит, а также имеет немалое количество общих групповых лексико-семантических совпадений.

Для современного этапа развития теории заимствований релевантным является вопрос о том, каковы принципы дифференциации иноязычных элементов, которые вошли в новый язык с сохранением изначального (но измененного в фонетическом плане) облика, и результатов деривации,

произошедших на почве уже принятых языком знаков словообразовательного уровня, свойственных иным системам? Говоря об английском языке как источнике большого количества трансформации единиц XXI в., необходимо иметь в виду, что большинство из его словообразовательных элементов обладают международным статусом, а, значит, функционируют и в других языках, в том числе и в русском.

В.Г. Гак писал: определить свой языковой знак или чужой бывает очень трудно; «широкое распространение греческих и латинских морфем, создавших и создающих поныне большое количество терминов в различных языках, порой не дают оснований считать ту или иную систему бесспорным источником заимствования» [Гак, 1977: 53–54]. В то же время, как отмечает Ю.В. Откупщиков, «словообразовательные характеристики слов являются одними из главнейших аргументов в пользу доказательства причастности их (слов) к конкретному языку-источнику». Но, продолжает ученый, важно понимать, что должна существовать «не только «гармония» грамматическая, но и понятийно-действительная» [Откупщиков, 2001: 20–23].

Таким образом, при характеристике английского языка как источника заимствований необходимо обращаться к его фонетическим чертам, деривационным и семантическим возможностям. Этимологический аспект заимствования нужно учитывать в тех случаях, когда источник не может быть назван однозначно и уверенно. Важно исследовать наличие и онтогенез соответствующих реалий в социальной среде источника. Относительно деривации, потенциально происходящей на почве языка-реципиента, следует прибегать к рассмотрению словообразовательной картины знака в доноре и принимающей системе; проводить параллели и сопоставления; выявлять фонетические и морфологические соответствия.

Тем не менее, даже с учетом вышеназванных аспектов указать точное происхождение заимствованного слова иногда бывает сложно. Проиллюстрируем на примере. Согласно «Этимологическому словарю русского языка» Н.М. Шансского, лексема «коррупция» в 20–30-е гг. XX в. была заимствована русским

языком из английского – *corruption*» [Шанский, 1982: 335]. Об этом можно судить и по фонетическому комплексу заимствования, и по его морфемной структуре, и по широкому употреблению данной лексемы в английском социуме. Налицо соответствие словообразовательного элемента английского языка (*-tion*) и элемента русского языка (*-циj-(a)*). В английском языке, так же как и в русском языке, существует префикс греческого происхождения *анти-* (*anti-*). В обоих языках есть лексемы с семантикой 'против взяточничества' ('против коррупции'): рус. *антикоррупционный* и англ. *anti-corruption*. С.М. Рабаданова верно свидетельствует, что «морфема *анти-* отмечена еще в древнерусских словах, передающих «церковную» семантику: *антихрист*, – а также встречается в словах и более позднего периода; причем слова эти имеют разнообразную семантику» [Рабаданова, 2022: 398]. Префикс давно вошел в русский язык и закрепился в нем как продуктивный (в настоящее время тенденция к образованию слов через его посредство ослабевает). Выявляя значимость явления для политико-экономической области англоязычных стран и России, мы можем установить, что потребность в осуществлении антикоррупционных мер по борьбе с взяточничеством была характерна для каждого государства, что востребованность соответствующей номинации в английском и русском языках; и тот и другой язык может самостоятельно дать название понятию. Они могут сделать это обособленно, но подобно. Таким образом, утверждать однозначно является ли лексема *антикоррупционный* калькированным заимствованием из английского языка, или она была создана на русскоязычной почве с помощью английского слова (восходящего к латинскому прототипу) и греческого префикса, распространенного среди всех европейских языков, нельзя.

Несмотря на то, что похожие примеры встречаются довольно часто, охарактеризовать словесный знак с точки зрения происхождения его состава все-таки представляется возможным. Если речь идет о слове, то определить изначальный облик, например, его компонента, не так затруднительно, так как к настоящему времени теория заимствований, иные отрасли лингвистики, изучающие данное явление, и этимология накопили и квалифицировали

обширный словообразовательный, лексический и семантический материал. Описанием семантических свойств, характеристик состава слова, а также его предполагаемого источника иной раз придется ограничиться из-за того, что для ученого остаются в тени некоторые обстоятельства заимствования.

По мнению Т.Г. Черноголовина и Н.В. Худякова, «англоязычные заимствования представлены во всех сферах русской жизни» [Черноголовина, Худякова, 2017: 255]. Это означает, что выявление конкретных областей, могущих послужить констатации тематических блоков заимствований, не принесет эффективного результата – функционирование знаков, пришедших в русский язык из английского, происходит в большинстве семантических полей (исключение: семантическое поле «религия»). Фиксация лексико-тематических групп англицизмов в русской языковой среде должна осуществляться «внутрисфено», т.е. с заранее сформированным знанием об их наличии.

Полимерное пространство рекламы, охватывающее все области деятельности современного социума, обнаружило широкое распространение английской лексики. Так, А.Г. Дедюхина выделила несколько лексико-тематических групп англицизмов в русской рекламе. Сфера влияния англицизмов: «экономика», «политика», «спорт», «культура», «техника», «быт», «товары и услуги», «профессии» и пр. [Дедюхина, 2011]. А.И. Дьяков, составитель «Словаря англицизмов русского языка», в статье «Словарь англицизмов – фиксатор современных процессов в русском языке» назвал языковыми сферами употребления английской лексики «все разновидности разговорной и книжной речи» [Дьяков, 2015: 68–73].



Рисунок 1. Основные сферы заимствования англизмов⁵

Процесс становления английского языка как источника заимствований может быть упрощен благодаря выявлению соответствий звукового и морфемно-морфологического характера. Имеющиеся в системе английского языка конвенции фонетического строя, словообразовательной структуры способны сопоставляться с особенностями соответствующих уровней языка-реципиента или констатироваться как трансплантированные в него элементы. Типологическое сопоставление названных систем английского и русского языков обнаруживает ряд соответствий и аналогов. Эквивалентные элементы функционируют в языках, «эксплицируя и актуализируя разновидность заимствований» [Дьяков, 2015].

Говоря об английской и русской фонетике в аспекте сопоставления, Л.А. Козлова замечает, что качества звуков в обоих языках выявляют как подобные,

⁵ Сфера функционирования английских заимствований // Фотобанк от TripTonkosti. – 2024. – Режим доступа: <https://triptonkosti.ru/15-foto/sfery-funkcionirovaniya-anglijskih-zaimstvovanij-v-russkom-yazyke-proekt.html> (дата обращения: 11.04.2024).

так и дифференциальные характеристики. Гласные звуки описываются по ряду, по подъему языка и по участию губ. Однако в английском языке гласные звуки могут быть долгими и краткими, широкими и узкими, существуют монофтонги и дифтонги. «Качества большинства английских звуков отличны от качеств большинства русских звуков» [Козлова, 2019: 50]. Гласные звуки английского языка могут «компенсироваться» средствами фонетики русского языка, закрепляясь как устойчивое существующее между языками соответствие.

Некоторые английские дифтонги эксплицируются в следующих русских сочетаниях гласных: [ai] – [aj] (*pie* – *пай*); [au] – [ay] (*soundtrack* – *саундтрек*); [ei] – [ej] (*dataphone* – *дейтафон*); [əu] – [oy] (*owenism* – *оуэнизм*); [ɔɪ] – [oj] (*tabloid* – *таблоид*, *radionoise* – *радионойз*) и др. Долгие и краткие монофтонги также имеют закрепленные аналоги в русском языке (гласные полного образования и редуцированные – зависит от ударения): *girl* [gɜ:l] – *гел* [г'ол]; *kiosk* ['ki:o-sk] – *киоск* [к'иоск]. Такая черта английских согласных, как отсутствие смягчения перед гласными переднего ряда, русским языком либо «передается», либо аннулируется. Ср.: *boyfriend* ['boifrend] – *бойфренд* [бòјфрéнт]; *billboard* ['bilbo:d] – *билборд* [б'илборт].

Английские согласные звуки и их сочетания также эксплицируются русскими фонетическими средствами. К примеру, английский звук [ʃ] способен передаваться в русском языке либо как звук [ч'], либо сочетанием [тч']: *child* [faɪld] – *чайлд* [ч'ájlт]; *sketch* [sketʃ] – *скетч* [ск'этч]. Английский звук [w] может передаваться как [в] и как сочетание гласных [ya], [yo]: *Wi-Fi* [wi-fai] – *вай-фай* [вајфај]; *white spirit* [wait 'spirit] – *уайт-спирит* [уајтсп'ир'ит]; *Warner Brothers* ['wɔ:rənər 'brʌðəz] – Уорнер Бразерс [уóрнър бráзърс]. На основании фиксации пропорциональных звуковых комплексов фонетических систем выделяются те признаки заимствования, которые свидетельствуют в пользу английского языка как источника (примеры взяты из [Козлова, 2019]).

Грамматика английского языка характеризуется следующими особенностями: 1) синтаксическая мобильность слов, выражаяющаяся в том, что одна форма может иметь несколько частичных принадлежностей; 2)

многозначность слов (значение определяется контекстуальной актуальностью, от которой зависит и часть речи); 3) обилие односложных слов; 4) превалирование конверсионного вида словообразования. Морфемный аффиксальный способ словообразования является вторым по востребованности. «Наиболее частотна суффиксация, реже используется префиксация. При словосложении включение в состав деривата интерфиксов наблюдается редко» [Козлова, 2019: 79].

Аффиксы английского языка имеют в русском языке аналоги как грамматического, так и семантического типа. К примеру, в английском языке есть суффиксы, которые способствуют образованию слов, называющих лица женского пола (эти суффиксы являются неродными английскому языку; как правило, данные суффиксы встречаются в словах, заимствованных из французского языка; они малопродуктивны): *-ess*, *-ette*. Ср.: фр. *comtesse* – англ. *countess* – рус. *графиня*; фр. *majorette* – англ. *majorette* – рус. *мажоретка*. Передача значения этих суффиксов в русский язык может происходить и с помощью транслитерации, и с помощью калькированного перевода. Транслитерация: *-исс-*, *-ис-* (*принцесса*, *актриса* из фр.), *-ет-* (*сигарета* из фр.). Морфологическое калькирование осуществляется посредством суффиксов *-ниц-*, *-ициц-*, *-к-*, *-их-*, *-и-*. Из-за отсутствия категории рода в английском языке разграничение предметов (лиц) номинации по половой принадлежности не представляется очень важным. Соответственно, приведенные показатели (*-ess* и *-ette*) не являются квалифицирующими релевантами. Кроме того, они часто указывают не на английский язык как на источник заимствования, а на французский. В сравнительной типологии русского и английского языков существуют соответственные модели образования лексем с отвлеченным значением: английские суффиксы *-ism*, *-ity*, *-ness*, *-ing* и др. способны передаваться русскими суффиксами *-чин-* (-чин-), *-ость-*, *-иј-*, *-ств-*, *-к-* и др. Если речь идет о терминологических единицах, заимствованных из английского языка, то суффиксы могут транслитерироваться или транскрибироваться: *darwinism* – *дарвинизм*; *reality show* – *реалити-шоу*; *-er*: *копрайтер* – *copywriter*, – но могут и

компенсироваться: это относится к суффиксу *-tion* (*-sion*). Ср.: *фикин – fiction* и *монетизация – monetization* (примеры взяты из [Козлова, 2019]).

Дополним уже приведенный перечень суффиксов английского языка, встречающихся в заимствованных русским языком и в возникших на русскоязычной почве словах, другими суффиксами. О том, что слово заимствовано из английского языка, указывают следующие элементы слова:

- 1) суффикс имени существительного *-ment* (встречается также во французских заимствованиях): *девелопмент / development*;
- 2) суффикс имени существительного *-ist* (встречается не только в заимствованных из английского языка словах): *лоббист / lobbyist*;
- 3) суффикс имени существительного *-dom* (встречается редко, чаще в словах из молодежного сленга): *фридом / freedom*;
- 4) суффикс имени прилагательного *-able* (встречается также в заимствованиях из французского языка): *комфортабельный / comfortable*;
- 5) уменьшительно-ласкательный суффикс имени существительного *-y* (*-ie*): *худи / hoody* (примеры взяты из [Козлова, 2019]).

Префиксы английского языка в основном имеют интернациональный статус: *dis-*, *re-*, *un-*, *in-*, *inter-* и т.д. Префиксы (правильнее называть их префиксOIDами) *mis-*, *out-*, *under-* и *over-* свидетельствуют о заимствовании из английского языка: ср. *мисдирект – misdirect*; *аутсайдер – outsider*, *андеграунд – underground*, *овертайм – overtime*. Языковые факты, демонстрирующие написание приставки перед дефис, также могут восходить к английскому прототипу: *он-трейд – on-trade*. Ср. еще написание английского слова *online* в русском языке: *онлайн*, *online*, *on-line*. Языковой знак не обладает фиксированной формой передачи, но явно выражена тенденция к записи по аналогии с теми заимствованиями из источника, которые пишутся с префиксом через дефис (примеры взяты из [Козлова, 2019]).

Английские корни (включая корни латинского происхождения), прочно вошедшие в русскоязычный обиход:

из латинского: -аудио-: *аудиоблог* (*audio blog*), *аудиодиск* (*audio disk*); -видео-: *видеоресивер* (*video receiver*), *видеофайл* (*video file*); -супер-: *супермен* (*superman*), *супервайзер* (*supervisor*); -арт-: *арт-продюсер* (*art producer*), *арт-клуб* (*art club*);

из английского: -рок-: *рок-н-ролл* (*rock'n'roll*), *рокинг* (*rocking*); 6) -тайм-: *таймер* (*timer*), *тайм-аут* (*time-out*); -шоу-: *шоу-рум* (*show room*), *шоумен* (*showman*); -бол-: *футбол* (*football*), *баскетбол* (*basketball*) и др.

Как все заимствования, языковые элементы английского языка переживают три стадии адаптации при вхождении в новую систему. Согласно Н.А. Лошаковой, морфемный состав слов-заимствований из английского языка «на этапе первичной адаптации может подвергаться одному из трех типов трансморфемизации»: 1) «нулевой»: характеризуется свободным перемещением знака в систему-реципиент (к примеру, *bike* – *байк* или *office* – *офис*); 2) «частичной»: фиксируется перенесение корня со связкой морфем (например, *hacker* – *хакер*); 3) «полной»: констатируется привлечение языком-реципиентом собственных морфем (например, *scientology* – *саентология*) [Лошакова, 2019: 4]. При частичной и полной первичной адаптации англоязычная морфема (суффикс, префикс) может быть заменена русским аналогом. Вслед за первичной, морфемной адаптацией, следует «морфологическая адаптация англоязычной лексемы, а затем и семантическая» [Лошакова, 2019: 4–5]. Вторичная (морфологическая адаптация) характеризуется включением языкового знака (слова) в особую парадигму словоизменения, приобретением функций, которые задаются грамматическими категориями языка, способствующими вхождению единицы в синтагматические отношения с другими единицами системы-реципиента. Следующий этап адаптации (семантический) выявляет сочетаемостные свойства заимствования.

Нужно отметить, что границы между этапами адаптации языкового элемента являются размытыми, так как лексема обнаруживает качества грамматики (словообразовательные, морфологические) принимающего языка в речи носителей, т.е. тогда, когда демонстрирует свои функционально-

семантические возможности. К примеру, английское слово *click*, будучи заимствованным русским языком (отметим, что в русском языке уже были слова *клич* и *кликать*, но имели иное значение), быстро адаптировалось в речи информантов: *клик*, *кликанье*, *кликать*, *кликнув*, *кликающий*. Слово стало участвовать в словоизменении и деривации практически сразу же после вхождения в русскоязычный обиход в начале XXI в.

Еще до закрепления лексической единицы в словаре ее можно считать ассимилированной языком-реципиентом, если она приспособилась к его структуре и условиям употребления. Рассматривая основные аспекты заимствований из английского языка в русский, нельзя не обратить внимания на то, что языковые элементы стремятся не только к изменению своей формы, но и к некоторому влиянию на систему-реципиент. Так, сложные прилагательные, пришедшие из английского языка, предпочитают сохранять неизменяемость одного из своих составных компонентов. К примеру, в словах *тиар-акция*, *фитнес-зал* и *картофель фри* элементы *тиар-*, *фитнес-* и *фри* не склоняются по падежам, как элементы *акция*, *зал* и *картофель*.

Английский язык как источник заимствования может быть определен с помощью ряда формальных языковых показателей: характерные звукосочетания, адаптирующиеся к принимающему языку, но сохраняющие в некоторой степени свои акустические черты; морфемы (префиксы, суффиксы, корни). Важно учитывать то, что большинство английских слов полисемичны. При рассмотрении заимствованного слова, потенциально восходящего к английскому языку, нужно проследить его семантику и морфологическую (ие) парадигму (ы) в источнике. Если заимствованием выступает слово или сочетание слов, то можно сопоставить в семантическом плане уже имеющиеся в языке-реципиенте элементы из английского с рассматриваемым элементом, т.е. выделить конкретные лексико-семантические группы заимствований.

1.4. Языковые особенности заимствований в современных условиях

Глобализация служит одним из ключевых факторов, детерминирующих склонность глобального социума к унификации моделей межкультурной коммуникации, которая не может не отображаться и на межличностном общении носителей одной культуры. И.Г. Морозова отмечает, что «процесс глобализации затрагивает все сферы человеческой жизни, влияет и на национальные языки» [Морозова, 2009: 114]. Феномен заимствования, рассматриваемый в рамках всеобщей интеграции, наблюдаемой в экономике, политике, культуре и др., предстает как яркий пример массовой аксиологии, массовых эстетических представлений, а также концептуальных доминант, формирующих смысловое поле национальных картин мира. Заселение современных языков заимствованиями репрезентирует одну из мощнейших тенденций лингвистических систем к постоянному обновлению, развитию посредством включения новых элементов, что обуславливает функционирование и жизнь языка, его приспособление к действительности.

С точки зрения количественной динамики англицизмов в русском языке, статистические данные демонстрируют устойчивую тенденцию к значительному росту. Согласно исследованиям [Википедия, 2023], количество заимствований последовательно увеличивалось: от 52 единиц в XVI–XVII веках до 287 в XVIII столетии, 714 в XIX в. и достигло 1314 в XX в. (см. рисунок 2). Эта прогрессия непосредственно связана с этапами социально-экономического развития России, особенно в области внешней торговли, где историко-лингвистический анализ показывает четкую взаимосвязь между объемом языковых заимствований и уровнем интеграции страны в мировую экономическую систему [Костомаров, 1999].

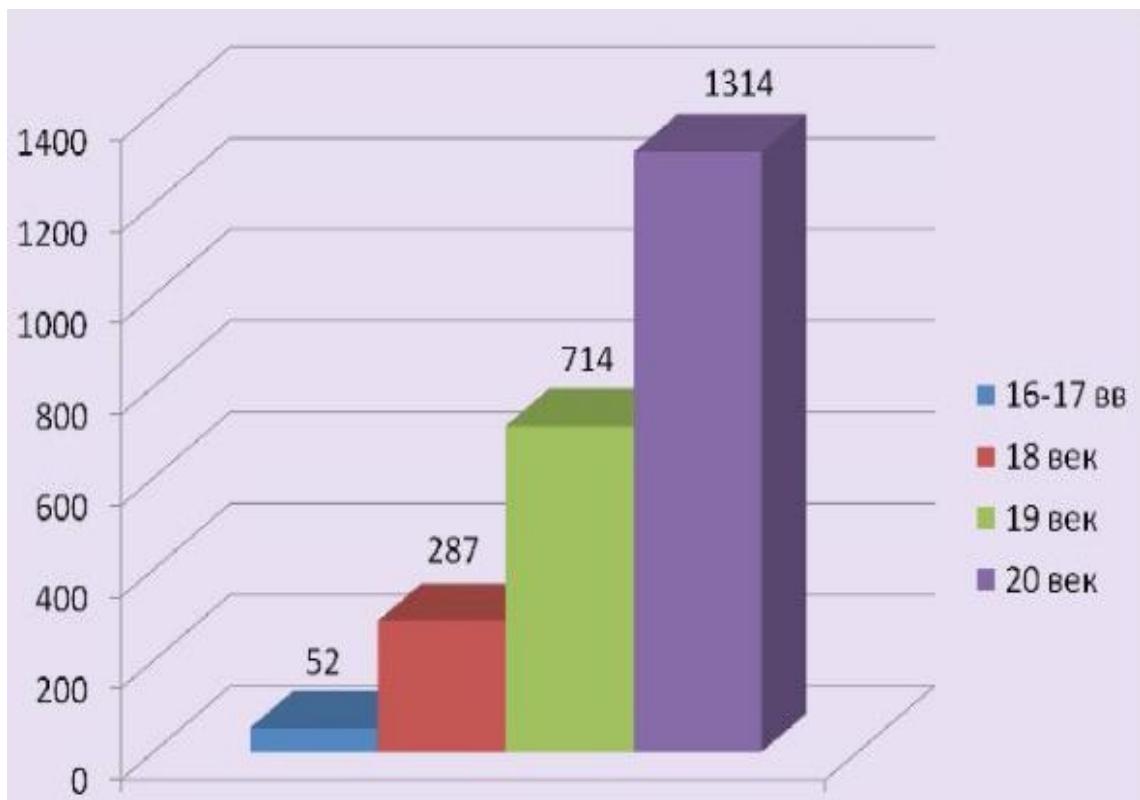


Рисунок 2. Общее количество заимствований из английского языка в русском языке⁶

Начальный этап характеризуется появлением первых навигационных терминов, таких как *гавань* (от англ. *haven*), в период петровских реформ XVIII в. В XIX в., с развитием промышленной революции, в русский язык вошли производственные термины, например *трактор* (от англ. *tractor*). Особенno интенсивным процесс заимствования стал в постсоветский период, когда в результате глобализации в русский торговый дискурс проникли такие термины, как *бизнес* (от англ. *business*), *маркетинг* (от англ. *marketing*) и *дилер* (от англ. *dealer*), ставшие ключевыми элементами современной профессиональной лексики [Тер-Минасова, 2000].

Проникновение англицизмов в сферу внешней торговли обусловлено несколькими взаимосвязанными факторами. Во-первых, доминирующее положение англоязычных стран в международной торговле способствовало распространению английского языка как основного средства международного

⁶ Режим доступа: <https://kasheloff.ru/photos/skolko-slov-v-russkom-i-angliyskom/> (дата обращения: 11.04.2024).

общения [Григорьева, 2003]. Во-вторых, необходимость быстрого обозначения новых технологий и бизнес-концепций требовала оперативного пополнения терминологического аппарата [Крысин, 2004]. В-третьих, точность и международная узнаваемость англоязычных терминов делают их незаменимыми в профессиональной коммуникации [Захаренко, 2005].

Особого внимания заслуживает процесс адаптации заимствований, который варьируется от полного сохранения исходной формы, как в случае со словом *саммит* (от англ. *summit*), до значительных морфологических изменений, например *фрилансить* (от англ. *freelance*). Эта вариативность отражает сложное взаимодействие между необходимостью языковой экономии и сохранением системной целостности языка [Бойко, 2014].

С точки зрения лингвистической типологии заимствований, исследование Е.В. Соколовой предлагает систематизацию английских заимствований в русском языке, основанную на механизмах их языковой адаптации [Соколова, 2021]. Согласно исследованию Е.В. Соколовой, посвященному анализу английских заимствований в русском языке, представленная классификация отражает основные механизмы адаптации англицизмов в русской лингвистической системе (см. рисунок 3). Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что процесс заимствования осуществляется через различные лингвистические механизмы, каждый из которых обладает специфическими особенностями.



Рисунок 3. Виды англизмов в русском языке⁷

Прямые заимствования характеризуются максимальным сохранением исходной фонетической и графической формы, что особенно характерно для терминологических единиц и новых концептов. Гибридные образования демонстрируют творческую адаптацию английских корней к русской морфологической системе через присоединение аффиксов. Калькирование представляет собой особый тип заимствования, при котором происходит семантическое заимствование с полной грамматической трансформацией.

Исследование выявило также наличие специфических форм языкового взаимодействия, таких как иноязычные вкрапления, выполняющие особые стилистические функции, и жаргонизмы, характерные для неформального общения. Особый интерес представляют композитные образования, сочетающие элементы английского и русского языков, а также полукальки, занимающие промежуточное положение между прямыми заимствованиями и полностью адаптированными единицами.

Экзотизмы, обозначающие уникальные явления англоязычной культуры, составляют особую группу, поскольку заполняют лакуны в русской языковой

⁷ Режим доступа: nsportal.ru, 2022. <https://autosprite.ru/foto/kakie-vidiy-angliyskiy-yaziyk> (дата обращения: 11.04.2024).

картине мира. Проведенный анализ подтверждает, что различные типы заимствований неравномерно распределяются по сферам употребления, отражая степень влияния английского языка на конкретные области жизнедеятельности.

Подобное разнообразие механизмов заимствования закономерно привело к значительному увеличению доли англицизмов в русском языке, что особенно ярко проявляется при сопоставлении исторических периодов. Рассматривая динамику англицизмов в русском языке сквозь призму их доли в общем объеме заимствований, следует отметить, «языковое заимствование – явление естественное» [Горошко, Труфанова, 2014: 222]. Однако, обращаясь к существующему положению и количеству заимствованных элементов в различных европейских, восточных и других языках, можно констатировать их (заимствований) чрезмерность. К примеру, согласно Э.Ф. Володарской, «к началу XXI в. в словарном составе русского языка «насчитывалось» 25 % англицизмов от общего числа используемых лексем, хотя еще в начале XX в. их процентное число было около 2,6 (%)» [Володарская, 2002: 102]. Подобный значительный количественный разрыв, не имеющий и ста лет промежутка, обнаруживается не только в русском, но и в других языках, преимущественно европейских. Это связано с тем, что заимствования из английского языка приобрели широкое распространение во всех областях человеческой деятельности, от бытового дискурса до дискурса образования. Последнее определяется доминирующей ролью англоязычных стран в научно-техническом прогрессе.

Научно-технический прогресс – важная причина интернационализации лексики. Словарный состав, по справедливым суждениям ученых, самая подвижная часть всех языков; она первая отвечает на события неязыковой реальности, откликается на них из-за необходимости выразить вербально зафиксированные в национальном сознании факты, произошедшие недавно и имеющие актуальность для воспроизведения (по [Горошко, Труфанова, 2014; Бойко, 2014; Колтан, 2017]). Интернациональная лексика – это лексика, используемая для оптимизации общения с помощью конкретных языковых значений и принятая политическим мировым сообществом.

Вектор языкового заимствования задает то государство, которое более всех преуспевает в научно-технической сфере, как самой востребованной области развития современного социума. Обратим внимание на то, что в разные эпохи подходы к заимствованию дифференцировались с точки зрения превалирующей в массовом сознании той или иной лингвокультуры знаковой системы, отраженной в таких когнитивных секторах, как «литература», «политика» и т.д. К примеру, в Российской империи конца XVII – начала XVIII вв. преобладали заимствованные единицы из голландского и немецкого языков. Это было обусловлено развитием судостроения, военного флота (голландский язык) и образовательного института (немецкий язык).

В конце XVIII в. в Европе в моду начало входить все французское, в том числе и язык. Влиянию подверглось и государство Российское. Кроме того, военные компании начала XIX в. укрепили статус данного языка как необходимого к изучению. Революционные настроения в России, которые ощущались «родственными» французским, тоже благоприятствовали тому, что французский язык был востребован. В XIX в. знание немецкого языка приветствовалось русским высшим обществом, так как Германия преуспевала в философии и литературе. В XXI в. большинством стран продвигается как релевантная научно-техническая мысль. Поэтому специфика заимствований определяется «центром» научно-технической мысли.

Основными каналами вхождения заимствований в языки в настоящее время являются разнообразные СМИ, инфо-коммуникационные системы [Озимчук, Сидорова, 2014]. Отдельным каналом-трансфером заимствований можно назвать торговую рекламу, которая проникает не только в СМИ, шире – в медиа, но и в неинтерактивную сферу социума. Последнее фиксируется вывесками, плакатами, табличками магазинов, ресторанов и т.д. С.А. Бойко приводит примеры неинтерактивной, вывесочной рекламы, которая иллюстрирует актуальность англоязычных заимствований для современного русского общества: спортивный клуб «Люкс Элеганс», бар «Грин-бар», ресторан «Стейк-Хаус», магазин электронных товаров «Лайт» и др. [Бойко, 2014: 36]. Ученый также отмечает, что

рекламные наименования обнаруживают заимствования на разных языковых уровнях: на лексическом («Фэнси»), на грамматическом («Зимние куртки NEW COLLECTION»); выделяются также графические заимствования («Zvezda»), орфографические («Морозофф») [Бойко, 2014: 33].

Наиболее важными каналами распространения являются телевидение и Интернет. Большие возможности коммуникации, возникшие с появлением интернета, позволили человеку выйти за пределы общения, ограниченного территорией государства. Ускорился процесс передачи информации, в целом взаимообмен ею, что привело и к ее обесцениванию. Современной мировой социум живет в особом ритме, при котором ежесекундно в электронном пространстве появляются новости на темы политики, экономики, культуры и др. Эти новости актуальны только тогда, когда они свежи. Быстрое вербальное реагирование на события тех, кто предоставляет информацию обществу, возможно только при постоянном отслеживании социально значимых явлений действительности. Получение информации из первого источника часто требует знания иностранного языка. Еще одной чертой, свойственной современному человеку, можно назвать интерес к общению с иностранцами. Данное желание интенсифицирует необходимость владения иностранным языковым кодом.

И.Г. Морозова замечает, что интеграция страны в мировое сообщество на современном этапе научно-технического развития всегда сопутствуется введением в языковую систему всевозможной интернациональной лексики [Морозова, 2009]. Большинство интернационализмов представляют заимствования из английского языка, который в последние десятилетия явно приближается к приобретению статуса *lingua franca*. Его роль как лингвистической системы межкультурного общения укрепляется. К.С. Захватаева называет процесс учащения межкультурных контактов с использованием английского языка как «средства коммуникации явлением глобального билингвизма» [Захватаева, 2013: 7].

Английский язык занимает первое место в перечне обязательных иностранных языков, которые по выбору можно изучать в русских (и не только в

русских) школах, колледжах, вузах. Массовые западная культура и русская культура на протяжении многих лет (русская культура – начиная с 70–80-х гг. прошлого столетия) были ориентированы на американские ценности, на американские лингвокультурные представления о красоте. Это не могло не способствовать широкому распространению американализмов.

Среди системных особенностей английского языка, которые могли бы служить факторами для его выбора как языка глобального, транснационального общения, выделим следующие:

- 1) лаконичное и прозрачное содержание терминологической лексики, в том числе, с латинскими и греческими корнями, используемой в сферах политики, экономики, торговли, науки и др.;
- 2) выраженная семантическая универсальность общеупотребительных слов, могущих использоваться в различных значениях;
- 3) морфологическая валентность слов, позволяющая им переходить из одной части речи в другую под влиянием процесса конверсии (не требует запоминания большого количества аффиксальных словообразовательных моделей);
- 4) относительно несложная синтаксическая система, представляющая немного трудностей в усвоении;
- 5) родственные отношения с романскими и германскими языками, на которых говорит значительная часть населения Европы (по [Захватаева, 2013]).

Языковые особенности заимствованных единиц в нынешних условиях характеризуются обильным накопленным материалом лексики и некоторых грамматических элементов в русскоязычной системе и других системах, прибегающих к включению англицизмов. Как уже говорилось ранее, и в английском языке, и во многих других функционируют слова и морфемы латинского и греческого происхождения. Это служит сближению фрагментов языковых картин мира разных социумов. Языковые элементы, этимологически восходящие к латыни и греческому языку, издавна использовались для номинации научных абстрактных понятий, требующих уникальные и

моносемантические названия, чтобы ограничить сферу своего употребления. Это в свою очередь помогало научной лексике обособиться от лексики других стилей языка. Английский язык усиленно использует знаки греческого и латинского происхождения в целях наименования научно-технических, политических и экономических понятий и реалий. В связи с тем, что англоязычные страны уже давно доминируют в соответствующих сферах, термины заимствуются другими языками, будучи понятными, так как имеют знакомые разным национальным языковым сознаниям структурные элементы.

Рассмотрим пример. Английское слово *realtor* (указывающее на лицо, которое осуществляет продажу недвижимости, которое является профессиональным агентом), заимствовано русским (*риэлтор*), французским, немецким, итальянским, испанским языками (*realtor*). Английская лексема *realtor* образована от слова *realty* («недвижимость»), которое в свою очередь образовано от *real* ('реальный', 'действительный'). Слово *real* восходит к латинскому *realis* ('относящийся к вещам, к действительности'), которое образовано от лексемы *res* ('вещь', 'дело'). Термин *realtor* был предложен в 1916 г. американцем Ч. Чедбурном, быстро вошел в англоязычный обиход и затем приобрел распространение в других языках. К моменту вхождения данной единицы в принимающие системы в языках уже укоренились, а также имели широкое употребление лексемы,озвучные и близкие по значению латинскому слову *realis*. Ср.: рус. *реальный* – фр. *réel* – нем. *Real* – ит. *reale* – исп. *real*. Данные лексемы активно участвовали в деривации. Например, еще в XIX в. русскоязычное общество пользовалось такими словами, как *реальность*, *реализм*, *реализовать* и др. Добавим, что термин *реализм* в XIX в. имел интернациональный статус; он использовался для наименования философского течения, направлений в живописи, архитектуре и литературе. Знакомое фонетическое оформление и семантическая база слова *realtor*, восходящие к известному источнику (к латинскому слову), сделали заимствование актуальным для языков. Важно также подчеркнуть, что в некоторых из них существовали и существуют до сих пор варианты наименования специалиста, занимающегося

продажей недвижимости. Ср.: нем. *Makler* (также было заимствовано русским языком: *маклер*; имело большую популярность во времена СССР) – фр. *immobilier* – ит. *agente* – исп. *agente*. Однако «заимствованный элемент в названных языках обладает сегодня большей популярностью» [Захватаева, 2013].

В последнее время изучение специфики функционирования заимствованных элементов в системах языков-реципиентов сопровождается интересом ученых к явлению высокой социальной востребованности иностранных слов, с одной стороны, и к дезактуализации исконной для языков лексики, с другой. О.А. Колтан отмечает, что информанты, часто прибегающие к употреблению в речи иноязычных знаков, считают заимствования «более престижными и благозвучными, чем слова родного языка, а также считают, что иностранные лексемы выдают «ученость» говорящих» [Колтан, 2017: 96]. Подвержены такому мнению не только представители молодого поколения, но и люди зрелого возраста (по [Горошко, Труфанова, 2014; Колтан, 2017]).

Обилие заимствований в языках и их активное употребление есть не что иное, как мода на современность. Психолингвистические исследования подтверждают, что в сознании носителей языка складываются определенные отношения к вербальным средствам. Единицы родного языка воспринимаются как устаревающие, а единицы чужого языка, быть может, существующие в своей системе столетия, но вошедшие в новую для них структуру недавно, воспринимаются как «свежее» явление. Приведем слова К.С. Захватаевой: «займствование нужно рассматривать как процесс неологизации, который способствует обновлению структуры языка; процесс нужно рассматривать в двух планах: синхроническом и диахроническом» [Захватаева, 2013: 7].

Примечательно, что такие заимствования из английского языка, как *шузы*, *чайндж*, имевшие популярность в 80–90-е гг. прошлого века, представляющие неологический процесс в действии, уже не используются в речи русского социума и, очевидно, скоро перейдут в разряд устаревших слов. Обстоятельства действительности, подталкивавшие русских информантов к употреблению слов *шузы* и *чайндж* (фиксировались в основном в речи молодежи и людей до 40 / 45

лет), потеряли актуальность (приобретение импортных товаров и обмен валюты перестали восприниматься как труднодоступные действия). В русском языке уже имелись более понятные общеупотребительные лексемы *обувь* и *менять*.

Сленг выступает первичной языковой сферой заимствований; из него они могут перейти в литературный язык, могут оставаться в исходном положении жаргонного элемента (профессионального, спортивного, молодежного и др.). Заимствованный языковой элемент должен отвечать своим содержанием наущно важным требованиям весомой части общества, в противном случае он потеряет статус релевантного. Как уже говорилось, заимствования-англизмы в полной мере отвечают прагматическим тенденциям современности. Аксиологический вектор, заданный США и Великобританией, формирует оценочные аспекты англизмов и называемых ими культурой. Так, вошедшее в русский язык слово *спецэффекты* (англ. *special effects*) укоренилось из-за потока американских кинофильмов, содержащих усовершенствованную, по сравнению с предыдущей эпохой кино, графику. Сегодня наличие хороших спецэффектов выступает одним из главных критериев оценки кинофильма. Другой пример: слово *трэши*. В английском языке *trash* означает ‘хлам’, а также ‘направление в искусстве’. В русском языке слово *трэши* имеет несколько значений: 1) жанр кино; 2) стиль рок-музыки; 3) ужас, наваждение. Название стиля рок-музыки восходит к английскому слову *thrash* ‘долбить’ и семантически не близко к репрезентанту с первичным значением ‘хлам’. Употребление слова *трэши* в значении ‘ужас’ встречается в разговорной речи и выявляет корреляцию со значением ‘жанр кино (ужасы)’. В русском языке элементы семантики слова *трэши* предстают как иллюстраторы полисемии. Общей семой выступает ‘стиль’: ‘стиль кино’, ‘стиль музыки’, ‘стиль чувства / эмоции’. В русском языке есть слова, способные компенсировать первое и третье значения заимствованной лексемы: 1) ужасы; 3) ужас, наваждение, кошмар (заимствовано из французского языка), отвращение, неприятность. Однако желание выразить характерное для конкретной социальной группы и не присущее другим социальным группам, значимое и лишенное связи с определенным, «укоренившимся» спектром языковых значений, в которых

прослеживается сложное полисмысловое содержание (*наваждение, отвращение, неприятность*), заставляет русских информантов прибегать к использованию лексемы *трэши* [Дьяков, 2020].

Можно констатировать особые психологические и эстетические установки языковых особенностей словесных знаков, заимствованных из системы английского языка: активное употребление англоязычных элементов в речи русских информантов детерминировано тем, что знаки системы английского языка используют представители так называемого элитарного общества (политики, артисты и др.). В связи с этим знаки и понятия английской лингвокультуры ассоциируются с такими категориями, как «достаток», «успех» и «ум». Появление в языке подобных заимствований – феномен психолингвистический и культурологический.

Китайский исследователь Линь Е отмечает, что заимствование англицизмов в современности сопровождается созданием псевдоанглицизмов на почве интенсивного распространения и актуальности некоторых морфем, даже звукосочетаний. Во французском языке возник термин франглиш, а в немецком – денглиш. Франглишем и денглишем называют французский и немецкий варианты английского языка. При этом «знаки франглиша и денглиша имеют мало общего в лексико-семантическом, зачастую и в морфемно-морфологическом аспекте с «источником» заимствованных единиц, а также мало общего с литературными французским и немецким языками» [Линь Е, 2015: 200].

В русском языке встречается несколько типов псевдоанглицизмов:

- 1) лексемы с семантическим сдвигом: *коттедж* ‘благоустроенное жилье’ от *cottage* ‘дом в сельской местности’;
- 2) эллиптические модификаты английских словосочетаний: *стринги* ‘разновидность нижнего белья’ от *G-string* ‘веревка’;
- 3) нарицательные имена существительные, возникшие на основе английских имен собственных, как правило, номенклатурных названий: *ксерокс* ‘копировальная машина’ – от *Xerox* – название американской фирмы, специализирующейся на копировальных машинах;

- 4) лексемы с «русским» планом содержания и «английским» планом выражения: *еллоу блю бас* ‘я люблю вас’ от *yellow blue bus*;
- 5) композиты с русской корневой морфемой и английским аффиксом: *крумэбл, крышинг, тусяйин*;
- 6) русские словообразовательные дериваты: *лайковый* обр. от *лайк*, заимствованного из английского языка – *like* (см. [Дьяков, 2020]).

Псевдоанглицизмы демонстрируют как релевантные для русских информантов фонетические, морфемные и лексические черты системы английского языка. Основаниями заимствований из английского языка и создания псевдоанглицизмов на русскоязычной почве как показателей актуальности лексико-семантических и грамматических свойств источника являются:

- 1) ориентация общества на язык технологий, включающий как научную терминологию, так и жаргонные элементы (компьютерный сленг);
- 2) установки общества на эмоционально насыщенное и экспрессивное речевое отражение реалий (давно существующих и недавно появившихся);
- 3) уровень культуры общества и личности (находятся в отношениях взаимной обусловленности);
- 4) аксиологические и семантические аспекты национального сознания, не только определяющие критерии заимствования, но и ограничивающего их использование (по [Володарская, 2002]).

По справедливому утверждению Э.Ф. Володарской, потеря исконной формы англицизмов, их адаптация, во многих случаях свидетельствующая о полном приспособлении к системе, позволяет выделить данный способ обновления русского языка как эффективный. По мнению ученого, «англицизмы не могут навредить русскому языку, если их вхождение в его структуру обусловлено потребностью в номинации» [Володарская, 2002: 110]. Если англицизмы входят в язык по иным причинам, то он со временем от них (англицизмов) избавляется. Русский язык – отлаженный, совершенный механизм, который стремится к самоочищению.

Стоит отметить, что английский язык, благодаря своему статусу *lingua franca* в различных сферах, в том числе в науке, бизнесе и технологиях, служит ключевым источником для формирования новой специфической лексики, которая приобретает универсальный характер в рамках профессиональных сообществ. Данная тенденция особенно ярко проявляется в сфере международных торгово-экономических отношений. Влияние англоязычного экономического дискурса на русский язык приводит к появлению неологизмов, выраженных англизмами, например: *стартап* (*startup*), *дауншифтинг* (*downshifting*), *айти-специалист* (*IT-specialist*). Эти слова отражают новые явления и процессы, возникающие в результате глобализации и цифровизации. Англизмы-неологизмы в данном случае выполняют две функции: описывают уникальные концепции, которые ранее не были представлены в языке-реципиенте; заполняют пробелы в лексике, где слова в языке-реципиенте не успевают за стремительно меняющейся реальностью (по [Володарская, 2002]).

Таким образом, процесс глобализации, обуславливающий интернациональный характер межкультурной коммуникации, а также обеспечивающий развитие информационно-коммуникационных технологий, служит основной причиной широкого применения англизмов. Английский язык сегодня приобретает статус *lingua franca*. В связи с этим во многих европейских и славянских языках наблюдается активное заимствование англизмов. Английский язык является языком мировой политики, с его помощью, а также с помощью отдельных его элементов изъясняются многие известные личности. Языковые особенности англизмов обнаруживают социальную актуальность в плане словообразования и семантики, т.к. номинует понятия, деятелей, предметы и др., отражающие развитие информационно-коммуникационных технологий, что отражается в том числе в словообразовательных формантах. Это выступает своеобразным отражением актуальности культуры англоязычных стран для современного этапа развития человечества.

Выводы по главе 1

1. Заемствование, являясь лингвистическим феноменом, служит иллюстратором процессов, осуществляющихся в различных сферах жизни общества. Активные заимствования отражают специфику интенций национального сознания социума, коммуницирующего с помощью того языка, который включает в себя иностранные элементы. Заемствование может быть истолковано как языковой знак, принадлежащий любому системному уровню, который входит в структурное языковое пространство реципиента и который вносит в него актуальную с позиции семантической значимости единицу.

Заемствование следует понимать как процесс и как результат трансплантации элемента иноязычной системы в систему-реципиент. Эти процесс и результат имеют двустороннюю природу, так как результируют контактные отношения двух (или более) языков. Если процесс заимствования характеризуется описанием пути трансформа знака в новую для него языковую структуру, то результат заимствования толкуется как факт принятия нового элемента.

2. Вне зависимости от уровня адаптации иностранного элемента в системе языка-реципиента, статус заимствования не утрачивается, так как тот факт, что данный иноязычный элемент функционирует в устной и/или письменной речи носителей языка и участвует в категоризации явлений и событий действительности, говорит о его релевантности как показателе ментальноязыковых характеристик социума. Факторы, обусловливающие заимствование, могут иметь лингвистический языковой, внутренний и экстралингвистический неязыковой, внешний, психолингвистический характер.

Языковые причины заимствования кроются в фонетических, лексико-семантических и грамматических особенностях языка-источника и языка-реципиента. Экстралингвистические причины определяют заимствование как репрезентацию соответствующих реалий, понятий и культурных в историко-политическом, экономическом, географическом и др. аспектах. Психолингвистические причины фиксируются в социоментальном приспособлении фрагментов реальности к языку с помощью заимствований.

3. Современная глобализация детерминирует необходимость общих для всех стран универсальных способов межкультурной коммуникации. В настоящее время английский язык получил статус международного языка. Преуспевание англоязычных стран в политике, экономике, научно-технической сфере, а также экспансия лингвокультурных констант и аксиологии Англии и США благоприятствуют тому, что данный язык завоевывает положение *lingua franca*. Системные лексико-семантические и грамматические свойства английского языка отвечают прагматическим целям, установкам и предпочтениям современного мирового социума. Данные обстоятельства относимы и к заимствованиям из английского языка.

4. Современный русский язык содержит большое количество англицизмов и уже создал много псевдоанглицизмов. Для русского социума употребление заимствований из английского языка актуально потому, что данный язык считается престижным. Это детерминировано мировым признанием, широким использованием англицизмов в речи представителей элитарного общества, как и социума в целом.

Англицизмы распространяются с помощью СМИ и Интернета, функционируют во всех стилях русского языка, номинируют понятия из различных областей человеческой деятельности. В ряде случаев англицизмы выступают нужными русскому языку средствами (например, термины), отмечается тенденция к замещению ими исконных русскоязычных средств.

5. Английский язык имеет ярко окрашенные фонетические и словообразовательные элементы, его становление как источника заимствований в русском языке не всегда легко осуществляется. Главной причиной выступает обилие международных морфем, которые функционируют в большинстве европейских языков. Однако внимание к типичным сочетаниям англоязычных звуков, выяснение этимологии слов и аффиксов может помочь в определении элемента либо как элемента английского языка, либо как элемента иного языкового источника, либо как результата деривации, произошедшей на почве

русского языка. Существенно и отнесение заимствованного элемента к особому лексико-грамматическому классу предполагаемого источника.

6. При идентификации английского языка как источника заимствований необходимо обращаться к его фонетическим чертам, деривационным и семантическим возможностям. Это позволит внести уточнения и сформировать актуальный терминологический аппарат. Рассматривая процессы деривации, потенциально происходящей на почве языка-реципиента, следует прибегать к рассмотрению словообразовательной составляющей в языке-источнике и языке-реципиенте; проводить параллели и сопоставления; выявлять семантические, фонетические и морфологические соответствия.

ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

2.1. Классификация англоязычных заимствований в русском языке в сфере международная торговля

Английский язык признается лингвистами как актуальный источник заимствований, исполняющий данную роль не одно десятилетие, в том числе и в сфере торгово-промышленных и экономических отношений, однако до сих пор в науке остро стоит вопрос о создании единой классификации единиц, вошедших в систему русского языка при заимствовании. Данная проблема подразумевает разбиение на ряд более узких, в фокусе которых концентрируется определение положения различных заимствованных единиц в русской лексике и грамматике. Как отмечают В.В. Рудская и И.Н. Плеханенко, «экономика является сферой, на долю которой выпадает самое большое число англицизмов» [Рудская, Плеханенко, 2012: 48]. При этом поле лексем, составляющих терминологический аппарат сферы экономики и тесно связанной с ней сферы торговли, не располагает нужной упорядоченностью.

Отсутствие универсальной классификации вызвано в первую очередь тем, что заимствованные термины экономики и торгово-экономических отношений в русском языке, по справедливому замечанию А.Х. Ашраповой и С.В. Алендеевой, «не в полном объеме осмыслены в понятийном аспекте» [Ашрапова, Алендеева, 2014: 21], что, разумеется, препятствует структуризации единиц. Аморфность и размытость русской терминосистемы сферы международной торговли затрудняют анализ и синтез имеющихся в ней заимствований из английского языка. Однако это не единственная причина затруднений, которые возникают при рассмотрении терминов-англицизмов области торгово-экономических отношений в словарной системе русского языка. Весьма существенно и то, что в распоряжении ученых оказывается немалое количество критериев классификации, детерминирующих широкий диапазон определения-группы заимствований.

Распространены три критерия классификации – это: 1) согласно лексико-семантическим особенностям заимствованных знаков (т.е. собственно тематические группы); 2) согласно грамматическим свойствам заимствованных единиц (учитываются также заимствованные аффиксы); 3) согласно характеру адаптации и степени освоенности терминов-английизмов (рассматриваются лексемы, сочетания слов, фразеологические единицы). Как показывают работы ученых, не существует единой классификации, включающей все перечисленные параметры, что обусловлено частотностью несовпадений при дистрибуции по группам заимствованных из английского языка единиц (по [Александрова, 2000; Тервал, Толванен, 2006; Palmgren, 2007; Чан: 2007; Борщевская, 2010; Алиева, 2010; Рудзкая, Плеханенко, 2012; Ашрапова, Алендеева, 2014; Алексеева, Федосеева, 2019]).

Данное несовпадение проявляется в том, что языковые элементы, которые оказались в одной группе, сформированной по конкретному критерию, могут появиться в разных группах, сформированных по другим критериям. Кроме того, ни один из критериев классификации, используемый отдельно, полно не отражает функциональных особенностей заимствований в терминосистеме экономики русского языка. По словам В. Шохрадова, «отсутствие точной и универсальной классификации значительно усложняет экономическую и, как следствие, торговую коммуникацию» [Шохрадов, 2018: 379]. Создание такой классификации способно оптимизировать общение в области внутренней и внешней торговли, обеспечить источник достоверной информации.

С целью выявления наиболее релевантных, с точек зрения научной и практической, параметров, употребительных при классификации знаков английского языка в русской торгово-экономической терминологической системе, обратимся к анализу существующих типологий. Приведем самые известные из них хорошо иллюстрирующие основы осуществления классификации по перечисленным выше критериям. Для начала разобьем все классификации, которые подлежат анализу, на группы по признаку критерия, являющегося базой для дифференциации языковых единиц. Первую группу классификаций (по 1-му

критерию и далее – соответственно) представляют: классификации Г.Н. Александровой [Александрова, 2000], О. Тарвала и К. Толванен [Тервал, Толванен, 2006], К. Палмгрен [Palmgren, 2007], В.Н. Алиевой [Алиева, 2010]. Вторая группа: классификации Г.Н. Александровой [Александрова, 2000], Т.Е. Алексеевой и Л.Н. Федосеевой [Алексеева, Федосеева, 2019]. Третью группу составляют следующие классификации: Чан Хоанг Май Ань [Чан, 2007], Т.С. Борщевской [Борщевская, 2010], В.В. Рудзкой и И.Н. Плеханенко [Рудская, Плеханенко, 2012].

Классификации первой группы разделяются на те, которые основаны на обобщенном понятийном критерии, и те, которые дифференцируют все термины согласно «более узким» лексико-семантическим значениям. Так, по обобщенному понятийному критерию выстраивают свою классификацию экономических терминов О. Тервала и К. Толванен:

- 1) экономическая лексика сферы политики (*санкция* от англ. *sanction* – в данной классификации примеры из [Дьяков, 2014; 2023]);
- 2) лексика финансов (*конвертация* от англ. *conversion*);
- 3) биржевая лексика (*брокер* от англ. *broker*);
- 4) лексика области торговых отношений (*билинг* от англ. *billing*);
- 5) наименования предприятий (*холдинг* от англ. *holding*);
- 6) лексика с «внутрифирменными функциями» (*аудит* от англ. *audit*);
- 7) лексика маркетинга и менеджмента (*лефлетинг* от англ. *leafleting*) (по [Тервала, Толванен, 2006]).

Важно отметить, что торговая лексика, по данной классификации, есть лишь группа экономических терминов. Заемствованные термины торговой сферы отдельно не рассматриваются. Промежуточное положение между «понятийными и функциональными классификациями» занимает та, которую предлагает К. Палмгрен (классификация разграничивает к тому же торговые термины и собственно экономические):

- 1) коммерческие термины (*джоббер* от англ. *jobber*);
- 2) финансовые термины (*клиринг* от англ. *clearing*);

3) экономические термины (*спонсор* от англ. *sponsor*)(по [Palmgren, 2007]).

Однако и данная классификация не представляется полноценной для того, чтобы осмыслить терминологическое пространство сферы *международная торговля*. Подробнее представлен торгово-экономический пласт лексики в тематической классификации экономических заимствований из английского языка Г.Н. Александровой, осуществившей дифференциацию языковых единиц по лексико-семантическому признаку:

- 1) термины, обозначающие род деятельности и профессии (*актуарий* от англ. *actuary*);
- 2) термины, которые обозначают организации, формы собственности (*Федеральная резервная система* от англ. *Federal Reserve System*);
- 3) термины, называющие теоретические понятия (*свободная рыночная экономика* от англ. *free market economy*);
- 4) термины, обозначающие персоналии (*Форд* от англ. *Ford*);
- 5) термины, которые обозначают ценные бумаги (*секьюритис* от англ. *securities*);
- 6) термины, обозначающие деньги и то, что с ними связано (*дисконт* от англ. *discount*);
- 7) термины, обозначающие характеристики развития предприятий и их состояние (*рецессия* от англ. *recession*);
- 8) термины, обозначающие характеристики производства и отношений в области торгово-экономических отношений и промышленности (*штрайкбрехер* от англ. *strikebreaker* (первый элемент заимствован английским языком из немецкого, но в русский язык *-штрайк-* вошло только в составе приведенного слова));
- 9) термины, относящиеся к сфере страхования (договор гарантийного страхования от англ. *contract guarantee insurance*);
- 10) термины, обозначающие процессы регуляции отношений в торгово-экономической сфере (эмбарго от англ. *embargo*)(по [Александрова, 2000]).

На наш взгляд в данной классификации внутрисистемные отношения слов, которые формируют собой подгруппы (промышленность и торговля, политическая экономика и др.), не устанавливаются, как и сами подгруппы. Удачной, на наш взгляд, выступает и классификация В.Н. Алиевой. Классификация содержит не так много групп, как предыдущая, однако включает востребованные и часто используемые в сфере экономики заимствования из английского языка:

- 1) термины-обозначения частных структур и объединений (*консалтинг* от англ. *consulting*);
- 2) термины-названия программ и видов экономической деятельности (*ауттрейд* от англ. *outtrade*);
- 3) термины-обозначения субъектов деятельности в сфере экономики (*дистрибутор* от англ. *distributor*);
- 4) термины-названия ценных бумаг и валюты (*евро-бонд* от англ. *Euro bond*);
- 5) термины-названия профессий, свойственных экономической сфере (*менеджер* от англ. *manager*) (по [Алиева, 2010]).

Классификации, составленные Г.Н. Александровой и В.Н. Алиевой, с разной степенью детализации охватывают все лексико-тематические группы торгово-экономических терминов, заимствованных из английского языка. Притом ни одна из них не располагает, кроме лексико-семантического параметра, иными критериями дифференциации и дистрибуции англицизмов. Терминосистема торгово-экономических отношений не выделяется в самостоятельную, а служит составляющей большей по объему экономической системы.

Г.Н. Александровой была разработана и отдельная классификация по формальному показателю. Согласно формальному принципу разграничения выделяются:

- 1) термины-слова (*олигополия* от англ. *oligopoly*);
- 2) термины-словосочетания (*налоговая политика* от англ. *fiscal policy*);

3) термины-аббревиатуры (*ОПЕК* от англ. *OPEC*) (по [Александрова, 2000]).

В систему данной классификации частично вошли морфологические, морфемные и синтаксические параметры дистрибуции. Она не полноценна, так как не включает ряд единиц (к примеру, фразеологические единицы), а также не демонстрирует морфологического многообразия первой группы. В этом отношении более подробно представляются экономические термины в классификации Т.Е. Алексеевой и Л.Н. Федосеевой:

1) первичная дифференциация осуществляется на основе состава слов (одно- и многокомпонентность):

- а) слова, состоящие из одного корня (*бюджет* от англ. *budget*);
 - б) слова, которые состоят из нескольких морфем – корня и аффиксов (*инжиниринг* от англ. *engineering*);
 - в) слова, возникшие с помощью сложения основ (*стартап* от англ. *start-up*);
- 2) вторичная дифференциация осуществляется со второй и третьей группами по морфемно-морфологическим показателям:

а) слова, состоящие из нескольких морфем – корня и аффиксов, могут иметь в своем составе:

- суффикс *-инг* (*маркетинг* от англ. *marketing*) – входят в русский язык как имена существительные; суффикс *-ер / -ор* (*провайдер* от англ. *provider*) – имена существительные; суффикс *-ция* (*амортизация* от англ. *amortization*) – имена существительные;

- префикс *овер-* (*овербот* от англ. *overbought*) – входят в русский язык как имена существительные (даже если слово-источник является глаголом, однако участвуют в словообразовании на почве русского языка) и как глаголы; префикс *ре-* (*реэкспорт* от англ. *re-export*) – входят в русский язык как имена существительные и глаголы, участвуют в деривационных процессах, могут образовывать имена прилагательные; префикс *аут-* (*аутплacement* от англ. *outplacement*) – входят в русский язык как имена существительные и имена прилагательные, глаголы;

б) слова, возникшие с помощью сложения основ, могут составляться:

- из имени существительного и послелога (*ролловер* от англ. *rollover*);
- из имени существительного и имени существительного (*пресс-релиз* от англ. *press release*);
- из сочетания «им. сущ. + and + им. сущ.» (кэш-энд-кэри от англ. *cash and carry*);
- из имени прилагательного и имени существительного (*гудвилл* от англ. *good will*);
- из имени существительного и -*ing*-формы глагола (*краудфандинг* от англ. *crowdfunding*) (по[Алексеева, Федосеева, 2019]).

Недостатком рассмотренной классификации, на наш взгляд, является несистемное применение разных формальных показателей заимствований именных и глагольных частей речи, включающих те или иные морфемы. Уделив немалое внимание морфемному и морфологическому пластам англицизмов, ученые упустили значительное количество сочетаний слов и фразеологических единиц. Более системно организована классификация Т.С. Борщевской: принцип отбора лексических единиц основывается на распределении заимствований по степени освоенности, характеру адаптации, на частичной дифференциации по компонентному составу. Главным критерием выступает степень освоения. Согласно данной классификации, экономические термины разделяются на:

- 1) графически неосвоенные (*IT*);
- 2) транслитерированные:
 - простые слова (*бум* от англ. *boom*);
 - аббревиатуры (*ФАС* от англ. *FAS*);
 - словосочетания (*сервис-контракт* от англ. *service contract*);
- 3) транскрибированные (*супервайзер* от англ. *supervisor*);
- 4) трансформированные кальки (*50 любимчиков* от англ. *nifty-fifty*);
- 5) возникшие на базе смешанного калькирования (*стратегии PUSH и PUL* от англ. *Push-pull strategy*);
- 6) фразеологические кальки (*дерево решений* от англ. *decision tree*);

7) описательные обороты (*прямой контакт продавца и покупателя на бирже* от англ. *open outcry*) (по [Борщевская, 2010]).

Описания заимствований Чан Хоанг Май Ань и В.В. Рудзкой, И.Н. Плеханенко используют меньшее количество критериев: для обеих классификаций доминирующим выступает принцип деления терминов на освоенные, неосвоенные и частично освоенные. Чан Хоанг Май Ань приводит основные группы англоязычных терминов-заимствований в русском языке, каждая из которых в свою очередь делится на две подгруппы:

1) фонетико-графические заимствования:

- не подвергшиеся переосмыслению в принятом языке (*PEST-анализ* от англ. *PEST analysis* – в данной классификации примеры наши);

- подверженные изменениям в семантике (*шоурум* от англ. *showroom*);

2) грамматические заимствования:

- не подвергшиеся переосмыслению в принятом языке (*клон-мейкеры* от англ. *clone-maker*);

- подверженные изменениям в семантике (*шеринг-экономика* от англ. *sharing economy*);

3) семантические заимствования:

- не подвергшиеся переосмыслению в принятом языке (*аутогенное управление/самоуправление* от англ. *self-management*);

- подверженные изменениям в семантике (*микрорешение* от англ. *micro solution*) (по [Чан, 2007]).

В.В. Рудзкая и И.Н. Плеханенко выделяют следующие типы терминов-заимствований в русском языке в сфере экономики:

1) лексемы, активно употребляющиеся и имеющие высокую степень словообразовательной активности (*свитч – свитчевый* от англ. *switch*);

2) лексемы, менее активно употребляющиеся и имеющие среднюю степень словообразовательной активности (*стайлинг* (редко: *стайлинговый*) от англ. *styling*);

3) термины, словообразовательный потенциал которых изначально определяется системой русского языка (*падающий рынок* от англ. *falling market*) (речь идет о семантической кальке) (по [Рудзкая, Плеханенко, 2012]).

Однако, на наш взгляд, целесообразно выделить отдельную терминосистему сферы *международная торговля*. Так, классификация, предлагаемая нами в отношении русского языка, включает в себя примеры англицизмов и устанавливает несколько групп на основе частотности и распространенности использования данных единиц:

- 1) специальные термины, пережившие различную адаптацию (разно утверждались в русском языке), закрепившиеся исключительно в общении профессиональном (*роялти* от англ. *royalty*);
- 2) специальные термины, приобретшие статус общеупотребительных, но уже перешедшие или переходящие в разряд устаревших слов (*ваучер* от англ. *voucher*);
- 3) термины коммерции, активно используемые в ежедневном общении людей разных профессиональных групп, пережившие различную адаптацию в русском языке (*дефолт* от англ. *default*) [Юйхань, 2021].

Как видно, все вышеперечисленные классификации, сформированные по принципу распределения всех единиц на освоенные/неосвоенные/частично освоенные, полностью не способны соответствовать требованиям систематизации терминологической системы, так как представление языковых единиц только в ракурсе процессов приспособления к русскому языку не раскрывает их понятийной сущности. Грамматический критерий выделения групп терминов-англицизмов также не обеспечивает успешности классификации, так как не учитывает от случая к случаю отличающийся характер адаптации и лексико-семантические качества заимствований. Отметим, что релевантным критерием выступает именно содержательный критерий, т.е. понятийный или же лексико-семантический. Однако он не способствует манифестации всего того многообразия деривационных (отчасти функциональных), ассимиляционных особенностей терминов-заимствований.

Выше были представлены классификации, в основном разработанные для системы экономики, но не для системы терминов сферы *международная торговля*. Мы предлагаем модель классификации, применяемую в рамках данного исследования для структуризации и квантификации терминов-заимствований из английского языка в сфере внешней торговли, однако подобная модель может использоваться при систематизации терминов других сфер и не только в отношении англицизмов (см. рисунок 4).

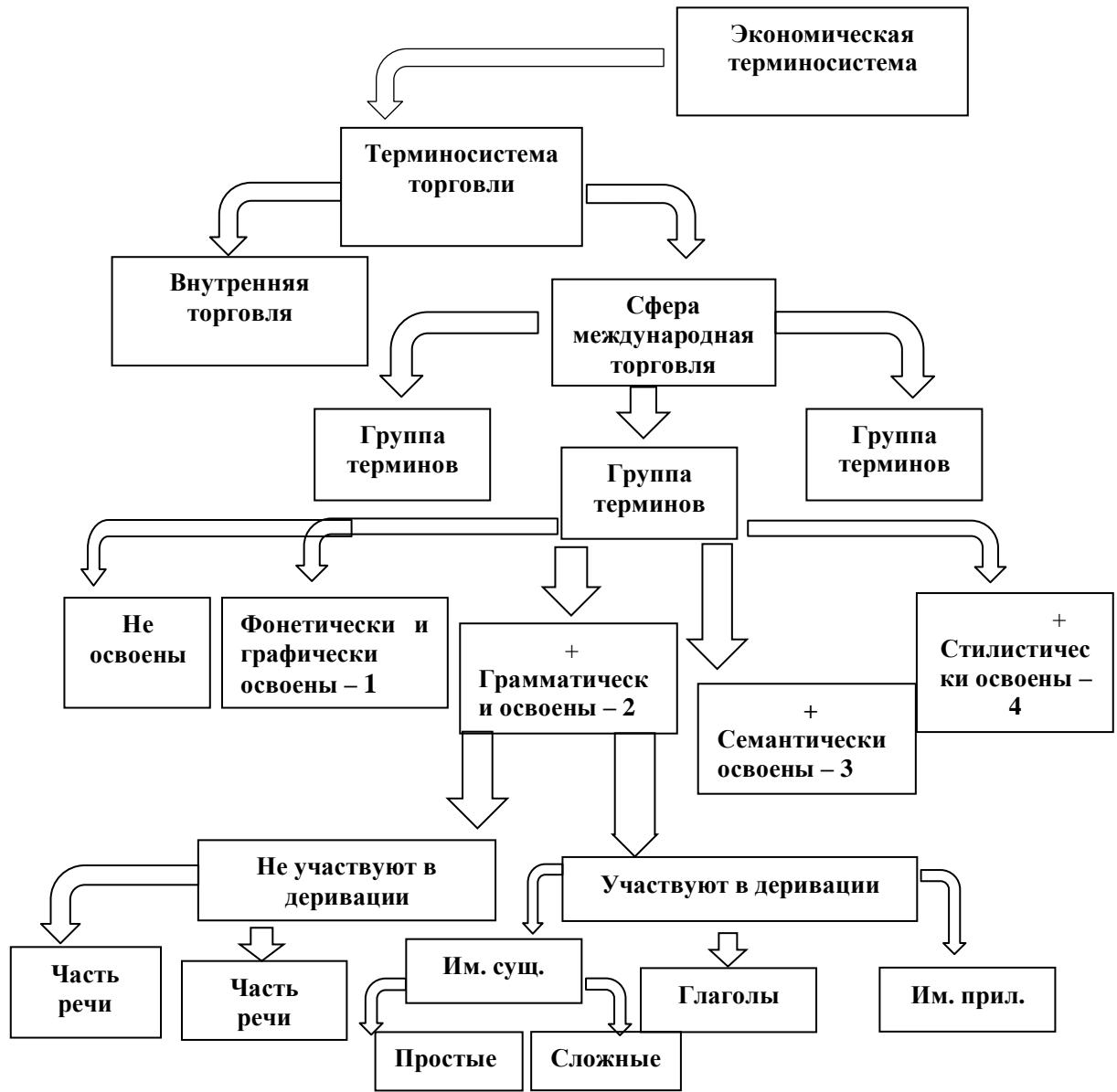


Рисунок 4. Специфика организации терминосистемы в сфере международной торговли в русском языке

Источник: данные автора диссертационного исследования

Примечание 1: 1, 2, 3, 4 – уровни адаптации от низшего к высшему

Примечание 2: каждая группа терминов, выделяемая по тематическому принципу, имеет единицы разной степени освоенности, в деривационных процессах принимают участие по-разному освоенные единицы; простыми

и сложными, разумеется, выступают не только им. сущ., но и глаголы, т.д. Данная модель рассчитана на лексические заимствования.

Основываясь на классификациях Г.Н. Александровой [Александрова, 2000] и В.Н. Алиевой [Алиева, 2010] и опираясь на осуществленную нами выборку из: «Словаря англизмов русского языка» А.И. Дьякова [Дьяков, 2014–2023], «Словаря финансовых и экономических терминов-англизмов» [СФЭТА], а также из «Викисловаря» [Викисловарь], новостных сайтов (газет и др.), – предлагаем следующие группы терминов, заимствованных русским из английского языка и использующихся во внешней торговле:

- 1) термины, называющие профессии (*логист* от англ. *logistician*);
- 2) термины, называющие организации и продукты торговли: **нарицательные** (медиакорпорация от англ. *media corporation*); **собственные** (*Браун-Форман* от англ. *Brown–Forman*);
- 3) термины, называющие ценные бумаги, валюты (*еврооблигация* от англ. *Eurobond*);
- 4) термины, называющие понятия или предметы, характеристики и процессы, существующие в сфере внешнеторговых отношений: **абстрактные** (*демпинг* от англ. *dumping*) (– для всех частей речи); **конкретные** (*чек* от англ. *cheque*) (– для всех частей речи).

Для нелексических единиц, которые включаются в терминосистему, применима особая модель (начиная от блока группы терминов) (см. рисунок 5).

Для группы морфем может быть приведена дистрибуция аффиксов по функционально-грамматическому параметру. Так, суффикс *-op/-er* способен образовывать слова, функционирующие как наименования лиц (участников торговых отношений), также торговых организаций: *трейдер* от англ. *trader*, *Кингфишер* от англ. *Kingfisher*. Подобным образом могут анализироваться все суффиксы и приставки. Квалификация тематически разгруппированных терминов-англизмов по грамматическому и адаптационному критериям необходима в связи с тем, что не все термины являются устойчивыми, многие часто обнаруживают и вариативность в произношении, написании и формообразовании, проявляют тенденцию к замене русскоязычными

эквивалентами. При этом терминологические единицы не идентичны по структуре, функционально-семантическим возможностям (см. рисунок 5).



Рисунок 5. Специфика терминологических единиц с учетом структурных и функционально-семантических возможностей

Источник: данные автора диссертационного исследования

Примечание: каждая группа также способна характеризоваться по степени освоенности (в случае фразеологизмов и словосочетаний – это разбор лексических компонентов, которые их составляют, не учитывается лишь семантика отдельных компонентов, стилистическая их адаптация); суффиксы, префиксы могут рассматриваться с двух сторон: с точки зрения их функций в английском и русском языках (сюда же относится анализ суффиксоидов и префикссоидов); подгруппы фразеологических единиц могут распадаться на номинанты и предикаты, адъективы; неаппозитивные словосочетания способны дифференцироваться по характеру подчинительной связи.

Прослеживание деривационных процессов в группах заимствованной лексики обеспечит прогнозирование дальнейших тенденций вхождения слов английского языка в русскоязычную внешнеторговую сферу. Особенности их адаптации к системе русского языка, а также скорость их освоения позволяют выделить актуальные зоны заимствований: это детерминирует представление о релевантных экстралингвистических факторах заимствований. Согласно Т.В. Аникиной, принятие заимствованных единиц в той или иной области коммуникации, обусловливается «особенностями критериев и факторов, которые устанавливают востребованность явлений/понятий/предметов для общества, чья языковая система приобщается к введению и использованию иностранных/иноязычных знаков» [Аникина, 2020: 21].

Исходя из нашей классификации, обозначим ведущие лингвистические и экстралингвистические факторы заимствований из английского языка в сфере внешнеторговых отношений. Заранее отметим, что придерживаемся

установленных в рамках теории заимствований причин, регламентирующих вхождение иностранных единиц в систему принимающего языка. Ранее они (причины) были рассмотрены в Главе 1, однако все же необходимо уточнить ведущие для экономики и торгово-экономических отношений. Это:

- 1) потребность в наименовании экономических и торговых понятий, являющихся «новыми для носителей языка, обратившегося к заимствованию» [Тихонова, Яруллина, 2018: 166]. Например, *корнер* (англ. *corner* ‘угол’), *контракт шорт* (англ. *short* ‘быстро’), *лэй-эвэй* (англ. *lay-away* ‘класть подальше’), *лиз-бэк* (англ. *lease-back* ‘обратная аренда’);
- 2) необходимость упрощения коммуникации в сфере экономических и торговых отношений «с помощью включения в принимающий язык единицы, замещающей конструкцию» [Алексеева, Федосеева, 2019: 203]. Например, *слоган* (англ. *slogan* ‘лозунг’), *трейдер* (англ. *trader* ‘торговец’), *клиринг* (англ. *clearing* ‘очистка, система безналичных расчетов’);
- 3) стремление к интернационализации терминологии в экономике и внешней торговле, обеспечивающее оперативность обмена информацией с иностранными партнерами [Рузметов, 2015]. Например, *ковернот* (англ. *covernote*), *кэш* (англ. *cash*), *бэквардэйшин* (англ. *backwardation*), *грантор* (англ. *grantor*);
- 4) «языковые контакты при торгово-экономических сделках, а также на конференциях, форумах и саммитах, интенсифицирующие заимствование» [Юйхань, 2021: 111]. Например, *декхолдер* (англ. *deck holder*), *дистрибутор* (от англ. *distribution* ‘распределение’), *пул* (англ. сленг. *pool* ‘общий котел’).

Такие причины, как мода на англицизмы в сфере внешней торговли [Тихонова, Яруллина, 2018]; необходимость конкретизации торговых понятий [Алексеева, Федосеева, 2019]; научные, культурные и политические связи, влияющие на экономическую терминологию [Рузметов, 2015]; привлечение иностранцев к работе в российских торговых компаниях [Юйхань, 2021], – на наш взгляд, выступают вторичными, так как не явно выражены в терминологическом аппарате сферы международная торговля. Большинство заимствований

осуществлено именно в связи с необходимостью номинации нового явления, а также в связи с желанием участников торговых отношений сделать деловое общение более оперативным и эффективным. Минимальное количество заимствований имеет русскоязычные эквивалентны-термины.

Для установления тенденций заимствований из английского языка в сфере внешней торговли необходимо обозначить доминирующие признаки наличествующих в современной терминосистеме единиц. Так, согласно всем критериям классификации: ее насыщению, формальным и содержательным свойствам ее морфемных, лексических, фразеологических и пр. элементов, – можно выявить актуальные языковые зоны заимствований:

1) тенденции в области заимствования слов, содержащих следующие аффиксы и аффиксоиды: **суффиксы**: *-or / -er, -ing, -tion / -sion, -ment, -ism, -ity; - префиксы*: *dis-, re-, in-, inter-, con-*; **суффиксоиды**: *-up, -line; префикссоиды*: *over-, out-, under-*;

2) тенденции в области заимствования лексических единиц:

- **номинации**: единицы, обладающие широкой семантикой, при этом в ходе введения в русский язык – приобретающие узкоспециальные значения (например, *рейтинг* (англ. *rating*), *тибор* (англ. PIBOR – Paris Interbank Offered Rate), *ратаификация* (англ. *ratification*) и др.);

- **предикаты**: единицы, определяющие процессы, при введении в русский язык являющиеся именами существительными, и на этой основе участвующие в словообразовании глаголов, либо включающиеся в его систему как глаголы с предварительным наделением русскоязычными морфемно-морфологическими признаками (например, ярким примером может служить слово *секьюритизация* (от англ. *securities* ‘ценные бумаги’); глагол образован от существительного на английском языке и используется в русском языке в смысле расширения использования ценных бумаг в качестве инструмента регулирования рыночных отношений и движения ссудного капитала);

- **адъективы**: слова, называющие отвлеченные свойства и признаки, входящие в русский язык с предварительной морфемно-морфологической

адаптацией (например, *стивидорные расчеты* (англ. *stevedore* ‘укладывать груз’) в сфере международной торговли используются в тематике торговли на морских путях. Такие расчеты покрываются за счет дополнительных начислений к тарифам на морские перевозки);

3) тенденции в области заимствования разного рода словосочетаний:

- *аппозитивных*: имена существительные (главный компонент) и имена прилагательные/существительные (зависимый компонент) (на примере термина, который обозначает одно из базисных условий поставки товаров *условие сиф* (англ. *CIF – cost insurance freight* ‘стоимость, страхование, фрахт’));

- *неаппозитивных*: глаголы (главный компонент) и наречия/имена существительные (зависимый компонент) (например, термин, который обозначает клиента биржи, который использует практику немедленной оплаты сделки, оплату ранее установленного в договоре срока, за счет чего извлекает дополнительную прибыль, действуя в обход биржевых правил: *фрирайдер* (англ. *free rider* ‘свободный наездник’)).

Тенденции в области заимствования фразеологических единиц не были обнаружены.

Таким образом, разработанная тематическая классификация терминов-заимствований из английского языка отражает не только систему лексем и иных знаков по группам, которые сформировали базовый коммуникативный аппарат внешнеторговых отношений России с другими странами, но и также специфику адаптации, ряда грамматических свойств, факторов и тенденций, связанных с включением англизмов в соответствующую сферу. Выделение групп не сопрягается с намерением исчерпывающего представления всего обилия терминов-заимствований; группы способны на вторичное, третичное разделение. Однако данные группы представляют то общее, что существует у входящих в них языковых единиц. Сфера международной торговли – одна из наиболее мотивированных, чтобы пополняться англизмами, ее терминосистема весьма не упорядочена. Приведенная классификация может послужить основой для создания более совершенной и опирающейся на различные критерии.

2.2. Уровни освоения англоязычных заимствований русским языком: графический, фонетический, морфологический, семантический

Приспособление заимствований к системе языка-реципиента – это неоднозначный процесс, сопровождающийся рядом деформаций, которые не протекают одинаково у поступающих единиц, а дифференцируются в связи с конкретными случаями вхождения англицизмов. По Н.А. Назаренко, в сферу экономических отношений термины-англицизмы проникают путем преобразований, происходящих во внутренней и внешней структурах слов и составленных из них более крупных единиц. Это «проявляется в лексическом, семантическом и синтаксическом планах знаков, заимствованных русским языком» [Назаренко, 2005: 197–198]. Характер адаптации и прохождение уровней освоения англоязычных знаков терминосистемы внешней торговли, равно как и экономической и любой другой терминосистемы, уникальны, если и не для каждого случая, то для немногосоставных групп лексем, словосочетаний и т.д., представляющих (групп) большое множество. Это, в свою очередь, имеет немаловажное значение для обнаружения универсалий и асинхронии, возникающих при ассимиляции заимствований и их включении в систему русского языка. Несмотря на то, что в науке о языке традиционно укрепилось представление об этапах и уровневом освоении заимствований, ряд экстралингвистических и лингвистических обстоятельств, свойственных современной эпохе, вынуждают отказаться от некоторых постулатов и, как следствие, внедрить новые.

Как отмечают А.Х. Ашрапова и С.В. Алендеева, приток заимствований значительно увеличился в XXI в., особенно в экономической, финансовой, торговой сферах. Данное явление ознаменовано востребованностью слов и иных языковых единиц, способных «восполнить межъязыковые пустоты, но и притом вывести Российское государство на более престижный уровень во внешней политике». Наличествующий рост заимствований – по сравнению с прошлым веком – определяет изменения в процессе адаптации [Ашрапова, Алендеева, 2014:

18]. Данному аспекту пристальное внимание уделяет также О.В. Загоровская. Ученый утверждает, что заимствование в XXI в. иное, нежели в XX в. В отличие от прошлого столетия, заимствование в XXI в.:

1) актуально во всех сферах жизни человека, от науки и до бытового общения, что делает его (заимствование) массовым и употребительным во всех жанрах речи;

2) быстро обрастает семантическими коннотациями, которые позволяют ему выходить за рамки специальной речи и включаться в речевой обиход широкого пользователя;

3) из-за оперативности обмена информацией, быстро обновляющегося мира распространяется и скоро проникает в язык, еще не завершивший его (заимствования) адаптацию на необходимых уровнях (по [Загоровская, 2021]).

Понимание заимствования как «языкового элемента, который обрабатывается на лексико-семантическом и синтаксическом уровнях» [Назаренко, 2005: 198], – это общее положение о практически ассимилированной единице, которое не предусматривает нахождение особенностей ее адаптации на низших уровнях языковой иерархии. В условиях стремительно развивающихся торговых и экономических отношений, которые требуют определенных навыков для результативной и эффективной коммуникации, осведомленности партнеров о различных новшествах, актуальность проявляют дифференциальные приемы заимствования. Каждая единица специфично подчиняется адаптации на всех уровнях языка.

Ниже представим основные признаки и параметры заимствований, а также уровни и этапы освоения.

Правомерность выделения ассимилированного заимствованного знака: согласно Л.П. Крысину, признаками заимствования, приобретшего статус единицы данной (принявшей) языковой системы выступают:

- 1) устойчивость;
- 2) единообразие в формальном облике единицы;
- 3) интенсивное использование в речи;

- 4) наличие результатов деривации;
- 5) отсутствие смысловой дублетности;
- 6) семантическая самостоятельность (по [Крысин, 2004]). Данные свойства общего типа достигаются заимствованиями неодинаковыми путями.

В процессе адаптации заимствованных единиц Г.В. Павленко выделяет следующие параметры:

- 1) долговременность: является параметром, предполагающим долгую жизнь заимствования в языке-реципиенте в связи с важностью того понятия, которое это заимствование номинирует;
- 2) постепенность: является параметром, предполагающим, что процесс освоения заимствования имеет протяженность и состоит из скачковых фаз и выступает как поэтапный;
- 3) неравномерность: является параметром, предполагающим процесс заимствования как осуществляющийся не отрешенно на каждом языковом уровне, а на всех уровнях сразу, а также предполагающим неодинаковость степени освоенности при уровневом сопоставлении;
- 4) коммуникативная актуальность: является параметром, указующим на значимость понятия, которое номинировано заимствованием, для настоящего момента (по [Павленко, 2008]).

Данные параметры характерны в той или иной степени их проявления для всех стадий заимствования, от начальной и до конечной. Существенным представляется вопрос о неравномерности протекания адаптации языковых знаков к новой системе. Проблема тесно сопряжена с комбинаторностью, или вариативностью, при единовременном освоении на разных уровнях.

Как отмечают российские лингвисты (см. [Алиева, 2010; Володарская, 2002.; Крысин, 2004; Павленко, 2008; Перфильева, 2011; 2012; 2018; Балакина, Висилицкая, 2014; Чистова, 2014; Воробьева, 2020; Дьяков, Чирейкина, 2020; Загоровская, 2021; Лоншакова, 2023]), весьма частотными выступают примеры высокой степени адаптации заимствований на одном из уровней и низкой степени адаптации на другом. Являясь в достаточной мере ассимилированным

фонетически (т.е. став пригодным для пользования в устной речи), заимствование может обнаруживать колебания в грамматике и графике, иметь размытое значение. Или же напротив, при графической и грамматической адаптациях заимствование способно не иметь единой формы произношения, общей для социума лексической константы значения.

Не существует принципов, в согласии с которыми языковая единица соотносит степени освоенности на разных уровнях системной иерархии, т.е. комбинации по степени освоенности могут быть разнообразными: фонетика и грамматика на высоком уровне, а графика и семантические свойства – на среднем уровне и т.д. Неравномерность в освоении заимствованных знаков потенциально бесконечна, так как они переосмысливаются со временем и даже меняют фонетический и орфографический облики. Е.В. Вранчан приводит пример, подтверждающий изменчивость и дискретность структур языкового знака, заимствованного из английского, при их (структур) семиотической неразрывности: «Слово *маркетинг* изначально пришло в русский язык как термин экономики и торгово-экономических отношений». Оно имело значение ‘система мероприятий по изучению рынка и воздействия на потребителя с целью повысить спрос на товар’. Но по причине расширения семантического поля заимствование приобрело новые значения более общего характера: ‘продажа’, ‘реклама’. «Главным фактором, определившим модификации в содержании слова, стало вхождение в активный запас неспециалистов. Лексема претерпела изменения не только в семантике, но и в орфоэпии, так как все более востребованным становится вариант ударения на втором слоге, хотя нормативным пока еще принято считать *мáркетинг*, а *маркéтинг* отмечен в словаре как допустимый в разговорной речи» [Вранчан, 2020: 115].

Как отмечает Л.П. Крысин, ассимилированность заимствования скорее неподдающееся точной квалификации явление, так как «зависимость освоения той или иной лексемы от нескольких критериев адаптации подразумевает не предугадываемые результаты» [Крысин, 2004: 47–48]. Разумеется, потенциал ассимиляции может быть в некотором смысле предугадан – на основе уже

имеющихся в языке заимствований, в первую очередь на базе приобретенных ими формальных показателей. К примеру, по аналогии с англизмами на *-инг*, а также с теми, которые включают элемент *-грин-* (*Гринвич, Гринпис*) фонетически и графически было адаптировано слово *гринвашинг* (от англ. *greenwashing*), используемое в сфере *международной торговли*.

Однако нахождение в языке эквивалентов, через которые утверждается заимствование, скорость заимствования и в последующем его устойчивость не могут быть однозначно утверждены. Так, гибридное заимствование *CRM-система* (*Система управления взаимоотношениями с клиентами*) (от англ. *CRM*) могло войти в русскоязычную торговую терминосистему с помощью транскрипции или транслитерации, которые являются доминирующими при переводе аббревиатур. Но графически заимствование осталось не освоено, а также существует вариативность в произношении (буквенная или звуковая аббревиация). Кроме того, к слову для экспликации смысла присоединился интенсификатор *система*.

Назовем основные этапы освоения заимствования в языке-реципиенте (по Л.П. Крысину [Крысин, 2004]; М.С. Селивановой [Селиванова, 2007]; А.Г. Дедюхиной [Дедюхина, 2011]; М.М. Воробьевой [Воробьева; 2020]; А.И. Дьякову и О.Ю. Чирейкиной [Дьяков, Чирейкина, 2020].):

Первый этап. Заимствование появляется в устной или письменной речи носителей принятого языка с сохранением фонетического и графического облика источника. «Отсутствие транскрипции или транслитерации лексемы при включении ее в новую систему, а также отсутствие ее ассимиляции на уровне фонем и звуков свидетельствуют о факте неполного заимствования, так называемого вкрапления» [Овчинникова, 2018: 17]. Такое употребление слова обеспечивает его грамматическую чуждость принятому языку и, как следствие, «размытость значения в связи с его неприверженностью к лексико-грамматическому классу» [Крысин, 2004: 38]. К примеру, на первом этапе заимствования слово *TQM* (*Total Quality Management*) не имеет русского написания, устойчивого произношения, отчего в речи работников сферы *международная торговля* нередко может звучать на английский манер.

Второй этап. Заимствование транскрибируется / транслитерируется / др., приобретает некоторые морфологические черты, свойственные словам языка-реципиента. Как отмечает Л.П. Крысин, «главным морфологическим показателем, которым начинает обладать заимствование, выступает его часть речи» [Крысин, 2004: 39]. Данный показатель сопряжен со словообразовательным, или морфемным, оформлением, так как слово способно вступить в язык при демонстрации системных свойств последнего. Это необходимо и для установления синтаксических функций слова, определения его валентностей как материала речи. Даже если лексема сохраняет исходный состав, т.е. не подчиняется морфологии языка, то все же проявляет категории средствами синтаксической связи. В русском языке такое характерно преимущественно для имен существительных и ограниченного числа имён прилагательных, но не для глаголов. Так, для того чтобы войти в систему русского языка имени существительному *distribution* понадобилось приобрести соответствующие аффиксы, определившие его частеречную принадлежность – *дистрибуция*.

Третий этап. Заимствование перестает восприниматься как инородный принявшему языку элемент. Оно уже не нуждается в комментариях или же пояснениях, приобретает с другими одноуровневыми языковыми единицами равное положение. По М.С. Селивановой, «семантическое расширение внутренней оболочки слова носит нетипический, индивидуальный характер» [Селиванова, 2007: 5]. Отсюда – заимствование может оставаться на третьем этапе освоения довольно долго или, напротив, малое время, и предугадать возможность возникновения у знака необходимых значений, позволяющих выйти за рамки узкого контекста, невозможно. Примером, иллюстрирующим прохождение третьего этапа, служит лексема *эйчар* (от англ. *HR*), которая изначально использовалась в профессиональной речи специалистов по делам экономики и торгово-экономических отношений, а со временем вышла за стилистические и социальные рамки: сегодня в словаре имеет также пометы «разг.», «комп.», «неол.».

Четвертый этап. Заимствование лишается признаков приуроченности к какому-либо контексту, жанрово-стилистическим формам речи, приобретает нейтральность семантики, возводящую в общеупотребительное положение данный языковой знак. По замечанию Л.П. Крысина, «потеря стилистической маркированности свойственна далеко не всем заимствованиям, многие из них сохраняют долго узкую специализацию» [Крысин, 2004: 42]. Заимствование может быть специализировано как терминологическая единица, как единица разговорной или жаргонной речи. Хотя большинство заимствований так и остается на третьей фазе освоенности, четвертая фаза включает сравнительно немногочисленный состав иноязычных единиц, этот этап (четвертый) очень важен, так как он отражает характерные тенденции дальнейшей жизни знака в языке. Примером такого заимствования является слово *инвестиции* (от англ. *investment*), которое, будучи закрепленным за экономической и торговой сферами, сейчас свободно используется и в других: в политике, культуре и в области образования, в быту (шутл.).

Пятый этап. Заимствование фиксируется в словаре. Следует отметить, что оно может быть зарегистрировано в словаре и на ранних этапах своего освоения. По словам М.М. Воробьевой, «заимствование вполне может быть ограничено сферой употребления, но притом быть отмеченным в словаре» [Воробьева, 2020: 189]. Однако в словаре такое заимствование наделяется пометой, узаконивающей обстоятельства (контекст ситуации или область), в которых оно применимо в речи. Нужно сказать, что в XX в. регистрация заимствования в словаре говорила о том, что оно ассимилировано в русский язык. В настоящее время можно отметить фиксацию неологизмов-заимствований. Так, в словарях фиксируются неосвоенные даже на первых трех этапах иноязычные единицы: в «Викисловарь» вошло множество лексем, например, *provision* (используется в сферах экономики и торгово-экономических отношений), неадаптированная графически и до конца семантически.

Этапы освоения заимствований отражают особенности их адаптации к системе языка-реципиента – уровневые трансформации, проявляющиеся в форме

и в содержании. Иерархические отношения в организации уровней системы языка, равно как и отношения знаков, их составляющих, не вызывают сомнений ученых, но мнения несколько расходятся, когда речь идет об освоении заимствований. Главными причинами отсутствия единого представления о том, на каких уровнях происходит адаптация заимствования, является субъективное понимание процесса и, конечно, направление, которое выбрано конкретным лингвистом. Сравните: О.Ю. Лоншакова как «доминирующие» рассматривает лишь фонетическую, грамматическую адаптации [Лоншакова, 2023]; М.М. Воробьева выделяет лишь фонемный, морфемный и лексический уровни адаптации [Воробьева, 2020]; Е.В. Климентьева называет четыре уровня адаптации заимствованных единиц: фонологический, лексический, грамматический, семантический [Климентьева, 2014]. Количество уровней освоения заимствования больше у Э.Ф. Володарской: фонетическое освоение, графическое освоение, грамматическая ассилияция, адаптация на словообразовательном уровне (параллельно грамматической ассилияции), семантическая адаптация [Володарская, 2002]. По А.Г. Дедюхиной, англоязычные заимствования осваиваются в соответствии с тремя аспектами квалификации: семантическим, структурным и прагматическим. Исходя из этого, «освоение англизмом нового языкового пространства происходит на: фонетическом, графическом, морфологическом, семантическом уровнях» [Дедюхина, 2011]. Более подробно процесс адаптации заимствованных единиц изучается Л.П. Крысиным. В соответствии с его точкой зрения, заимствованные единицы осваиваются на:

- 1) фонетическом уровне (фонемное/звуковое представление единицы);
- 2) графическом уровне (орфографические нормы);
- 3) грамматическом уровне (морфология/синтаксис);
- 4) словообразовательном уровне (деривационная активность);
- 5) семантическом уровне (слово отдельно/слово в контексте).

С нашей точки зрения, наиболее точной является классификация уровней освоения заимствований, предложенных Э.Ф. Володарской, А.Г. Дедюхиной и

Л.П. Крысиным. Уровни освоения, по Л.П. Крысину, представляют собой исчерпывающую картину адаптации заимствования в принимающем языке. Но в утверждении синтаксического подуровня есть некоторое излишество, так как при исследовании единицы в ракурсе семантики и стилистики также будут выявлены ее сочетаемостные возможности, а те категории, которые определяют формальные показатели валентности задаются еще и освоением на уровне морфологии. Поэтому в рамках настоящего исследования будет приниматься концепция уровней освоения заимствований А.Г. Дедюхиной, в достаточной мере учитывающая различные уровни освоения слова: от незначимых составляющих (звуки, буквы) до составляющих с минимальным значением и смыслосодержащих составляющих внутренней формы. Охарактеризуем и проиллюстрируем примерами фонетический, графический, морфологический, семантический уровни освоения заимствований.

При фонетическом освоении, согласно Е.В. Клементьевой, происходит «приспособление заимствования к системе звуков принимающего языка (по концепции ученого, это фонологический уровень, который в некотором роде совмещается и с графическим)» [Клементьева, 2014: 261]. При фонетическом освоении звуки источника замещаются звуками системы языка-реципиента на базе артикуляционно-акустических соответствий. Результат фонетической адаптации, по словам Ю.В. Балакиной и Е.М. Висилицкой, «отображается с помощью разнообразных переводческих приемов при передаче на письме» [Балакина, Висилицкая, 2014: 31]. О.Ю. Лоншакова выделяет два этапа фонетического освоения:

- 1) субSTITУЦИЯ фонем языка-источника на фонемы языка-реципиента;
 - 2) оРФОЭПИЧЕСКАЯ, в том числе и акцентологическая, адаптация к нормам языка-реципиента [Лоншакова, 2023].
- Выше сказано о соответствиях, которые организуют в языке-источнике и языке-реципиенте закономерности, детерминирующие вхождение заимствования в новую для него систему. Назовем утвердившиеся для русского и английского языков.

При фонетическом освоении звуки английского языка заменяются на «соответствующие» им русские следующим образом (по Э.Ф. Володарской [Володарская, 2002], С.А. Рузметову [Рузметов, 2015], Е.В. Клементьевой [Клементьева, 2014]; О.Ю. Лоншаковой [Лоншакова, 2023]):

- 1) в конце слова шумные согласные оглушаются на почве парной их дистрибуции: так, в сложном словосочетании *торгуемый на бирже фонд* (от англ. *exchange-traded fund*) последний лексический компонент иллюстрирует замену звука [д] на [т] – [фóнт] (здесь и далее примеры наши);
- 2) безэквивалентные согласные звуки английского языка (такие как: [ð], [θ], [w], [dʒ], [ŋ]) находят артикуляционно-акустически неполноценные соответствия звуков / звукосочетаний: *дженк* [джéнк] (от англ. *junk* [dʒlŋk]); *фандразинг* [флндра'з'инк] (от англ. *fund rising* [fnd 'raɪzɪŋ]);
- 3) включение [j] в слово, содержащее дифтонги [eɪ], [aɪ], [ɔɪ]: *ритейл* [r'itɛ:jł] (от англ. *retail* ['ri:tɛ:l]); остальные дифтонги ([iə], [eə], [əʊ], [aʊ]) либо распадаются на два отдельных гласных звука, либо редуцируются до одного: *промоутер* [прлмóутър] (от англ. *promoter* [prə'mœtə]);
- 4) гласные звуки подвергаются русской количественной и качественно-количественной редукции в безударном положении: *оффшор* [лфшóр] (от англ. *offshore* [ɒf'ʃɔ:r]);
- 5) нередко меняется и место ударения в заимствованиях: *облигация* [лбл'игáцыjъ] (от англ. *obligate* [ɒblɪg'it]);
- 6) безэквивалентные гласные звуки английского языка (такие как: [æ], [ɜ:], [ə]) находят себе неполные соответствия (для гласного [æ] – это [а] и [э] в сильной позиции; для гласного [ɜ:] – это [о], ['o], [э], ['э]; для гласного [ə], оставшегося в слабой позиции (если ударение в слове не переместилось на него), выступают [ʌ], [ъ], [ъ]): *импакт-экономика* [имп`акт-ы'клно'м'икъ] (от англ. *impact economics* ['impækt ekə'nɒmɪks]) и т.д.

Графическое освоение, как отмечает Э.Ф. Володарская, определяется различиями в системах письма языка-донора и языка-реципиента, в случае с русским и английским – это противоположение кириллицы и латиницы. Хотя в

языках принятые разные алфавиты, процесс графической адаптации проходит предсказуемо, так как в течение многих столетий русская система заимствовала слова из других языков с латинским алфавитом [Володарская, 2002]. Ю.В. Балакина и Е.М. Висилицкая отмечают актуальность транскрипции, транслитерации, гибридизации при графическом освоении. «При смешанном типе адаптации, при семантической кальке необходимость в графическом освоении отпадает» [Балакина, Висилицкая, 2014: 31–32].

К примеру, при гибридной передаче английского слова *BTL-action* в русский – *BTL-акция* – второй компонент требует графической адаптации (он уже имеет перевод в русском языке), первый компонент скорее служит специфицирующим знаком и представляет собой вкрапление. В сочетании слов *теневой бизнес* (от англ. *shadow business*) первый компонент переводится с помощью семантической кальки и представляется русским словом, не требующим подбора фонетических, графических средств для адаптации, следовательно, данная стадия освоения пропускается словом, входящим в устойчивое наименование.

При морфологическом освоении англицизмы имеют две тенденции в отношении трансформации на почве русского языка: сохранение частеречной принадлежности (отсутствие добавления аффиксов к основе или приращение аффиксов, необходимых для тех или иных частей речи) и «переориентация слов в ракурсе морфологической деформации» [Шмидт, 2023: 99]. В связи с тем, что в большинстве своем части речи в английском языке не изменяются (так как английский язык является (по преимуществу) аналитическим), при вхождении во флексивный (русский) язык они приобретают ряд свойств, способствующих их грамматическому оформлению. Формальные показатели языковых единиц обеспечивают экспликацию грамматического значения.

Важно отметить, что *морфологическое освоение* коррелирует со словообразовательным, так как для того, чтобы слово начало функционировать как часть речи, оно должно иметь выраженным параметры, характеризующие его системные отношения. Также морфологическая адаптация раскрывает

синтаксические возможности англизма, детерминирующие его положение в предложениях (высказываниях). По О.В. Загоровской, сегодня многие англизмы входят в русский язык, почти не подвергаясь морфологической адаптации, а пополняя классы исключений тех или иных частей речи (чаще имен существительных, менее имен прилагательных), что «выдает доминанты трансформации механизмов освоения» [Загоровская, 2021: 178–179].

Например, полной *морфологической адаптации* подверглась лексема *прайслист* (от англ. *price list*), которая в русском языке приобрела категории рода, падежа, а также была осмыслена как сложное слово, а не атрибутивное словосочетание «им. сущ. + им. сущ.», характерное для английского языка. Другое явление при освоении иллюстрирует лексема *юзабилити* (от англ. *usability*), которая не приобрела свойственных русскому языку показателей падежа и числа и до сих пор не утвердившаяся в роде (в «Викисловаре» у лексемы род не указан (см. [Викисловарь]). Последний случай, согласно Д.С. Шмидт, предполагает «принятие знаком категорий через семантические и синтаксические отношения со словами русского языка» [Шмидт, 2023: 101].

Семантическое освоение заимствований чаще предполагает, по словам М.С. Селивановой, или изменение количества значений при сохранении релевантного для языка-реципиента, или трансформацию семной структуры единиц [Селиванова, 2007]. Это обусловлено следующим: заимствование, будучи исконным элементом в языке-источнике, обладает в нем ассоциативными связями, как-то соотносится с однокоренными словами и лексико-семантическими классами. Чем «старше» лексема в родном языке, тем более широкой будет ее семантика, в отличие от семантики в принявшем языке, в котором ее морфемный состав и пр. значимостные компоненты ни о чем не говорят не идентифицируются.

Л.П. Крысин свидетельствует, что на пути семантического освоения слово переживает один из видов конкретизации значения – это:

1) или четкое определение слова, раскрывающего прежде не знакомую для информантов принявшего языка реалию;

2) или дифференциация значений, если единица, которая была заимствована, в лексико-семантическом плане сопоставляется с единицей языка-реципиента [Крысин, 2004]. Англицизм может переживать ряд семантических процессов:

- 1) полное сохранение значения (в случае если слово специализировано);
- 2) сохранение значений + увеличение семного состава;
- 3) уменьшение количества значений;
- 4) уменьшение исходного состава + увеличение числа сем в языке-реципиенте (по [Селиванова, 2007]).

Главными механизмами семантических трансформаций выступают:

- 1) конкретизация;
- 2) обобщение;
- 3) метафорический;
- 4) метонимический и
- 5) функциональный переносы (по [Селиванова, 2007]).

Например, слово *волатильность* (от англ. *volatility*) при освоении русским языком потеряло ряд сем и пережило конкретизацию: волатильность – «финансовый показатель рисков, который характеризует изменчивость цены на товар / услугу» [СФЭТА]; в английском слово употребляется в этом значении в профессиональной речи представителей сферы экономики, финансов и торгово-экономических отношений, но имеет и множество иных значений, используемых в повседневной речи: «нестабильность», «изменчивость», «колебания» и т.д.

Например, термин *клаузула* (лат. через англ. *clause*) активно употребляется в сферах экономики, финансов и торгово-экономических отношений, однако не отмечен в словаре А.И. Дьякова (см. [Дьяков, 2014; 2023]). Лексема используется также и в юриспруденции, музыке, филологии. Существенные отличия в значениях слова наделяют его омонимичным статусом; по сравнению с иными сферами, *клаузула* для внешнеторговой коммуникации довольно нова (ср. в филологии омонимичный термин отмечен в русских словарях начала XX в.), но она является востребованной и полноценной ассимилированной.

Рассмотрим другой пример. Термин *грант* (англ. *grant*). регулярно используется в сфере международной торговли и в сфере образования. Для сферы образования этот термин может использоваться в двух направлениях: во-первых, он может обозначать оплачиваемый, субсидируемый государственный заказ на выполнение научных исследований и разработок. Во-вторых, под *грантом* понимаются денежные средства, выделяемые в порядке благотворительности для финансовой поддержки научных исследований, ученых, авторов.

Термин *диспетчер* (от англ. *dispatcher* ‘экспедитор’) используется для обозначения работника, отслеживающего, координирующего, регулирующего с использованием технических средств ход производственного процесса, контролирующего его соответствие заранее намеченному графику выполнения работ, выпуска продукции, движения транспортных средств. В целом, термин может быть использован во всех сферах, где необходимо такое лицо, которое будет отвечать за коммуникацию и связь различной модальности.

Следует сказать о том, что заимствование, даже если оно претерпело значительные изменения во внешней и внутренней структурах, не проходит бесследно для языка. Так, В. Шохрадов пишет: «Вследствие языковых контактов, подразумевающих заимствование, в принимающей системе осуществляются модификации, затрагивающие фонетический, лексический уровни» [Шохрадов, 2018: 381].

Заимствование большого количества слов из определенного языка (в нашем случае английского) детерминирует устойчивость универсалий процесса, которые распространяются и на другие языки-источники (имеющие сходную системы письма и звуков); результат включения иностранной единицы, не подчиняющейся пропозициям языка-реципиента, можно сказать, деформирует языковое сознание пользователей языка. Ярким примером такой деформации может выступить мода на звуковые сочетания, проявляющаяся в словотворчестве, или же стремление к созданию синтаксических моделей на основе образцов языка-источника и т.д.

Например, к такому термину можно отнести *дью-дилиджанс* (англ. *due diligence* ‘обеспечение должной добросовестности’). В сфере международной

торговли термин означает тщательную подготовку компании к проведению преобразований, осуществлению трансакций.

В заключение отметим, что прохождение всех указанных выше этапов поуровневого освоения англоязычных заимствований, которые поступили в русскую внешнеторговую систему терминов не всегда актуально. Немалое количество слов минует некоторые стадии в связи с особенностями способа адаптации к русскому языку (семантическое калькирование); слова, которые являются востребованными в деловом общении, могут быть графически и морфологически не ассимилированными русским языком, притом активно использоваться в устной речи и иметь конкретное значение. Нередки случаи и противоположные по параметрами адаптации: полная фонетико-графическая и морфологическая адаптации при размытости семантики. Неоднозначность процессов освоения заимствования детерминируется гетерохронностью ряда языковых факторов, влияющих на специфику адаптации знаков иноязычной системы. В отношении терминов сферы *международная торговля* необходимо уточнить: они, как правило, имеют четкую семантическую структуру, в остальном (в плане фонетики, графики и пр.) способны обнаруживать вариации.

2.3. Актуализация и особенности функционирования в русском языке наиболее употребительных англоязычных заимствований в сфере международная торговля

Внедрение англицизмов в систему русских терминов сферы *международная торговля* определяется рядом факторов, которые способствуют актуализации данных единиц, наделению их специфическими функциями. По словам Л.Р. Гиниятуллиной и Т.В. Морозовой, развитие информационных технологий, их социальная востребованность, в целом систем коммуникации детерминируют широкое распространение англицизмов в разных сферах общества, причем «заимствования начинают выступать неотъемлемой частью лексикона любого человека» [Гиниятуллина, Морозова, 2017: 69]. Распространенность знаков английского языка как показателей интернационализации коммуникации во всех сферах жизни общества объясняла компьютерными технологиями И.В. Горбунова [Горбунова, 2010]. Сфера внешней торговли не является исключением, однако большое количество англицизмов в ней детектируется также практической необходимостью.

Согласно В.А. Грудининой, термины-англицизмы в сфере торгово-экономических отношений выступают релевантными для языковых единиц, означающих необходимые для осуществления соответствующей деятельности реалии. Это обеспечивается двумя главными причинами: 1) глобализация мирового хозяйства и 2) интенсификация международных отношений России [Грудинина, 2019]. Как отмечают А.И. Дьяков и О.Ю. Чирейкина, терминосистема – это «динамичный языковой сегмент, изменяющийся согласно требованиям науки и времени, мало изученный из-за его активности и трудности систематизации единиц» [Дьяков, Чирейкина, 2020: 43]. Постоянно пополняясь заимствованиями, внешнеторговая система терминов русского языка характеризуется и устойчивостью относительно некоторого промежутка времени, выдвижением на первый план тех знаков, которые актуальны в конкретный период.

По утверждению А.И. Дьякова, включение англизма в любую сферу коммуникации определяется «прагматическими целями носителей русского языка» [Дьяков, 2012: 5]. Манифестация некоего понятия посредством заимствования, вне зависимости от наличия / отсутствия в языке информанта исконных наименований, выявляет лингвистическую доминанту языкового мышления, соответственно, говорит и о коммуникативно-прагматических установках, регламентирующих выбор средств означивания. Таким образом, заимствование может рассматриваться как актуальный языковой знак для определенной коммуникации, который наделяется рядом функций.

А.А. Дедюхин и А.Г. Дедюхина, характеризуя в общем использование заимствований из английского языка в речи русскоговорящих, свидетельствуют о том, что в основе феномена лежит аттрактивная репрезентация [Дедюхин, Дедюхина, 2020]. Мы считаем, что сказанное применимо и к лексике сферы *международная торговля*. Ведь при употреблении заимствования в рамках межкультурной коммуникации не только с представителями стран, в которых английский язык выступает как государственный, но и с теми, для кого он неродной, говорящий стремится обозначить свою коммуникативную компетентность и привлечь внимание воспринимающего к реалии, которая номинируется актуальным языковым средством: «англицизм представляет деловой лексикон и то, что им называется, более современным» [Грудинина, 2019]. Появление заимствования в речи (русскоязычного) носителя, который оказался в условиях внешнеторговой коммуникации, демонстрирует его (носителя) осведомленность, знание действительности.

Словарные толкования, по нашему мнению, могут послужить отправной точкой для семантизации заимствований из языка-источника в язык-реципиент, например, в нашем исследовании из английского в русский язык. Этот предварительный подготовительный этап сопоставительного анализа продемонстрируем здесь на примере фрагмента (см. таблицу 1 и Приложение 1). По сути, перед нами фрагмент терминосистемы сферы международной торговли, в которой представлены заимствования-англицизмы в русском языке.

Таблица 1. (фрагмент Приложения 1)

Сопоставление словарных значений английских и русских терминов в сфере международной торговли⁸

Английский термин	Значение по словарю	Русский термин	Значение по словарю
<i>adjuster</i>	физическое или юридическое лицо, независимый специалист или организация по урегулированию претензий страхователя на возмещение убытков в связи со страховым случаем	аджастер	диспашер, специалист в области морского права, составляющий диспашу. Устанавливает доли и распределение расходов по общей аварии, которые будут нести владелец судна, владелец перевозимого груза и лицо, оплачивающее фрахт (нанимающее судно)
<i>agent</i>	агент, посредник	агент	физическое или юридическое лицо, гражданин или организация, выступающие в роли доверенного лица, посредника, уполномоченного совершать определенный круг действий от имени другого лица (принципала), по поручению и в интересах этого лица без права подписи документов по сделкам. В экономических операциях в качестве А. выступают брокеры, маклеры, дилеры, комиссионеры. Размер вознаграждения А. определяется по соглашению между агентом и принципалом (наиболее распространены ставки, колеблющиеся от 2 до 10% от стоимости проданного товара)
<i>ACTA Anti-Counterfeiting Trade Agreement</i>	представляет собой предлагаемое многостороннее торговое соглашение, которое предусматривает строгое соблюдение прав интеллектуальной собственности, связанных с деятельностью в Интернете и торговлей товарами на основе информации	Международное торговое соглашение о борьбе с контрафактной продукцией	Международное торговое соглашение о борьбе с контрафактной продукцией. Подписано в октябре 2011 г. Австралией, Канадой, Японией, Марокко, Новой Зеландией, Сингапуром, Южной Кореей и США. В 2012 г. его подписали также Мексика, ЕС и 22 страны-члена ЕС. Цель соглашения – создание международных правовых рамок для борьбы с контрафактом товаров, лекарств (дженериков) и нарушением авторского права в интернете
<i>AILP Agreement on</i>	Это набор принципов, которые применяются в	Соглашение ВТО по процедурам	Соглашение, направленное на упрощение и унификацию

⁸ «Словарь заимствованных слов в китайском языке» [Лю Чжэньтань и др., 1984]; «Словарь терминов международной торговли» [Ли Сяоянь, 2015]; «Англо-китайский словарь международной торговли и экономического управления» [Ван Юйчжан, 2008].

<i>Import Licensing Procedures</i>	торговой политике и призваны не допустить, чтобы лицензирование стало само по себе препятствием для торговли	импортного лицензирования	формальностей при выдаче импортных лицензий
<i>AMS Aggregate Measurement of Support</i>	это совокупный показатель государственного субсидирования сельскохозяйственного производства	АПП агрегированный показатель поддержки	Годовой объем внутренней поддержки производителей конкретных сельскохозяйственных товаров или, в том случае, если потоварные сведения отсутствуют, – объем поддержки всем производителям, развернутый в потоварном виде
<i>APEC Asia-Pacific Economic Cooperation</i>	межгосударственный форум, нацеленный на обеспечение благосостояния жителей региона путем содействия сбалансированному, всеобъемлющему, устойчивому, инновационному и безопасному росту и ускорению региональной экономической интеграции	АТЭС Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество	это площадка для сотрудничества стран Азиатско-Тихоокеанского региона, образованная в 1989 году. Объединяет 21 экономику
<i>Associated Banks of Europe Corporation, ABECOR</i>	представляет собой международное банковское объединение из 10 участников крупнейших банков Европы, созданное для межбанковского обмена информацией и осуществляющее научные исследования в области экономики, финансов, банковского дела	Ассоциированные банки Европейской корпорации	Международное банковское объединение в составе 10 участников — крупных европейских банков, способствующее межбанковскому обмену информацией и осуществляющее научные исследования в области экономики, финансов, банковского дела; создано в 1971 г.
<i>back-office</i>	это подразделение компании, которое занимается внутренними операциями и бизнес-процессами, не связанными с непосредственным взаимодействием с клиентами	бэк-офис	подразделение банка, выполняющее документарные операции для обслуживания внешнеэкономической деятельности
<i>bank-note</i>	термин, который часто используется как синоним бумажных денег или валюты, выпущенной банком. Банкноты представляют собой обещание выплатить сумму, указанную на лицевой стороне, предъявителю по первому требованию. В настоящее время только Федеральные резервные банки имеют право эмитировать банкноты	банкноты	банковские билеты, представляющие разновидность кредитных денег, выпускаемых в обращение центральными банками. Б. связаны с функцией денег в качестве средства платежа. Вначале Б. выпускались отдельными банками и представляли собой вексель на банкира, затем их эмиссия стала регламентироваться государством и осуществляться центральными банками

Ключевыми принципами актуализации англицизмов в области торгово-экономических отношений между странами являются следующие: раскрытие специфики определенных реалий через их языковое выражение; «целеустановка» коммуниканта на позитивную самопрезентацию и влияние на того, кто осмысливает речь; экспликация ряда тенденций, которые характерны для современного мира (развитие ИКТ, экономическая глобализация и пр.). Прежде, чем назвать и проанализировать англицизмы, актуальные для внешнеторгового общения, обратимся к структуре терминосистемы и выявим характеристики влияния категорий ассиляции на стимуляцию параметра востребованности заимствований. По замечанию А.И. Дьякова, англицизмы в русском языке образуют своей совокупностью отдельное функционально-семантическое поле, в рамках которого происходит распределение единиц по ряду признаков [Дьяков, 2001]. Мы согласны со словами ученого и считаем, что данное поле состоит из множества микрополей, которые сформированы на основе некоторых формальных и содержательных общностей, которые в свою очередь объединяют англицизмы в группы.

Одну из таких общностей составляют англицизмы, конструирующие терминосистему в сфере международной торговли в русском и других языках. Данная группа языковых единиц весьма разнообразна, характеризуется неоднородностью материала, который является динамичным и подвержен перераспределению. Представление терминосистемы сферы *международная торговля* в русском языке как полевой структуры позволяет сделать заключение о ядерных единицах и околовядерных, оклопериферийных и периферийных. Расположение знаков-англицизмов по отношению к ядру свидетельствует не о степени близости их значений к некоей архисеме, а об их востребованности и функциональных возможностях. Мы выделяем следующие критерии, определяющие положение знака-англицизма в полевой структуре:

1) «градус семантической самостоятельности» и ясности и известности значения [Крысин, 2004: 45]. Например, *аврал* (от англ. *over all* ‘наверх все’). Термин используется в международной торговле в двух направлениях:

мобилизация работников для выполнения срочного задания, спешная работа, выполняемая всем коллективом; работа на судне, в которой принимает участие весь экипаж или большая его часть;

2) референциально-денотативное соответствие знака наличествующим в торговой коммуникации реалиям. Например, термин *листинг* (от англ. *list* – ‘список’). Термин используется в международной торговле в трех направлениях 1) внесение акций компании в список акций, котирующихся на данной бирже; необходим для допуска к биржевым торговам только тех акций, которые прошли экспертную проверку. Акции, не внесенные в этот список, продаются на «уличном рынке»; 2) правила допуска ценных бумаг к торговле на фондовой бирже; 3) соглашение между эмитентом ценных бумаг и фондовой биржей или внебиржевым участником фондового рынка о приеме ценных бумаг для торговли или котировки на рынке;

3) степень словообразовательной активности, а также деривационный потенциал (по [Дьяков, 2015]). Например, *драфт* (англ. *draft*) ‘письменный приказ трассанта контрагенту’, ‘трассату выплатить определенную сумму денег третьей стороне по тратте’.

Механизмы отбора по критериям коррелируют с механизмами адаптации заимствований, они (и те, и другие) отражаются друг на друге. Для наглядности представим модель функционально-семантического микрополя англизмов, используемых в сфере внешнеторговых отношений (см. рисунок 6):

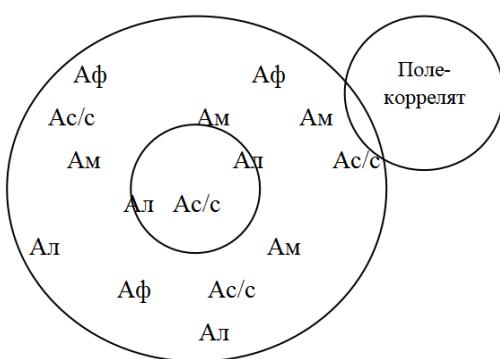


Рисунок 6. Поле терминосистемы англизмов в русском языке

Ал – англизм-лексема

Ам – англизм-морфема

Ас/с – англизм-словосочетание

Аф – англизм-фразеологизм

Источник: данные автора диссертационного исследования

Примечание: возможно достаточно большое количество полей коррелятов, взаимообмен производится на всех уровнях, представленных языковыми единицами полевых структур; как видно, в ядро поля могут входить как лексические, так и инопорядковые единицы; совокупности единиц одного уровня организуют структуры поля.

Морфемную структуру поля создают более или менее распространенные аффиксы, активно / менее активно участвующие в процессах деривации (см. параграф 1). В лексическую структуру поля входят те лексемы, которые дифференцируются по актуальности использования, то же применимо и в отношении фразеологических единиц и словосочетаний. Поле организуется изначально на основе семантического принципа, далее – по грамматическому (в том числе и по функционально-грамматическому) принципу. Разбиению на тематические классы внутри поля подвергаются все неморфемные знаки. Соответственно, данное микрополе может добавочно дробиться еще на ряд полей (в данном случае значение слова *поле* близко к значению слова *структура*), организуемых по двум вышенназванным принципам (см. рисунок 7):



Рисунок 7. Принципы организации полей и ядерной структуры

Источник: данные автора диссертационного исследования

Примечание: самой многочисленной является лексическая структура (в основном именно ее единицы составляют ядро поля), она разбивается на группы согласно предложенной нами в параграфе 1 тематической классификации, учитывающей несколько критериев (т.е. внутри каждого класса происходит дополнительное

разбиение по степени освоенности и по морфологическим параметрам); группы словосочетаний и фразеологизмов выделяются на основе понятийного критерия; в морфемной структуре группы представлены аффиксами, которые в зависимости от их востребованности могут добавочно дифференцироваться; все структуры коррелируют (корреляцию морфемной и с/с структур не удалось изобразить по техническим причинам).

Группы морфемных и лексических единиц включают количественный показатель по параметру ассимилированности. Данные группы также допускают еще одну квалификацию – по словообразовательной активности. Лексемы служат как бы подтверждающим материалом потенциала морфем. Словосочетания и фразеологизмы в ракурсе этих критериев не рассматриваются.

Деривационные явления выступают показателями актуальности знаков-англицизмов. Расширение словообразовательных значений (возможностей и имеющихся результатов деривации) влечет за собой стимуляцию ряда сем, конституирующих слова [Дьяков, 2001; 2015]. Главную роль в актуализации выполняют корневые морфемы. Интенсифицирующая, а также собственно морфологическая функции отводятся префиксам, префиксOIDам, суффиксам, суффиксоидам. По словам А.И. Дьякова и О.Ю. Чирейкиной, терминоаппарат, представленный заимствованиями из английского, может включать единицы, перенятые без структурных изменений, и их дериваты, возникшие на почве языка-реципиента [Дьяков, Чирейкина, 2020].

Как уже отмечалось: терминосистема сферы международной торговли в русском языке представлена преимущественно словами, которые имеют частеречную принадлежность имени существительного; однако в ней также присутствует множество отсубстантивных имен прилагательных, глаголов, встречаются даже наречия (этот класс весьма малочисленный). Иногда наделение основы аффиксом определяется грамматическими причинами, регламентирующими причастность слова к системе русского языка (см. параграф Деривация же выявляет формальные и содержательные релеванты слов, которые участвуют в образовании новых и, как следствие, их функционально-грамматический и функционально-семантический потенциал.

Так, лексема *стивидор* (от англ. *stevedore*), входящая в группу «термины, называющие профессии», образует с помощью русского аффикса прилагательное *стивидорный*. Оно входит в группу «термины, называющие понятия или

предметы, характеристики и процессы, существующие в сфере внешнеторговых отношений». Участие заимствования в словообразовании говорит об актуальности понятий, которые номинируют источник и его дериват. Актуальность заимствования подтверждается и тем, что оно активно употребляется в торговой коммуникации и в новостях на тему «экономика и торговля», сравните: *Как отмечается в публикации издания, стивидоры начали уведомлять своих клиентов, что из-за усиления мер безопасности, связанных с чемпионатом мира, с 25 мая по 25 июля будет приостановлена перевалка опасных грузов «всех классов»* («В портах регионов-хозяев ЧМ-2018 запретят перевалку опасных грузов», статья от 17.04.2018) (Газета.Ru); *Как сообщает ИА PrimaMedia со ссылкой на пресс-службу <...>, работы по отгрузке выполняла группа компаний «Легендагро» совместно с единственным стивидором морского порта Зарубино, ООО «Морской порт в бухте Троицы»* («Первую партию выращенного в Приморье зерна отправили в Японию», статья от 06.03.2020) (Известия); *За весь 2022 год стивидоры обработали почти 6 млн т грузов...* («Чем грозит Украине и Европе остановка судоходства по Дунаю», от 27.07.2023) (Ведомости).

Эта лексема включается в ядерный сектор поля. Околоядерную зону составляют такие лексемы, как: *шипчандлер* (от англ. *shipchandler*) – шипчандлеровский; *лоуд* (от англ. *loud*) – лоуди, *эрланг* (от англ. *erlang*) – эрланговый; *инкотермс* (от англ. *incoterms*); *Ки-Пи-Ай* (от англ. *KPI*); *промпт* (от англ. *prompt*) – промптовый; *лампсум-фрахт* (от англ. *lump sum freight*) и *лапсум-роялти* (от англ. *lampsum royalty*) – последний пример иллюстрирует словообразовательную активность элемента *лампсум*, т.д. Установлено, что большинство актуальных лексем терминосистемы – имена существительные, прилагательные-дериваты. Мало слов ядерного сектора не имеют дериватов.

Важно отметить, что система терминов сфера международная торговля изобилует не только наименованиями специфических понятий (например, *локт-ин*, (от англ. *locked-in*) — ситуация, в которой инвестор опасается продавать свои приносящие доход ценные бумаги, так как их доход станет объектом налога на

увеличение рыночной стоимости капитала; *пул* (от англ. сленг. *pool* ‘общий котел’) — форма объединения, соглашения между предпринимателями, обычно временное, при которой прибыль ее участников поступает в общий фонд и распределяется между ними согласно заранее установленным соотношениям; *тренд* (от англ. *trend*) 1) изменение, определяющее общее направление развития, основную тенденцию рядов динамики; 2) направление изменений экономических показателей, определяемое посредством обработки отчетных статистических данных, и выявление тенденций экономического роста или спада; 3) расчетная кривая изменения экономического показателя, построенная путем математической обработки статистических данных на основе динамических рядов и др.), отсутствующих в языке, но и словами-дублерами (*промпт*; *лоуд* – нареч. *лоуди*), имеющими эквиваленты в русском языке и специфициирующими значение для коммуникации в области торгово-экономических отношений. Весьма малочисленна группа глаголов, входящих в ядерный сектор (актуальные слова) и в периферийный. Преимущественно глаголы являются образованными от других частей речи с помощью русских словообразовательных формантов, менее распространены случаи прямого заимствования: *импорт* – *импортировать* (от англ. *import*); *свитч* – *свитчить (-ся)* (от англ. *switch*); *шортить* (от англ. *shorten*) и др. (последний глагол входит в периферийный сектор).

Актуальные единицы представлены и словосочетаниями: *свободная экономическая зона* (от англ. *free trade zone*); *бондовый груз* (от англ. *bounded cargo*); *сезонная таможенная пошлина* (от англ. *season duty*). Случай включения в ядерный сектор фразеологических единиц довольно редки: *объятия плюшевого медведя* (от англ. *teddy bear hug*). Как правило, фразеологизмы используются в неофициальной речи специалистов внешней торговли. Однако при частотном употреблении словосочетания переходят в разряд фразеологизмов, характеризующихся низкой степенью абстрактности (метафоричности), т.е. характеризующихся конкретикой: *поправка Джона Веника* (от англ. *John Venick amendment*).

Актуальность данных единиц хорошо иллюстрируют новости по теме «экономика и торговля»: <...> *A пресловутая поправка Джексона-Веника?* («Саммит «восьмерки» может сорвать только Иран», статья от 18.04.2006) (Известия); *Еще четыре компании из ДНР и ЛНР получили свидетельства о включении в единый реестр участников свободной экономической зоны в новых регионах* («Четыре компании из ЛДНР стали участниками свободной экономической зоны в новых регионах», статья от 01.08.2023) (Газета.Ru). Употребительны сочетания со словом *таможенный*, появившиеся на основе семантического и смешанного калькирования с английских сочетаний слов: *таможенная декларация* (от англ. *customs declaration*) и т.п. («Таможенники не поняли друг друга», статья от 15.01.2021) (Ведомости).

Актуальные околовядерные морфемные единицы представляются в следующих словах: *букировака, букинг-нот* (от англ. *booking, booking notes*); *маркировка, маркировать* (от англ. *mark*); *инвойс* (от англ. *invoice*), *индекс* (от англ. *index*); *конъюнктура* (мировых товарных рынков) (от англ. *conjuncture*), *коносамент* (от англ. *consignment*); *лизинг* (от англ. *leasing*), *рентинг* (от англ. *renting*); *спецификация* (от англ. *specification*), *бонификация* (английский язык выступил как посредник (данное слово имеет французское происхождение) *bonification*) и т.д. Периферию поля в секторе морфем составляют аффиксы, мало используемые в терминах внешней торговли: *-ess* и т.д.

Достаточно редко термины-англицизмы являются средствами выражения фатической функции, которая обеспечивает установление контакта между участниками общения. Реализация данной функции сопрягается с одной из характерологических для идентификации говорящего / пишущего того, кто воспринимает информацию. Это можно проследить на примере специальных изданий (к примеру, в заголовках статей): *Методический подход к оценке влияния мер нетарифного регулирования на импорт ЕАЭС; Новейшие тренды и вызовы развития международной торговли вооружениями и военной техникой* и т.п. (mttp.rea.ru).

В рамках одного поля и всей системы терминов внешней торговли и ее коммуникативных возможностей реализуются такие функции, как текстообразующая, жанрообразующая, идиомообразующая и деривационная [Дьяков, 2001]. В частности, термины-англицизмы осуществляют объективацию текстообразующей функции, выявляя понятийное содержание текста, жанрообразующей функции, соотнося текст, в котором употреблены заимствования, со сферой коммуникации.

В следующем предложении: *Как прямой пассив в балансе ЦБ объем эмитированных и находящихся вне банковской системы розничных ЦВЦБ должен входить в расчет денежного агрегата М0 (наличные деньги в обращении или денежная база в узком определении)* (mtp.rea.ru), – выделены англицизмы, которые создают понятийную рамку текста и актуализируют смысловое поле (текстообразование), которые осуществляют отнесение этого текста к научному стилю торговой коммуникации, представленной через статью (жанрообразование). Примечательны и деривационные показатели англицизмов: *эмитированных* – от *эмитировать* – от *эмиссия* (от англ. *emission*), *банковский* – от *банк* (от англ. *bank*).

Другой пример: *Вслед за национальной валютой на 6 % выросла Стамбульская фондовая биржа* («Почему ЦБ Турции третий раз подряд поднял ставку – теперь до 25 %», статья от 25.08.2023) (Ведомости). Тема/рема предложения содержит англицизмы, которые формируют основную смысловую нагрузку, что, в свою очередь, является показателем текстообразующей функции (заимствования распределяются таким образом, чтобы актуализироваться в начале и в конце). Функция жанрообразования регистрируется в наполнении текста публицистической статьи, совмещающей элементы собственно публицистического и научного, официально-делового стилей – это показатель, демонстрирующий выход англицизмов за пределы поля терминосистемы.

Существенно, что термин-англицизм не реализует обособленно функции одного блока, но совмещает в себе функции разных блоков. Например, лексема *инсайдеры* в следующем контексте: «*Под этой маркой компания планирует*

производить чисто электрический седан, разработанный совместно с технологическим гигантом Huawei», – пояснили инсайдеры («Chery зарегистрировала в России бренд Luxeed», статья от 11.08.2023) (Известия), – реализует все информативные функции, кроме металингвистической, стилеобразующую и аттрактивную прагматические функции, также характерологические функции и контактоустанавливающую рекогностивную функцию, тексто- и жанрообразующую функции.

А.И. Дьяков справедливо отмечает, что функции номинативного блока выступают первичными для англизмов (особенно информативная), прочие функции других блоков выступают дополняющими, надстраивающимися над номинативными в процессе коммуникации, выявляющими востребованность и потенциал заимствований [Дьяков, 2001]. Сама значимость англизма зависит от его функциональности, тематической принадлежности и условий, в которых он применяется для опредмечивания реалии / понятия. Обилие функций, которые могут выполнять термины-англизмы в текстах на тему «внешняя торговля», говорят о том, что эти заимствования осмысливаются русским языком как самодостаточные знаки терминосистемы.

Таким образом, англизмы, которые используются в международной торговой коммуникации, составляют особое поле терминов, в рамках этого поля сосуществуют разноуровневые единицы, находящиеся на различном расстоянии от ядра поля. Ядро – основа актуальности заимствования, частотности его употребления и соответствия тем критериям, которые обеспечивают его (термина) функционально-семантические, функционально-грамматические возможности. Термин-англизм реализует не одну, а ряд функций в сфере международной внешнеторговой коммуникации. При этом на основе проведенного анализа можно заключить, что это подтверждает не только актуальность единичного элемента, но и в целом терминосистемы англизмов сферы международной торговли, представленной в современном русском языке.

Выводы по главе 2

1. На основе проведенного анализа установлены основные теоретические аспекты классификации англицизмов в терминологической системе сферы международной торговли русского языка, определены и охарактеризованы уровни освоения англоязычных заимствований в русском языке, выделены особенности функционирования англицизмов терминов международной торговли, выявлены часто используемые языковые единицы, специфика их актуализации.

Анализ научной литературы убедительно свидетельствует о том, что система терминов международной торговли в русском языке есть явление неоднозначное, которое должно анализироваться с разных точек зрения, основанных на характеристике доминантных критериев заимствований. Следовательно, изучая англицизмы в терминосистеме внешней торговли русского языка, нужно исходить из представлений их разносторонних сущностей: формы (звуковое и графическое оформление) и значения (от минимальных (морфемы) и до максимальных – грамматических и семантических значений).

2. При составлении классификации англицизмов, которые функционируют в области торгово-экономических отношений в русском языке, должны быть учтены не только понятийные (т.е. согласно области использования) и лексико-семантические параметры заимствований, но и их грамматические показатели, а также показатели освоенности в системе языка-реципиента.

Разработанная и предложенная классификация единиц разных уровней позволяет охарактеризовать лексический, фразеологический и др. составы системы заимствований в сфере внешней торговли, что способствует констатации не только фонда имеющихся репрезентантов, но и тенденций к дальнейшим заимствованиям, также систематизации всего многообразия этих средств. Главным критерием классификации, безусловно, выступает понятийный (лексический), который является первичным квалифициатором и дифференцирует термины-англицизмы по их общесодержательным чертам, детализирует семенную структуру.

3. Грамматический (главным образом, морфологический) критерий распределяет элементы, заимствованные из английского языка, по характеру их категориальных свойств, а также связывается с понятийным и лексико-семантическим наполнением, определяя таким образом содержание заимствованных языковых единиц. Показатели адаптации заимствований в зависимости от степени их освоения в языке-реципиенте способствуют установлению наиболее актуальных для употребления средств терминосистемы. Предложенная классификация в основном опирается на лексику, учитывает специфику природы лексических заимствований и их функционирования в системе терминов.

4. Для всех заимствований в той или иной мере востребованы соответствующие языковые уровни адаптации. Рассмотрев ряд уровневых типологий, мы пришли к выводу, что типология А.Г. Дедюхиной позволяет исследовать все адаптационные характеристики заимствованного языкового элемента, вошедшего в систему языка-реципиента. Когда англицизмы входят в систему русского языка, они подвергаются фонетической, графической, морфологической и семантической адаптации. Критерии освоенности заимствования на каждом из языковых уровней предстают как бы самостоятельно, независимо друг от друга, так как дифференцируются по степени включения слова в язык (в его подсистемы) и иллюстрируют этапы вхождения заимствования в русский язык.

5. При выявлении актуальных во внешнеторговой коммуникации заимствований, их функциональных особенностей было установлено, что они обнаруживают различия по параметру доминантности как в зависимости от критерия адаптации, так и вне независимо от него. Однако подавляющее большинство заимствований, обладающих полифункциональностью и частотностью в межкультурном торговом общении, является в достаточной мере освоенным. Этим заимствованиям свойственен и высокий словообразовательный потенциал, детерминирующий их широкое использование в профессиональной

речи, распространение за ее пределы и, как следствие, регистрацию терминов и в роли общеупотребительных языковых единиц.

6. При анализе ядерной зоны полевой структуры сделан вывод о компонентах лексического поля. В лексическую структуру поля входят те лексемы, которые дифференцируются по актуальности использования, то же применимо и в отношении фразеологических единиц и словосочетаний. Поле организуется изначально на основе семантического принципа, далее – по грамматическому (в том числе и по функционально-грамматическому) принципу. Группы морфемных и лексических единиц допускают квантификацию по параметру ассиимилированности. Данные группы также обнаруживают еще одну качественную характеристику – по словообразовательной активности. Лексемы служат как бы подтверждающим материалом потенциала морфем. Словосочетания и фразеологизмы в ракурсе этих критериев не рассматриваются.

7. Показательно, что терминосистема сферы международной торговли в русском языке представлена преимущественно словами, которые имеют частеречную принадлежность имени существительного; однако в ней также присутствует множество отсубстантивных имен прилагательных, глаголов, встречаются даже наречия, хотя они не многочисленны.

ГЛАВА III. КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

3.1. Классификация англоязычных заимствований сферы международная торговля в китайском языке

В последние десятилетия торгово-экономические отношения между большинством стран стали неотъемлемой частью глобальной экономики и Китай играет в этом процессе ключевую роль. С ростом экспорта и импорта, а также увеличением числа международных партнеров китайский язык активно пополняется новыми заимствованиями из английского языка.

Согласно статистике заимствованных слов, проведенной Лю Чжэнтанем и Гао Минкаем, распределение количества заимствованных слов по категориям выглядит следующим образом: политика – 115 слов, литература и искусство – 94 слова, денежная система – 83 слова, философия – 75 слов, экономика – 73 слова, химия – 63 слова, культура, образование, издательское дело и спорт – 53 слова, общество – 49 слов, медицина – 48 слов, далее следуют религия, физика, военное дело, право, психология, биология, машиностроение, предметы повседневного обихода, транспорт, строительство, жилье и другие связанные с ними области, где количество заимствований из английского языка постепенно уменьшается [Гао Минкай, Лю Чжэнъянь, 1984]. Как видно, в широком смысле к экономико-торговой категории относятся денежная система и экономика, которые в сумме составляют 156 слов, что составляет 12,8% от общего количества заимствованных слов [Гао Минкай, Лю Чжэнъянь, 1984].

Ши Ювэй анализирует статистику заимствованных слов, представленных в «Словаре заимствованных слов китайского языка» (2003), и отмечает, что «значительную долю среди заимствованных слов занимают политика и широкая экономико-торговая категория, которая составляет 12,2%» [Ши Ювэй, 2003: 163]. Согласно статистике, приведенной в статье Ван Ин и Хуан Пэн-Бо, наибольший процент составляют заимствования из сфер химия и химическая технология,

единицы измерения, медицина, экономика и торговля. Что касается заимствований в сфере международной торговли, Ван Ин и Хуан Пэнбо также отмечают в «Исследование классификации и эволюции заимствованных слов в китайском языке», что заимствования из английского языка в этой области в основном «происходят от собственно терминов торговли, способов финансовых платежей, логистики и транспорта» [Ван Ин и Хуан Пэнбо, 2015: 45]. Очевидно, что заимствованные слова, связанные с экономикой, занимают значительное место среди всех заимствованных слов. Поэтому выбор этой категории слов в качестве объекта исследования является весьма обоснованным и наиболее репрезентативным.

Что касается заимствований из английского языка в сфере международной торговли, лингвисты предлагают различные методы классификации и подходы. Так, в работе «Исследование заимствованных слов в современном китайском языке» (1984) Гао Минкай и Лю Чжэнтань предложили классификацию заимствованных слов, включая заимствования, связанные с международной торговлей. Их классификация рассматривает:

– *фонетические заимствования*: слова, заимствованные по звучанию, например, 汉堡 (hànbǎo) -汉(hàn)/ chinese/ китайский, 堡 (bǎo)/fort/крепость ; 汉堡 (hànbǎo)/ hamburger/ гамбургер (название товара).

– *семантические заимствования*: слова, заимствованные по значению, например, 自由贸易 (zìyóu màoyì) -自 (zì)/ self/ сам, 由 (yóu)/ free/ свободный, 贸(mào)/ trade/ торговля, 易(yì)/ exchange/ обмен; 自由 (zìyóu)/ free/ свободный, 贸易 (mào yì) /trade/ торговля ; 自由贸易 (zìyóu màoyì)/ free/ trade/ свободная торговля.

– *смешанные заимствования*: частично фонетические, частично семантические, например, 跨境电商 (kuàjìng diànshāng) – 跨 (kuà)/ cross/ пересекать, 境(jìng)/ border/ граница, 电(diàn)/ electric/ электрический; 跨境(kuàjìng)/ cross-border/ трансграничный, 电商 (diànshāng)/ e-commerce/ электронная

коммерция ; 跨境电商 (kuàijìng diànshāng)/ cross-border e-commerce/ международная электронная коммерция.

Подобный подход к анализу заимствований предлагает Ли Юймин в работе «Исследование современных заимствованных слов в китайском языке» (2022), утверждая, что заимствования из английского языка в сфере внешней торговли можно разделить на:

– *фонетические заимствования* (полная или частичная передача звучания иероглифами, например 欧佩克 [Ōupeikè]/ OPEC/ ОПЕК, семантические заимствования (калькирование значения, как в термине 软件 [ruǎnjiàn] ‘software’).

– *смешанные заимствования* (сочетающие фонетическую и семантическую адаптацию, как в примере 基尼系数 [jīní xìshù]/Gini coefficient/Коэффициент Джини, где 基尼 [jīní]/ Gini/ Джини передает звучание, а 系数 [xìshù]/ coefficient означает ‘коэффициент’).

Особую группу составляют *прямые заимствования*, т.е. неадаптированное использование исходной формы, например, аббревиатура CEO вместо китайского сочетания 首席执行官). В качестве иллюстрации: CEO [首席执行官, shǒuxí zhíxíng guān] / CEO / генеральный директор (прямое заимствование), а 基尼系数 [jīní xìshù] / Gini Coefficient / коэффициент Джини (смешанные заимствования) [Ли Юймин, 2022].

В книге «Заемствованные слова в китайском языке» (2003) Ши Ювэй предложил более детальную классификацию, уделяя особое внимание семантике и функциям заимствований, связанных с внешней торговлей. Его классификация включает:

– *профессиональные слова* (термины): например, 反补贴 (fǎn bǔtiē)/ anti-subsidy/ антисубсидия, 反 (fǎn)/ anti/ анти, 补 (bǔ)/ subsidy/ субсидия, 贴 (tiē)/ paste/ наклеивать; 反 (fǎn)/ anti/ анти, 补贴 (bǔtiē)/ subsidy/ субсидия;

– *общепотребительные слова*: например, 进口配额 (jìnkǒu pèi'é)/import quota/импортная квота, 进(jìn)/ enter/ входит, 口(kǒu)/ mouth/ рот, 配 (pèi)/ allocate/

распределять, 额 (é)/ quota/ квота; 进口 (jìnkǒu)/ import/ импорт, 配额 (pèi'é)/ quota/ квота. [Ши Ювэй, 2003: 78—82];

— сокращения: например, FOB (сокращение от английского Free On Board, стандартный международный торговый термин)/ 离岸价 (lí'ànjià)/ условия поставки франко-борт, 离 (lí)/ depart/ отходить, 岸 (àn)/ shore/ берег, 价 (jià)/ price/ цена; 离岸 (lí'àn)/ offshore/ оффшорный, 价 (jià)/ price/ цена.

Чжан Ли в «Использование и влияние заимствований из английского языка в сфере внешней торговли в китайском языке» (2018) различает заимствования по их функциям, включая торговые термины, способы оплаты, логистику и транспорт, а также политику и соглашения [Чжан Ли, 2018].

С точки зрения семантики Лю Дань в работе «Исследование семантической классификации заимствований из английского языка в сфере внешней торговли в китайском языке» (2019) делит заимствования на конкретные существительные, абстрактные существительные и глаголы, т.е. опирается на частеречную классификацию. Например: 集装箱 [jízhuāng xiāng]/ container/ контейнер (конкретное существительное), 集(jí)/ gather/ собирать, 装 (zhuāng)/ load/ грузить, 箱 (xiāng)/ box/ коробка ; 集装 (jízhuāng)/ container/ контейнер, 箱 (xiāng)/ box/ коробка ; 贸易壁垒 [mào yì bìlěi]/ trade barrier/ торговый барьер, 贸 (mào)/ trade/ торговля, 易 (yì)/ exchange/ обмен, 壁 (bì)/ wall/ стена, 垒 (lěi)/ barrier/барье ; 贸易 (mào yì)/ trade/ торговля, 壁垒 (bìlěi)/ barrier/ барьера (примеры взяты из [Лю Дань, 2019]).

Чэн Сяомин в статье «Исследование частоты использования заимствованных слов в китайском языке» (2017) классифицирует заимствования по частоте использования и степени распределения на высокочастотные и низкочастотные. Например, 自由贸易区 [zìyóu mào yì qū]/ free trade zone /зона свободной торговли (низкочастотное заимствование), 进口 [jìnkǒu] / import / импорт (высокочастотное заимствование) [Чэн Сяомин, 2017].

Чжоу Цзянь в монографии «Лексикология современного китайского языка» (2010) предложил трехчастную классификацию англоязычных заимствований во внешнеторговой терминологии, основанную на критериях частотности употребления и функциональной специализации.

К первой категории высокочастотных ядерных терминов относятся такие общеупотребительные в деловой коммуникации единицы, как 询盘 (xún pán)/ inquiry/ запрос и 议付 (yì fù)/ negotiation/ негоциация, которые приобрели статус межотраслевых стандартов международной торговли.

Вторая категория включает узкоспециализированные профессиональные термины типа 完税后交货 (wánshuì hòu jiāohuò)/DDP (Delivered Duty Paid)/поставка с оплатой пошлин и 不可撤销信用证 (bùkě chèxiāo xìnyòngzhèng)/irrevocable letter of credit/ безотзывный аккредитив, используемые преимущественно в профессиональных кругах.

Особый интерес представляет третья категория заимствований-неологизмов цифровой эпохи – 海外仓 (hǎiwài cāng)/overseas warehouse/зарубежный склад и 社交电商 (shèjiāo diànshāng)/social commerce/социальная коммерция, отражающих трансформацию торговых моделей под влиянием электронной коммерции [Чжоу Цзянь, 2010]. Данная типология не только систематизирует заимствованную лексику, но и репрезентирует динамику адаптации англицизмов в профессиональном дискурсе китайского языка.

Диао Яньбинь в исследовании «Изучение заимствованных слов в китайском языке» (2015) предложил историко-хронологическую классификацию внешнеторговой терминологии, основанную на этапах социально-экономического развития Китая. В группе ранних заимствований конца XIX – начала XX веков, отражающих становление современной торговой системы, представлены такие термины, как 汇兑 (huìduì)/ remittance/ перевод денег и 领事发票 (lǐngshì fāpiào)/ consular invoice/ консульская фактура. Период экономических реформ 1980-х годов ознаменовался появлением терминов международной торговли, включая 来料加工 (láiliào jiāgōng)/ processing with supplied materials/переработка

давальческого сырья и 补 偿 贸 易 (bǔcháng màoyì)/ compensation trade/компенсационная торговля. Современный этап после вступления Китая в ВТО (с 2001 г.) характеризуется заимствованиями глобализированной торговой лексики, такой как 贸易便利化 (màoyì biànlìhuà)/ trade facilitation/ облегчение торговли и 原产地规则 (yuánchǎndì guīzé)/ rules of origin/ правила происхождения [Диао Яньбинь, 2015]. Данная периодизация наглядно демонстрирует корреляцию между этапами экономической трансформации Китая и процессами лексического заимствования.

В исследовании «Сопоставительный анализ англоязычных заимствований в русском и китайском языках в сфере международной торговли» (2022) А.А. Даушева разработала инновационную классификационную систему для изучения англицизмов в китайской внешнеторговой терминологии. С формальной точки зрения автор выделяет три основных типа заимствований: 1) *фонетические кальки* типа 码头 [màtóu]/ shipping mark/ грузовая маркировка, демонстрирующие универсальность логистических обозначений; 2) *гибридные образования* типа 完税价格 [wánshuì jiàgé] /dutiable value таможенная стоимость, точно передающие комплексное значение таможенных оценок; и 3) *креативные семантические заимствования* типа 无纸化贸易 [wúzhǐhuà màoyì]/ paperless trade/ безбумажная торговля, отражающие особенности цифровой эпохи (примеры см.: [Даушева, 2022]).

С функциональной перспективы исследование систематизирует термины по ключевым областям: *международные расчеты* (保兑信用证 [bǎoduì xìnyòngzhèng] / confirmed L/C / подтверждённый аккредитив), *торговое регулирование* (原产地预审 [yuánchǎndì yùshēn] / origin pre-determination / предварительное определение происхождения) и *устойчивое развитие* (绿色关税 [lǜsè guānshuì] / environmental tariff / экологический тариф). Исторический анализ выявляет эволюцию от 转口贸易 [zhuǎnkǒu màoyì] / entrepot trade / транзитная торговля на ранних этапах открытости до современных цифровых терминов типа 数字清关 [shùzì qīngguān] /

digital customs clearance / цифровая таможенная очистка. Особое внимание уделяется механизмам стандартизации терминов Инкотермс 2020 (Международные правила толкования торговых терминов), таким как 完税后交货 [wánshuì hòu jiāohuò] / DDP (Delivered Duty Paid) / поставка с оплатой пошлин, что демонстрирует точность межъязыковых соответствий [Даушева 2022].

Согласно исследованиям китайских лингвистов Чжан Вэя и Чэн Яна, классификация англоязычных заимствований в сфере внешнеторговой лексики строится на трёхуровневой системе: операциональном (термины, связанные с методами коммерческой деятельности), институциональном (понятия организационно-правовых форм) и агентном (номинации субъектов экономической деятельности) уровнях [Чжан Вэй, Чэн Ян, 2024]. Учёные подчёркивают, что такой многоаспектный подход позволяет системно описать процесс адаптации заимствований, учитывая как их лингвистические особенности, так и функциональную специфику употребления в профессиональных дискурсах.

Операционные термины: 审计 [shěnjì] / audit / аудит, 外包 [wàibāo] / outsourcing / аутсорсинг, 恶性通货膨胀 [exìng tōnghuò péngzhàng] / hyperinflation / гиперинфляция, 清单 [qīngdān]/ listing/ листинг и др.

Формы кредитования и финансирования: 透支 [tòuzhī] / overdraft / овердрафт, 保理 [bǎo lǐ] / factoring / факторинг, 特许经营 [tèxǔ jīngyíng] / franchising / франчайзинг, 特许经营权 [tèxǔ jīngyíng quán] / franchise / франшиза, 期货合约 [qíhuò héyuē]/ futures contract/ фьючерсный контракт, 期货市场 [qíhuò shìchǎng]/ futures market / фьючерсный рынок и др.

Агентные номинации: 商人 [shāngrén] / businessman / бизнесмен, 经纪人 [jīngjì rén] / broker / брокер, 开发商 [kāifā shāng] / developer / девелопер, 行销人员 [xíngxiāo rényuán] / marketer / маркетолог, 媒体经纪人 [méitǐ jīngjì rén] / media broker / медиа-брокер, 房地产经纪人 [fángdìchǎn jīngjì rén] / realtor / риелтор, 赞助

[zànzhù] / sponsor / спонсор, 商人 [shāngrén]/ trader /трейдер, 避险者 [bì xiǎn zhě] / hedger / хеджер и пр.

В работах Чжан Вэя и Чэн Яна подчеркивается системный характер классификации англоязычных заимствований во внешнеторговой лексике китайского языка, где выделяются три взаимосвязанных уровня анализа: операциональный (методы коммерческой деятельности), институциональный (организационно-правовые формы) и агентный (субъекты экономической деятельности). Как отмечают исследователи, данный лексический пласт включает три ключевых компонента: операционные термины, демонстрирующие процессы фонетической и графической адаптации; формы кредитования и финансирования, отражающие механизмы семантического калькирования; а также номинации профессиональных субъектов, сочетающие заимствованные и автохтонные элементы. Такой многоуровневый подход раскрывает не только лингвистические особенности терминообразования, но и специфику их функционирования в международном деловом дискурсе [Чжан Вэй, Чэн Ян, 2024].

На основе рассмотренных принципов (критериев) и анализа заимствованной лексики, представим таблицу примеров (см. таблицу 2).

Таблица 2

Тематическая классификация торгово-экономических заимствований из английского языка в китайском⁹

Тематическая группа	Описание	Примеры
Финансовые операции	группа охватывает процессы и механизмы, связанные с движением финансовых средств между субъектами торговли на глобальном уровне. включает ключевые термины для эффективных транзакций и финансового управления	银行转帐 [yínháng zhuǎnzhàng] / bank transfer / банковский перевод 投资 [tóuzī] / investment / инвестиции 股本 [gǔ běn] / equity / акционерный капитал
Деньги и валюта	включает термины, связанные с наличными, безналичными средствами, криптовалютами и цифровыми активами	汇率 [huìlǜ] / exchange rate / валютный курс 通货膨胀 [tōnghuò péngzhàng] / inflation / инфляция

⁹ «Словарь заимствованных слов в китайском языке» [Лю Чжэньтань и др., 1984]; «Словарь терминов международной торговли» [Ли Сяоянь, 2015]; «Англо-китайский словарь международной торговли и экономического управления» [Ван Юйчжан, 2008].

		货币贬值 [huòbì biǎnzhí] / currency depreciation / обесценивание валюты
Логистика	термины, связанные с управлением движением товаров, услуг и информации от производства до потребителя	货柜 [huòguì] / container / контейнер 货运 [huòyùn] / freight / грузоперевозки 速递服务 [sùdì fúwù] / courier service / курьерская служба
Технические инновации	включает термины, связанные с цифровыми технологиями, искусственным интеллектом, машинным обучением и большими данными	区块链 [qūkuài liàn] / blockchain / блокчейн 人工智能 [réngōng zhìnléng] / artificial intelligence / искусственный интеллект 大数据 [dà shùjù] / big data / большие данные
Электронная коммерция и интернет-экономика	термины, связанные с использованием интернет-технологий для бизнеса, продажи товаров и услуг, а также взаимодействия с клиентами	电子商务 [diànzǐ shāngwù] / e-commerce / электронная коммерция 在线支付 [zàixiàn zhīfù] / online payment / онлайн-оплата 数字经济 [shùzì jīngjì] / digital economy / цифровая экономика
Маркетинг продажи	термины, связанные с продвижением товаров и услуг, а также их реализацией	品牌形象 [pǐnpái xíngxiàng] / branding / брендинг 市场组合 [shìchǎng zǔhé] / marketing mix маркетинг-микс 目标受众 [mùbiāo shòu zhòng] / target audience целевая аудитория
Право и стандарты	юридическая лексика, связанная с лицензированием, патентами и стандартами	发牌事宜 [fāpái shìyí] / licensing / лицензирование 专利 [zhuānlì] / patent / патент ISO 标准 [ISO biāozhǔn] / ISO standard стандарт ISO
Торгово-экономические организации	термины, связанные с учреждениями и предприятиями, занимающимися торговлей и экономической деятельностью	顾问服务 [gùwèn fúwù] / consulting консалтинг 控股公司 [kònggǔ gōngsī] / holding / холдинг
Информационные технологии	термины, связанные с обработкой, хранением, передачей и управлением информацией	帐户 [zhànghù] / account / аккаунт 浏览器 [liúlǎnqì] / browser / браузер 网页 [wǎng yè] / web-page / веб-страница web 服务 [web fúwù] / web services / веб-сервис 安装工程 [anzhuāng gōngchéng] / installation / установка
Названия товаров	термины, обозначающие товары и продукты торговли, такие как одежда, продукты питания и бытовые приборы	咖啡 [kāfēi] coffee / кофе 巧克力 [qiǎokèlì] / chocolate / шоколад
Названия брендов	коммерческие наименования, представляющие торговые знаки и элементы культурной идентичности	耐克 [nàikè] / Nike / Найк 芬达 [fēndá] / Fanta / Фанта 阿迪达斯 [ādídási] / Adidas / Адидас
Названия мер и весов	терминология, связанная с измерением количества товаров по международным стандартам	吨 [dūn] tone / тонна 米 [mǐ] metre / метр 英寸 [yǐngcùn] / inch / дюйм

Экономические концепции	термины, связанные с экономическими теориями и практиками	全球化 [quánqíu huà] / Globalization / глобализация 绿色经济 [lǜsè jīngjì] / green economy / зеленая экономика
Экономические показатели и данные	понятия и инструменты для оценки и анализа экономической деятельности	国内生产总值 [guónèi shēngchǎn zǒngzhí] / GDP, Gross Domestic Product / валовой внутренний продукт, ВВП 消费者物价指数 [xiāofèi zhě wùjià zhǐshù] / CPI Consumer Price Index / Индекс потребительских цен, ИПЦ 失业率 [shíyè lǜ] / unemployment rate / уровень безработицы
Торговые соглашения	термины, связанные с договоренностями между странами и регионами для регулирования торговых отношений	北美自由贸易协定 [běiměi zìyóu mào yì xiédìng] / NAFTA / НАФТ 世界贸易组织 [shìjiè mào yì zǔzhī] / WTO / ВТО
Транспорт и способы перевозки	термины, связанные с перемещением людей и грузов	航空运输 [hángkōng yùnshū] / air transport / авиаперевозка 火车 [huǒchē] / train / поезд 飞机 [fēijī] / airplane / самолёт 运输 [yùnshū] transportation / транспортировка
Участники торговых операций (люди)	термины, обозначающие индивидуумов и группы, вовлеченные в торговлю	消费者 [xiāofèi zhě] consumer / потребитель 制造商 [zhìzào shāng] producer / производитель 采购员 [cǎigòu yuán] buyer / специалист по закупкам
Бизнес культура	термины, связанные с нормами, ценностями и практиками в деловой среде	商务洽谈 [shāngwù qiàtán] /business negotiation/деловые переговоры 商务礼仪 / business etiquette/деловой этикет 跨文化交流 / cross-cultural communication/международная коммуникация

Источник: данные автора диссертационного исследования с использованием словарей¹⁰.

Предложенная в Таблице 2 классификация демонстрирует, каким образом английские заимствования в китайском языке охватывают широкий спектр тем, связанных с международной торговлей. Эти термины отражают влияние современных технологий, экономических изменений и глобальных трендов на язык. Классификация помогает систематизировать заимствования и понять их роль в развитии китайской терминологии в сфере торговли и экономики (см. рисунок 8).

¹⁰ «Словаре заимствованных слов в китайском языке» [Лю Чжэнтань и др., 1984], «Словаре терминов международной торговли» [Ли Сяосянь, 2015] и «Англо-китайском словаре международной торговли и экономического управления» [Ван Юйчжан, 2008].

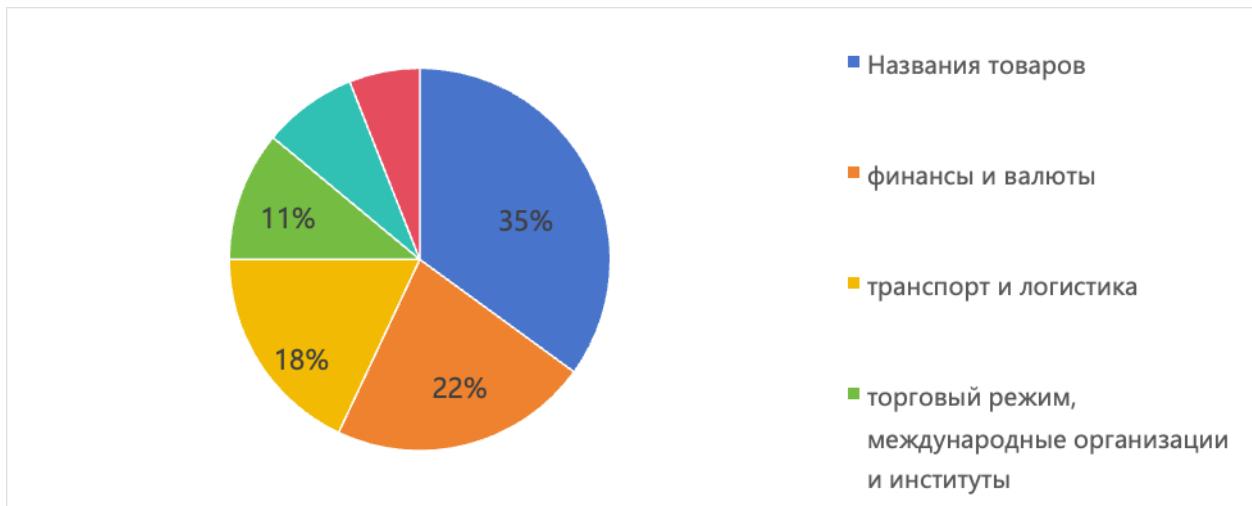


Рисунок 8. Тематический состав англоязычных заимствований в сфере торговля в китайском языке

Источник: данные автора диссертационного исследования.

Среди заимствованных терминов в области международной торговли, используемых в китайском языке, наблюдается характерное тематическое распределение заимствований, пропорциональное англоязычным терминам. Названия товаров составляют до 35%, что подчеркивает их значимость в экономической и торговой деятельности. В секторе финансов и валюты соответствующие термины составляют около 22%, что свидетельствует о ключевой роли этих областей. Слова, связанные с транспортом и логистикой, составляют 18%, указывая на важность эффективного управления логистическими процессами в международной торговле. В то же время термины, связанные с торговыми режимами, международными организациями и институтами, составляют 11%, что отражает влияние норм и правил международной торговли на экономическую деятельность. Лексика, относящаяся к маркетингу и страхованию, составляет 8%, что указывает на важность рыночных стратегий и управления рисками. Наконец, заимствованные слова, относящиеся к технологиям, составляют 6%, что также указывает на прогресс в области технологий в контексте международной торговли [Юйхань, 2024].

Интенсивность заимствований из английского языка по указанным темам в китайском языке тесно связана с временными этапами, которые отражают степень взаимодействия Китая с глобальной экономикой в разные исторические периоды,

а также изменения в обществе, экономике и технологиях. В «Очерках истории китайского языка» (1980) Ван Ли классифицировал заимствования с исторической точки зрения, подчеркивая связь между заимствованиями и политикой открытости Китая. Его классификация опирается на хронологию: Ранние заимствования (XVI – начало XX в.): например, 海关 [hǎiguān] / customs / таможня, 海 [hǎi]/ sea/ море , 关 [guān] /pass / проход; современные заимствования (1978 – настоящее время): например, 数字贸易[shùzì màoyì]/ digital trade / цифровая торговля, 数 [shù]/ number/ число, 字 [zì]/ character / символ, 贸 [mào] / trade/ торговля, 易 [yì]/ exchange / обмен ; 数字 [shùzì]/ digital / цифровой , 贸易 [mào yì]/ trade / торговля [Ван Ли, 1980].

Анализ экономики, технологического развития и социальных потребностей на разных исторических этапах позволяет увидеть, что интенсивность заимствований имеет ярко выраженные временные особенности. Как отмечает Ван Ли [Ван Ли, 1980], именно политика реформ и открытости конца XX в. стала катализатором перехода от единичных заимствований базовых понятий к массовому усвоению сложных терминологических систем, что соответствует глобальным трендам технологической конвергенции. Эта хронологическая динамика находит свое отражение в характерных особенностях заимствования и выхода из употребления лексики на каждом из трех ключевых этапов:

Ранний этап (конец XIX в. – середина XX в.)

На данном этапе заимствования в основном касались базовых торговых понятий, номенклатуры материальных объектов и терминов финансовых операций. Например, к базовым торговым понятиям относятся такие слова, как 关税 [guānshuì]/ tariff/ тариф и 海关 [hǎiguān] / customs / таможня, к номенклатуре материальных объектов – 汇票 [huìpiào] / draft / вексель. Введение этих терминов ознаменовало начальный этап взаимодействия Китая с западной экономикой. Однако наряду с этими заимствованиями постепенно исчезли термины, напоминавшие о колониальном прошлом, такие как 洋行 [yáng háng] / foreign firm / иностранная компания и «янхо» (иностранные товары) – эти понятия широко

использовались в Китае в XIX – первой половине XX в., но постепенно вышли из употребления по мере изменения социально-экономического контекста. После образования КНР в 1949 г., и особенно с начала политики реформ и открытости в конце 1970-х гг., китайский язык стал отражать новые реалии: иностранные предприятия и товары перестали восприниматься как нечто чуждое и экзотическое (иероглиф 洋 [yáng] изначально означает ‘заморский’). Исторически этот иероглиф подразумевал ‘принадлежность к заграничному, чужеродному’, что нередко противопоставляло иностранное китайскому. Однако по мере модернизации Китая и углубления глобализации зарубежные компании и товары стали естественной частью экономики и повседневной жизни, утратив статус «иного». В современном китайском языке иероглиф 洋 [yáng] встречается значительно реже, особенно в официальном и экономическом дискурсе, где он почти полностью заменён нейтральными терминами. Тем не менее, он сохраняется в некоторых исторических понятиях (например, 洋务运动 [yángwù yùndòng] / self-strengthening movement / движение за западные заимствования, в диалектах (например, 洋火 [yáng huǒ] / matches / спички) или в ностальгических контекстах.

Вместо 洋行 [yáng háng] / foreign firm / иностранная компания и 洋货 [yáng huò] / foreign goods / иностранные товары теперь используют более нейтральные формулировки: 外国公司 [wàiguó gōngsī] / foreign company / иностранная компания, 进口商品 [jìnkǎo shāngpǐn] / imported goods / импортные товары, что отражает нормализацию восприятия международных экономических отношений в современном Китае. В то же время в русском языке такие сочетания, как *иностранный компания и иностранные товары*, остаются общеупотребительными вне зависимости от эпохи.

Ранние заимствованные торговые термины в китайском языке демонстрировали несколько характерных особенностей, отражавших специфику внешнеторгового взаимодействия Китая с внешним миром. Прежде всего, они носили сугубо практический характер, заимствуясь для обозначения конкретных

внешнеторговых операций, финансовых инструментов и административных институтов, отсутствовавших в традиционной китайской торговой системе. Большинство англоязычных заимствований адаптировались через семантические кальки, тогда как фонетические заимствования применялись преимущественно для совершенно новых понятий или собственных имен, не имевших аналогов в китайской традиции. Эти термины часто калькировали западные понятия, сохраняя их первоначальную семантику, но адаптируя под китайскую языковую структуру. Важной чертой было преобладание материально-объектной лексики над абстрактными торговыми понятиями, что соответствовало начальному этапу коммерческого обмена. Ассимиляция таких заимствований происходила через их формальное включение в существующие словообразовательные модели китайского языка, что позволяло сохранять наглядную языковую автономию при фактическом заимствовании содержания. Примечательно, что многие из этих терминов, в отличие от более поздних заимствований, не сопровождались сильными коннотациями культурного превосходства или зависимости, оставаясь в основном техническими обозначениями. Эта особенность ранних торговых терминов способствовала их относительно плавной интеграции в китайский внешнеторговый дискурс без радикального пересмотра языковых норм.

Средний этап (середина XX в. – конец XX в.)

Средний этап развития китайской внешнеторговой терминологии (середина XX – конец XX в.) ознаменовался качественным преобразованием лексического состава, отражающим глубинные изменения в экономической политике страны. Период реформ и открытости характеризовался последовательным расширением терминологического спектра – от базовых торговых понятий к специализированным терминам различных областей: в сфере торговой политики (自由贸易 [zìyóu màoyì]/ free trade/ свободная торговля): финансовой деятельности (信用证 [xìnyòngzhèng] / letter of credit / аккредитив) и международного торгового права (最惠国待遇 [zuìhuì guó dàiuyù] / MFN / режим наибольшего благоприятствования). Такая терминологическая экспансия отражала

углубляющуюся интеграцию Китая в систему глобальных экономических отношений и формирование полноценного концептуального аппарата для участия в международной торговой системе.

Характерной особенностью данного периода стала системная трансформация способов терминообразования: переход от механических фонетических заимствований к семантическим калькам с использованием исконных китайских морфем (например, компонентный анализ термина 反倾销 [fǎn qīngxiāo] / anti-dumping / антидемпинговые меры демонстрирует органичное сочетание морфем 反 "против" и 倾销 "демпинг"). Такой подход не только обеспечивал точность передачи международных экономических понятий, но и способствовал их естественной интеграции в китайский языковой контекст.

Важнейшей тенденцией стало превращение заимствованной терминологии из пассивного инструмента описания внешних экономических реалий в активное средство участия Китая в формировании глобальных торговых норм. Этот лингвистический феномен стал зеркалом качественного изменения роли Китая в мировой экономике – от восприятия западных стандартов к полноправному участию в создании международных экономических институтов.

На среднем этапе (середина – конец XX в.) действительно наблюдалось постепенное исчезновение некоторых англоязычных заимствований во внешнеторговой лексике, что характеризовалось тремя ключевыми особенностями.

Во-первых, сначала вышли из употребления специфические обозначения колониальных торговых институтов, такие как 买办 [mǎibàn] / comprador / компрадор, чье исчезновение напрямую отражало коренные преобразования экономической системы после ликвидации системы иностранных концессий.

Во-вторых, произошла системная замена ранних фонетических калькирований финансовых терминов: например, термины 版克 [bǎnkè] / bank / банк и 甘巴尼 [gānbāní] / company / компания, представляющие собой

фонетические транскрипции английских слов bank и company соответственно, были вытеснены семантическими кальками 银行 [yínháng] / bank / банк и 公司 [gōngsī] / company / компания, что демонстрирует тенденцию к дефонетизации и усилению мотивированности терминологии.

Особенно показательной стала замена единиц измерения: английские заимствования типа 磅 [bàng] / pound / фунт уступили место международным стандартным единицам 公斤 [gōngjīn] / kilogram / килограмм в торговых расчетах.

Исчезновение данных лексических единиц в совокупности выявляет устойчивую закономерность: когда институциональная основа, на которой базируется заимствованное понятие, претерпевает принципиальные изменения, или когда появляются альтернативные варианты, в большей степени соответствующие словообразовательным нормам китайского языка, даже такие ранее высокочастотные заимствования, как приведённые выше примеры, подвергаются естественной элиминации.

Современный этап (начало XXI в. – настоящее время)

Современная внешнеторговая терминология демонстрирует ряд характерных особенностей в области англоязычных заимствований. Прежде всего, наблюдается бурный рост количества заимствованных терминов, особенно в таких новых сферах экономической деятельности, как 跨境电商 [kuàijìng diānshāng] / cross-border e-commerce / трансграничная электронная коммерция (сектор цифровой экономики) и 区块链 [qūkuàiliàn] / blockchain / блокчейн (область цифровых технологий).

Во-вторых, отмечается значительное увеличение разнообразия форм заимствований. Особенно заметно возросла частотность использования буквенных аббревиатур, что обусловлено принципом языковой экономии. Такие сокращения, как FTA (Соглашение о свободной торговле), B2B (бизнес для бизнеса) и KPI (ключевые показатели эффективности), получили широкое распространение во внешнеторговой документации и деловой коммуникации

благодаря своей лаконичности. Гибридные термины (Blended terms), такие как 互联网+ [hùliánwǎng jiā] / Internet Plus / интернет+, интегрирующие традиционные отрасли с цифровыми технологиями, и 新零售 [xīn língshòu] / New Retail / новая розничная торговля, переосмысливающие современные бизнес-модели, демонстрируют креативное сочетание китайских и английских языковых элементов для точной передачи концепций. Появление концептуально интегрированных терминов (concept-integrated terms), например 智慧物流 [zhìhuì wùlìú] / Smart Logistics / умная логистика, объединяющего искусственный интеллект с традиционной логистикой, и 数字孪生 [shùzì luánshēng] / Digital Twin / цифровой двойник, отражающего взаимодействие виртуального и физического миров, свидетельствует о тенденции технологической конвергенции, причем такие термины часто требуют пояснительного перевода для полного раскрытия их содержания.

В-третьих, многочисленные профессиональные термины преодолели отраслевые границы и вошли в повседневный лексикон. Например, слова из логистической сферы, такие как 快递 [kuàidì] / экспресс-доставка, финансового сектора: 刷卡 [shuākǎ] / безналичная оплата, и электронной коммерции: 爆款 [bàokuǎn] / хит продаж, прочно вошли в обиходную речь. Особенно ярко эта лексическая генерализация проявляется в эпоху цифровой торговли, когда изначально узкоспециализированные маркетинговые термины, такие как 网红 [wǎnghóng] / Интернет-знаменитость и 秒杀 [miǎoshā] / флэш-сейл, превратились в широко употребительные социокультурные выражения.

В процессе эволюции терминологической системы современной международной торговли, на фоне глубокого проникновения цифровых технологий и кардинальной трансформации торговых моделей, наблюдается системное вытеснение англоязычных заимствований, отражающих традиционную торговую практику. Данная смена терминологического пласта лексики характеризуется ярко выраженным временными особенностями: профессиональные выражения, связанные с устаревшими технологическими

носителями, такими как 电传系统 [diànchuán xìtǒng] / telex system / телексная система) и традиционными бизнес-процессами (например, 纸质单证循环 [zhǐzhì dānzhèng xún huán] / paper documentation cycle / цикл бумажной документации, стремительно уходят в прошлое, уступая место новой концептуальной системе, отражающей экосистему цифровой торговли.

В отличие от модели раннего периода, замены заимствований исконной лексикой, современное терминологическое обновление проявляется прежде всего во внутривековом смене англизмов – новые цифровые технические термины, такие как 电子原产地证 [diànzǐ yuánchǎndì zhèng] / electronic certificate of origin / электронный сертификат происхождения) напрямую заменяют традиционные термины, например, 三联单 [sānliándān] / triplicate document / тройной экземпляр документа. Этот уникальный механизм лексического метаболизма ярко демонстрирует усиливающееся доминирование английского языка в терминообразовании эпохи цифровой экономики.

Начиная от базовых торговых понятий на ранних этапах до современных технологических терминов объем и диапазон заимствований продолжают расширяться, а их формы становятся более разнообразными. В то же время утрата некоторых терминов отражает структурные изменения в экономике, технологический прогресс и социокультурные трансформации. В будущем, по мере углубления интеграции Китая в глобальную экономику, эта тенденция будет усиливаться, способствуя дальнейшей интернационализации китайского языка в контексте глобальных экономических обменов.

Таблица 3 демонстрирует процессы заимствования и утраты англизмов в китайском языке, связанных с внешней торговлей в различные исторические периоды. Заимствования на раннем этапе отражают начальное взаимодействие Китая с западными экономиками, на среднем этапе они знаменуют постепенную интеграцию Китая в глобальную экономическую систему, а на современном этапе отражают влияние новых технологий и бизнес-моделей. Исчезновение заимствованных слов связано с социокультурными изменениями, экономической

реструктуризацией, технологическими инновациями и изменениями в потребительских привычках. Эти процессы заимствования и исчезновения слов являются не только свидетельством языковой эволюции, но и важным индикатором экономического и социального развития Китая.

Таблица 3

**Заимствование и исчезновение англицизмов в китайском языке, связанных с внешней торговлей:
исторические этапы, примеры и их характеристики**

Этап	Категории заимствованных слов	Примеры заимствованных слов	Примеры, утраченных слов	Характеристики
Ранний этап (конец XIX века – середина XX века)	Базовые торговые понятия, номенклатура материальных объектов, термины финансовых операций	海关 [hǎiguān] / customs / таможня, 汇票 [huípiào] / draft/вексель	洋行 [yáng háng] / foreign firm / иностранная компания, 洋货 [yáng huò]/ foreign goods/иностранные товары. Эти термины вышли из употребления в связи с устранением колониальных коннотаций иероглифа 洋 (иностранный/заморский) в современном экономическом дискурсе, а также нормализацией международных торговых отношений после 1949 г.	Заимствования касались базовых торговых понятий и финансовых операций, что отражало начальный этап взаимодействия Китая с западной экономикой. Исчезновение слов с колониальным оттенком связано с усилением национального самосознания и стандартизацией языка
Средний этап (середина XX века – конец XX века)	Термины торговой политики, финансовые термины, термины международных торговых правил	自由贸易 [zìyóu màoyì] / free trade /свободная торговля', 反倾销 [fǎn qīngxiāo] / anti-dumping/, 最惠国待遇 [zuìhuì guó dàiyyù] / most-favored-nation treatment /режим наибольшего благоприятствования	版克 [Bǎn Kè] / bank / банк и 甘巴尼 [Gān Bā Ní]/company/ компания (фонетическая транскрипция английского "bank" и "company" с сохранением исходного звучания, впоследствии заменены семантическими кальками)	Расширение заимствований отражает интеграцию Китая в глобальную экономику. Исчезновение терминов связано с подъемом китайской промышленности и изменением структуры энергопотребления
Современный этап (начало XXI века – настоящее время)	Термины электронной коммерции, финансовые технологии, управление логистикой	跨境电商 [kuàijǐng diānshāng] / cross-border e-commerce / трансграничная электронная коммерция 区块链 [qūkuàiliàn] / blockchain / блокчейн 智慧物流 [zhìhuì wùlìu] / Smart Logistics / умная логистика	电传系统 [diànchuán xìtǒng] / telex system / телексная система 三联单 [sānliándān] / triplicate document / тройной экземпляр документа	Увеличение заимствований отражает влияние новых технологий на торговлю. Исчезновение терминов связано с распространением электронных средств связи и цифровых финансовых инструментов

Источник: данные автора диссертационного исследования.

С лингвистической точки зрения, эволюция англоязычных заимствований в китайской внешнеторговой терминологии представляет собой классический пример языкового контакта (*language contact*), характеризующийся трехфазной динамической моделью адаптации. На фонетическом уровне наблюдается переход от доминирования транслитерации к приоритету семантического калькирования, что отражает фильтрующий механизм китайской иероглифической системы по отношению к заимствованиям из алфавитных языков. На морфологическом уровне заимствованные термины подвергаются реструктуризации морфем (например, термин 云仓储 [yún cāngchǔ] / cloud warehousing/ облачное складирование демонстрирует морфемную рекомбинацию: 云 [yún] / cloud/ облачно передает технологическую коннотацию *cloud*, а 仓储 [cāngchǔ] / warehousing / складирование сохраняет профессиональную семантику *warehousing*, образуя исконно китайскую композитную структуру), демонстрируя способность языковой системы к саморегуляции. В семантическом аспекте прослеживается эволюция от простой концептуальной трансплантации к творческой реконструкции.

Данный процесс особенно ярко иллюстрирует диалектику между *лексикализацией* (*lexicalization*) и *делексикализацией* (*delexicalization*): если ранние заимствования приобретали узкоспециальные функции через семантическую специализацию, то современные цифровые торговые термины, напротив, расширяют свое значение, проникая в повседневный языковой узус. В социолингвистической перспективе трехэтапная смена парадигмы (*деколонизация-стандартизация-дигитализация*), по сути, представляет собой внешнее проявление трансфера языковой власти (*language power*), где обретение технологического дискурсивного влияния становится ключевым фактором терминологических инноваций. Эти выводы не только обогащают теорию языковых контактов, но и создают значимую парадигму для исследования адаптивных стратегий неиндоевропейских языков в условиях глобализации.

Подчеркнем, что в качестве предварительного этапа любой содержательной классификации мы рассматриваем и обобщаем данные лексикографических источников, что отражается в таблице 4 (фрагмент Приложения 1):

Таблица 4 (фрагмент Приложения 1)
Сопоставление словарных значений английских
и китайских терминов в сфере международной торговли

Английский термин	Значение по словарю	Китайский термин	Значение по словарю
<i>adjuster</i>	физическое или юридическое лицо, независимый специалист или организация по урегулированию претензий страхователя на возмещение убытков в связи со страховым случаем	理算人 <i>lǐ suàn rén</i>	специалист, который занимается корректировкой средних значений. Основная задача этого человека — рассчитать и определить сумму компенсации за ущерб, а также распределить ответственность в случае общей аварии
<i>agent</i>	агент, посредник	经纪人 <i>jīngjí rén</i>	Брокер; это посредник, который занимается посреднической, брокерской или агентской деятельностью в экономической деятельности с целью сбора комиссионных и облегчения сделок других лиц
<i>arrears</i>	юридический термин для типа задолженности, которая просрочена после пропуска ожидаемого платежа	欠 款 <i>qiànkuǎn</i>	задолженность
<i>ACTA Anti-Counterfeiting Trade Agreement</i>	представляет собой предлагаемое многостороннее торговое соглашение, которое предусматривает строгое соблюдение прав интеллектуальной собственности, связанных с деятельностью в Интернете и торговлей товарами на основе информации	反仿冒贸易协议编写 <i>Fǎn fǎngmào màoyì xiéyì suōxiě</i>	международное соглашение, призванное защитить права интеллектуальной собственности
<i>AILP Agreement on Import Licensing Procedures</i>	это набор принципов, которые применяются в торговой политике и призваны не допустить, чтобы лицензирование стало само по себе препятствием для торговли	进口许可程序协议 <i>Jǐnkǒu xǔkē chéngxù xiéyì</i>	Это многостороннее торговое соглашение, находящееся под юрисдикцией Всемирной торговой организации. Оно модифицировано и усовершенствовано на основе «Кодекса процедур импортного лицензирования» Токийского раунда Генерального соглашения по тарифам и торговле
<i>AMS Aggregate Measurement of Support</i>	это совокупный показатель государственного субсидирования сельскохозяйственного производства	综合支持量 <i>zònghé zhīchí liàng</i>	Совокупный показатель поддержки (AMS) — это показатель, который измеряет денежную стоимость

			государственных затрат, используемых для поддержки сектора. Это технический индикатор, используемый для измерения уровня поддержки «желтого ящика», обычно выражаемый в денежных единицах, и отражает бюджетные расходы правительства на сельское хозяйство и фермеров в рамках различных внутренних политик
APEC Asia-Pacific Economic Cooperation	межгосударственный форум, нацеленный на обеспечение благосостояния жителей региона путем содействия сбалансированному, всеобъемлющему, устойчивому, инновационному и безопасному росту и ускорению региональной экономической интеграции	亚太经济合作组织 Yàtài jīngjì hézuò zǐzhī	это крупнейшая и наиболее влиятельная организация, занимающаяся экономическим сотрудничеством на высшем уровне в Азиатско-Тихоокеанском регионе
Associated Banks of Europe Corporation, ABECOR	представляет собой международное банковское объединение из 10 участников крупнейших банков Европы, созданное для межбанковского обмена информацией и осуществляющее научные исследования в области экономики, финансов, банковского дела	欧洲联合银行公司 Ōuzhōu liánhé yínháng gōngsī	это региональная международная группа финансового капитала в странах Западной Европы.
back-office	это подразделение компании, которое занимается внутренними операциями и бизнес-процессами, не связанными с непосредственным взаимодействием с клиентами	后勤中心 Hòiqín zhōngxīn	это модель управления, направленная на обеспечение стабильной повседневной работы предприятий и учреждений, предоставляя всестороннюю поддержку в области управления услугами
bank-note	термин, который часто используется как синоним бумажных денег или валюты, выпущенной банком. Банкноты представляют собой обещание выплатить сумму, указанную на лицевой стороне, предъявителю по первому требованию. В настоящее время только Федеральные резервные банки имеют право эмитировать банкноты	钞票 chāopiào	бумажные деньги, выпускаемые центральным банком страны или другой официальной организацией. Они используются в качестве законного платежного средства и имеют номинальную стоимость, установленную выпускающим органом. Банкноты обычно имеют различные степени защиты от подделки, такие как водяные знаки, защитные нити и уникальные серийные номера

Помимо тематической и хронологической классификации, заимствованные слова могут быть классифицированы по другим критериям, таким как форма заимствования, функция, источник, частота использования, область применения,

социокультурное влияние, технологическая сложность, экономическое влияние, а также будущие тенденции. Эти классификации помогают лучше понять множественные функции и значения заимствованных слов, предоставляя важные ориентиры для лингвистических исследований и социальной практики. Назовем их:

Классификация по сфере и функции использования заимствования базируется на том, что профессиональные термины используются для описания специфических концепций и операций в международной торговле. Например, 市场准入 [shìchǎng zhǔnrù] / market access / доступ на рынок, 自由贸易区 [zìyóu màoyì qū] / free trade zone ‘зона свободной торговли’. Такие заимствования обычно используются в профессиональной сфере и обладают высокой точностью.

Общеупотребительные слова широко используются в повседневном общении. Например, 合同 [hétong] / contract /контракт, 贸易伙伴 (màoyì huòbàn) / trade partner / торговый партнер. Такие заимствования уже интегрировались в повседневную жизнь и стали частью китайского языка.

Классификация по источнику заимствования

В ней принято различать прямые и косвенные заимствования. Прямые заимствования – это слова, заимствованные непосредственно из английского языка. Например, FTA [自由贸易协定, zìyóu màoyì xiédìng] / Free Trade Agreement / соглашение о свободной торговле, ATM [自动取款机, zìdòng qǔkuǎn jī] / Automated Teller Machine / банкомат. Такие заимствования обычно представлены в виде аббревиатур или полных форм, отражая международно признанные термины и используя латиницу.

Косвенные заимствования – это слова, заимствованные через другие языки (например, японский, французский): 沙龙 [shālóng] / salon /салон (через французский), 俱乐部 [jùlèbù] / club /клуб (через японский). Такие заимствования отражают косвенные контакты китайского языка с другими языками.

Классификация по частоте использования

Классификация по частоте использования рассматривает высоко- и низкочастотные заимствования. Высокочастотные заимствования – это слова, часто используемые в международной торговле. Например, 发票 [fāpiào] / invoice / счет-фактура, 跨境支付 [kuàjìng zhīfù] / cross-border payment / трансграничный платеж. Такие заимствования незаменимы в деловом общении и используются очень часто.

Низкочастотные заимствования – это слова, используемые в специфических ситуациях или профессиональных областях. Например, 背对背信用证 [bèi duì bēi xìnyòng zhèng] / back-to-back letter of credit / встречный аккредитив, 转口贸易 [zhuǎnkǒu màoyì] / entrepot trade / транзитная торговля. Такие заимствования обычно используются в юридических или финансовых контекстах и имеют узкую сферу применения.

Классификация по социокультурному влиянию

Классификация по социокультурному влиянию содержит заимствования, основанные на общественной значимости и/или культурной традиции, закрепленной в социуме и известной на международном уровне.

Названия брендов как, например, 耐克 [nàikè] / Nike ‘Найк’, 阿迪达斯 [ādídá斯] / Adidas / Адидас. Такие заимствования отражают признание и предпочтение международных брендов потребителями.

Культурные термины как, например, 商务礼仪 [shāngwù lǐyí] / business etiquette / деловой этикет, 跨文化交流 [kuà wénhuà jiāoliú] / cross-cultural communication / межкультурная коммуникация. Такие заимствования используются для описания культурного взаимодействия и норм поведения в международной торговле.

Классификация по технологической сложности

Классификация по технологической сложности имеет дело со специальными сферами деятельности, которые активно развиваются в настоящее

время или являются инновационными, например, к высокотехнологичному сектору экономики относят отрасли высокого, высокого среднетехнологичного уровня и наукоёмкие сервисы¹¹. Термины, обслуживающие данные сферы, называются высокотехнологичными терминами и характеризуются как неологизмы.

Высокотехнологичные термины, например, 大数据分析 [dà shùjù fēnxī] / big data analytics / анализ больших данных, 智能物流 [zhìngéng wùliú] / smart logistics / умная логистика. Такие заимствования используются для описания концепций в области новых технологий. Традиционные технологические термины: например, 传统报关 [chuántǒng bàoguān] / traditional customs declaration / традиционная таможенная декларация. Такие заимствования постепенно устаревают с развитием технологий.

Классификация по общности с экономической сферой

Классификация по общности с экономической сферой фактически базируются на международной терминологии сферы экономики и торговли. Макроэкономические термины, например, GDP [guónèi shēngchǎn zǒngzhí] / Gross Domestic Product ‘валовой внутренний продукт’, CPI [xiāofèi zhě wùjià zhǐshù] / Consumer Price Index ‘индекс потребительских цен’. Такие заимствования используются для описания макроэкономических данных и показателей.

Микроэкономические термины, например, 供应链 [gōngyìng liàn] / supply chain / цепочка поставок, 市场营销 [shìchǎng yíngxiāo] / marketing / маркетинг’. Такие заимствования используются для описания экономической деятельности на уровне предприятий.

Классификация по актуальным тенденциям развития

¹¹ Глебова, А. Г. Высокотехнологичный сектор мировой экономики: понятие и характеристики / А. Г. Глебова, И. А. Васильев // Вестник евразийской науки. — 2025. — Т. 17. — № 2. — Режим доступа: <https://esj.today/P> (дата обращения: 12.12.2024).

Классификация по актуальным тенденциям развития включает термины новых сфер деятельности и новых тенденций в различных известных сферах.

Термины новых технологий, например, 智能合约 [zhìnéng héyuē] / smart contract /умный контракт, 数字贸易 [shùzì màoyì] / digital trade /цифровая торговля. Такие заимствования отражают тенденции развития технологий в будущем.

Термины устойчивого развития, например, 绿色经济 [lǜsè jīngjì] / green economy /зеленая экономика, 碳关税 [tàn guānshuì] / carbon tariff /углеродный тариф. Такие заимствования отражают глобальное внимание к устойчивому развитию. Полагаем, то наглядной иллюстрацией могла бы послужить таблица 5, в которой сопоставляются термины сферы международной торговли трех языков, исходя из китайского языка:

Таблица 5.

Сравнение значений англоязычных заимствованных слов в сфере торговли в китайском и русском языках

Китайские термины	Перевод иероглифов, образующих устойчивое сочетание	Значение термина в русском языке	Значение термина в английском языке
出口	выходить//ворота	экспорт	export
地方税	земля //квадрат//пошлина	местные налоги	local tax
风险投资	ветер//риск//откладывать //средства	венчурные инвестиции	venture capital
供应链	поставлять//заслуживать//цепочка	цепочка поставок	supply chain
全球化	полный//шар//изменяться	глобализация	globalization
绿色经济	зелёный//цвет//экономический//система	зеленая экономика	green economy
人工智能经济	человек//работающий//ум//способность экономический// система	искусственный интеллект	AI economy
数字经济平台	цифра//символ//экономический// система// равновесие// платформа	цифровая экономическая платформа	digital economy platform
消费者行为	использовать//расходовать//человек //действие//поведение	поведение потребителей	consumer behavior
自由贸易	самостоятельно//свободный//торговля//обмен	свободная торговля	free trade
知识经济	знание//осознание//экономический//система	интеллектуальная экономика	knowledge economy

В итоге мы пришли к следующим заключениям:

Английские заимствования могут быть классифицированы по различным критериям, таким как тематика, функция, источник, частота использования, социокультурное влияние, техническая сложность, по общности с экономической сферой, а также юридические и стандартные аспекты. Эти классификации помогают глубже понять множественные функции и значения заимствованных слов, предоставляя ценные ориентиры для лингвистических исследований и социальной практики.

В китайском языке введение и утрата английских заимствований обусловлены экономическим, социальным и технологическим развитием Китая на разных исторических этапах. От базовых торговых терминов на ранних этапах до современных терминов электронной коммерции и финансовых технологий, эволюция заимствований отражает трансформацию китайской экономики и её роль в процессах глобализации. В то же время утрата устаревших терминов демонстрирует адаптацию языка к изменениям в экономической структуре и технологическому прогрессу.

Социокультурное влияние заимствований таково: английские заимствования не только играют важную роль в экономике и торговле, но и оказывают глубокое влияние на социокультурную сферу. Например, введение названий брендов и культурных терминов отражает распространение международных брендов и культурный обмен в Китае. Кроме того, использование заимствований способствует межкультурной коммуникации и взаимопониманию.

С развитием цифровых технологий, искусственного интеллекта и «зеленой» экономики в перспективе, вероятно, появятся новые заимствования, связанные с этими областями деятельности. В то же время некоторые традиционные термины могут постепенно исчезнуть, что отражает постоянные изменения в технологиях и бизнес-моделях.

3.2. Уровни освоения англоязычных заимствований китайским языком: фонетический, графический, морфологический, семантический

В процессе заимствования происходит преобразование заимствованных англоязычных слов, в результате которого лексические единицы изменяются в соответствии с особенностями языка-реципиента. Такой процесс адаптации в нашем случае называется «китаефикацией» [Ли Сяобай, Полищук, 2018]. Он затрагивает несколько уровней: фонетический, графический, грамматический и семантический. Рассмотрим каждый из этих уровней.

На фонетическом уровне заимствованные английские слова трансформируются с помощью фонемного освоения, изменения слоговой структуры (процесс «тонизации») и сокращения слогов.

На фонетическом уровне заимствованные английские слова в китайском языке подвергаются комплексной адаптации, которая включает не только фонемное освоение (соответствие английских и китайских звуков), но и обязательную трансформацию в систему пиньиня – официальной китайской фонетической транскрипции на основе латиницы. Этот процесс предполагает тонизацию (назначение одного из четырех тонов стандартного путунхуа), адаптацию слоговой структуры к китайским фонетическим нормам (например, устранение конечных согласных, кроме *-n* и *-ng*), а также подбор иероглифов для транскрипции, которые не только передают звучание, но и по возможности несут нейтральную или положительную семантику. Особенностью пиньинизации является необходимость соблюдения правил слогового строя китайского языка (инициаль + финаль + тон), что часто приводит к сокращению многосложных английских слов до 2-3 слогов в китайской версии.

Фонетико-фонематическое освоение. Фонемный состав китайского и английского языков не совпадает. В английском выделяется 44 фонемы: из них — гласных фонем — 12; гласных фонем дифтонгов — 8; согласных фонем — 24. При этом количество фонем варьируется от диалекта к диалекту [Завьялова, 2020]. Китайский язык относится к языкам с гласной (сонантной) доминантой, т.е. гласных фонем больше, чем согласных. В китайском принято выделять 59 фонем

(всего): из них гласных — 34 и согласных — 25 [Алексахин, 2008]. Представим сравнение английской и китайской фонетических систем в таблицах 6 и 7.

Таблица 6.

Сопоставление систем гласных китайского и английского языка¹²

Категория	Китайский (путунхуа)	Английский (RP)
Монофтонги	/i/ (yī), /y/ (yú), /ɛ/ (è), /a/ (ā), /o/ (ō), /ə/ (de), /u/ (wū)	/i:/ (sheep), /ɪ/ (ship), /e/ (bed), /æ/ (cat), /ɑ:/ (car), /ɒ/ (hot)
Дифтонги	/ai/ (ài), /ei/ (ēi), /au/ (ào), /ou/ (ōu), /ia/ (yā) (всего 13 сложных гласных)	/eɪ/ (face), /aɪ/ (price), /ɔɪ/ (boy), /əʊ/ (goat), /aʊ/ (mouth)
Назализация	Отсутствует	/ã/ (заимствования типа "croissant")
Ретрофлексные	/ə̪/ (ér), /ə̩/ (ér)	Отсутствуют

Источник: International Phonetic Association: *Handbook of the IPA* (1999), P. 58–62; Линь Тао, Ван Лицзя.

Курс фонетики (2013), Гл. 3.

Ключевые различия:

В китайском есть апикальные гласные (напр. /ɿ/ в "zī", /ɻ/ в "zhī") и эрхуа (суффикс -ɿL [ér] фонетически присоединяется к предыдущему слогу, образуя ретрофлексный гласный (эрхуа).), которых нет в английском.

В английском противопоставление долгих/кратких гласных (/i:/ vs /ɪ/), в китайском длина гласных смыслоразличительной роли не играет.

Таблица 7.

Сопоставление систем согласных в китайском и английском языках

Категория	Китайский (путунхуа)	Английский (RP)
Смычные	/p/ (bō), /t/ (dé), /k/ (gē) (только глухие непридыхательные)	/p/ (pen), /b/ (bed), /t/ (tea), /d/ (dog) (оппозиция глухих/звонких)
Аффрикаты	/ts/ (zī), /tʂ/ (jī), /ʈʂ/ (zhī)	/tʃ/ (chip), /dʒ/ (job)
Фрикативные	/f/ (fō), /s/ (sī), /ç/ (xī), /ʂ/ (shī), /χ/ (hē)	/f/ (fish), /v/ (van), /θ/ (think), /ð/ (this), /ʃ/ (she)
Носовые	/m/ (mā), /n/ (nà), /ŋ/ (áng)	/m/ (man), /n/ (no), /ŋ/ (sing)
Аппроксиманты	/l/ (le)	/l/ (light), /r/ (red)
Прочие	Нет звонких смычных (/b/, /d/, /g/) и межзубных (/θ/, /ð/)	Полный набор звонких и межзубных согласных

12

Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.097fa723-67e6417f-b2904f21-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Standard_Chinese_phonology (дата обращения: 12.04.2024).

Источник: Cruttenden, A. Gimson's Pronunciation of English. – London : A. Arnold, 2014. – P. 30–45;

Алексахин, А.Н. Фонетика китайского языка. – М. : АСТ Восток-Запад, 2008. – С. 77–89.

Ключевые различия:

В китайском языке нет оппозиции согласных глухие-звонкие, есть только придыхательные-непридыхательные (например: /p^h/ "pō" vs /p/ "bō").

Уникальные английские фонемы: /v/, /z/, /ð/, /θ/, /ʒ/ (как в "vision") в китайском языке отсутствуют.

В процессе адаптации звукового состава англоязычных заимствований в китайском языке наблюдаются следующие типичные закономерности:

– во-первых, очевидно, что в китайском языке в заимствованном слове не находят своей реализации отдельные английские фонемы. В связи с этим в ходе освоения фонемы английского языка замещаются на наиболее схожие фонемы китайского языка. Это означает, что если какой-то звук или сочетание звуков не имеет прямого аналога в стандартном китайском произношении, то он будет заменен на ближайший эквивалент из доступных звуков. Это делает произношение приближенным, но не точным, например: 盎司 [Àngsī] – ounce [aʊns] 'унция', 托拉斯 [tuōlāsī] – trust [trʌst] 'высшая форма монополистической организации'. Такое приспособление иностранных слов связано не только с ограничениями фонетической системы, но и с pragматичной потребностью обеспечить понимание между говорящими. Функциональный подход предполагает выбор тех звуков, которые будут оптимальны для коммуникации в рамках уже сложившегося языкового оформления;

– во-вторых, при транскрипции терминов с конечными взрывными согласными в английском языке обычно добавляются гласные для соответствия китайской слоговой структуре. Например, международная система финансовых коммуникаций "SWIFT" [swif^t] / СВИФТ переводится как "斯威夫特" [sī wēi fū tè], где к конечным глухим согласным /ft/ добавляются гласные "ū" и "è", компенсируя отсутствие конечных согласных в китайской фонетике; агентство кредитной отчётности "Dun & Bradstreet" [dʌn ənd 'brædsti:t]/ Дан энд Брэдстрит транскрибируется как "邓白氏" [dèng bái shì], где конечный взрывной /t/

преобразуется в полный слог "氏" [shì] с гласным, строго следуя обязательной структуре китайского слога "инициаль + финаль";

– в-третьих, в торговой терминологии происходит функциональная трансформация оппозиций ключевых согласных, формируя новую систему смыслоразличения. Финансовая компания "Bloomberg" ['blu:mb3:rg]/ Блумберг переводится как "彭博" [péng bó], где английский звонкий согласный /b/ заменяется на непридыхательный глухой "b" в китайском, а конечный звонкий /g/, отсутствующий в китайской фонемной системе, опускается; южноамериканский торговый альянс "Mercosur" ['mɜ:kəsʊr]/ МЕРКОСУР транскрибируется как "梅尔科苏尔" [méi ēr kē sū ēr], где придыхательный глухой /k/ строго соответствует китайскому придыхательному "k". Такая системная трансформация обеспечивает фонемную узнаваемость терминов в языке-рецепторе, одновременно соответствуя особенностям китайской согласной системы, где отсутствует оппозиция звонких и глухих взрывных;

– в-четвертых, сложные гласные комбинации упрощаются до структур китайских сложных финалей. "Baltic Dry Index" ['bɔ:ltɪk draɪ 'indeks] / Балтийский сухой индекс переводится как "波罗的海指数" [bō luó dì hǎi zhǐ shù], где английский дифтонг /ɔ:/ в слове "Baltic" упрощается до монофтонга "o", а /ai/ в слове Dry редуцируется до сложной финали "ai" (海 [hǎi]); международные торговые термины "Incoterms" ['ɪŋkəʊtɜ:mz]/ Инкотермс транскрибируются как "因科特姆斯" [yīn kē tè mǔ sī], где дифтонг /əʊ/ монофтонгизируется в "e" (科 [kē]), а носовой финаль /j/ преобразуется по правилам китайской фонетики в передненёбный "n" (因 [yīn]). Данная стратегия упрощения сохраняет просодические характеристики исходного термина, строго следуя нормам комбинаторики гласных в путунхуа, что подтверждает принцип фонетической адаптации заимствований "упрощение сложного" в китайской языковой системе;

– в-пятых, в китайской лингвистической системе тоновая адаптация англоязычных заимствований осуществляется по строгим просодическим принципам, обеспечивающим естественную интеграцию иностранных терминов в

языковую структуру. Моносиллабические заимствования обычно получают наиболее близкий китайский аналог тона, тогда как в многосложных терминах применяется комплексный подход, учитывающий как просодические закономерности китайского языка, так и семантическую прозрачность. В двусложных конструкциях преобладает модель «лёгкое начало – сильное окончание», предполагающая использование первого или нейтрального тона в начальном слоге и нисходящего тона в семантически значимом финальном слоге. Трёхсложные образования следуют принципу срединной тональной переходности, где центральный слог часто получает восходящий или нисходяще-восходящий тон для плавного просодического перехода. Особое значение имеет профессиональная терминология, где системное применение нисходящего тона подчёркивает формальный статус понятия, как демонстрирует пример перевода термина "FCA" (Free Carrier)/ Франко-перевозчик как "货交承运人 [huò⁴ jiāo¹ chéng² yùn⁴ rén²]¹³", где ключевые элементы сохраняют этимологические тоны, обеспечивая терминологическую точность. В сфере международной торговли прослеживается устойчивая тенденция к использованию нисходящего тона в терминах, обозначающих правовые аспекты, что способствует созданию узнаваемого профессионального регистра.

Отметим, что этот феномен не уникален исключительно для китайского языка; аналогичные процессы можно наблюдать в различных языках мира. Кроме того, фонологический способ заимствования терминов из сферы международной торговли из английского языка в китайский не является ведущим. Здесь мы рассмотрим термины, связанные с названиями брендов, чтобы наглядно показать функционирование фонетико-фонологических заимствований в китайском языке.

Согласно исследованиям лингвистов К.А. Ульяновой, Ли Сяобай и Е.В. Полищук, внутренняя форма фонетических заимствований остается неясной для носителей китайского языка, вызывая нежелательные ассоциации и затрудняя восприятие и понимание. Это объясняет относительно низкий процент

¹³ В китайском языке выделяются четыре тона: 1) первый (ровный высокий), 2) второй (восходящий), 3) третий (нисходяще-восходящий), 4) четвёртый (нисходящий).

фонетических заимствований в китайском языке, составляющий всего 14,8% [Ульянова, 2019]. Фонетико-семантические заимствования занимают промежуточное положение, составляя 25,29% от общего объема заимствованной лексики [Ли Сяобай, Полищук, 2019]. Остальные заимствования осуществляются с помощью других способов, таких как морфемный перенос, вторичное заимствование и аббревиация.

Изменение слоговой структуры

В данном разделе основное внимание уделяется изменениям в слоговой структуре, происходящем при заимствовании английских слов в китайский язык. При сопоставлении слоговых структур китайского и английского языков чётко прослеживаются принципиальные различия в их фонологической организации. В таблице 8 систематизированы основные различительные особенности слоговой структуры данных языков:

Таблица 8.

Сопоставление слоговой структуры китайского и английского языков

Характеристика	Китайский	Английский
Базовая структура	(C)V(C) Только: -n/-ŋ в финале	(C) ₀₋₃ V(C) ₀₋₄ Максимум: CCCVCCCC (напр. ""contract" /'kɒn.trækt/)
Фонетические ограничения	Запрещены: - кластеры согласных - звонкие финальные согласные	Допустимы: - сложные кластеры (/spl-/ , /-kts/) - все типы финальных согласных

Источник: Cruttenden, A. Gimson's Pronunciation of English. – London : A. Arnold, 2014. –P. 120–135

В китайском языке структура слов и типичное использование тонов обычно имеют следующие пять особенностей:

- a) меньшее количество слов: в китайской лексике доминируют односложные/двусложные слова; многосложные слова для китайского языка не свойственны (состоящие более, чем двух слов), в связи с этим при освоении многосложной иностранной лексики, как правило, осуществляется сокращение слов, например, syndicat [sindikit] – 辛迪加 [xīndíjā] ‘монополистическая организация’, 以太坊 [yǐtāifāng] – Ethereum ['ɛθ(ə)rɪəm] ‘Эфириум’. Адаптация

англицизмов в китайском языке продолжается и на уровне структуры слов принимающего языка. Одной из особенностей многосложных англицизмов в китайском языке является их сокращение, обусловленное несколькими факторами, в том числе отсутствием традиционно длинных слов в китайской лексике;

б) соответствие структуре китайского слога: в китайском языке стандартная силлабическая структура представляет собой конфигурацию CV (согласный + гласный), CVC (согласный + гласный + согласный) или CVN (согласный + гласный + назальный звук). Чистые согласные кластеры, как в словах английского или русского языка (например, «стекло»), отсутствуют [Перфильева, Ху Пэйпэй, 2018]. в нем невозможно сочетание двух и более согласных звуков, это объясняется китайскими фонологическими правилами и историей языка, поэтому в такого рода сочетаниях между согласными возможна вставка гласного/сокращение одного из согласных, например: 布洛克 [Bù luòkè] /блок-экономика bloc-economy [blɒk- ē'känəmē], 奥特莱斯 [Ào tè lái sī] ‘торговые точки’ – Outlets ['aut.let], 比特[bítè] -bit[bít]‘биткоин’. Сокращение одного из гласных – это менее распространенный метод адаптации при заимствовании слов в китайский язык. Этот метод чаще используется в более сложных случаях, например, если вставка гласного не дает желаемого результата или изменяет значение слова. Очевидно, что эти ограничения влияют на выбор эквивалентов при переводе текстов на китайский язык или разработке словарей транслитераций: 卢比 [lú bì]-Rupee [ru:'pi:] ‘денежная единица Республики Индия’;

в) натурализация тонов: китайский язык является тональным языком, и каждый слог имеет фиксированный тон. При заимствовании иностранных слов необходимо присваивать соответствующие тоны их слогам, чтобы они звучали как китайские слова. Например, в слове «耐克» [nàikè] оба слога используют четвертый тон (нисходящий тон), что является распространенной и естественной тональной комбинацией в китайском языке;

г) исключение двусмыслинности: при выборе тонов учитывается лексическая нагрузка, то есть избегание повторения произношения и тонов уже существующих слов, чтобы уменьшить путаницу. Например, если определенная звуковая комбинация уже широко используется для другого значения и имеет фиксированный тон, новое заимствованное слово может получить другой тон, чтобы избежать двусмыслинности;

д) региональные и языковые нормы: в некоторых случаях выбор тонов может быть обусловлен региональными особенностями или нормами произношения для определенных классов слов. Например, в некоторых регионах могут предпочитать использовать определенные тональные комбинации для адаптации заимствованных слов.

Процесс «тонизации» слов

Все китайские диалекты имеют в своем арсенале определенное количество тонов – изменений высоты голоса, которые привносят свои различия и оттенки в значения слов. Отсутствие соответствующего тона может привести к неправильному восприятию слова, что делает процесс тонизации ключевым элементом в освоении языка. Англицизмы не имеют изначальных тоновых характеристик свойственных китайскому языку. Таким образом, для успешной интеграции в китайский язык им необходимо пройти процесс адаптации или «тонизации». С этим связано появление тонов в заимствованных словах, например, 菲利普 – 摩里斯烟草公司 [Fēilìpǔ–mó lǐsī yāncǎo gōngsī] – Philip Morris [fɪlɪp mɔ:əs] название иностранной торговой компании ‘Филипп Морис’, где в первой части представлена калька с английского языка, прошедшая процесс тонизации 菲利普 – 摩里斯烟草公司 [Fēilìpǔ–mó lǐsī]. Другой пример – название компании, производящей микропроцессоры: 英特尔 [Yīngtè'ér] – Intel [in'tel] ‘Интел’ и др. [Перфильева, Ху Пэйпэй, 2018]. При адаптации иноязычного слова оно сначала транскрибуируется на основе звукоподобия с использованием доступных в китайском языке звуков. Это первый этап, на котором создается приемлемый для китайской фонологической системы фонетический облик слова.

Второй этап фонетической адаптации – добавление тона. Выбор тона для конкретного слога при тонизации слов обуславливается несколькими факторами. Один из подходов заключается в использовании естественного тона для данного слога, который часто используется в стандартном китайском произношении. Иногда выбор тона может быть обусловлен региональными особенностями или принятой нормой произношения для определенного класса слов. Кроме этого, при выборе тона учитывается лексическая нагруженность – если определенное звукосочетание уже широко используется с другим значением и имеет установленный тон, новое заимствование может получить другой тон во избежание путаницы. Например, название бренда Найк 耐克 [nàikè] – Nike [naikɪ] является примером адаптированного заимствования, в котором первый слог и второй слог используются в ниспадающем тоне (4 тон), чтобы отвечать ожидаемому «естественному» произношению этого иностранного слова на китайский манер [Сбоев, 2015]. Исходя из степени звукового освоения и фонетической адаптации, иноязычные заимствования могут быть: полностью/не полностью/ частично ассимилированные (адаптированные). Так, полное ассимилирование мы можем наблюдать в том случае, если звуковая сторона единицы в языке-реципиенте и языке-источнике совпадает. Например, название бренда напитка «Фанта» 芬达 [fēndá] – Fanta [faentə]. Например, картель [kătēr] / cartel ‘форма монополистического объединения’. Здесь стоит отметить, что использование иероглифа третьего тона в транскрипции является важным аспектом фонетики китайского языка. Оно указывает на заимствование данного слова из английского языка.

Неполная ассимиляция наблюдается в тех случаях, когда звучание иноязычной единицы в языке-источнике близко фонетическому облику слова в китайском языке при заимствовании (возможны изменения 1–2 гласных или согласных, или выпадение конечного согласного). Примером может послужить название международной авиакомпании «Боинг» 波音 [bōyīn] – Boeing [bowiŋ]. Китайское произношение данного слова претерпевает некоторые изменения по сравнению с английским [bowiŋ]. Начальный звук [b] остается неизменным. В

тоже время гласный звук изменен с дифтонга [ow] на одинарную гласную [ō]. Также в китайском варианте последний слог является переднеязычным, когда в английском он носовой.

В большинстве случаев фонетической адаптации иноязычных заимствований китайский язык «выбирает» фонетический способ, который является предпочтительным при заимствовании англоязычной лексики. Использование фонетического способа актуально, если лексико-семантический способ передачи иностранного слова недостаточно и не точно передает его семантику.

Графические заимствования также характерны для китайского языка. Такой способ заимствования осуществляется двумя путями: создание новых иероглифов и заимствование отдельных латинских букв/полное графическое заимствование:

1. Образование новых иероглифов. Звук и форма китайских иероглифов, как правило, взаимообусловлены, в связи с этим в ходе «китаификации» выбирается тот иероглиф, который по своим звуковым характеристикам наиболее близок к звучанию иностранного слова. Данная особенность дает возможность по внешним характеристикам иероглифа определить его ключевое значение (или коннотацию). Примером является название бренда 可口可乐 [kěkǒukělè] – Coca-cola [kəʊkə 'kəʊlə] 'Кока-кола', 可口 [kěkǒu] 'вкусно', 可乐 [kělè] 'счастливый'. Этот вариант перевода английского слова на китайский не только соответствует фонетически приближенно к оригиналу, но и иероглифически передает основную особенность напитка, 'вкусный и делает людей счастливыми'. В отличие от индоевропейских языков с их фонетической записью, китайский язык использует иероглифическую систему письма, где каждый символ несет как фонетическую, так и семантическую нагрузку. В связи с этим возникает задача создания новых слов при переводе или модификации существующих для более точного отображения как звучания, так и значения заимствуемых слов [Сбоев, 2015].

Процесс создания новых «переводимых» слов должен учитывать лингвистическую экономичность – иероглифы в переводе на китайский язык

должны быть достаточно простыми для изучения и запоминания. К тому же очень важна частотность их использования. Именно поэтому новые слова должны быть основаны на уже существующих иероглифах, которые часто встречаются в повседневной речи и уже знакомы носителям языка. Это позволит избежать создания сложных и неудобных для запоминания сочетаний иероглифов, а также обеспечит более естественное и органичное звучание новых слов. К примеру, первоначальный перевод уже упомянутого бренда 'Кока-кола' был таким 耷蜡 [kēkēkěnlà], что имитировало произношение оригинала, но буквально означало 'головастик, жующий воск'. В таком случае подобранная иероглифическая составляющая перевода была неуспешной.

2. Метод заимствования отдельных латинских букв / полное графическое заимствование. Среди таких вариантов можно привести слово симкарта: SWOT 分析 – SWOT analysis ‘SWOT-анализ (Метод стратегического планирования) A 股 [gǔ] – A-shares ‘A-акции’ (акции, которые обозначают определённый класс акций, присущих акционерным обществам).

Использование латинского алфавита в китайском языке обусловлено наличием нескольких целей. Во-первых, это облегчает интеграцию современной международной терминологии. Во-вторых, данный метод позволяет оптимизировать пространство в печатных и цифровых текстах за счет использования лаконичных и легко распознаваемых аббревиатур, что характерно для англоязычной лексики. Наконец, это позволяет сохранить звуковую близость к оригиналу заимствованного слова, что обеспечивает его более точное воспроизведение.

3. В рамках данного исследования в контексте китайского языка. особое внимание требует уделить **аббревиатурам**.

а) Аббревиатуры, образованные способом фонетической кальки. В китайском языке заимствование аббревиатур преимущественно осуществляется на основе звучания иноязычных слов или терминов. Китайцы, свою письменную систему, используют аббревиатуры, которые сохраняют прямое звучание иноязычного

слова или термина. Например, англоязычная аббревиатура CPC (cost per click) звучит по-китайски как [сиписи] и обозначает индекс потребительских цен. В китайском языке аббревиатура CPI имеет расшифровку как 消费者价格指数 [xiāofèizhě jiàgé zhǐshù]. Еще одним примером аббревиатуры, сохраняющей оригинальное звучание иноязычного слова, является GDP (Gross domestic product), что звучит как ‘джидипи’, полное название на китайском будет 国内生产总值 [guónèi shēngchǎn zǒngzhí] и обозначает ВВП (валовой внутренний продукт). Аббревиатуры, созданные с использованием фонетической кальки, составляют целую группу китайской торговой лексики. Они широко используются в международной торговле, финансовой сфере, а также в области экономики и бизнеса. Большая часть заимствованных аббревиатур в китайском языке имеет непосредственное отношение к технологическим достижениям и интернет-среде. При заимствовании этих терминов акцентируется внимание не только на фонетическом соответствии, но и на стремлении сохранить оригинальное звучание как важный аспект передачи информации. Например, для термина ISO существует официальный перевод 国际标准化组织 (guójìbiāozhǔnhàzūzhī), что в дословном переводе означает *Международная организация по стандартизации* (ИСО). Тем не менее, именно само слово *CPI* значительно чаще используется в повседневной речи и специализированных технических текстах.

Эти примеры подчеркивают значимость как адаптации терминов, так и сохранения их первоначального звучания, что в итоге способствует более лучшему пониманию и распространению технических понятий в китайском языковом контексте.

б) Аббревиатуры, образованные с помощью переводной кальки. Такие переводные эквиваленты помогают сохранить первичное значение заимствований при одновременном учете лексических норм приемника – китайского языка: HS Code (Harmonized system codes) – «код товара» – 商品编码 [shāngpǐn biānmǎ], IPO" (Initial Public Offering), который переводится как 首次公开募股 [shǒucì gōngkāi mùgǔ], что означает «первичное публичное размещение акций». Здесь перевод не

только сохраняет информацию о сути процесса, но и делает его доступным для людей, незнакомых с английским языком. Использование таких сокращений и сложных заимствований требует от специалистов знания и понимания контекста, в котором используются данные элементы.

в) Аббревиатуры, образованные с помощью англо-китайских инициальных сокращений. Данные сокращения возникают в результате графического сокращения слов, выражений, передаваемых с помощью латиницы и азбуки пиньинь для уточнения содержания понятия. Например, английский термин CIF цена (Cost, Insurance, Freight) в китайском языке выражается как CIF 价 [CIF jià]. Эта форма сочетает английскую аббревиатуру и китайский иероглиф: китайский иероглиф 价 [jià] означающий «цена», который уточняет значение термина.

Грамматический уровень освоения англоязычных заимствований китайским языком. Грамматическая адаптация предполагает соответствие англоязычных заимствований грамматическому строю китайского языка. В китайском языке грамматические значения выражаются при помощи служебных слов, порядка слов и других способов. Некоторые изменяемые грамматические явления при введении в китайский язык могут оставаться неизменными. В китайском языке отсутствуют морфологические изменения: существительные не имеют форм единственного и множественного числа, а глаголы не изменяются для обозначения времени. Поэтому заимствованные слова в китайском языке обычно используются в неизменной форме: если английское слово penny/便士 [Biànsì]/пенс (единственное число) имеет также и форму множественного числа pence/ пенсы, но в китайском языке обе формы совместились в слове 便士 [Biànsì]. Кроме того, в китайском языке относительно фиксированным является порядок слов. и обычно следует структуре «подлежащее-сказуемое-дополнение», что требует соблюдения правил порядка слов при образовании сложных слов или словосочетаний, например, «贸易协定» (торговое соглашение) и «供应链管理» (управление цепочкой поставок). В то же время некоторые грамматические элементы могут изменяться для адаптации к особенностям китайского языка.

Изменение частеречной принадлежности

При вхождении в китайский язык англоязычные заимствования могут менять свою принадлежность к части речи, чтобы соответствовать грамматическим правилам китайского языка. Гибкость частей речи в китайском языке позволяет адаптировать заимствования в зависимости от контекста и сочетаемости, сравните:

- английский глагол → китайское существительное. Например, *export* / 出口 [chūkǒu]/экспорт, английский глагол *export* (экспортировать) адаптируется в китайский язык как существительное 出口 [chūkǒu] (экспорт);
- английское прилагательное → китайское существительное. Например, *local*[local] / 本地化 [běndì huà]/локализация. В данном случае английское прилагательное *local* (местный) адаптируется в китайский язык как существительное 本地化 [běndì huà] (локализация);
- английское существительное → китайский глагол. Например: *shipment* / 发货 [fā huò] / отгрузка. Английское существительное *shipment* в китайском языке часто используется как глагол, обозначающий действие ‘отгружать’;
- английское существительное → китайское прилагательное. Например: *quota* / 限额的 [xiànlí de] / лимитированный. Английское существительное *quota* в китайском языке часто используется как прилагательное, обозначающее характеристику ‘лимитированный’;
- английский глагол → китайское прилагательное, например: *certified* / 认证的 [rènzhèng de] / сертифицированный. Английский глагол *certified* в китайском языке может использоваться как прилагательное, обозначающее состояние ‘сертифицированный’.

Изменение синтаксических функций

Англоязычные заимствования в китайском языке могут изменять и синтаксические функции, чтобы соответствовать синтаксической структуре китайского языка. Китайский синтаксис обычно использует именные

словосочетания для выражения сложных понятий, поэтому многие англоязычные заимствования в китайском языке номинализируются. Например, английское словосочетание CIF (Cost, Insurance, and Freight)/CIF 条款 [CIF tiáokuǎn]/условия CIF в китайском языке часто используется как именное словосочетание, например, CIF 条款 (условия CIF); а английское глагольное словосочетание pay by L/C (оплата по аккредитиву) в китайском языке также часто принимает форму именного словосочетания, например, L/C 支付 (оплата по аккредитиву). Эти изменения синтаксических функций отражают адаптацию китайского языка к синтаксическим структурам при усвоении иностранных слов.

– английское предложное словосочетание → китайское именное словосочетание. Например, EXW /EXW 条款 [EXW tiáokuǎn]/ условия EXW.«EXW» (Ex Works) в английском языке является предложным словосочетанием, но в китайском языке часто используется как именное словосочетание «EXW 条款» (условия EXW).

– английское глагольное словосочетание → китайское именное словосочетание. Например, pay by D/P / ‘D/P 支付 [D/P zhīfù]/оплата по документарному инкассо. «pay by D/P» (оплата по документарному инкассо) в английском языке является глагольным словосочетанием, но в китайском языке часто используется как именное словосочетание, например, «D/P 支付» (оплата по D/P).

Добавление грамматических компонентов

При введении в китайский язык англоязычные заимствования могут дополняться китайскими грамматическими маркерами. Грамматические правила китайского языка требуют добавления классификаторов, служебных частиц и других грамматических маркеров в определенных случаях, поэтому многие англоязычные заимствования в китайском языке дополняются этими элементами:

– добавление счётного слова: например, a B/L [a B/L] / 一份 B/L [yī fèn B/L]/один коносамент. Добавление счётного слова: 一份 (один);

– добавление служебных слов: например, «pay by T/T» (оплата через телеграфный перевод) в английском языке используется структура «глагол + предложная фраза» (pay by T/T), чтобы напрямую описать действие «оплата через телеграфный перевод». Китайский язык использует структуру «предложная фраза + глагол» (通过 T/T 支付), добавляя служебное слово «通过» (через), чтобы уточнить способ оплаты;

– добавление аффиксов: в китайском языке заимствованные английские слова, связанные с внешней торговлей, часто адаптируются путем добавления аффиксов (префиксов или суффиксов), чтобы соответствовать структуре и привычкам выражения китайского языка;

а) добавление префиксов;

Префиксы обычно используются для уточнения категории или атрибута слова. Распространенные префиксы включают «电子-» (электронный), «网络-» (сетевой), «国际-» (международный) и другие. Примеры с префиксом «电子-» (электронный): 电子支付 [diànzì zhīfù] / E-payment / электронный платеж, 电子合同 [diànzì héttóng] / E-contract / электронный контракт;

б) добавление суффиксов:

суффиксы обычно используются для обозначения состояния, свойства или процесса. Распространенные суффиксы включают «-化» (-изация), «-性» (-ость), «-率» (-ность) и другие. К примеру, 全球化 [quánqiú huà] / Globalization / глобализация, суффикс: -«化» (-изация) обозначает процесс или состояние; 灵活性 [línghuó xìng] / Flexibility / гибкость, суффикс: - «性» (-ость) обозначает свойство или характеристику; 效率 [xiàolǜ] / Efficiency / эффективность, суффикс: -«率» (-ность) обозначает соотношение или степень.

На семантическом уровне отмечается не количество заимствований, а прежде всего глубина их интеграции в смысловую сферу, структуру и контекст использования в китайском языке, что заслуживает пристального внимания. Заимствования семантическим способом являются одним из ключевых типов заимствований в китайском языке из английского языка. При анализе

заемствований на семантическом уровне можно заметить, что при переводе употребляются исконные китайские морфемы для передачи значения английского слова.

Стоит отметить, что с точки зрения классификации семантического уровня заимствований в китайском языке кальки могут быть: структурные/этимологические.

a) **Структурные кальки** заимствуют внешний вид или структуру иноязычного слова и создают дословный перевод его составных частей. Например: 电子商务 [diànzǐ shāngwù] / electronic commerce/электронная коммерция, где 电子 [diànzǐ] это electronic /электронный (电 ток, 子 суффикс существительного), а 商务 [shāngwù] является калькой слова commerce/коммерция (商 бизнес, 务 дело). 电子钱包 [diànzǐ qiánbāo] / electronic wallet /электронный кошелек. Здесь 电子 [diànzǐ] electronic /электронный (电 ток, 子 суффикс существительного) и 钱包 [qiánbāo] wallet ‘кошелек’ (钱 деньги, 包 мешок).

б) **Этимологические кальки** представляют собой перевод с помощью объяснения. Заметно, что в китайском языке данный способ является одним из распространенных способов калькирования. Например: 消费者 [xiāofèizhe] / consumer ‘потребитель’ представляет собой комбинацию 消 [xiāo] / eliminate ‘удалять’, ‘ликвидировать’ + 费 [fèi] / fee ‘плата’ + 者 [zhe]/суффикс существительного. Таким образом этимологическая калька объясняет перевод слова consumer на китайский, как человек, который тратит деньги.

Помимо вышеупомянутой классификации по способу семантического заимствования, с точки зрения семантических изменений можно выделить следующие пять категорий.

а) Семантическая конкретизация

При введении англоязычных заимствований в сфере внешней торговли китайский язык часто уточняет их значение путем добавления иероглифов или

контекста, что делает их более точными. Английские заимствования могут быть многозначными или иметь широкий семантический диапазон, но в китайском языке они обычно приобретают более конкретное значение. Примеры: FOB 价格 [FOB jiàgé] / FOB price ‘цена на условиях FOB’. В английском языке это широкий торговый термин. В китайском языке он часто сочетается с иероглифами, например, FOB 价格 (цена FOB) или FOB 条款 (условия FOB), что уточняет его значение как «цена на условиях FOB» или «условия FOB». Добавление иероглифов сужает семантический диапазон заимствований, делая их более конкретными и избегая многозначности, что облегчает понимание в китайском контексте.

б) Семантическое расширение

В некоторых случаях значение английских заимствований в китайском языке может расширяться, охватывая более широкие значения или приобретая новые оттенки. Это расширение обычно обусловлено потребностями китайского контекста или культурными особенностями. Например, CBD 中央商务区 [zhōngyāng shāngwù qū] / Central Business District /центральный деловой район. В английском языке это «центральный деловой район», то есть район с высокой концентрацией коммерческой активности. В китайском языке CBD может расширяться до значения 城市经济核心 [chéngshì jīngjì héxīn] /экономическое ядро города или 现代化都市的象征 [xiàndàihuà dūshì de xiàngzhēng]/символ современного мегаполиса, а в некоторых контекстах использоваться для обозначения зоны концентрации высококлассной коммерческой и финансовой деятельности».

Таким образом, конкретное понятие района экономического и культурного символа расширяется до более объемного пространства использования.

в) Семантическое упрощение

В некоторых случаях значение английских заимствований в китайском языке может упрощаться, сохраняя только основное значение и игнорируя детали или второстепенные значения. Это упрощение обычно делается для удобства

понимания и запоминания китайскими пользователями. Например, термин 订单 [dìngdān] / order / заказ. В английском языке слово "order" имеет множество значений, включая «приказ, команда» (command), «последовательность, порядок» (sequence), «заказ, запрос на покупку» (purchase request), «правило, порядок» (rule or arrangement). В китайском языке слово 订单 [dìngdān] обычно означает только «заказ клиента» или «запрос на покупку», то есть потребность в товарах или услугах. Другие значения (например, «приказ» или «последовательность») в китайском языке обычно выражаются другими словами, такими как 命令 [mìnglìng]/ command/ приказ или 顺序 [shùnxiù]/ sequence/последовательность.

г) Семантическое размытие

Семантическое размытие означает, что значение заимствования в китайском языке становится более расплывчатым или обобщенным по сравнению с английским оригиналом. Это явление обычно происходит из-за широкого использования заимствования в китайском языке, что приводит к постепенной потере его исходного значения. Например, CRM 客户关系管理 / Customer Relationship Management ‘управление взаимоотношениями с клиентами’: в английском языке это специализированный термин, обозначающий стратегии и технологии для управления взаимодействием с клиентами. В китайском языке CRM может обобщаться до «системы управления клиентами» или даже «программы для работы с клиентами», а в некоторых контекстах использоваться для обозначения любых инструментов, связанных с клиентским сервисом.

д) Семантическая символизация

Семантическая символизация означает, что английское заимствование в китайском языке упрощается до определенного понятия или категории, обычно из-за того, что заимствование уже приобрело фиксированное символическое значение на международном уровне. Эта символизация облегчает распознавание и использование заимствований в китайском языке.

Примеры : CEO/ 首席执行官 [shǒuxí zhíxíng guān] / Chief Executive Officer ‘главный исполнительный директор’. В английском языке это «главный

исполнительный директор», название должности. В китайском языке латинские буквы CEO символизируют только эту должность. IPO /首次公开募股 [shǒucì gōngkāi mùgǔ] / Initial Public Offering ‘первичное публичное размещение акций’. В английском языке это «первичное публичное размещение акций», финансовый термин. В китайском языке латинские буквы IPO символизируют только эту финансовую операцию.

В китайском языке англоязычные заимствования в сфере внешней торговли подвергаются различным семантическим изменениям, включая конкретизацию, расширение, упрощение, размытие и символизацию. Эти изменения отражают адаптацию заимствований к китайскому языковому и культурному контексту, что способствует их более эффективному использованию и пониманию.

Таким образом, на семантическом уровне основное внимание данного исследования сосредоточено на том, как заимствования глубоко интегрируются в смысловую систему, структуру и контекст использования китайского языка. Семантические заимствования являются одним из ключевых способов адаптации англоязычных заимствований в китайском языке, которые обычно реализуются через структурную кальку и этимологическую кальку. Эти заимствования претерпевают различные семантические изменения, включая конкретизацию, расширение, упрощение, размытие и символизацию. Эти изменения отражают способность китайского языка адаптировать иностранные слова, а также демонстрируют уникальность китайского языка и культуры. Кроме того, они показывают, что англоязычные заимствования в китайском языке не только сохраняют своё основное значение, но и адаптируются к языковым нормам и культурному контексту, что способствует межкультурному общению и взаимопониманию.

3.3. Особенности функционирования употребительных англоязычных заимствований в сфере международная торговля в китайском языке

В современном мире международная торговля становится все более динамичной и разнообразной, что предопределяет необходимость использования специализированной лексики, способной эффективно передавать идеи и концепции в условиях глобального взаимодействия. В частности, англоязычные заимствования играют важную роль в процессах коммерческой коммуникации, обеспечивая точность и ясность передачи информации. В китайском языке, как одном из ключевых участников мировой экономики, наблюдается активное внедрение англицизмов, особенно в бизнес-среде, где терминология имеет решающее значение для успешного ведения дел.

В рамках данного параграфа будет рассмотрено функционирование наиболее освоенных англоязычных заимствований в сфере международной торговли в китайском языке.

Китаеязычная терминосистема сферы международной торговли является собой отражение ментальных и лингвистических характеристик культурной идентичности китаеговорящих, демонстрируя эколингвистические доминанты данной культуры. Система терминов в области международной торговли в китайском языке образована преимущественно из оригинальных номинативных единиц, а также заимствованных лексем и словосочетаний, которые подверглись специальной адаптации. Важно отметить, что Китай на протяжении длительного времени занимал положение экономически успешной страны. Его изолированность способствовала формированию независимости в выборе торговых путей и решений, включая языковые аспекты. Традиционные представления китайцев о необходимости сохранения своей культурной самобытности нашли выражение в экономических отношениях страны, которая долгое время не допускала в свои границы элементы, ассоциируемые с европейской цивилизацией. Однако в XX в. Китай начал постепенное открытие к процессам глобализации, вступая в активно развивающееся экономическое взаимодействие с западными странами.

Занимая одно из лидирующих мест в области внешней торговли, Китай подвергся влиянию евроатлантических экономических конвенций, в том числе отражённых в терминологической системе языка. Китайский язык, который значительно удалён от индоевропейской языковой семьи и является изолирующим, отличается специфичностью, проявляющейся в когнитивно-семантическом плане. Эта специфика является одной из причин, по которой заимствованные слова из европейских языков едва ли могут быть адекватно интегрированы, поскольку иероглифическая система затрудняет процессы заимствования. Это также иллюстрирует уникальную природу китайского языка – полное отсутствие алфавита, что обеспечило высокую степень целостности аутентичной терминологии на китайском языке в сфере международной торговли.

Одно- или двухморфемная структура китайских слов в совокупности со слоговой звуковой системой языка систематически затрудняет заимствование иностранной лексики. Для более глубокого осмысления особенностей формирования китаеязычной терминологической системы в сфере международной торговли можно проанализировать фактический материал, где представлены термины, обладающие оригинальным китайским происхождением и отражающие лингвистические и культурные особенности представлений о концептах и объектах реальности.

Эколингвистические характеристики терминологической системы международной торговли в китайском языке можно выявить в нескольких ключевых аспектах.

1. Термины имеющие исконно китайское происхождение, которые глубоко укоренены в культуре и языковой практике:

•**铺子** [pūzi] - a traditional store (shop) that offers various goods and services / традиционный магазин, предлагающий различные товары и услуги. Этот термин олицетворяет устоявшиеся представления о классическом месте розничной торговли в китайской культуре, где разнообразие товаров и услуг играет ключевую роль;

- 市场 [shìchǎng]/ market (bazaar) / рынок (базар). Этот термин обозначает традиционный китайский рынок, предлагающий продукты питания, бытовые товары и изделия ручной работы;

- 货品 [huòpǐn] / product (item of goods) / продукт (номенклатура товаров).

Термин отражает представления о товарах как о специфических продуктах, предлагаемых на рынке или в магазине;

2. Термины, заимствованные из других языков, главным образом из английского, в том числе через японский, и адаптированные в китайском языке:

а) термины, подвергшиеся морфемной и семантической адаптации:

- 营销 [yíngxiāo] /marketing/ маркетинг, понятие, адаптированное к китайскому языку, с последующими морфемными значениями: ‘заниматься, стремиться к...’, ‘продавать, сбывать на рынке’;

- 投资 [tóuzī] /investment/ инвестиции, адаптированное с последующими морфемными значениями: ‘инвестировать’, ‘капитал, фонды’;

- 财务 [cáiwù] /finance/ финансы, адаптированное с последующими морфемными значениями: ‘богатство, фортуна, собственность’ и ‘бизнес, дело’;

- 市场需求 [shìchǎng xūqiú] /market demand, demand in the market / рыночный спрос, востребованность на рынке. Этот термин был адаптирован для обозначения потребностей потребителей на рынке.;

- 营销策略 [yíngxiāo cèlùè] /marketing strategy / маркетинговая стратегия.

Термин 营销 [yíngxiāo] получил в китайском новое значение, обозначая ‘мероприятия по продвижению товаров, услуг и брендов’, а термин 策略 [cèlùè] стал означать ‘план’ или ‘стратегия’;

б) гибридные термины, включающие как заимствованный элемент, так и оригинальный китайский элемент:

- 销售额 [xiāoshòu é] /volume of sales/ объем продаж. Этот термин представляет собой комбинацию из морфем 销售[xiāoshòu]/ маркетинг, продажи и 额 [é] /количество/объем;

- 市场份额 [shìchǎng fèn'é] / market share/доля рынка. Этот термин адаптирован для китайского языка и представляет собой комбинацию морфем 市场 [shìchǎng] ‘рынок’ и 份额 [fèn'é] ‘доля’;
 - 营收 [yíngshōu] / revenue, income /доход. Термин 营 [yíng] адаптирован из английского языка и означает ‘заниматься’; термин 收 [shōu] означает ‘получать’;
 - 运营 [yùnyíng] / management, operational activities / ‘управление, оперативная деятельность’. В данном случае иероглиф 运 [yùn] адаптирован и означает ‘перевозка’, а иероглиф 营 [yíng] означает ‘бизнес’ или ‘коммерция’;
- в) термины, написанные латинским алфавитом, называются графически неадаптированными и предлагают сохранение оригинального варианта на английском языке и использование аббревиаций:
- IPO (Initial Public Offering / Первичное публичное размещение акций). Этот термин используется для описания процесса выхода компании на фондовый рынок;
 - M&A (Mergers and Acquisitions/ Слияния и поглощения). Термин относится к описанию процессов, связанных с приобретением и объединением компаний;
 - CRM (Customer Relationship Management)/ Управление взаимоотношениями с клиентами. Этот термин относится к стратегиям и технологиям, используемым для поддержки взаимодействия с клиентами;
 - O2O (Online-to-Offline) / Переход из онлайн в офлайн]. Этот термин связан с бизнес-моделями, которые сочетают онлайн и физическое присутствие компаний.

3. Преобладание вторичных заимствований над прямыми, что значительно отличает китайский от системы принимающего языка:

- 消费 [xiāofèi] /consumption/ потребление. Этот термин вторично заимствован из японского языка 消費 [shōhi] и затем из английского адаптирован в китайский язык;

• 报关 [bàoguān] /Customs Declaration/ таможенная декларация, китайский язык не заимствовал напрямую японский термин 通関 [tsūkan] (Прохождение таможни), а создал новый термин 报关 [bàoguān] (таможенное декларирование) на основе английского Customs Declaration.

4. Контекстуальная обусловленность терминологической единицы, определяющая ее конкретное значение:

• 财务报表 [cáiwù bàobiǎo] / supply chain management/ финансовая отчетность. В рамках торгово-экономической деятельности под финансовым документом подразумевается важный источник информации, который предоставляет детальное представление о финансовом состоянии компании и ее результатах деятельности;

• 供应链管理 [gōngyìng lian guǎnlí] / supply chain management /управление цепочкой поставок. В рамках торгово-экономической среды этот термин означает стратегическое планирование и координацию и контроль процесса поставок, распределения продукции или услуг от поставщика к конечному потребителю;

• 市场营销 [shìchǎng yíngxiāo] / marketing/ маркетинг. В контексте торгово-экономических отношений этот термин описывает процесс, с помощью которого товары или услуги позиционируются и продвигаются на рынке, чтобы обеспечить их максимальную конкурентоспособность и удовлетворить потребности клиентов.

5. Высокая степень сохранности пропозициональных терминологических единиц, соотносящихся с ментально-лингвистическими единицами китайского языка, подтверждается наличием оригинальных номинативных единиц:

• 电商巨头 [diànshāng jùtóu] / e-commerce leader/лидер электронной коммерции. В этом смысле 电商 [diànshāng] означает ‘electronic commerce’ / ‘электронная коммерция’, а 巨头 [jùtóu] — ‘giant’ и ‘leader’/ ‘гигант’ или ‘лидер’. Этот термин отражает лидирующую позицию крупных компаний в области электронной коммерции;

- 货币 [huòbì] / currency/ валюта. Этот термин, состоящий из слова 货 [huò], которое означает goods и wealth / ‘товары’ и ‘богатство’, и 币 [bì] ‘money’ и ‘currency’ / ‘деньги’ или ‘валюта’, отражает концепцию денежной системы или рыночного средства обмена в соответствии с ментально-лингвистическими особенностями китайцев;

- 市场 [shìchǎng] / market/ рынок. Этот термин состоит из китайских иероглифов 市 [shì], что означает ‘city’ и ‘market’ / ‘город’ или ‘рынок’, и 场 [chǎng] — ‘area’ и ‘place’ / ‘область’ или ‘место’.

6. Полисемантичность терминов торговой сферы: множественные значения в зависимости от контекста. Так как большинство единиц терминологической системы, находящейся под рассмотрением, демонстрируют аутентичные особенности китайского языка, отмечается их широкий семантический диапазон. Он определяется обширным спектром ассоциаций и коннотаций, что, в свою очередь, способствует их распространению и использованию не только в сфере международных торговых отношений, но и в социальных и повседневных коммуникациях. Для начала разберем данное слово на иероглифы: первый иероглиф "价" (jià) означает ‘цена’ или ‘стоимость’. Этот иероглиф сам по себе также может использоваться в различных контекстах, связанных с оценкой и ценами. Второй иероглиф "格" (gé) в данном контексте часто переводится как ‘стандарт’ или ‘формат’. Само слово 价格 в одном случае может использоваться просто как цена, в другом, с добавлением слова 优惠 определяется как термин *скидка*. Это иллюстрирует семантический процесс заимствования. 生产 [shēngchǎn]: глагол, обозначающий процесс производства, применяется в контексте коммерческой деятельности, образован с помощью соединения морфем 生 [shēng] / *give birth* брождать + 产 [chǎn] / *create* создавать; 产品 [chǎnpǐn]: существительное, указывающее на продукцию, которую компания производит, формируется с помощью морфем 产 [chǎn] / *create* создавать + 品 [pǐn] / *product* продукция; ярким примером семантической кальки также является термин export, который переведен на китайский как 出口 [chūkǒu], что если разделить на

морфемные части «означает выйти на рынок», 出 [chū] / exit выходить + □ [kōu] / gate ворота.

Далее мы рассмотрим примеры, связанные непосредственно с наименованиями товаров, чтобы разъяснить, как реализуется полисемантичность заимствованных слов в китайском языке:

– 我们的公司专门生产巧克力派产品，希望能与贵公司合作，并将我们的产品出口到中国市场。 / Наша компания специализируется на производстве шоколадных пирожных. Мы надеемся на сотрудничество с вашей компанией и экспорт нашей продукции на китайский рынок («全世界的“巧克力派”—国“Orion Corporation”公司», статья от 12.03.2018) [KBS];

Рассмотрим заимствованное из английского языка слово 巧克力派产品 [qiǎokèlìpài chānpǐn] / название бренда «ChocoPie». Иероглиф "巧克力" – это заимствованное слово из английского языка (chocolate), является стандартным обозначением шоколада в китайском языке. Второй иероглиф «派» в китайском языке может означать как ‘пирожное’, так и ‘вид’ или ‘группа’ в разных контекстах. В данном случае «派» указывает на определенную категорию десертов, которые имеют шоколадную начинку или покрытие, что добавляет дополнительное значение в контексте продукции, о которой идет речь, а именно торговая марка «ChocoPie». Следует отметить, что третий иероглиф «产品» как раз указывает на то, что речь идет о товарах или продукции.

7. Использование в заимствованиях, относящихся к названиям брендов и торговых марок транслитерации и семантической адаптации:

Такие бренды как «Mercedes-Benz» 梅赛德斯-奔驰 [méisàideésī-bēnchín] используют транслитерацию при внедрении этого слова в китайский. Однако китайские компании не ограничиваются простым переводом названий иностранных брендов. Они стремятся адаптировать перевод, учитывая особенности восприятия китайских потребителей, чтобы сделать бренд более понятным и привлекательным. Часто перевод названия является калькированным переводом слогана или логотипа бренда. Например, бренд Hermes, который на

китайском звучит как 爱马仕 [Àimǎshì]. Название Hermes связано с его историей: изначально компания специализировалась на изготовлении экипировки для верховой езды, и ее логотип изображает колесницу. В китайском названии иероглиф 马 [mǎ] означает horse лошадь, а иероглиф 仕 [shì] – *serve government* офицер, наездник. Таким образом, китайское название точно передает смысл, заложенный в логотипе и истории бренда.

Задействованные англизмы способствовали появлению в китайском языке устойчивых этимологических выражений, связанных с международной торговлей. В процессе развития терминосистемы китайского языка в сфере международной торговли влияние англоязычных заимствований и разработка национальных нормативно-правовых актов совместно способствовали формированию ряда устойчивых терминологических выражений.

Ярким примером этого процесса является возникновение термина 免征关税 [miǎnzhēng guānshuì] / exempt from the levying of tariff / освобождение от уплаты таможенных пошлин. Конкретный пример использования: «对为维修目的暂时出境后又复运进海南自由贸易港的航空器与船舶实施关税豁免» ‘воздушные и морские суда, временно вывозимые для ремонта с последующим возвратом в свободный порт Хайнань, освобождаются от таможенных пошлин’. Данная формулировка не представляет собой буквального перевода английского выражения "exempt from the levying of tariff" (где иероглиф "免" соответствует 'exempt' / 'освобождение', "征" 'levying' / 'взимание', а "关税" 'tariff' / 'таможенные пошлины', что демонстрирует преобразование ключевых элементов английской фразы в характерную для китайского языка двухсложную+двухсложную композитную структуру с максимальным использованием смыслоразличительного потенциала односложных морфем, когда каждый иероглиф независимо выражает конкретное понятие, а их сочетание формирует целостное терминологическое значение), а отражает модель создания неологизмов, порожденных потребностями государственной экономической

политики и сочетающих международное общепринятое понятийное содержание с традиционными языковыми формами.

Эксперты замечают динамичное обновление китайского лексикона, что требует быстрого анализа и каталогизации новейших слов. Интерес к экономическим терминам растет из-за их постоянного прироста и расширения области их использования – они становятся частью повседневного общения [Гуо Фулян, 2001].

С учетом динамичного развития торгово-экономических отношений и постоянного обновления экономического лексикона важно проводить систематические исследования и анализ терминологии, чтобы улучшить ее понимание и использование в китайском языке. Такие исследования помогут не только сформировать стандарты и рекомендации по использованию экономических терминов, но и содействовать развитию межкультурной коммуникации и пониманию в области торгово-экономических отношений. Кроме того, расширение словарного запаса и улучшение знания экономической лексики также способствуют повышению профессионального уровня специалистов в этой области.

В результате анализа функционирования наиболее употребительных англоязычных заимствований в сфере международной торговли в китайском языке можно сделать несколько ключевых обобщений.

Во-первых, наблюдается заметное преобладание англицизмов в деловом контексте, что подчеркивает их значимость для эффективной коммерческой коммуникации. Эти заимствования позволяют точно и лаконично передавать специфические концепции и термины, актуальные для международной торговли, тем самым облегчая взаимопонимание между бизнес-партнерами из разных стран.

Во-вторых, стоит отметить, что многие англоязычные термины, заимствуемые в китайский язык, подвергаются семантической адаптации. Это свидетельствует о том, что культурные и языковые различия между Западом и Китаем могут вносить изменения в интерпретацию понятий. Термины могут иметь различные значения в зависимости от контекста и сопутствующих слов, что

илюстрирует полисемантичность, присущую многим заимствованным словам. Также важно отметить, что в текстах, связанных с международной торговлей, часто используются аббревиатуры и кальки, что делает названия более удобными для восприятия. Это подтверждается примерами, где англоязычные термины, такие как B2B, интегрируются в китайский дискурс.

В заключение следует подчеркнуть, что эколингвистические принципы играют существенную роль в процессе внедрения англоязычных заимствований в китайский торговый дискурс. В частности, англоязычные заимствования часто подвергаются процессам семантической адаптации. Однако важно отметить, что не все заимствования принимаются одинаково. Возможность интеграции той или иной лексемы зависит от наличия морфологической и синтаксической совместимости с китайским языком.

3.4. Сравнительные характеристики англоязычных заимствований сферы международной торговли в русском и китайском языках

Сравнивания общий объем заимствований в сфере англицизмов, мы в ходе исследования пришли к выводу о том, что в русском языке объем заимствованных английских терминов в сфере международной торговли значительно больше, чем в китайском. Наглядное сравнение представлено в Приложении 1, фрагмент которого мы приводим. Отметим, что в нем содержатся те термины, которые заимствованы из английского языка и в китайский, и в русский языки и в основном были отобраны по словарям.

Таблица 9. (фрагмент Приложения 1)

Совпадение/несовпадение значений в английском, китайском и русском словарях

Английский термин	Значение по словарю	Китайский термин	Значение по словарю	Русский термин	Значение по словарю	Сравнение
<i>adjuster</i>	физическое или юридическое лицо, независимый специалист или организация по урегулированию претензий страхователя на возмещение убытков в связи со страховым случаем	理算人 <i>lǐ suàn rén</i>	специалист, который занимается корректировкой средних значений. Основная задача этого человека — рассчитать и определить сумму компенсации за ущерб, а также распределить ответственность в случае общей аварии	<i>аджастер</i>	диспашер, специалист в области морского права, составляющий диспашу. Устанавливает доли и распределение расходов по общей аварии, которые будут нести владелец судна, владелец перевозимого груза и лицо, оплачивающее фрахт (нанимающее судно)	Китайский термин указывает на специалиста, который занимается распределением ответственности в случае общей аварии в общем смысле
<i>arrears</i>	юридический термин для типа задолженности, которая просрочена после пропуска ожидаемого платежа	欠款 <i>qiànkuǎn</i>	Задолженность	<i>Arriarp</i>	задолженность, просрочка платежа, неоплаченные суммы	Арриарс в русском языке используется для обозначения просроченных платежей. В китайском

						языке термин 欠款 (qiànkuǎn) имеет более общее значение 'задолженность'
ACTA <i>Anti-Counterfeiting Trade Agreement</i>	представляет собой предлагаемое многостороннее торговое соглашение, которое предусматривает строгое соблюдение прав интеллектуальной собственности, связанных с деятельностью в Интернете и торговлей товарами на основе информации	<u>反假冒贸易协议缩写</u> <i>Fǎn fǎngmào tǎoyì xiéyì suōxiě</i>	международное соглашение, призванное защитить права интеллектуальной собственности	<i>Международное торговое соглашение о борьбе с контрафактной продукцией</i>	Международное торговое соглашение о борьбе с контрафактной продукцией. Подписано в октябре 2011 г. Австралией, Канадой, Японией, Марокко, Новой Зеландией, Сингапуром, Южной Кореей и США. В 2012 г. его подписали также Мексика, ЕС и 22 страны-члена ЕС. Цель соглашения – создание международных правовых рамок для борьбы с контрафактом товаров, лекарств (дженериков) и нарушением авторского права в интернете	Оба термина обозначают международное соглашение, направленное на борьбу с контрафактной продукцией
AILP <i>Agreement on Import Licensing Procedures</i>	это набор принципов, которые применяются в торговой политике и призваны не допустить, чтобы лицензирование стало само по себе препятствием для торговли	<u>进口许可程序协议</u> <i>Jǐnkǒu xíkē chéngxù xiéyì</i>	Это многостороннее торговое соглашение, находящееся под юрисдикцией Всемирной торговой организации. Оно модифицировано и усовершенствовано на	<i>Соглашение ВТО по процедурам импортного лицензирования</i>	Соглашение, направленное на упрощение и унификацию формальностей при выдаче импортных лицензий	Оба термина относятся к соглашениям, регулирующим процедуры импортного лицензирования. Они направлены на упрощение и

			основе «Кодекса процедур импортного лицензирован ия» Токийского раунда Генерального соглашения по тарифам и торговле			унификаци ю этих процедур, чтобы облегчить междунаро дную торговлю
<i>AMS Aggregate Measurem ent of Support</i>	это совокупный показатель государственног о субсидирования сельскохозяйств енного производства	综合支 持量 <i>zònghé zhīchí liàng</i>	Совокупный показатель поддержки (AMS) — это показатель, который измеряет денежную стоимость государственн ых затрат, используемых для поддержки сектора. Это технический индикатор, используемый для измерения уровня поддержки «желтого ящика», обычно выражаемый в денежных единицах, и отражает бюджетные расходы правительства на сельское хозяйство и фермеров в рамках различных внутренних политик	<i>АПП агрегирован ный показатель поддержки</i>	Годовой объем внутренней поддержки производителей конкретных сельскохозяйств енных товаров или, в том случае, если потоварные сведения отсутствуют, — объем поддержки всем производителям , развернутый в потоварном виде	Китайский и русский вариант термина, можно рассматрива ть как синонимы, но русский термин имеет более узкое значение и используетс я в конкретном контексте ВТО

Русский язык принадлежит к индоевропейской языковой семье и обладает богатой системой флексий и словоизменения. Это позволяет русскому языку естественно интегрировать заимствования из английского языка путем изменения окончаний, добавления префиксов или суффиксов, адаптируя их к своей

грамматической системе. Например, английское слово *marketing* (маркетинг) в русском языке становится *маркетинг* и может изменяться по падежам и числам, добавляя соответствующие русские окончания, что позволяет ему вписываться в грамматические правила русского языка. Китайский язык, в свою очередь, относится к сино-тибетской языковой семье и является изолирующим языком, лишенным флексий. Грамматические отношения в китайском языке выражаются преимущественно через порядок слов и служебные частицы. Поэтому при заимствовании английских слов китайский язык чаще прибегает к семантическому переводу (калькированию) или фонетической транскрипции, а не к изменению словоформ. Например, английское слово *marketing* в китайском языке обычно переводится как 市场营销 (shìchǎng yíngxiāo), что является семантическим калькированием, а не прямой фонетической транскрипцией.

В русском языке заимствования из английского языка регулярно адаптируются к фонетическим и морфологическим нормам. Это происходит благодаря тому, что русский язык обладает гибкой системой словообразования и может вводить новые термины, изменяя их формы, чтобы они естественно вписывались в уже существующий лексический контекст. Такой подход к заимствованиям способствует большему объему их интеграции в русский язык. С другой стороны, в китайском языке преобладает иероглифически-графическая транскрипция английских терминов, что ограничивает возможность их широкого использования. Иероглифическая структура китайского письма подразумевает, что каждый символ может не всегда адекватно передать фонетическое звучание заимствованного слова. Таким образом, многие англицизмы в китайском языке остаются в форме транскрипций, которые не интегрируются в общий лексикон языка так легко, как это происходит в русском. Это приводит к меньшему заметному использованию англицизмов в повседневной речи.

В китайском языке заимствования из английского языка могут быть менее заметны из-за специфики иероглифической системы письма. Даже в тех случаях, когда используются англоязычные термины, их иероглифическая форма зачастую визуально не сопоставима с английскими словами, что снижает осведомленность

носителей языка о внешних заимствованиях. В русском языке, наоборот, заимствованные слова часто визуально и фонетически идентифицируются как иностранные, что делает их влияние на речь более явственным. Эти англизмы не только расширяют лексику, но и приводят к изменениям в фонетике и морфологии языка, создавая новые формы речи и изменяя стиль общения.

В русском языке слова, заимствованные из английского языка, могут быть как транслитерированы, так и адаптированы к фонетическим нормам русского языка. В то время как в китайском языке англизмы преимущественно наделяются новым звучанием с помощью семантической кальки, используя для записи иероглифы. Это можно рассмотреть на примере слова *financial leasing*. На русском данный вариант будет образован с помощью фонетической кальки *финансовый лизинг*, где каждая часть морфемы будет с помощью русского алфавита в виде аналога имитировать звучанием английского слова. В китайском варианте слово будет заимствовано с помощью семантической кальки 融资租赁 [róngzī zūlìn], что означает сочетание двух слов *финансы + аренда*.

Таким образом, семантическое заимствование в русском языке, по большей части, как правило, происходит через кальку, т.е. дословный поморфемный перевод английского слова. В то время как в китайском языке семантическое заимствование может происходить как через кальку, так и через использование исконных китайских морфем для передачи значения английского слова.

Сокращения, аббревиатуры из числа англизмов стали неотъемлемой частью лексики сферы *международная торговля* русского и китайского языков. Их использование в языке упростилось за счет повсеместного распространения английской терминологии. Эти элементы языка способствуют эффективной передаче информации, экономят время и усилия при общении. Примерами таких слов в русском языке могут служить *CEO* (*Chief Executive Officer* ‘главный исполнительный директор’), *PR* (*Public Relations* ‘связи с общественностью’) или *B2B* (*Business-to-Business* ‘коммерческие отношения между предприятиями’). Русский язык приспосабливает эти аббревиатуры к своей фонетической системе, например, *CEO* может произноситься как [си-э-о]. Это позволяет им

интегрироваться в естественные устные и письменные контексты деловой среды. В китайском языке, наряду с традиционными методами словообразования, наблюдается использование англоязычных аббревиатур. Однако их количество значительно меньше, чем в других языках, например, в русском. Характерной особенностью таких аббревиатур является порядок следования элементов: английская инициаль (с помощью английского алфавита записывается аббревиатура) предшествует китайской морфеме, дополняющей семантическое значение слова. Например, аббревиатура eWTP, обозначающая ‘электронная Всемирная торговая платформа’ (electronic World Trade Platform), в китайском языке представлена как eWTP 电子世界贸易平台 [eWTP diànzì shìjiè màoyì píngtái]. Данный пример демонстрирует, что английский алфавит не обладает полной интеграцией в китайский язык, в отличие от русского, где заимствования часто используются в виде транслитерации.

Россия придерживается относительно открытой языковой политики, которая допускает и даже поощряет использование заимствованных слов, особенно в сферах науки, технологий и бизнеса. Это делает процесс интеграции англицизмов в русский язык более свободным и гибким, позволяя заимствованиям естественно входить в повседневную речь и профессиональную лексику. Китай, напротив, проводит более консервативную языковую политику, особенно в официальных документах и формальных контекстах, где предпочтение отдается исконно китайским словам или семантическим калькам заимствованных терминов. В результате, при адаптации англицизмов китайский язык чаще прибегает к семантическому переводу или фонетической транскрипции, а не к прямому использованию иностранных слов. Это отражает стремление сохранить чистоту языка и избежать чрезмерного влияния иностранной лексики.

Указанные особенности находят четкое количественное подтверждение в статистике заимствований: из общего числа рассмотренных русскоязычных терминов 36 % составляют русскоязычные и адаптированные с помощью семантического калькирования заимствованные единицы (это 9 % из 36 %). 64 %

единиц являются заимствованными с помощью транскрипции, транслитерации (52 %) и пр. способами (12 %) (см. 9).



Рисунок 9. Состав русскоязычной терминосистемы в сфере международной торговли

Источник: данные автора диссертационного исследования.

Исходя из общего числа рассмотренных терминов китайского языка только 18 % составляют заимствования, которые при вхождении в китайский язык подверглись только фонетической и графической адаптации. 29 % единиц являются заимствованными с помощью морфемо-семантической кальки, а также гибридами. 9 % составляют термины, записываемые латиницей; при этом 44 % единиц – это исконные термины (см. рисунок 10).



Рисунок 10. Состав китаеязычных терминосистемы в сфере международной торговли

Источник: данные автора диссертационного исследования

Данные показатели демонстрируют принципиальный контраст между двумя терминосистемами: русскоязычная система обнаруживает высокую степень открытости к прямым заимствованиям, где около двух третей терминов сохраняют исходную иноязычную форму или подвергаются лишь фонетической транскрипции. В то время как китайская система проявляет выраженную консервативную характеристику – не только демонстрирует наибольшую долю автохтонной лексики (44%), но даже среди заимствований преимущественно использует глубоко адаптированные семантические кальки (29%), тогда как прямые заимствования составляют менее пятой части от общего объема (18%). Эта дивергенция, по сути, отражает различие в механизмах терминологического допуска между языками: русский язык ориентирован на сохранение международной универсальности терминов, тогда как китайский отдает приоритет культурной автономности языковой системы.

Русскоязычная терминосистема сферы международной торговли формируется на основе лингвокультурологических пропозиций, выражаемых в фокусе ментальных предпочтений, характеризующихся ориентированностью на авторитетность заимствованной лексики и одновременным стремлением к понятности лексики, которая (понятность) достигается сохранением исконных терминов. Последнее также выражает и желание не потерять самоидентичность.

Китаеязычная терминосистема, можно сказать, проявляет несколько ассиметричные русскоязычной терминосистеме предпочтения. Для китайцев главное – сохранение культуры, в том числе и языковой, а также иерархия положений. Поэтому большинство терминов сферы международной торговли имеют исконное китаеязычное происхождение или же пережили особую мерфемно-семантическую адаптацию (были созданы по примеру, но на почве китайского языка). Особенности систем русского и китайского языков определяют актуальность заимствований и процесс их вхождения в названные языки: сопричастность русского языка к индоевропейской семье детектирует некоторое удобство при заимствовании из родственных языков; китайский язык является изолирующим и отдалён от систем индоевропейских языков, поэтому предпочитает заимствовать термины через посредство японского.

Лингвоэкологические принципы русского и китайского языков детерминируют принятие лексем в терминосистемы, исходя из их различающихся лингвокультурных пропозиций влияния экстравербистических факторов глобализации. Поводом принятия лексемы в русскоязычную терминосистему чаще выступает её (лексемы) конкретизирующее узкоспециальное значение, что, в свою очередь, выступает превалирующим критерием отбора и выбора между исконным и неродным. Для включения лексемы в терминосистему китайского языка превалирующей чаще выступает исконность лексемы. Так, большинство китайских терминов внешней торговли характеризуются полисемантичностью и контекстуальностью. Приведённые показатели выступают дифференциирующими при сопоставлении русскоязычной и китаеязычной терминосистем в сфере международной торговли.

Таким образом, формирование терминосистем русского и китайского языков в сфере *международной торговли* отражает явления лингвокультурологии и эколингвистики, дифференцирующиеся в двух сопоставляемых языках:

В русском языке обнаруживается усиленное заимствование терминов из европейских языков, в основном – из английского, в то время как китайский язык стремится к выработке самостоятельных терминологических решений, а, если и

прибегает к заимствованиям, то преимущественно через посредство японского языка;

Глобализация «толкает» терминосистемы сферы *международной торговли* русского и китайского языков к заимствованиям из английского, но соотношение его единиц в рассматриваемых системах неодинаково, что, в свою очередь, обусловливается их (систем) внутренними сущностно-языковыми свойствами и, конечно, в немалой степени менталитетом народов России и Китая;

Оба указанных фактора влияют и на семантическое наполнение лексических единиц терминосистем русского и китайского языков: термины русского языка демонстрируют однозначность и конкретность, в то время как термины китайского языка имеют сложную семантическую структуру.

В целом влияние английского языка на русский и китайский языки в области торгово-экономических отношений различается, и это связано социокультурными и экономическими особенностями каждой страны. В будущем можно ожидать дальнейшего распространения англоязычных заимствований в обоих языках, поскольку глобализация и интеграция экономики требуют использования общего и понятного языка в бизнес-сфере.

Выводы по главе 3

В ходе комплексного анализа процесса адаптации англоязычных заимствований в китайском языке были рассмотрены ключевые лингвистические уровни: графический, фонологический, морфологический, семантический. Следует отметить, что данное деление носит условный характер, поскольку отдельные лексические единицы могут подвергаться влиянию нескольких или даже всех уровней языковой системы. Анализ показал, что наиболее явные изменения наблюдаются на морфологическом и семантическом уровнях. Это объясняется спецификой китайского языка, в частности, его иероглифической письменностью.

Было установлено, что адаптация англоязычных заимствований в китайском языке происходит на фонетическом уровне через фонемное освоение, изменение слоговой структуры и сокращение слогов. Фонемное освоение заключается в замене английских фонем на схожие китайские звуки, что обеспечивает приблизительное, но понятное произношение. Изменение слоговой структуры связано с особенностями китайского языка, где возможны вставки гласных или сокращение согласных между ними. Сокращение слогов обусловлено структурой китайской лексики, которая предпочитает односложные и двусложные слова. Процесс тонизации, характерный для китайского языка также влияет на адаптацию англицизмов, так как отсутствие соответствующих тонов может привести к неправильному восприятию слов.

На графическом уровне также происходит процесс внедрения заимствований в китайский язык из английского. Англицизмы из сферы международной торговли в основном используют два способа: создание новых иероглифов и заимствование отдельных латинских букв или полное графическое заимствование с сохранением графики на латинице. Это позволяет адаптировать иностранные слова к фонетическим и семантическим особенностям языка, обеспечивая более точное и естественное звучание.

Заимствование и освоение англицизмов в китайском языке происходит на морфологическом уровне, где они адаптируются к грамматическому строю и

культурным нормам китайского языка. Этот процесс включает грамматическую адаптацию, передачу звучания английских слов с помощью китайских иероглифов и добавление китайских морфем-классификаторов. Важным аспектом является культурная ассимиляция, обеспечивающая приемлемость новых слов на социокультурном уровне.

Задействование англицизмов в китайском языке на семантическом уровне играет важную роль в процессе адаптации и интеграции иностранных слов в китайскую языковую среду. Этот процесс включает калькирование, структурные и этимологические кальки, а также использование аббревиатур. Калькирование помогает передать значение английских слов с помощью китайских морфем, создавая сложные слова и словосочетания. Аббревиатуры, сохраняя оригинальное звучание иноязычных терминов, облегчают международную коммуникацию и упрощают понимание между представителями разных культур и языков.

Была проведена детальная аналитическая работа, в результате чего было установлено, что терминосистема сферы международной торговли в китайском языке в значительной степени формируется за счет использования лексических единиц, преимущественно представленных такими частями речи, как имена существительные и глаголы. При этом следует отметить, что прилагательные в данной терминосистеме занимают сравнительно незначительное место, образуя малочисленный класс слов. Другие части речи, такие как наречия или местоименные слова, практически не представлены в данной области деятельности.

Эколингвистические принципы функционирования русского и китайского языков оказывают значительное влияние на процессы заимствования и интеграции лексем в их соответствующие терминосистемы, что обусловлено различиями в лингвокультурных контекстах и специфике экстраконфессиональных факторов глобализации. В частности, для русскоязычной терминосистемы характерным является тот факт, что основным обоснованием для принятия новой лексемы выступает её узкоспециальное значение, которое, в свою очередь, становится доминирующим критерием при осуществлении выбора между

исконными и заимствованными словами. Этот процесс отражает глубинные взаимосвязи в различных профессиональных и культурных контекстах, подчеркивая значимость не только лексикографических, но и социально-культурных аспектов в процессе становления терминосистем.

Для включения заимствованной лексемы в терминосистему между языковыми единицами и их функциональным использованием в китайского языка главным образом необходимо учитывать исконность лексемы, выраженную в конкретном иероглифе/ сочетании иероглифов, в силу чего большинство китайских терминов международной торговли характеризуются полисемантичностью и контекстуальностью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процессы освоения и адаптации англоязычных заимствований в русском и китайском языках в контексте развития сферы международных торгово-экономических отношений характеризуются как лингвистическими, так и экстралингвистическими особенностями на фоне языковых контактов.

Заимствование как лингвистическое явление отражает не только специфику контактирующих языков – языка-источника и языка-реципиента, но и национального сознания социума, коммуницирующего с помощью того языка, который включает в себя иноязычные единицы. При этом языковые причины заимствования кроются в фонетических, грамматических и лексико-семантических особенностях языка источника, и языка-реципиента. Неязыковые причины определяют заимствование как репрезентацию соответствующих реалий, понятий в экономическом, географическом, историко-политическом и других аспектах. В свою очередь, психолингвистические причины фиксируются в социоментальном приспособлении фрагментов реальности к языку с помощью заимствований.

Опираясь на теоретические основы заимствований, были рассмотрены определение, уровни и классификация заимствований, было подтверждено, что заимствование может быть как процессом языкового контакта, так и его результатом, включая фонетический, лексический, грамматический и семантический языковые уровни. Экстралингвистические причины возникновения заимствований включают внешние факторы, такие как политика, экономика, культура и технологии, где глобализация, технологический прогресс и культурный обмен являются важными движущими силами. Кроме того, заимствования подвержены влиянию социо-психологических факторов, таких как предпочтение иностранных слов и символика социального статуса. Поскольку рассматривались заимствования из английского языка в русский и китайский языки, то наряду с обоими языками-реципиентами существенными представлялись критерии определения английского языка как источника

заемствований, включая его фонетические и морфологические особенности, семантический и этимологический анализ.

В результате исследования теоретических аспектов классификации англицизмов в терминологической системе внешней торговли русского языка. нами была разработана и предложена тематическая классификация единиц разных уровней, позволяющая охарактеризовать лексический, фразеологический и др. составы системы заемствований в сфере внешней торговли, что способствует констатации не только фонда имеющихся репрезентантов, но и тенденций к дальнейшим заемствованиям, также систематизации всего многообразия этих средств.

Одним из главных критериев классификации выступил понятийный (лексический) критерий, который является первичным квалифициатором, дифференцирующим термины-англицизмы по их содержательному наполнению. Грамматический (морфологический) критерий, распределяющий единицы, заемствованные из английского языка, по характеру их категориальных свойств, находит связь с понятийными и лексико-семантическими свойствами единиц.

Анализ свойств и характеристик англоязычных заемствований в области торгово-экономических отношений в русском языке позволил установить, что, проникая в систему русского языка, англицизмы переживают фонетическую, графическую, морфологическую и семантическую адаптацию. Критерии освоенности заемствованной единицы на каждом из языковых уровней предстают самостоятельно, так как дифференцируются по степени включения слова в язык и в его подсистемы и иллюстрируют этапы вхождения заемствования в русский язык. При выявлении актуальных во внешнеторговой коммуникации заемствований, их функциональных особенностей было установлено, что они обнаруживают различия по параметру доминантности как в зависимости от критерия адаптации, так и независимо от него.

На следующем этапе исследования был подробно описан процесс адаптации англоязычных заемствований в китайском языке, охватывающий фонетический, графический, морфологический, семантический уровни. В результате было

установлено, что адаптация заимствований в китайском языке осуществляется главным образом через фонемное замещение, изменение слоговой структуры и сокращение слогов, при этом существенное влияние оказывает тональная система китайского языка. На графическом уровне заимствования адаптируются через создание новых иероглифов или прямое заимствование, зафиксированное с помощью латиницы. На морфологическом уровне заимствованные слова должны соответствовать грамматической структуре китайского языка, часто с добавлением вспомогательных слов или аффиксов. На семантическом уровне заимствования подвергаются конкретизации, расширению, упрощению, размыvанию и символизации, регулярно интегрируясь в язык-реципиент через калькирование и использование аббревиатур. Терминологическая система китайского языка в сфере международной торговли в основном состоит из существительных и глаголов, причем большинство терминов в ней являются исконно китайскими или семантически адаптированными заимствованиями.

По сравнению с русским языком количество заимствований в китайском языке меньше, и китайский язык чаще прибегает к семантическому калькированию и фонетической транскрипции, что обусловлено типологически и отражает стремление сохранить чистоту языка. Кроме того, русский язык чаще склонен к прямому заимствованию или транслитерации, тогда как китайский язык больше ориентируется на передачу смысла, часто используя кальки или создавая новые слова для адаптации иностранных концепций. Эти различия отражают не только структурные особенности двух языков, но и языковую политику и культурные установки: русский язык более открыт и стремится обогатить свою лексику за счет заимствований, тогда как китайский язык больше ориентирован на сохранение языковой независимости и культурной идентичности.

На основании проведённого исследования были получены следующие основные результаты:

1. Заимствование слов как языковое явление отражает потребность общества в межкультурном обмене в условиях глобализации. Русский и китайский языки демонстрируют значительные различия в процессе усвоения и

адаптации заимствованных слов. Русский язык, будучи частью индоевропейской семьи языков, обладает богатой системой флексий, что позволяет ему более гибко усваивать и трансформировать заимствования, естественно встраивая их в грамматическую систему. В то время как китайский язык, как изолирующий язык, лишен флексий, и заимствования в нем требуют семантического перевода или транслитерации, а также большего внимания к сохранению чистоты языка и культурной идентичности.

2. Адаптация заимствований в русском и китайском языках затрагивает фонетический, графический, морфологический и лексико-семантический уровни. В русском языке заимствования быстро встраиваются в языковую систему через транслитерацию и прямое заимствование, тогда как в китайском языке заимствования чаще адаптируются через семантический перевод, создание новых слов или использование аббревиатур. В китайском языке заимствования на лексико-семантическом уровне претерпевают конкретизацию, расширение, упрощение, размытие и символизацию, что отражает осторожный подход китайского языка к усвоению иноязычной лексики.

3. Различия в количестве и способах заимствований в русском и китайском языках отражают не только различия в языковой структуре, но и различия в языковой политике и культурных установках. Русский язык более открыт и склонен обогащать свою лексику заимствованиями, тогда как китайский язык больше ориентирован на сохранение языковой самоидентичности и культурной идентичности, предпочитая семантический перевод или создание новых слов для адаптации иноязычных единиц.

5. В сфере торговли и экономики терминологические системы как русского, так и китайского языков подвержены значительному влиянию английских заимствований. Однако в русской терминологической системе доля заимствований выше, и она более склонна к прямому заимствованию или транслитерации. Китайская терминологическая система, напротив, больше опирается на исконные слова или семантически адаптированные заимствования, что отражает стремление китайского языка к локализации терминологии.

4. Заимствования являются не только языковым явлением, но и отражают изменения в социальной психологии и культурной идентичности. В русском языке использование заимствований часто связано с символами модернизации, интернационализации и социального статуса, что отражает открытость к иноязычной культуре и иностранным технологиям. В китайском языке усвоение заимствований больше подвержено влиянию культурного консерватизма и идеи языковой чистоты, и их использование часто сопровождается локализацией семантики и формы, чтобы соответствовать культурным и языковым нормам китайского языка.

5. Функциональность и адаптивность заимствований в русском и китайском языках также различаются. В русском языке заимствования в сфере торговли и экономики используются регулярно и обладают большей функциональной гибкостью, легко адаптируясь к различным контекстам и потребностям выражения. В то же время в китайском языке использование заимствований в терминологической системе более ограничено, и больше внимания уделяется семантическому переводу и созданию новых слов для обеспечения точности и профессионализма терминологии.

6. Глобализация является важным двигателем заимствований, особенно в сфере торговли и экономики. Эволюция русского и китайского языков в условиях глобализации отражает различные стратегии адаптации к внешним культурным и технологическим вызовам. Русский язык быстро адаптируется к изменениям, вызванным глобализацией, через массовое усвоение заимствований, тогда как китайский язык сохраняет свою независимость и культурную идентичность через осторожный семантический перевод и локализацию. Таким образом, эколингвистические принципы играют существенную роль в процессе внедрения англоязычных заимствований в китайский и русский языки в рассматриваемом языковом фрагменте.

7. С углублением глобализации и расширением международных контактов явление заимствований в русском и китайском языках будет и далее активно развиваться. В ближайшей перспективе исследования могут быть

направлены на изучение долгосрочного влияния заимствований в этих языках, особенно в таких новых областях, как цифровые технологии и искусственный интеллект. Кроме того, заимствования в межкультурной коммуникации и их влияние на языковую политику и образование также заслуживают дальнейшего изучения.

Сопоставление явлений заимствований в русском и китайском языках способствуют реализации различных стратегий адаптации и культурных установок двух языков в условиях глобализации. Подобные подходы не только обогащают теорию языковых контактов, но и открывают новые перспективы для исследований в области языковой политики и межкультурной коммуникации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова, Г. Н. Тенденции развития современной экономической терминологии в английском и русском языках / Г. Н. Александрова // Когнитивные аспекты изучения языковых явлений в германских языках: межвузовский сб. науч. ст. / А. А. Харьковская (отв. ред.). – Самара : Самарск. гос. ун-т, 2000. – С. 75–81.
2. Алексахин, А. Н. Алфавит китайского языка путунхуа. Буква. Фонема. Звук. Слог: для начинающих и продолжающих изучать китайских язык / А. Н. Алексахин. – М. : АСТ: Восток-Запад; Владимир : ВКТ, 2008. – 96 с.
3. Алексахин, А. Н. Китайские фонологические системы в межцивилизационном контакте Востока и Запада / А. Н. Алексахин. – М. : Восточная книга, 2015. – (Серия «Научная школа МГИМО»). – С. 58–70.
4. Алексахин, А. Н. Принципы сравнения фонологической структуры слова русского и китайского языков / А. Н. Алексахин // Вестник МГИМО-Университета. – 2014. – № 3. – С. 215–223.
5. Алексахин, А. Н. «Проект пиньинь цзыму» — эпохальное событие в истории китайской цивилизации, инициированное и поддерживаемое КПК / А. Н. Алексахин // Проблемы Дальнего Востока. – 2021. – № 4. – С. 160–167.
6. Алексахин, А. Н. Создание звукобуквенного стандарта слова китайского языка путунхуа как эпохальное событие в истории развития китайской цивилизации, инициированное и поддерживаемое КПК (к 100-летию создания КПК) / А. Н. Алексахин // Наука и технологии XXI века: тренды и перспективы: Сборник статей по итогам IV Профессорского форума 2021 г. В 2 томах. Т. 1. – М. : Российское профессорское собрание, 2021. – С. 104–111.
7. Алексеева, Т. Е. Английские заимствования в современной экономической терминологии / Т. Е. Алексеева, Л. Н. Федосеева // Известия ВГПУ. Серия: Гуманитарные науки. Филологические науки. – 2019. – № 4 (285). – С. 203–207.

8. Алемасов, Д. Самозаимствования в китайском языке / Д. Алемасов // Daochinasite. – Режим доступа: <http://www.daochinasite.com/study/zijieyu.shtml> (дата обращения: 06.03.2024).
9. Алиева, В. Н. Заимствованные экономические термины в лексической системе современного русского языка / В. Н. Алиева // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. – 2010. – Т. 23 (62). – № 3. – С. 191–195.
10. Аникина, Т. В. Тематическая классификация англицизмов в русском языке / Т. В. Аникина // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания. – 2020. – № 3 (18). – С. 15–22.
11. Аристова, В. М. К истории англо-русских литературных связей и заимствований / В. М. Аристова // Семантические единицы и категории русского языка в диахронии. – Пенза, 1997. – С. 12–19.
12. Ахренов, А. В. Англицизмы как неотъемлемая часть панамского национального варианта испанского языка. Варваризация панамского национального варианта испанского языка как следствие исторического присутствия Соединенных Штатов Америки на территории Панамы / А. В. Ахренов, Н. А. Ахренова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2019. – № 3(27). – С. 74–84.
13. Ашрапова, А. Х. Исследования современной заимствованной лексики в русском, английском и немецком языках (на примере экономической терминологии XXI века) / А. Х. Ашрапова, С. В. Аллендеева // Филология и культура. Серия: Филологические науки: Лингвистика. – 2014. – № 4 (38). – С. 17–24.
14. Бакашева, Н. С. К проблеме перевода безэквивалентной лексики (БЭЛ) / Н. С. Бакашева // Актуальные вопросы филологических наук: матер. IV Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2016г.). – Казань : Бук, 2016. – С. 61–64.
15. Балакина, Ю. В. Англоязычные заимствования экономической тематики в вербальном лексиконе русской языковой личности в период

глобализации / Ю. В. Балакина, Е. М. Висилицкая // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – № 2. – С. 29–34.

16. Баш, Л. М. Дифференциация термина «займствование»: хронологический и этимологический аспекты / Л. М. Баш // Вестник МГУ. Сер. 9: Филология. – 1989. – № 4. – С. 22–34.
17. Боброва, Н. Е. К проблеме использования англизмов в экономической сфере / Н. Е. Боброва // Международный научно-исследовательский журнал. — 2024. — № 4 (142). — С. 93.
18. Бойко, С. А. Англицизмы в современном русском языке: лингвоэкологический аспект / С. А. Бойко // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 32–43.
19. Борисова, А. О. Теоретические основы заимствований в современной лингвистике / А. О. Борисова // Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере: Материалы VI Международной научно-практической конференции, Москва – Пенза, 25–26 марта 2019 г. / Отв. ред.: Д.Н. Жаткин, Т.С. Круглова. – Пенза : ПензГТУ, 2019. – С. 172–183.
20. Борисова, О. С. Пути и источники заимствования в китайском языке / О. С. Борисова // Грамота: альм. соврем. науки и образования. – 2008. – № 8 (15). – С. 21–25.
21. Борисова, Л. И. Лексические трудности перевода / Л. И. Борисова. – М. : ВЦП, 2000. – 350 с.
22. Борщевская, Т. С. Английские заимствования в сфере экономического менеджмента / Т. С. Борщевская // Альманах современной науки и образования. – 2010. – № 2 (33): в 2-х ч. Ч. 2. – С. 34–37.
23. Букина, Л.М. Внешняя и внутренняя обусловленность языкового заимствования / Л.М. Букина // Russian Journal of Linguistics. – 2016. – Т. 20, № 1. – С. 89–99.

24. Буркова, С.С. Англицизмы в современном русском интернет-языке / С.С. Буркова // Актуальные проблемы филологии: матер. III Междунар. науч. конф. – Казань, 2018. – С. 11 – 13.
25. Вайнрайх, У. Языковые контакты / У. Вайнрайх. – Киев : Вища школа, 1979. – 264 с.
26. Витковская, Л. В. Проблемы ассимиляции заимствований в современных лингвистических теориях / Л. В. Витковская, Ю. А. Дубовский // Русский язык и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 1(12). – С. 28–38.
27. Волкова, Я. А. Кросс-культурные эмоции: к вопросу о достижении эквивалентности при переводе терминов эмоций / Я. А. Волкова // Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки. – 2024. – № 4(8). – С. 121–127.
28. Володарская, Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов / Э. Ф. Володарская // Вопросы языкоznания. – 2002. – № 4. – С. 96–118.
29. Волосова, М. В. Функции англицизмов в современном китайском молодежном сленге / М. В. Волосова // Язык. Словесность. Культура. – 2015. – № 6. – С. 87–99.
30. Воробьева, М. М. Способы заимствования англоязычных единиц в русскую интернет-лексику и степень их ассимиляции / М. М. Воробьева // Актуальные вопросы филологической науки XXI века: Сб. ст. IX Международной научной конференции молодых ученых, посвященной 90-летнему юбилею кафедры иностранных языков, Екатеринбург, 07.02.2020 г. / Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина. Ч. I. – Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ-УПИ», 2020. – С. 187–192.
31. Вранчан, Е. В. Особенности освоения англоязычных заимствованных экономических терминов в русском языке / Е. В. Вранчан // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13; № 8. – С. 114 – 117.
32. Гак, В. Г. Сопоставительная лексикология: на материале французского и русского языков / В. Г. Гак. – М.: Международные отношения, 1977. – 264 с.

33. Гарбовский, Н.К. Наука о переводе — международный диалог (к 75-летию установления дипломатических отношений между Китаем и Россией) / Н.К. Гарбовский, О.И. Костикова // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. — 2024. — № 3. — С. 7—12.
34. Гиниятуллина, Л. Р. Особенности проникновения англизмов в русский язык (на материале публикаций в российских блогах) / Л. Р. Гиниятуллина, Т. В. Морозова // Terra Linguae: Сб. науч. ст. – Вып. 3. – Казань : ООО «Издательство ТАИ», 2017. – С. 69 – 73.
35. Голованова, Е. И. Введение в когнитивное терминоведение: учеб. пособие / Е. И. Голованова. – М. : Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
36. Горбунова, И. В. Функциональные особенности англизмов в русском интернет-дискурсе / И. В. Горбунова // Вестник Иркутск. гос. лингвист. ун-та. – 2010. – № 3. – С. 89–95.
37. Горелов, В. И. Лексикология китайского языка: учеб. пособие для пед. ин-тов по спец. «Иностр. яз.» / В. И. Горелов. – М. : Просвещение, 1984. – 216 с.
38. Горошко, О. Н. Заимствование англизмов в современном русском языке / О. Н. Горошко, В. П. Труфанова // Наука и современность. Серия: Филологические науки. – 2014. – № 29. – С. 221–226.
39. Грудинина, В. А. Употребление англизмов в экономике современной России / В. А. Грудинина // Трибуна ученого. – 2019. – № 12. – Режим досупа: <http://tribune-scientists.ru/> (дата обращения: 21.08.2023).
40. Даушева, А. А. Сопоставительный анализ англоязычных заимствований в русском и китайском языках в сфере международной торговли / А. А. Даушева // Вестник МГЛУ. – 2022. – № 3. – С. 30–55.
41. Дедюхин, А. А. Актуализация и популяризация англоязычных заимствований в современном русском языке / А. А. Дедюхин, А. Г. Дедюхина // Вестник АГУ. – 2020. – № 3 (262). – С. 39–43.
42. Дедюхина, А. Г. Англоязычные заимствования в российской рекламе: лингвосемиотические характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук:

10.02.19 / А. Г. Дедюхина; науч. рук. Т. М. Грушевская; КубГУ. – Краснодар, 2011. – 24 с.

43. Денисенко, В. Н. Семантическое поле как метод сопоставительного исследования лексики (на материале английского и русского языков) / В. Н. Денисенко // Полилингвияльность и транскультурные практики. – 2007. – № 3. – С. 5–10.

44. Дьяков, А. И. Англицизмы в русских терминологических системах / А. И. Дьяков, О. Ю. Чирейкина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 5 (95); Ч. 3. – С. 43–47.

45. Дьяков, А. И. Деривационная интеграция англицизмов в русском языке конца 90-х годов XX века в функциональном аспекте: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / А. И. Дьяков; науч. рук. Е. В. Скворецкая; АлтГУ. – Барнаул, 2001. – 23 с.

46. Дьяков, А. И. Особенности функционирования англицизмов тематической группы «Обиходно-бытовая» лексика / А. И. Дьяков // Язык и культура. – 2012. – № 4 (20). – С. 5–21.

47. Дьяков, А. И. Псевдоанглицизмы – англичане местного происхождения / А. И. Дьяков // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – Ч. 2, № 9 (99). – С. 73–77.

48. Дьяков, А. И. Словарь англицизмов – фиксатор современных процессов в русском языке / А. И. Дьяков // Сибирский Международный журнал. – 2014 – 2023. – № 17. – С. 68–79.

49. Дьяков, А. И. Статика и динамика англицизмов в системе русского языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / А. И. Дьяков; ОмГУ им. Ф.М. Достоевского. – Омск, 2015. – 42 с.

50. Егорова, О. С. Тематическая классификация новых англицизмов (на материале современной российской газеты) / О. С. Егорова, Д. С. Никитин // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – Т. 1; № 1. – С. 137–141.

51. Ещеркина, Л. В. Аспекты проникновения англицизмов из сферы экономики в русский язык / Л. В. Ещеркина, В. Ю. Харитонов // Управление в современных системах. — 2020. — № 3 (27). — С. 62—69.
52. Жукаускене, Т. С. Заимствование в китайском языке: влияние английского в условиях глобализации / Т. С. Жукаускене, И. С. Холдаенко. — Томск: Изд.: Национальный исследовательский Томский гос. ун-т, 2015. — С. 31 — 42.
53. Загоровская, О. В. Особенности процессов заимствования и адаптации иноязычной лексики в русском языке XXI века / О. В. Загоровская // Известия ВГПУ. Серия: Гуманитарные науки: Филологические науки. — 2021. — № 4 (293). — С. 176–182.
54. Захватаева, К. С. Английские заимствования в современном русском языке: семантический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / К. С. Захватаева; науч. рук. Е. В. Сенько. — Ростов-на-Дону, 2013. — 27 с.
55. Зеленин, А. В. Типология лексических заимствований в эмигрантской прессе / А. В. Зеленин // Вопросы языкоznания. — 2008. — № 1 — С. 85–120.
56. Зененко, Н. В. Способы актуализации языкового элемента в структурно - семантическом пространстве (на материале иbero - романских языков) / Н. В. Зененко, М. А. Зененко // Научно-информационный журнал Армия и общество. — 2013. — № 1(33). — С. 61–66.
57. Иванов, В. В. Терминология и заимствования в современном китайском языке / В. В. Иванов. — М. : Наука, 1973. — 171 с.
58. Иванов Е. Е. Категоризация пословичной семантики: "Трюистические пословицы" / Е. Е. Иванов, Д. Д. Комова, Н. Ю. Нелюбова // Когнитивные исследования языка. — 2022. — № 3 (50). — С. 214–218.
59. Иванов Е. Е. Семантическая типология тувинских пословиц (эмпирический и аксиологический аспекты) / Е. Е. Иванов // Новые исследования Тувы. — 2022. — № 4. — С. 317–337.

60. Ильина, Л. А. Лексическое заимствование: переход иноязычий или внутриязыковое создание / Л. А. Ильина, О. В. Сычева // Гуманитарные науки в Сибири. Серия: Филология. – 1998. – № 4. – С. 91–96.
61. Калинин О.И., Игнатенко А.В. Представления о войне в китайской лингвокультуре / О. И. Калинин, А. В. Игнатенко // Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2025. – Т. 16, № 1. – С. 39–60.
62. Калинин, О. И. Анализ метафоричности текстов военных доктрин на русском, китайском и английском языках / О. И. Калинин // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2021. – Т. 19, № 3. – С. 110-121.
63. Киосе, М. И. Терминологический кластер «Понимание» в когнитивной лингвистике / М. И. Киосе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2023. – № 9(877). – С. 16–24.
64. Клементьева, Е. В. Адаптация иноязычных заимствований в русском языке / Е. В. Клементьева // Историческая и социально-образовательная мысль. Серия: Филология и лингвистика. – 2014. – № 5 (27). – С. 260–263.
65. Козлова, Л. А. Сравнительная типология английского и русского языков / Л. А. Козлова. – Барнаул: АлтГПУ, 2019. – 180 с.
66. Колтан, О. А. Особенности использования английских заимствований в современном языке СМИ и повседневной жизни / О. А. Колтан // Мир языков: рабочий и перспективы: Сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции, Минск, 21 апреля 2017 г.: в 6 ч. Ч. 1 / БГУ, Филологический факультет, Кафедра английского языкознания; редкол.: Н. Н. Нижнева и др. – Минск: БГУ, 2017. – С. 95–100.
67. Колтунова, М. В. Конвенциональная природа сценария на примере жанра коммерческих переговоров / М. В. Колтунова // Русский язык за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 34–37.

68. Комиссаров, В. Н. Лингвистика перевода / В. Н. Комиссаров. – М. : Международные отношения, 2000. – 176 с.
69. Комиссаров, В. Н. Теория перевода / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
70. Комова, Д. Д. Номинации и характеристика Бога в пословицах: лингвоаксиологический аспект (на материале русского, русинского, китайского и португальского языков) / Д. Д. Комова, С. Г. Коровина, О. В. Ломакина // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2021. – № 66. – С. 100–110.
71. Коровина, С. Г. Smart-технологии в обучении переводу в языковой паре китайский-русский / С. Г. Коровина, Я. А. Волкова // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения : Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции. Москва, 17–18 апреля 2024 года. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2024. – С. 45–48.
72. Костюшкина, Г. М. Стратегический аспект англицизмов в интернет-дискурсе / Г. М. Костюшкина, И. В. Горбунова // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2011. – № 33. – С. 75–77.
73. Крысин, Л. П. О причинах лексических заимствований / Л. П. Крысин // Русский язык в школе. – 1965. – № 3. – С. 11–15.
74. Крысин, Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике / Л. П. Крысин. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 888 с.
75. Лебедева, Г.Г. Англицизмы в языке итальянских менеджеров / Г.Г. Лебедева // Российский внешнеэкономический вестник. – 2005. – № 11. – С. 66–71.
76. Лейчик, В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. — М. : Ленард, 2022. — 348 с.

77. Ли, Сяобай. Англицизмы и американизмы в современном китайском языке и процесс их китаификации / Ли Сяобай, Е. В. Полищук // Современное педагогическое образование. – 2018. – № 5. – С. 110–113.
78. Линь, Е. Новая заимствованная лексика в русском языке как фактор динамики языковой картины мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Линь Е; науч. рук. А. С. Щербак; ТГУ им Г. Р. Державина. – Тамбов, 2018. – 28 с.
79. Линь, Е. Особенности современной языковой ситуации: заимствования в современном русском языке / Линь Е // Вестник ТГУ им. Г.Р. Державина. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – Т. 20, № 10. – С. 200–205.
80. Ли, Сяобай. Когнитивные аспекты заимствований в китайском бизнес-дискурсе / Ли Сяобай, Е. В. Полищук // Вестник МГЛУ. – 2018. – Вып. 791. – С. 112–128.
81. Лисицына, С. Г. Заимствование англицизмов в русском языке / С.Г. Лисицына // Молодой ученый. – 2014. – Вып. 1 (60). – С. 674–675.
82. Лоншакова, О. Ю. Процессы ассимиляции английских заимствований в русском языке / О. Ю. Лоншакова // Молодой ученый. – 2023. – № 2 (449). – С. 433–436.
83. Лотте, Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминоэлементов / Предисл. Т. Л. Канделаки, С. В. Гринева. – М. : Наука, 1982. – 149 с.
84. Лошакова, Н. А. История и адаптация англицизмов в русском языке / Н.А. Лошакова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2019. – № 5. – С. 1–7.
85. Максимова, С. В. Англицизмы в современном русском языке / С. В. Максимова // Молодой ученый. – 2019. – Выпуск 4 (242). – С. 440–442.
86. Малюга, Е. Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса / Е. Н. Малюга // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2008. – № 1. – С. 104–108.

87. Малюга, Е. Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации / Е. Н. Малюга. – М. : URSS, 2008. – 383 с .
88. Мангушев, С. В. Экстраконцептуальная и внутриструктурная обусловленность языкового контакта / С. В. Мангушев, А. В. Павлова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. – № 11. – С. 157–160.
89. Миньяр-Белоручева А.П. Особенности перевода аббревиатур в PR-дискурсе / А. П. Миньяр-Белоручева, П. И. Сергиенко // Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. – 2022. – Т. 15, № 1. – С. 55–71.
90. Миньяр-Белоручева А.П. Экоперевод в свете эколингвистической парадигмы / А. П. Миньяр-Белоручева, П. И. Сергиенко // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2024. – № 2. – С. 139–152.
91. Концептосфера «здравье - болезнь»: культурный код / Т. В. Маркелова, М. Л. Новикова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2021. – Т. 12, №3. – С. 848–874.
92. Миньяр-Белоручев, Р.К. Теория и методы перевода / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М. : Московский Лицей, 1996. – 207 с .
93. Мирошниченко, Л. Н. Когнитивные основы процесса заимствования терминов / Л. Н. Мирошниченко // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2015. – № 11. – С. 118–121.
94. Мирошниченко, Л. Н. Теоретические подходы к осмыслению процесса заимствования / Л. Н. Мирошниченко // Когнитивные исследования языка. – 2014. – № 18. – С. 430–432.
95. Митирева, Л. Н. К вопросу функционирования иноязычных экономических терминов в языковом сознании русских / Л. Н. Митирева // Язык, сознание, коммуникация. – 2001. – Вып. 18. – С. 65–67.
96. Михеева, Н. Ф. Типология языковых ситуаций и языковая политика в России и в мире / Н. Ф. Михеева, Н. М. Фирсова, О. С. Чеснокова [и др.]. – М. : Российский университет дружбы народов, 2010. – 161 с .

97. Моисеенко, Л. В. Обучение пониманию термина (на примере юридической терминологии) / Л. В. Моисеенко // Актуальные проблемы сравнительного правоведения и юридической лингвистики : Материалы Седьмой международной научно-практической конференции, Москва, 11–14 декабря 2023 года. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2025. – С. 299–304.

98. Морозова, И. Г. Распространение англоязычных заимствований как следствие активного взаимодействия современных языков в условиях глобализации / И. Г. Морозова // Культура народов Причерноморья. – 2009. – Т. 2, № 168. – С. 114–117.

99. Нагибина, И. Г. Китайский культурологический дискурс-анализ: методология и параметры исследования / И. Г. Нагибина, Л. В. Куликова // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2020. – Т. 19; № 9: Филология. – С. 9–18.

100. Назаренко, Н. А. Структурно-семантические и функциональные характеристики экономической терминологии (в рамках сегмента терминосфера рыночная экономика): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Н. А. Назаренко; науч. рук. В. М. Грязнова; Ставропольск. гос. ун-т. – Ставрополь, 2005. – 272 с.

101. Новаковская, А. Э. Особенности употребления англоязычных заимствований в китайском экономическом дискурсе (на примере китайских изданий) / А. Э. Новаковская // Молодой ученый. – 2022. – № 26 (421). – С. 273–276.

102. Овчинникова, М. С. Англоязычные заимствования в индивидуальном сознании (психолингвистическое исследование): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / М. С. Овчинникова; науч. рук. Е. Ю. Мягкова; ЮЗГУ. – Курск, 2018. – 171 с.

103. Озимчук, А. В. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном языке / А. В. Озимчук, Н. В. Сидорова // Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». Секция: Филологические науки. Иноязычная профессиональная

коммуникация военнослужащих. – 2014. – Режим доступа:
<https://scienceforum.ru/2014/article/2014005648> (дата обращения: 04.04.2023).

104. Откупщиков, Ю. В. Очерки по этимологии / Ю. В. Откупщиков. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. – 480 с.
105. Павленко, Г. В. Процесс освоения иноязычных слов и его характеристики / Г. В. Павленко // Научная мысль Кавказа. – 2008. – № 2. – С. 103–106.
106. Перфильева, Н. В. Понятие слова в китайском и русском языках. Ассимиляция английских неологизмов в китайском языке / Н. В. Перфильева, Ху Пэйпэй // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2011. – № 4. – С. 49–55.
107. Перфильева, Н. В. Словообразовательные модели неологизмов-заимствований в русском и китайском языках / Н.В. Перфильева, Ху Пэйпэй // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 4. – С. 69–75.
108. Перфильева, Н. В. Способы ассимиляции английских заимствований в китайский язык / Н.В. Перфильева, Ху Пэйпэй // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2018. – № 2. – С. 287–301.
109. Перфильева, Н. В. Эффективность коммерческого имени / Н. В. Перфильева, Н. В. Новоспасская, О. В. Лазарева // Вопросы психолингвистики. – 2017. – № 3(33). – С. 92–107.
110. Постоенко, И. А. Сравнение процесса заимствования англизмов в русском и китайском языках / И. А. Постоенко, С. Ю. Григорьева // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 3 (88). – С. 574—577.
111. Рабаданова, С. М. Функционирование иноязычной приставки анти- в современном русском языке / С. М. Рабаданова // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 5 (96). – С. 397–399.

112. Романов, А. Ю. Англицизмы и американизмы в русском языке и отношение к ним / А. Ю. Романов. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургск. ун-та, 2001. – 152 с.
113. Рудская, В. В. Англицизмы в экономической коммуникации / В. В. Рудская, И. Н. Плеханенко // Национальная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития: матер. V Международной научно-практической конференции студентов (Минск, 11–12 апреля 2012 г.). – Минск : РИВШ, 2012. – С. 248–249.
114. Рузметов, С. А. Об иноязычных заимствованиях в экономической лексике современного русского языка / С. А. Рузметов // Молодой ученый. – 2015. – № 3 (83). – С. 967–969. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/83/15481/> (дата обращения: 14.08.2023).
115. Рязанцева, М. Д. Актуальные вопросы лингвистики в межкультурной коммуникации / М. Д. Рязанцева, А. К. Крайнюкова, Ю. А. Нижельская // Вестник науки. – 2023. – № 12 (69). – С. 665–667.
116. Сбоев, А. Н. Анализ лексики китайского Интернета с точки зрения словообразования / А. Н. Сбоев // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири на Дальнем Востоке. – 2015. – № 3. – С. 70–81.
117. Сдобников, В.В. Перевод и лингвистическая безопасность / В.В. Сдобников // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. — 2022. — Вып. 1 (57). — С. 93—108.
118. Селиванова, М. С. Семантическая адаптация англицизмов в русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / М. С. Селиванова; науч. рук. Т.Г. Аркадьева; НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2007. – 26 с.
119. Семенас, А. Л. Лексика китайского языка / А. Л. Семенас. – М. : Восток-Запад, 2005. – 310 с.
120. Семенас, А. Л. Особенности лексических заимствований в китайском языке / А. Л. Семенас // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 48–57.

121. Сенько, Е. В. Современная теория заимствования: терминологический аспект / Е. В. Сенько, А. С. Чекоева // Вестник Костромского государственного университета. – 2018. – № 2. – С. 194–197.
122. Сигидов, Ю. И. Англоязычные заимствования в русской экономической терминологии / Ю.И. Сигидов, В.П. Кочкина // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 30 (1). – С. 144–147.
123. Скнарев, Д. С. Реклама банковских услуг в России как маркетинговая коммуникация / Д. С. Скнарев // НАУКА ЮУрГУ : Материалы 63-й научной конференции, Челябинск, 10–13 апреля 2011 года / Министерство образования и науки Российской Федерации, Южно-Уральский государственный университет. Том 1. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – С. 140–146.
124. Смирнова, А. Н. Проблемы перевода экономических терминов (на примере английской экономической лексики) / А. Н. Смирнова // Вестник гуманитарного факультета Ивановского гос. химико-технологич. ун-та. – 2014. – № 6. – С. 172–179.
125. Солнцев, В. М. Язык как системно-структурное образование / В. М. Солнцев. — М. : Наука, 1977. — 341 с.
126. Солнцев, В. М. Введение в теорию изолирующих языков. В связи с общими особенностями человеческого языка / В. М. Солнцев. — М. : Восточная литература, 1995. — 352 с. Старыгина, Г. М. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / Г. М. Старыгина. – Благовещенск : Амурский государственный университет, 2014. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=903775> (дата обращения: 24.04.2023).
127. Сфера функционирования английских заимствований // Фотобанк от TripTonkosti. – 2024. – Режим доступа: <https://triptonkosti.ru/15-foto/sfery-funkcionirovaniya-anglijskih-zaimstvovanij-v-russkom-yazyke-proekt.html> (дата обращения: 11.04.2024).
128. Тань, Ин. Англоязычные заимствования в русском и китайском языках: социопсихолингвистическое исследование: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Тань Ин. – Пермь, 2019. – 19 с.

129. Ташматов, А. Т. Некоторые теоретические вопросы языковых заимствований / А. Т. Ташматов // Проблемы современной науки и образования. – 2016. – № 32 (74). – С. 87–90.
130. Тервала, О. Заимствованные слова в русском языке в лексике по экономике / О. Тервала, К. Толванен. – Ювяскюль: Ун-т г. Ювяскюля, 2006. – 76 с.
131. Теуш, О. А. Этимологизация финно–угорских заимствований в русском языке и семантический анализ / О. А. Теуш // Вопросы языкоznания. – 2003. – № 1. – С. 99–108.
132. Тимофеева, М. Н. Представление терминов языковой личности в мультилингвальном словаре: вызовы и перспективы / М. Н. Тимофеева, Н. Л. Чулкина // Российский лингвистический бюллетень. – 2024. – № 9(57). – С. 25–30.
133. Тихонова, А. Н. Англоязычные заимствования в экономической лексике русского языка / А. Н. Тихонова, А. Ш. Яруллина // Казанский вестник молодых ученых. Серия: Гуманитарные науки. Филологические науки. – 2018. – Т. 2; № 3 (6). – С. 165–168.
134. Топоров, В. Н. Исследования по этимологии и семантике. Т. 1: Теория и некоторые частные ее приложения / В. Н. Топоров. – М. : Яз. славян. культуры, 2004. – 814 с.
135. Трифонова, Н. С. Модификация значений при заимствовании экономической лексики из английского языка в русский / Н.С. Трифонова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 11 (77): в 3 ч.; Ч. 3. – С. 166–169.
136. Ульянова, К. А. Лексика коммерческого китайского языка: опыт семантического описания / К. А. Ульянова // Филологические науки в МГИМО. – 2019. – № 19 (3). – С. 40–49.
137. Ульянова, К. А. Фонетическая адаптация англицизмов в китайском языке / К. А. Ульянова // Вопросы филологии. – 2019. – № 3 (54). – С. 89–94.
138. Хаматова, А. А. Словообразование современного китайского языка / А. А. Хаматова. – М. : Муравей, 2003. – 222 с.

139. Хауген, Э. Процесс заимствования / Э. Хауген // Новое в лингвистике. – М., 1972. – Вып. 6. – С. 4–34.
140. Хватов, С. А. Русский язык делового общения в современном культурном и образовательном пространстве / С. А. Хватов // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2013. – Т. 196. – С. 72–80.
141. Xu, Пэйпэй. Вариативность переводов заимствований английского происхождения в китайском языке / Xu Пэйпэй // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – № 4. – С. 864–972.
142. Xu, Пэйпэй. Способы образования английских неологизмов и особенности их передачи в русском и китайском языках / Xu Пэйпэй // Russian Journal of Linguistics. – 2011. – № 4. – С. 78–82.
143. Цвык, Г. И. Продвижение русского языка в КНР как инструмент культурной дипломатии Российской Федерации в 2001–2017 гг.: автореф. дис. ... канд. истор. наук: 07.00.15 / Г. И. Цвык. – М., 2018. – 28 с.
144. Чан, Х.М.А. Особенности функционирования англоязычных заимствованных экономических терминов в русском языке на фоне вьетнамских аналогов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Чан Хоанг Май Ань; науч. рук. О.Д. Митрофанова; Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина. – М., 2007. – 232 с.
145. Черноголовина, Т. Г. Новейшие англицизмы в современном русском языке / Т. Г. Черноголовина, Н. В. Худякова // Молодой ученый. – 2017. – № 47 (181). – С. 255–258.
146. Чеснокова, О. С. Лексико-семантические особенности мексиканских загадок о флоре / О. С. Чеснокова, Е. С. Медведева // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2022. – № 3. – С. 97–109.
147. Чечина, Н. Ю. Терминообразование в экономическом дискурсе СМИ КНР и РФ / Н. Ю. Чечина // Вестник Московск. гос. лингвистич. ун-та. Гуманитарные науки. – 2020. – № 8 (837). – С. 128–138.

148. Чистова, Е. В. Глобанглизация в аспекте лингвистической экологии (англо-русско-китайские параллели) / Е. В. Чистова // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 1. – С. 182–196.
149. Шакlein, B. M. Технические инновации как источник формирования лексики современного русского языка / B. M. Шакlein // Вестник Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина. – 2013. – № 2(39). – С. 123–128.
150. Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М.: Просвещение, 1972. – 328 с.
151. Шанский, Н. М. Этимологический словарь русского языка / Н. М. Шанский / Т. 2. – М. : Изд-во Московского университета, 1982. – 471 с.
152. Шаффеева, В. Е. Англоязычные заимствования в китайском языке / В. Е. Шаффеева, Т. Л. Гурулева // Научное обозрение. Реферативный журнал. – 2018. – № 2. – С. 44–49.
153. Шмидт, Д. С. Морфологическая адаптация новейших заимствований в системе русского языка: системно-грамматический аспект / Д. С. Шмидт // Вестник Омск. гос. пед. ун-та. Серия: Гуманитарные исследования. – 2023. – № 1 (38). – С. 97–102.
154. Шохрадов, В. Классификация англоязычных экономических терминов в системе русского языка / В. Шохрадов // Теория и практика современной науки. – 2018. – № 2 (32). – С. 379–381.
155. Юйхань. Англоязычные заимствования в русском и китайском языках в сфере торговли / Юйхань // Вестник НГЛУ им. Н.А. Добролюбова. Серия: Язык и культура. – 2021. – № 2 (54). – С. 107–123.
156. Юйхань. Семантические особенности лексических единиц русского и китайского языков в области международной торговли / Юйхань // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14; Вып. 3. – С. 923–927.
157. Ярцева, В .Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 688 с.

158. 财 经 报 纸 // China 21. – URL:

https://china21.com/Media_News/Newspaper/ Finance_Newspaper.htm (дата обращения: 16.03.2024).

159. 王颖, 黄鹏波. 《国际贸易术语词典》. 北京: 经济科学出版社, 2015.

(Ван Ин, Хуан Пэнбо. Словарь терминов международной торговли. – Пекин : Economic Science Press, 2015).

160. 王克非. 翻译文化史论 / 王克非. - 上海: 上海外语教育出版社, 1997.

(Ван Кэфэй. Очерки истории переводческой культуры / Ван Кэфэй. – Шанхай : Шанхайское издательство иностранных языков, 1997).

161. 王克非. 中国特色翻译理论话语体系构建 // 中国翻译. – 2020. – № 41(5). – С. 5–12. (Ван Кэфэй. Построение системы переводческой теории с китайской спецификой // Китайский перевод. – 2020. – № 41 (5). – С. 5–12).

162. 王力. 汉语史稿. 北京: 中华书局, (Ван Ли. Очерки истории китайского языка. – Пекин : Издательство Чжунхуа, 1980. – С. 120–125).

163. 王铁昆. 汉语新外来语的文化心理透视 / 王铁昆 // 汉语学习. – 1993. – № 1. – 35 – 40 页. (Ван Тиекун. Культурно-психологическая перспектива новых заимствований в китайском языке / Ван Тиекун // Изучение китайского языка. – 1993. – № 1. – С. 35–40).

164. 高名凯. 现代汉语外来词研究 / 高名凯, 刘正琰. – 北京: 文字改革出版社. – 1958. – 215 页. (Гао Минкай. Исследование заимствованных слов в современном китайском языке / Гао Минкай, Лю Чжэнъянь. – Пекин: Реформа письменности, 1958. – 215 с.).

165. 郭伏良. 新中国成立以来汉语词汇发展变化研究 / 郭伏良. – 石家庄: 河北大学出版社, 2001. – 184 页. (Гуо Фулян. Исследование развития и изменения китайской лексики с момента основания нового Китая / Фулян Гуо. – Шицзячжуан: Изд-во Хэбэйского ун-та, 2001. – 184 с.).

166. 刁晏斌. 汉语外来词研究. - 上海: 上海辞书出版社, 2015. (Диао Яньбинь. Изучение заимствованных слов в китайском языке. – Шанхай: Шанхайское лексикографическое издательство, 2015).
167. 叶蜚声. 语言学纲要 / 叶蜚声, 徐通锵. - 北京: 北京大学出版社, 1997. - 254 页. (Е Фэйшэн. Очерки лингвистики / Е Фэйшэн, Сюй Тунцян. – Пекин : Изд-во Пекинского ун-та, 1997. – 254 с.).
168. 李彬. 社交网络平台中的社会资本积累: 一个微信群实地实验 / 李彬, 翁慧敏 // 世界经济. – 2022. – № 4. – С. 162–185 页. (Ли Бинь. Накопление социального капитала на платформах социальных сетей: полевой эксперимент группы WeChat / Ли Бинь, Вен Хуэйминь // Мировая экономика. – 2022. – № 4. – С. 162–185).
169. 李建成. 政府协调下的市场整合与企业创新伙伴选择 / 李建成, 程玲, 吴明琴 // 世界经济. – 2022. – № 4. – 187 – 216 页. (Ли Цзяньчэн. Рыночная интеграция и выбор партнеров по инновациям предприятий при координации правительства / Ли Цзяньчэн, Чэн Лин, У Минцин // Мировая экономика. – 2022. – № 4. – С. 187–216).
170. 李宇明. 现代汉语词汇学. 北京: 北京大学出版社 (Ли Юймин. Лексикология современного китайского языка. – Пекин : Издательство Пекинского университета, 2005. – С. 95–100).
171. 刘禀诚. 汉语新词语构造理据研究 / 刘禀诚, 聂桂兰. – 南昌: 江西人民出版社, 2009. – 369 页. (Лю Бинчэн. Исследование обоснования построения новых китайских слов / Лю Бинчэн, Нэ Гуйлань. – Наньчан : Народное изд-во Цзянси, 2009. – 369 с.).
172. 刘宓庆. 新编当代翻译理论 / 刘宓庆. – 北京: 中国对外翻译出版公司, 2005. (Лю Мицин. Новая теория современного перевода / Лю Мицин. – Пекин : Китайская издательская компания переводов, 2005).

173. 苗幽燕. 俄汉语新词对比研究 / 苗幽燕. - 吉林: 吉林教育出版社, 2001. - 173 页. (Мяо Юянь. Сравнительное исследование русских и китайских новых слов / Мяо Юянь. – Цзилинь : Цзилиньское образоват. изд-во, 2001. – 173 с.).

174. 孙汉军. 俄语外来词研究 / 孙汉军. - 外语与外语教学. – 2002. – № 11. – 5 – 8 页. (Сунь Ханьцзюнь. Изучение заимствованных слов в русском языке / Сунь Ханьцзюнь // Иностранные языки и их преподавание. – 2002. – № 11. – С. 5–8).

175. 孙汉军. 谈俄语外来词 / 孙汉军. - 解放军外国语学院学报. – 2000. – № 4. –44–47 页. (Сунь Ханьцзюнь. О русских заимствованиях / Сунь Ханьцзюнь // Журнал PLA Университета иностранных языков. – 2000. – № 4. – С. 44–47).

176. 许渊冲. 翻译的艺术 / 许渊冲. – 北京: 五洲传播出版社, 2006. (Сюй Юаньчун. Искусство перевода / Сюй Юаньчун. – Пекин : Издательство "Учжоу чуаньбо", 2006).

177. 黄忠廉. 变译理论 / 黄忠廉. – 北京: 中国对外翻译出版公司, 2012. (Хуан Чжунлянь. Теория адаптивного перевода / Хуан Чжунлянь. – Пекин : Китайская издательская компания переводов, 2012.)

178. 胡开宝. 数字人文视域下的翻译研究 // 外语教学与研究. - 2021. - 53(2). - С. 212-224. (Ху Кайбао. Исследования перевода в перспективе цифровых гуманитарных наук // Преподавание иностранных языков и исследования. – 2021. – № 53(2). – С. 212–224).

179. 胡明扬. 关于外文字母词和原装外文缩略语问题 / 胡明扬. - 语言文字应用. – 2002. – № 2. – 98–101 页. (Ху Миньян. К вопросу об иностранных буквенных словах и оригинальных аббревиатурах в иностранных языках / Ху Миньян //Прикладная лингвистика. – 2002. – № 2. – С. 98–101).

180. 张培基. 英汉翻译教程 / 张培基. - 上海: 上海外语教育出版社, 2008.
(Чжан Пэйцзи. Учебник перевода с английского на китайский / Чжан Пэйцзи. – Шанхай : Шанхайское издательство иностранных языков, 2008.);
181. 张会森. 俄汉语对比研究 / 张会森. - 上海: 上海外语教育出版社, 2004. – 495 页. (Чжан Хуэйсэнь. Сравнительное исследование русского и китайского языков / Чжан Хуэйсэнь. – Шанхай : Шанхайское образование иностр. яз., 2004. – 495 с.).
182. 褚敏. 俄语外来词借用原因之探究 / 褚敏. - 中国俄语教学. – 2002. – № 2. – 10–14 页. (Чу Минь. Исследование причин заимствования иностранных слов в русском языке / Чу Минь // Преподавание русского языка в Китае. – 2002. – № 2. – С. 10–14).
183. 陈汝东. 论话语研究的现状与趋势 / 陈汝东 // 浙江大学学报. – 2008. – № 6. – 130 – 137 页. (Чэн Жудун. О современном положении и тенденциях дискурсивных исследований / Чэн Жудун // Журнал Чжэцзянского университета. – 2008. – № 6. – С. 130–137).
184. 程家钧. 现代俄语与现代俄罗斯文化 / 程家钧. - 上海: 上海外语教育出版社, 1999. – 210 页. (Чэн Цзяцзюнь. Современный русский язык и современная русская культура / Чэн Цзяцзюнь – Шанхай : Шанхайское образование иностр. яз., 1999. – 210 с.).
185. 程裕祯. 中国文化要略 / 程裕祯. - 北京: 外语教学与研究出版社, 2003. – 480 页. (Чэн Юйчжэнь. Очерк китайской культуры / Чэн Юйчжэнь. – Пекин : Изд-во по преподаванию иностр. яз. и науч. исследованиям, 2003. – 480 с.).

186. 史有为.汉语外来词 - 北京: 北京商务印书馆.2003-163-178 页 (Ши Ювэй. Заемствованные слова в китайском языке. — Пекин : Коммерческое издательство Пекина, 2003. – С. 163–178).
187. 周荐. 现代汉语词汇学. – 北京 : 北京大学出版社, 2010. (Чжоу Цзянь. Lexicology of Modern Chinese. – Beijing : Peking University Press, 2010).
188. 郑海凌. 文学翻译学 / 郑海凌. - 郑州: 文心出版社, 2000. (Чжэн Хайлин. Наука о литературном переводе / Чжэн Хайлин. – Чжэнчжоу: Издательство "Вэньсинь", 2000).
189. 杨仕章. 俄汉翻译基础教程 / 杨仕章. - 北京: 北京大学出版社, 2018. (Ян Шичжан. Базовый курс перевода с русского на китайский / Ян Шичжан. – Пекин : Пекинский университет, 2018).
190. 杨仕章. 俄汉文学翻译中的文化意象转换 // 俄罗斯文艺. – 2022. – № 3. – С. 145–153. (Ян Шичжан. Трансформация культурных образов в русско-китайском литературном переводе // Русская литература и искусство. – 2022. № 3. – С. 145–153).
191. Aldridge, E. Syntactic ergativity in Archaic Chinese / E. Aldridge // Journal of East Asian Linguistics. – 2024. – № 33(1). – P. 1–35.
192. Alexander, L. G. Right Word, Wrong Word: Words and structures confused and misused by learners of English (7th ed.) / L. Alexander. – Longman, 2001.
193. Algeo, J. Fifty Years among the New Words: A Dictionary of Neologisms 1941–1991 / J. Algeo. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993. – 276 p.
194. Smith, Ch. Digital Anglicisms in Mandarin: A Corpus-Based Study of Technology-Related Loanwords / Chen Smith // International Journal of Chinese Linguistics. – 2024. – №11 (2). – P. 210–235.
195. Chirkova, K. Tonal variability and marginal contrast: Experimental evidence from Tibetan and Chinese / K. Chirkova, Z. Handel // Journal of Phonetics. – 2023. – № 96. – P. 101–201.

196. Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language (2nd ed.) / D. Crystal. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 500 p.
- Ivanova. The Sociolinguistics of English Borrowings in Post-Soviet Russian Youth Slang / Ivanova // Slavic & East European Journal. – 2024. – № 68(1). – 78–102.
197. Ivanova, M. V. The impact of official business style on russian media news internet discourse / M. V. Ivanova, N. I. Klushina // Laplage em Revista. – 2021. – Vol. 7, No. Extra-A. – P. 45–56.
198. Karpova. English Loanwords in Modern Russian: Trends and Adaptations / Karpova // Journal of Slavic Linguistics. – 2024. – № 32(1). – C. 45–67.
199. Khalil, A. A. Terms of Endearment in American English and Syrian Arabic Family Discourse / A. A. A. Khalil, T. V. Larina // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. – 2022. – Vol. 13, №. 1. – P. 27–44.
200. Liu, D. Classifier systems as a typological dimension: The case of Min dialects" / D. Liu, S. Matthews // Linguistic Typology. – 2023. – № 27(2). – P. 311–345.
201. Lysyakova, M. V. Formation and development of terminological system "Investor Relations" in Russian language / M. V. Lysyakova, T. A. Sarangova // Multidimensional Language Worlds: Proceedings of the International Scientific Conference, Moscow, 28 октября 2015 года / Peoples' Friendship University of Russia. – Moscow: Российский университет дружбы народов, 2015. – P. 54–62.
202. Malyuga, E. N. Business English and functional linguistics: Teaching practical English in perfect harmony with theory. / E. N. Malyuga, E. V. Ponomarenko // ICERI 2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Conference Proceedings. – Madrid, 2012. – P. 4524–4529.
203. Malyuga, E. N. English and Russian vague category markers in business discourse: Linguistic identity aspects / E. N. Malyuga, M. McCarthy // Journal of Pragmatics. – 2018. – № 135. – P. 39–52.
204. Malyuga, E. N. English professional jargon in economic discourse / E. N. Malyuga, B. Tomalin // Journal of Language and Literature. – 2014. – № 5(4) – P. 172–180.

205. Nerrière, J.-P. Globish the world over / J.-P. Nerrière. – Paris : Éditions Globish, 2004. – 182 p.

206. Nerrière, J.-P. Don't speak English, parlez Globish / J.-P. Nerrière. – Paris: Eyrolles, 2005. – 292 p.

207. Onisko, A. Anglicisms in German: from iniquitous to ubiquitous / A. Onisko // English Today. – 2004. – № 20(1). – P. 59–64.

208. Palmgren, K. Заемствования в русском языке и в особенности английские заимствования в экономической лексике современного русского языка. / K. Palmgren. – Huhtikuu, 2007. – 72 с.

209. Sano, H. The world's lingua franca of science / H. Sano // English Today. – 2002. – № 18(4). – P. 45–49.

210. Schendl, H. Historical Linguistics / H. Schendl. – Shanghai : Shanghai Foreign Language Education Press, 2003. – 148 p.

211. Widdowson, H. G. Linguistics / H. G. Widdowson. – Shanghai : Shanghai Foreign Language Education Press, 2000. – 134 p.

212. Wright, R. (2004). Latin and English as World Languages / R. Wright // English Today. – 2004. – № 20(4). – P. 3–13.

СПИСОК СЛОВАРЕЙ

216. Дьяков, А. И. Словарь англизмов русского языка / А. И. Дьяков. – 2015. – Режим допуска: <http://anglicismdictionary.ru/Slovar> (дата обращения: 03.04.2023).
217. Портанский, А. П. English-Russian Glossary of Trade Policy / А. П. Портанский. – М. : ИМЭМО РАН, 2014. – 181 с.
218. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева / 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 404 с.
219. Розенталь, Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителей / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Просвещение, 1976. – 543 с.
220. Русина, Ю. Н. Краткий англо-русский словарь финансово-экономических терминов с пояснениями / Ю. Н. Русина. – Пинск : ПолесГУ, 2015. – 85 с.
221. СФЭТА — Словарь финансовых и экономических терминов-англизмов: [сайт]. – 2023. – Режим допуска: <https://www.ecfdictionary.ru/> (дата обращения 14.08.2023).
222. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / 5-е изд., испр. и доп. / Т. В. Жеребило. – Назрань : ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
223. 王玉章 (编) . 英汉国际贸易与经济管理词典. - 北京 : 外语教学与研究出版社, 2008. - 1156 页. ISBN 978-7-5600-7358-3 (Ван Юйчжан (ред.). Англо-китайский словарь международной торговли и экономического управления. – Пекин : Издательство преподавания и исследований иностранных языков, 2008. – 1156 с.).
224. 刘正谈, 高名凯, 麦永乾, 施於伟 (编) . 汉语外来词词典. - 上海 : 辞书出版社, 1984. – 689 页. (Лю Чжэнтань, Гао Минкай, Маи Юнцянь, Ши Юэй (ред.). Словарь заимствованных слов в китайском языке. – Шанхай : Издательство лексикографической литературы, 1984. – 689 с.).

225. 李小贤 (编) . 国际贸易术语词典. – 北京 : 对外经济贸易大学出版社, 2015. – 432 页. (Ли Сяосянь (ред.). Словарь терминов международной торговли. – Пекин : Издательство Университета международной экономики и торговли, 2015. - 432 с.).
226. 宋子然. 汉语新词新语年编 / 宋子然. – 成都: 四川古籍出版社, 2007. – 424 页. (Сун Цзыжань. Ежегодный сборник китайских неологизмов и новых языков / Сун Цзыжань. – Чэнду : Сычуаньское изд-во древних книг, 2007. – 424 с.).
227. 岑麒祥. 汉语外来语词典 / 岑麒祥. – 北京: 商务印书馆, 1990. – 447 页. (Цэнь Цисян. Словарь китайских заимствований / Цэнь Цисян. – Пекин : Коммерческое изд-во, 1990. – 447 с.).
228. 张丽. 《外贸英语词汇手册》. 北京: 外语教学与研究出版社, 2018. Чжан Ли. Справочник по лексике английского языка для внешней торговли. Пекин : Foreign Language Teaching and Research Press, 2018).
229. 陈晓明. 《英汉国际贸易与经济管理词典》. 北京: 清华大学出版社, 2017. Чэнь Сяомин. Англо-китайский словарь международной торговли и экономического управления. Пекин : Tsinghua University Press, 2017. – 636 с.).

Приложение 1

Приложение 1

Сопоставление словарных значений английских, китайских и русских терминов в сфере международной торговли

Английский термин	Значение по словарю	Китайский термин	Значение по словарю	Русский термин	Значение по словарю	Сравнение
adjuster	физическое или юридическое лицо, независимый специалист или организация по урегулированию претензий страхователя на возмещение убытков в связи со страховым случаем	理算人 lǐ suàn rén	специалист, который занимается корректировкой средних значений. Основная задача этого человека — рассчитать и определить сумму компенсации за ущерб, а также распределить ответственность в случае общей аварии	аджастер	диспашер, специалист в области морского права, составляющий диспашу. Устанавливает доли и распределение расходов по общей аварии, которые будут нести владелец судна, владелец перевозимого груза и лицо, оплачивающее фрахт (нанимающее судно)	Китайский термин указывает на специалиста, который занимается распределением ответственности в случае общей аварии в общем смысле
agent	агент, посредник	经纪人 jīngjì rén	Брокер; это посредник, который занимается посреднической, брокерской или агентской деятельностью в экономической деятельности с целью сбора комиссионных и облегчения сделок других лиц	Агент	физическое или юридическое лицо, гражданин или организация, выступающие в роли доверенного лица, посредника, уполномоченного совершать определенный круг действий от имени другого лица (принципала), по поручению и в интересах этого лица без права подписи документов по сделкам. В экономических операциях в качестве А. выступают брокеры, маклеры, дилеры, комиссионеры. Размер вознаграждения А.	Термин «经纪人» (jīngjì rén) используется в более широком смысле и охватывает деятельность брокеров, маклеров, дилеров и комиссионеров, в то время как термин «агент» имеет более узкое значение и относится к физическим или юридическим лицам, действующим по поручению и в интересах другого лица без права подписи документов по сделкам

					определяется по соглашению между агентом и принципалом (наиболее распространены ставки, колеблющиеся от 2 до 10% от стоимости проданного товара)	
arrears	юридический термин для типа задолженности, которая просрочена после пропуска ожидаемого платежа	欠款 qiànk uǎn	Задолженность	Арриарс	задолженность, просрочка платежа, неоплаченные суммы	Арриарс в русском языке используется для обозначения просроченных платежей. В китайском языке термин 欠款 (qiànk uǎn) имеет более общее значение - «задолженность»
ACTA Anti-Counterfeiting Trade Agreement	представляет собой предлагаемое многостороннее торговое соглашение, которое предусматривает строгое соблюдение прав интеллектуальной собственности, связанных с деятельностью в Интернете и торговлей товарами на основе информации	反仿冒贸易协议缩写 Fǎn fǎng mào màoyì xiéyì suōxiě	международное соглашение, призванное защитить права интеллектуальной собственности	Международное соглашение, призванное защитить права интеллектуальной собственности	Международное торговое соглашение о борьбе с контрафактной продукцией. Подписано в октябре 2011 г. Австралией, Канадой, Японией, Марокко, Новой Зеландией, Сингапуром, Южной Кореей и США. В 2012 г. его подписали также Мексика, ЕС и 22 страны-члена ЕС. Цель соглашения – создание международных правовых рамок для борьбы с контрафактом товаров, лекарств (дженериков) и нарушением авторского права в интернете	Оба термина обозначают международное соглашение, направленное на борьбу с контрафактной продукцией
AllP Agreement on Import Licensing Procedures	Это набор принципов, которые применяются в торговой политике и призваны не допустить, чтобы лицензирование стало само по себе препятствием для торговли	进口许可证程序协议 Jínkǒu xǔkè chéngxù xiéyì	Это многостороннее торговое соглашение, находящееся под юрисдикцией Всемирной торговой организации. Оно модифицировано и усовершенствовано на основе	Соглашение ВТО по процедуре импортного лицензирования	Соглашение, направленное на упрощение и унификацию формальностей при выдаче импортных лицензий	Оба термина относятся к соглашениям, регулирующим процедуры импортного лицензирования. Они направлены на упрощение и унификацию этих процедур, чтобы облегчить международную торговлю

			«Кодекса процедур импортного лицензирования» Токийского раунда Генерального соглашения по тарифам и торговле			
AMS Aggregate Measure ment of Support	это совокупный показатель государственного субсидирования сельскохозяйственного производства	综合 支持量 zōng hé zhīch í liàng	Совокупный показатель поддержки (AMS) — это показатель, который измеряет денежную стоимость государственных затрат, используемых для поддержки сектора. Это технический индикатор, используемый для измерения уровня поддержки «желтого яйца», обычно выражаемый в денежных единицах, и отражает бюджетные расходы правительства на сельское хозяйство и фермеров в рамках различных внутренних политик	АПП агрегированный показатель поддержки	Годовой объем внутренней поддержки производителей конкретных сельскохозяйственных товаров или, в том случае, если потоварные сведения отсутствуют, — объем поддержки всем производителям, развернутый в потоварном виде	Китайский и русский вариант термина, можно рассматривать как синонимы, но русский термин имеет более узкое значение и используется в конкретном контексте ВТО
APEC Asia-Pacific Economic Cooperation	межгосударственный форум, нацеленный на обеспечение благосостояния жителей региона путем содействия сбалансированному, всеобъемлющему, устойчивому, инновационному и безопасному росту и ускорению региональной	亚太 经济 合作 组织 Yàtài jīngjì hézu ò zúzhī	это крупнейшая и наиболее влиятельная организация, занимающаяся экономическим сотрудничеством на высшем уровне в Азиатско-Тихоокеанском регионе	АТЭС Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество	это площадка для сотрудничества стран Азиатско-Тихоокеанского региона, образованная в 1989 году. Объединяет 21 экономику	Русский и китайский термины имеют общее значение

	экономической интеграции					
Associated Banks of Europe Corporation, ABECOR	представляет собой международное банковское объединение из 10 участников крупнейших банков Европы, созданное для межбанковского обмена информацией и осуществляющее научные исследования в области экономики, финансов, банковского дела	欧洲 联 合 银 行 公 司 Ōuzh ōu liánh é yínhá ng gōng sī	это региональная международная группа финансового капитала в странах Западной Европы	Ассоциированные банки Европейской корпорации	Международное банковское объединение в составе 10 участников крупных европейских банков, способствующее межбанковскому обмену информацией и осуществляющее научные исследования в области экономики, финансов, банковского дела; создано в 1971 г.	Хотя китайский и русский термины имеют общее значение, они различаются по степени конкретизации и акценту на определенных аспектах деятельности объединения
back-office	это подразделение компании, которое занимается внутренними операциями и бизнес-процессами, не связанными с непосредственно взаимодействием с клиентами	后 勤 中 心 Hòiq ín zhōn gxīn	это модель управления, направленная на обеспечение стабильной повседневной работы предприятий и учреждений, предоставляя всестороннюю поддержку в области управления услугами	бэк-офис	подразделение банка, выполняющее документарные операции для обслуживания внешнеэкономической деятельности	Китайский термин более абстрактный, в то время как русский термин более специфичный
bank-note	термин, который часто используется как синоним бумажных денег или валюты, выпущенной банком. Банкноты представляют собой обещание выплатить сумму, указанную на лицевой стороне,	钞 票 chāo piào	бумажные деньги, выпускаемые центральным банком страны или другой официальной организацией. Они используются в качестве законного платежного средства и имеют номинальную	банкноты	банковские билеты, представляющие разновидность кредитных денег, выпускаемых в обращение центральными банками. Б. связаны с функцией денег в качестве средства платежа. Вначале Б. выпускались отдельными банками и представляли	Оба определения подчеркивают, что банкноты выпускаются официальными организациями, такими как центральные банки. Китайское определение более подробно описывает меры защиты от подделки, такие как водяные знаки и защитные нити

	предъявителю по первому требованию. В настоящее время только Федеральные резервные банки имеют право эмитировать банкноты		стоимость, установленную выпускающим органом. Банкноты обычно имеют различные степени защиты от подделки, такие как водяные знаки, защитные нити и уникальные серийные номера		собой вексель на банкира, затем их эмиссия стала регламентироваться государством и осуществляться центральными банками	
barter	мена, меновая торговля; товарообменная сделка; товар для обмена	易货 yìhuò	прямой обмен товарами или услугами между покупателями и продавцами, при котором стоимость товаров или услуг в основном одинакова, без участия третьей стороны и без получения или выплаты наличных денег	бартер	натуальный товарообмен, при котором одна вещь меняется на другую без денежной оплаты, торговая сделка, осуществляемая по схеме «товар — товар». Пропорция обмена устанавливается обменивающимися сторонами и фиксируется в договоре. Сделки, основанные на прямом обмене товаров, называются бартерными	Основное отличие между китайским и русским термином заключается в участии третьей стороны. В «易货» (Yìhuò) не указана, что третья сторона участвует в сделке, в то время как в определении термина «бартер» она может участвовать в качестве посредника или гаранта
bedlam	по названию дома умалишенных в Лондоне; хаос, неразбериха на бирже, в предпринимательской деятельности в моменты потрясений	股 市 震荡 gǔshì zhèn dàng	цены на акции находятся в состоянии неопределенности, колеблясь вверх и вниз в определенном диапазоне, без явной тенденции к росту или снижению	бедлам	хаос, неразбериха на бирже в моменты потрясений	Термины имеют схожее значение в контексте биржевой торговли. Оба они описывают ситуацию хаоса и неразберихи на рынке, когда цены на акции колеблются без явной тенденции к росту или снижению
bid	предлагать цену	投 标 tóubi āo	действие участника торгов, который по приглашению участника тендера и в определенный период времени направляет предложение в соответствии с условиями, указанными в объявлении о торгах или приглашении на	бид	1) предложение конкретной цены покупки товара или заключения контракта; 2) обязательство на покупку товара по конкретной цене; 3) надбавка к цене на аукционе; 4) ставка по ценным бумагам, депозитам	Бид в русском языке означает цену покупки ценной бумаги. В китайском языке термин 投标 (tóubiāo) означает «торги»

			участие в торгах			
bilateral agreement	Это соглашение между двумя сторонами, по которому каждая сторона принимает на себя определённые обязательства перед другой стороной. Часто имеется в виду соглашение между двумя странами	双边协定 shuāngbiān xiédìng	двустроннее соглашение, взаимное соглашение	договор двусторонний	договор, по которому стороны взаимно приобретают права и обязанности. К таким договорам относятся, например, договоры купли-продажи, найма. В двустороннем договоре для каждой из сторон предусматриваются ее обязательства, поэтому такие договоры иногда называют двусторонне-обязательными. Двусторонний договор опирается на принцип взаимности: каждая сторона вправе отказаться от исполнения своего обязательства, если другая сторона не исполняет свое обязательство или не изъявляет готовности его исполнить	Русский термин более узкона правленный, отмечает взаимодействующие стороны договора. Китайский термин более обширный
blockade	Экономическая блокада. Ситуация, когда страна или группа стран намеренно останавливает или ограничивает торговлю с другой страной	经济封锁 Jīngjì fēngsuo	акт введения экономических санкций в отношении конкретной страны или региона подразумевает ограничение или запрет на ввоз и вывоз товаров, услуг, средств и людей. Эти блокады, как правило, имеют политические, экономические или военные причины и направлены на оказание давления или достижение определённых дипломатических целей	блокада экономическая	экономическая изоляция страны со стороны других стран посредством ограничения или запрета на торговлю всеми или отдельными товарами с этой страной	В китайском определении предполагается широкий спектр санкций, который включает в себя не только товары, но и услуги, финансы и перемещение людей. Это подчеркивает комплексный характер блокады, что может быть важно для понимания её общего влияния на экономику страны. В русском определении акцент в основном делается на торговле, что может ограничивать восприятие термина только до аспектов коммерческого характера

bond	облигация (бонд) экономике означает долговое обязательство, выпущенное компанией или государством для привлечения средств от инвесторов	债券 zhài uàn	финансовый контракт, долговая расписка	бонд	гарантия, залог; 2) таможенная закладная с указанием налога на перевозимый товар и оценкой состояния товара до оплаты таможенной пошлины; 3) облигация, обеспеченная активами, не дающая права собственности на долю капитала, но гарантирующая получение фиксированного дохода	Бонд в русском языке означает облигацию. В китайском языке термин 债券 (zhàiquàn) также может означать «долговая расписка»
bondholder	Держатель облигаций; инвестор или владелец долговых ценных бумаг, которые обычно выпускаются корпорациями и правительствами. Держатели облигаций по сути одолживают деньги эмитентам облигаций	债券 持有 人 Zhài quàn chí yǒu rén	Это ситуация, когда фонд привлекает долгосрочные средства, выпуская облигации, его кредиторами становятся владелец облигации и лицо, приобретающее облигацию. Они занимают позицию кредиторов в отношениях, связанных с этими облигациями	Бондхольдер	владелец, держатель акций, ценных бумаг	В обоих языках термин «bondholder» используется для обозначения владельца облигации, т. е. лица, которое приобрело долгосрочный долг, выпущенный фондом или компанией. Однако в китайском языке термин «债券持有人» часто используется именно в контексте юридических документов и финансовых отчетов. Русский термин по сфере использования гораздо шире
bootlegger	лицо, занимающееся запрещённым ввозом, транспортировкой и продажей спиртных напитков	私酒 贩子 Sī jiǔ fànzi	это люди, которые самостоятельно производят и продают алкоголь, не разрешённый к продаже	буллегер	торговец запрещенными товарами; лицо, занимающееся контрабандой спиртных напитков	Русский термин «буллегер» имеет более широкое значение и может также относиться к людям, которые занимаются контрабандой других запрещенных товаров, таких как наркотики или оружие
boss	глава, начальник, руководитель, главный, хозяин, шеф	老板 lǎobǎn	частный владелец промышленной и коммерческой недвижимости, лицо, которое владеет или управляет бизнесом, магазином или организацией	босс	хозяин организации, дела; руководитель	Китайское слово 老板 lǎobǎn имеет более формальный оттенок, в то время как русское слово «bosс» может использоваться как в формальных, так и в неформальных контекстах

brand	торговая марка компании, товара или продукта, совокупность графической, текстовой и прочей информации, связанной с ними, включая логотипы, лозунги и т. п.	品牌 rǐnpá i	бренд представляет собой нематериальный актив, который обладает экономической ценностью. Он выделяет свою уникальность через абстрактные, но легко узнаваемые ментальные концепции, занимая определенную нишу в сознании потребителей. Ключевая идея бренда заключается в том, что продукты, услуги или другие преимущества, предлагаемые владельцем бренда, могут быть более ценными для целевой аудитории, чем у конкурентов. Эти ценности включают как функциональные, так и эмоциональные аспекты	бренд	всемирно известная торговая марка; защищенный законодательно продукт; компания (ее название) или концепция, выделенные общественным сознанием из массы подобных; возможное написание — бренд	В русском языке термин «бренд» имеет более узкое значение, чем в китайском. В китайском языке он используется для обозначения абстрактного понятия, связанного с ценностью и уникальностью, в то время как в русском языке он чаще всего используется для обозначения конкретных торговых марок или компаний
branding	это целенаправленная деятельность по созданию, позиционированию и продвижению бренда на рынке. Она направлена на формирование потребительских предпочтений брендовых товаров и их индивидуализацию за счёт положительного имиджа бренда	品牌策划 rǐnpá i cèhu à	это планирование деятельности, которая помогает создать, развивать и защищать бренд. Оно является неотъемлемой частью общей стратегии развития компании, направленной на повышение конкурентоспособности и увеличение узнаваемости бренда, что, в	брэндинг	маркетинговая деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товару данной фирмы; реализуется в процессе воздействия на потребителя товарного знака, упаковки, рекламных обращений, выделяющих товар среди конкурентов и создающих его образ	Китайский термин более широкий, который включает в себя не только маркетинговые аспекты, но и стратегическое планирование и управление брендом

			свою очередь, позволяет привлечь больше потребителей и завоевать новые рынки			
bubble	Пузырь; явление, характеризующееся внезапным и значительным увеличением цены актива или рынка в результате чрезмерной спекуляции и оптимизма	泡沫 經濟 Pàomò jīngjì	состояние экономики, при котором стоимость активов превышает реальный размер экономики и есть возможность поддерживать её развитие, может быть неустойчивым	бабл	жарг.: безуспешная операция; обанкротившееся предприятие	Оба термина описывают ситуацию, когда стоимость активов значительно превышает их реальную стоимость. Однако русский термин указывает на жаргонизм данного слова
budget	счет финансового плана, агрегат, распределение, пособие, масса, стоимость, предполагаемые расходы, финансы, фискальная оценка, фонды, средства, запланированные выплаты, количество, квант, ресурсы, план расходов, заявление	预算 yùsuàn	бюджет, смета	бюджет	имеющая официальную силу, признанная или принятая распись, таблица, ведомость доходов и расходов экономического субъекта за определенный период времени, обычно за год. Чаще всего бюджет составляется для учета количества располагаемых и расходуемых денежных средств и их взаимного соответствия, но существуют и бюджеты времени, в которых сопоставляется располагаемое время и расходуемое	Бюджет в русском языке означает финансовый план. В китайском языке термин 预算 (yùsuàn) также может означать «смета»
bug	жук	缺陷 quēxià	В процессе тестирования программного обеспечения дефект обычно представляет собой проблему, ошибку или несоответствие ожидаемому поведению программы	Баг	жарг.: выявленная ошибка, неточность, погрешность, требующая устранения. Термин распространен в информатике	Оба термины схожи, русский термин также указывает на жаргонизм данного выражения
call	Требовать; тип опциона, который даёт покупателю право купить	看涨 kànzhàng	Ожидание того, что (цены на акции и сырьевые товары) будут	колл	опцион, право на покупку товара, ценных бумаг, фьючерсных контрактов по	Колл в русском языке означает опцион на покупку актива. В китайском языке

	базовый актив в будущем по установленной цене в определённый срок		иметь тенденцию к росту		обусловленной цене в любое время до истечения срока действия опциона; 2) короткий период во время биржевых сессий, в течение которого заключение сделок ограничивается одной позицией (одним месяцем поставки), то есть каждая позиция котируется поочередно с целью внесения более высокой организации; 3) требование уплаты маржи	термин 看涨 (kànzhàng) имеет более общее значение
cash	деньги в физической форме	现金 xiànjīn	наличные деньги	кэш	законное средство платежа в форме наличных денег, банкнот и монет	В китайском термин более обширный, по сравнению с русским термином
cash flow	денежный поток; совокупность распределенных во времени поступлений (притока) и выплат (оттока)	现金流量 xiànjīn liúlìang	денежный поток, движение денежных средств	кэш-флоу	сумма полученных или выплаченных наличных денег	В русском термине акцент делается на том, что данная сумма выплачивается наличными деньгами. В китайском термине данного акцента нет
chart	Таблица (напр. цветов); диаграмма; график; схема; карта	图表 túbiāo	график; чертёж; таблица; диаграмма; схема	Чарт	графики и диаграммы, применяемые для учета и прогнозирования цен на рынках, построенные с использованием графических символов. Обычно Ч. составляются и используются мелкими торговцами из-за простоты обращения с ними для чисто механического экстраполяционного прогнозирования с помощью Ч., не требующего глубоких знаний	В русском языке термин имеет более узкое значение, в то время как в китайском имеет более обширное значение
charter	договор фрахтования — соглашение между	包租 bāozū	чартер; арендовать целиком (с целью сдачи в	чартер	договор фрахтования — соглашение между владельцем	Китайский термин использует английскую кальку для толкования

	владельцем транспортного средства (судна, самолета) и нанимателем (фрахтователем) этого средства об аренде транспортного средства о найме всего судна или части его помещений для перевозки груза, пассажиров и багажа на определенный срок или на один рейс		субаренду)		транспортного средства и нанимателем (фрахтователем) этого средства об аренде транспортного средства (судна, самолета) о найме всего судна или части его помещений для перевозки груза на определенный срок или на один рейс	
clearance	Таможенная очистка. Выполнение установленных законом требований таможенных органов о порядке захода в порт и выхода из него судов, а также ввоза и вывоза из стран грузов, багажа	兑现 duìxì àn	обмен наличные деньги, обналичить (напр., чек)	клиранс, клирэнс	таможенная очистка, выполнение установленных законом требований таможенных органов о порядке захода в порт и выхода из него судов, а также ввоза и вывоза из стран грузов, багажа	Китайский термин имеет более общее значение в сравнении с русским
dealer	профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий операции с ценностями бумагами от своего имени и за свой счёт	经 销 商 jīngx iāosh āng	это самостоятельные подразделения или отдельные лица, которые занимаются продажей товаров или услуг в определённых регионах и сферах. Дистрибуторы обычно покупают продукцию у производителей и самостоятельно её реализуют, чтобы получить прибыль. Они владеют товарами и обладают значительной свободой в принятия	дилер	1) частное лицо или фирма, члены фондовой биржи, ведущие биржевые операции не в качестве простых агентов-посредников (брокеров), а действующие от своего имени и за собственный счет, то есть вкладывающие в дело собственные деньги, осуществляющие самостоятельно куплю-продажу ценных бумаг, валюты, драгоценных металлов; 2) участник бизнеса, физическое или юридическое лицо, закупающее продукцию оптом и	В китайском термин имеет то же значение, что и дистрибутор

			решений		торгующее ею в розницу или малыми партиями. Обычно это агенты фирм — производителей продукции, выступающие в роли участников ее дилерской сети	
deck holder	служащий биржи, который держит поручения клиентов для брокеров	客户 订 单 持 有 人 Kèhù dìngd ān chí yǒu rén	Держатель заказов клиентов.	декхолдер	бирж.: держатель поручений клиентов для брокеров.	Китайский термин более обширный и абстрактный.
default	невыполнение субъектом обязательств по долговому обязательству или иному соглашению, стороной которого он является	违 约 wéiy ào	нарушение контракта	дефолт	невыполнение обязательств по возврату заемных средств, выплате процентов по ценным бумагам. Дефолт может иметь место по отношению к компании, банку, государству, которые оказываются не в состоянии выполнять свои финансовые обязательства	Китайский термин «违约 » имеет более широкое значение, чем русский термин. Он может означать как нарушение контракта в целом, так и невыполнение конкретных финансовых обязательств. Русский термин имеет более узкое значение и используется исключительно в контексте невыполнения финансовых обязательств
dispatch	«быстрые деньги» — вознаграждение (премия), выплачиваемое за досрочное выполнение заказа	派 遣 Pàiqi ǎn	отправка	диспач	вознаграждение, выплачиваемое судовладельцем владельцу груза за досрочное выполнение погрузочно-разгрузочных работ	Диспач в русском языке означает срок, в течение которого судно должно быть загружено или выгружено. В китайском языке термин 调 度 (tiáodù) имеет более общее значение
dispatcher	должностное лицо,	调 度	Является лицом, ответственным	экспедитор	работник, отслеживающий,	Хотя термины 调度员 и «экспедитор» имеют

	отвечающее за координацию каких-либо действий в определённой сфере.	员 Diào dù yuán	за планирование и управление такими операциями, как складирование и транспортировка грузов.		координирующий, регулирующий с использованием технических средств ход производственного процесса, контролирующий его соответствие заранее намеченному графику выполнения работ, выпуска продукции, движения транспортных средств	общие аспекты, связанные с логистикой и транспортировкой грузов, они различаются по своим обязанностям и сферам ответственности. Диспетчер сосредоточен на оперативном управлении процессами, тогда как экспедитор обладает более широкими полномочиями, включая контроль за документами и соблюдение регуляторных норм логистики
distribut or	сбытовой посредник, компания или предприниматель, занимающиеся сбытом на основе оптовых закупок у других организаций, являющихся крупными производителями и какой-либо продукцией	经 销 商 jīngx iāosh āng	Это самостоятельные подразделения или отдельные лица, которые занимаются продажей товаров или услуг в определённых регионах и сферах. Дистрибуторы обычно покупают продукцию у производителей и самостоятельно её реализуют, чтобы получить прибыль. Они владеют товарами и обладают значительной свободой в принятии решений	дистрибьютор	фирма, предприниматель, осуществляющие оптовую закупку и сбыт товаров определенного вида на региональных рынках. Обычно дистрибуторы обладают преимущественным правом и возможностями приобретать и продавать оборудование, технические новинки, программное компьютерное обеспечение. Фирма может иметь собственного дистрибутора по продаже своих товаров за рубежом, где он является на основе заключенного договора ее единственным представителем (генеральный дистрибутор)	Термины имеют идентичное значение.
draft	письменный приказ трассанта контрагенту — трассату — выплатить определенную	汇 票 huìpi ào	это вексель, выданный векселедателем, который требует от получателя платежа безоговорочно	драфт	письменный приказ трассанта контрагенту — трассату выплатить определенную сумму денег третьей стороне по	« <u>汇票</u> » чаще применяется в ситуациях, требующих гарантированных платежей, таких как выставление счетов или кредитные

	сумму денег третьей стороне по тратте		уплатить определенную сумму денег в дату погашения		тратте	операции, где важна точная дата. «Драфт» более распространен в международной торговле, позволяет легко управлять денежными потоками и переводами между различными сторонами
dumping	это продажа товаров на внешнем и внутреннем рынках по искусственно заниженным ценам. Демпинговые цены существенно ниже рыночных цен, а иногда даже ниже, чем себестоимость товара или услуги	倾销 qīngxíāo	продавать по бросовым ценам	демпинг	продажа товаров на внешнем или внутреннем рынке по искусственно заниженным ценам, меньшим средних розничных цен, а иногда и более низким, чем себестоимость продукции (издержки производства и обращения). Д. проводится с целью проникновения на рынок, завоевания места на нем, вытеснения конкурентов. Д. осуществляется государством и компаниями в расчете на возмещение будущем текущих убытков, когда за счет Д. будет завоевано прочное положение на рынке. Однако довольно часто и фирмы, и государство прибегают к Д., как разовому мероприятию, способу быстрого получения необходимых денежных, валютных средств. В мировой экономической практике, в ряде стран принято противостоять Д. путем применения антидемпинговых законов, установления	Китайский термин более обширный, русский более узконаправленный, указывает функции и цели демпинга

					специальных антидемпинговых пошлин	
excess	избыточный, чересчур	过量的 Guòlì à ng de	избыток, экCESS; перевес; перебор; избыточный, чрезмерный; не в меру, чересчур, чрезмерно	ексCESS	крайнее проявление, редко встречающийся характер протекания процесса	Данные термины идентичны
escrow	в англо- американском праве депонирование у третьего лица денежной суммы на имя другого лица с тем, чтобы она была выдана ему лишь после выполнения известного условия	暂交 第三者保管的 金钱 Zàn jiāo dī sān zhě bǎog uǎn de jīngqíā n	Деньги, временно переданные на хранение третьему лицу	эскроу	депонирование денежной суммы у третьего лица на имя другого лица с тем, чтобы она была выдана ему лишь после выполнения определенного условия	Китайский термин более общий и неформален, в то время как эскроу представляет собой четкую и формализованную практику, регулируемую законами и стандартами в области комерческих сделок
gap	разрыв, расхождение	差距 chājù	разница	Гап	резкое снижение цены биржевого товара, при котором минимальная цена предыдущего биржевого дня выше максимальной цены текущего дня, либо резкое повышение цены товара, при котором максимальная цена предыдущего дня была ниже минимальной цены текущего	Гап в русском языке означает разрыв в котировках. В китайском языке термин 差距 (chājù) имеет более общее значение - «разница»
gearing		杠杆 gàng gǎn		джиринг	соотношение между собственным и заемным капиталом	Джиринг в русском языке означает отношение заемных средств к собственным средствам компании. В китайском языке термин 杠杆 (gànggǎn) также может означать «рычаг»
giroche que		划线 支票 huàxi àn zhīpi ào	чек с указанием получателя	жирочек	чек, содержащий приказ чекодателя банку о перечислении с его жиросчета на счет чекодержателя	Жирочек в русском языке означает чек, на котором имеется надпись «только для зачисления на счет». В китайском языке

					определенной суммы денег	термин 划线支票 (huàxiàn zhīpiào) имеет более общее значение - «чек с указанием получателя»
Goodwill	бренд фирмы, наработанные деловые связи, торговая марка, репутация фирмы в мире	商誉 shān gù	Деловая репутация компании, торговая марка	Гуд вилл	активы, капитал фирмы, не поддающийся материальному измерению, например репутация, техническая компетенция, связи, маркетинговые приемы, влияние и др.	В китайском языке термин 商誉 (shāngyù) может иметь дополнительное значение «торговая марка»
golden rules of banking	банковский принцип совпадения сроков проведения операций, связанных как с активами, так и с пассивами	银 行 业 的 黄 金 法 则 Yínháng yè de huán jīn fǎzé	Этот принцип отражает важную идею о том, что в процессе клиринга и расчётов завершение транзакций как можно раньше может значительно снизить риски и неопределённости	Золотое правило проведения ликвидных операций	банковский принцип совмещения сроков проведения операций, связанных как с активами, так и с пассивами; применяется во избежание возникновения дефицита наличности, фондов	Термины в обоих языках идентичны
golden stocks	это особая разновидность акции, предоставляющая её владельцу — государству особые права по сравнению со всеми другими акционерами	黄 金 股 huán jīng ū	«Золотые акции» представляют собой ценные бумаги, наделенные особыми правами и привилегиями в рамках компаний. Эти права обычно включают право вето на ключевые решения, приоритетное право на получение дивидендов и возможность преимущественной покупки при определенных обстоятельствах. Акционеры, владеющие золотыми акциями, могут играть важную роль в	Акции золотые	условные акции, сохраняемые в руках государственного органа, ведающего приватизируемым предприятием; эмитировались в РФ в начале 90-х гг. в соответствии с программой приватизации при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества; такие акции предоставляют их держателю особое право голоса. Используются для сохранения государственного контроля над приватизируемыми акционируемыми государственными предприятиями, деятельность	В обоих языках золотые акции являются инструментом контроля и управления, но в китайском акцент сделан на их использование для стимулирования инвестиций, в то время как в России они служили для защиты государственных интересов в процессе приватизации

			деятельности и управлении компанией, оказывая влияние на стратегическое направление развития и принятие ключевых решений		которых глубоко затрагивает государственные и общественные интересы	
grant	безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований	赠款 zèng kuǎn	финансовая помощь, предоставляемая безвозмездно, пожертвование	грант	1) оплачиваемый, субсидируемый государственный заказ на выполнение научных исследований и разработок; 2) денежные средства, выделяемые в порядке благотворительности для финансовой поддержки научных исследований, ученых, авторов; целевое использование таких средств подтверждается отчетом	Грант в русском языке означает безвозмездную помощь. В китайском языке термин 赠款 (zèngkuǎn) также может означать «пожертвование»