

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ИЛИ ЭКОНОМИСТЫ ВСЕГО МИРА ГОВОРЯТ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ?

(из опыта сопоставления англоязычных заимствований экономико-финансовой сферы в русском и вьетнамском языках)

Льу Тхи Нам Ха

*Магистр, заведующая кафедрой развития речи 2,
преподаватель Факультета русского языка и русской культуры
Института иностранных языков при Ханойском государственном университете,
г. Ханой, Вьетнам*

[DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2019.9.60.11-13](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2019.9.60.11-13)

АННОТАЦИЯ.

Статья посвящена краткому анализу функционирования англицизмов в российских СМИ на примере экономических терминов и их эквивалентов во вьетнамском языке. В качестве причин появления в русском языке вышеупомянутых англицизмов можно назвать потребность в наименовании новых понятий и развитие мировой экономики, повлекшее за собой образование новых терминов. В процессе фонетической адаптации на основе английских слов создаются прямые заимствования в русском языке, полностью отражающие звуковой облик оригинала. Во вьетнамском языке же аналогичное явление очень редко наблюдается. В семантическом плане наряду с полным совпадением значений заимствованных слов с исконно русским, возможно еще расширение значения слова. Английские заимствования отражают тенденцию активного вторжения иноязычных слов в специальные сферы русского языка. Это, на наш взгляд, вполне уместное и оправданное следствие появления новых экономических реалий: потребность в наименовании новых понятий влечет за собой образование новых терминов.

ABSTRACT.

The article is a brief analysis of the functioning of anglicisms in the Russian media on the example of economic terms and their equivalents in the Vietnamese language. The reasons for the emergence of the aforementioned Anglicism in Russian are the need for naming new concepts and the development of the world economy, which resulted in the formation of new terms. In the process of phonetic adaptation, on the basis of English words, direct borrowing in the Russian language is created, fully reflecting the sound image of the original. In Vietnamese, a similar phenomenon is very rarely observed. In semantic terms, along with the complete coincidence of the meanings of the borrowed words with the original Russian, it is also possible to expand the meaning of the word. English borrowings reflect the tendency of active invasion of foreign words into special areas of the Russian language. This, in our opinion, is a completely appropriate and justified consequence of the emergence of new economic realities: the need for naming new concepts leads to the formation of new terms.

Ключевые слова: русский язык, вьетнамский язык, англицизм, заимствование, экономическая терминология

Keywords: Russian, Vietnamese, Anglicism, borrowing, economic terminology

ВВЕДЕНИЕ

С конца XX века начался новый этап развития мировой экономики, в России сменилась экономическая формация, во Вьетнаме наступила новая экономическая политика «Обновление» (“Đổi mới”). Масштабно и качественно эти изменения влияют, естественно, на русский и вьетнамский языки в качестве общей экстралингвистической силы нового времени.

Злоупотребление заимствованиями вызывало опасение у писателей, ученых, государственных деятелей в разные эпохи. «Огромное количество появившихся в языке заимствованных слов (около 30 тысяч за последние 15 лет) заставляет носителей языка защищать его от вторжения «инородных тел» [2, с. 55]. А В. Г. Костомаров даже иронически пишет: «К сожалению, сегодня мы дошли уже до совсем грустной шутки: чтобы выучить русский, надо сначала овладеть английским словарем» [5, с. 42].

Однако, заимствование — неизбежный процесс, т.к. любые живые языки развиваются не изолированно, а в тесном контакте друг с другом, что находит отражение прежде всего в их лексическом

составе, который свидетельствует о культурных, торговых, политических связях народов. Поэтому совершенно очевидно, что пока будут существовать контакты между разными народами, будет продолжаться и процесс лексического взаимообновления и обмена. Р. Ф. Брандт писал: «Вообще говоря, заимствование иностранно слова нельзя не считать явлением естественным и законным: пришлые слова имеют весьма симпатичную сторону, как памятники мирного общения народов и их взаимного обучения» [9, с. 52].

Новизна настоящего исследования заключается в сопоставительном анализе английского заимствования экономической сферы в русском языке с их соответствиями во вьетнамском языке. Результаты данного сопоставления дадут более полное представление о частотности употребления прямых заимствований в двух языках. Кроме того, помогут студентам-русистам легче понять и найти эквивалент при переводе, пока отсутствует соответствующего русско-вьетнамского экономического словаря.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Весь положительный «эффект» «пришлого слова» исчезает, если оно не отвечает ряду требований, предъявляемых лингвистами к заимствованиям. Иноязычное слово должно быть, во-первых, необходимым (потребность в наименовании новой вещи, нового явления), во-вторых, должно употребляться правильно и точно в том значении, какое оно имеет в языке-источнике, и, в-третьих, понятно говорящему и слушающему.

Средства массовой информации, которые призваны воспитывать чувство языка у миллионов читателей и зрителей, на самом деле являются одним из главных проводников американского влияния.

Рассмотрение с этих позиций заимствований последнего десятилетия ставит под сомнение полезность и целесообразность появления некоторых слов в русском языке. Огромное количество иностранных слов, особенно из английского языка, точнее его американского варианта, их неоправданное употребление позволяет говорить не просто о засорении родного языка, а об «агрессивном вторжении» инородных элементов в русский язык.

«Русский язык в опасности», — так можно определить основную тематику статей о культуре речи, появляющихся в периодической печати. Богатейшие стилистические, грамматические и словообразовательные ресурсы русского языка остаются невостребованными, поскольку в конкуренции между «своим» и «чужим» победа остается за последним. Например: *бизнесмен — предприниматель; спонсор — меценат, благотворитель; саммит — встреча на высшем уровне; киллер — наемный убийца; менталитет — мироощущение; консалтинговый (центр) — консультативный; консенсус — согласие; имидж — образ; консолидация — объединение.*

Не можем не согласиться, что все это результат влияния на советскую и российскую экономику распространенных на капиталистическом Западе методов и механизмов экономического и финансового управления. Попробуем разобраться в значении заимствованных терминов, посмотрим, какова важность экономических и финансовых заимствований для современного русского языка и общества в целом.

Пример 1:

- «На что же следует обращать внимание при выборе **брокера**?» («Комсомольская правда», <https://www.kp.ru/guide/kompanii-foreks.html>).

- «*Tết buồn không lương thưởng của môi giới bất động sản*» («vnexpress.net» от 4/2/2019 г.)

Слово «*брокер*» заимствованно из английского языка, где существительное «*broker*» имеет значение посредник или торговец поддержанными вещами. Образованный от этого существительного глагол «*to broker*» — буквально значит посредничать, быть посредником. Нужно отметить, что в русском языке есть целый ряд слов, обозначающие разные виды посредничества в товарных, торговых, имущественных, финансовых и иных сделках — это *джоббер, дилер, дистрибьютор (дистрибутор), комиссионер, маклер, риэлтор, трейдер.*

Вот как Л. П. Крысин определяет слово «*брокер*» в своем словаре иностранных слов: «Брокер — это посредник при заключении сделок на бирже, специализирующийся по определенным видам товаров или услуг». «Брокер — слово со вполне сформировавшимся, самостоятельным значением. Оно используется в качестве финансового термина не только специалистами, но и в средствах массовой информации, в бытовой речи. Как однословное обозначение соответствующей профессии и лица, исполняющего эту профессию, оно удобное в употреблении, чем сочетания слов, обозначающие то же самое, но более длинно, громоздко» [6, с. 642].

Вьетнамское слово «*môi giới*» обозначает лишь посредник, а в какой конкретной области не ясно. Для того, чтобы указывать именно на посредника, работающего на бирже, а не посредника на рынке недвижимости или контрабандной торговли, нужно уточнить определением. Однако в отличие от русского заимствования, вьетнамский эквивалент «*môi giới*» вполне оправданно употребляется со своей вьетнамской морфологической и фонетической языковой оболочкой.

Пример 2:

- «*Сразу 15 дилеров подняли цены на машины в России*» («Комсомольская правда» от 02/11/2018 г.).

- «*Phạt 8 ngàn hàng rút vốn đầu cơ chứng khoán*» («vnexpress.net» от 21/6/2007 г.).

«*Дилер*» (англ. *dealer* — торговец, агент по продаже) — лицо или учреждение — торговый представитель предприятия, фирмы; биржевой посредник, занимающийся куплей и продажей ценных бумаг». Словарь иностранных слов Н. Г. Комлева дает следующее определение: «*Дилер* — это юридическое лицо, занимающееся биржевым и торговым посредничеством от своего имени и за свой счет; биржевой посредник. Доходы дилера образуются за счет разницы между покупкой и продажной ценой валюты и различных ценных бумаг, а также в результате изменения их на бирже». Данный экономический термин не может быть заменен каким-то другим русским словом, как например «*торговец, продавец*», с громоздким толкованием каждый раз в письме и речи. Куда проще использовать прямое заимствованное слово «*дилер*».

Вьетнамское соответствие «*đầu cơ*» в сочетании с «*chứng khoán*» наиболее ярко выражает является своего рода сочетанием «*спекуляция, спекулятивный, спекулировать*» и «*chứng khoán*» (ценная бумага, фондовый). Исконно вьетнамское слово «*đầu cơ*» употребляется так легко и просто, что кажется во вьетнамском языке не так много заимствований из английского языка.

Пример 3:

- «*Прямой контракт. Аптечные сети и дистрибьюторы: кто кого оптимизирует?*» («Аргументы и факты» от 09/07/2016 г.).

- «*Thương hiệu Anh Quốc Land Rover thông qua nhà phân phối UK Auto nhập khẩu nguyên chiếc toàn bộ các mẫu xe này về Việt Nam.*» («Hà Nội mới» от 01/12/2016 г.).

«Дистрибьютор» (англ. distributor, to distribute – распределять, распространять) – это лицо или учреждение, занятое размещением на рынке сбыта товаров, производимых каким-либо предприятием, фирмой» [Л. П. Крысин, 2010, с. 265]. Н. Г. Комлев же рассматривает этот экономический термин в трех значениях: «1) фирма, осуществляющая сбыт продукции на основе оптовых закупок у крупных промышленных фирм-производителей: располагает собственными складами, представляет фирму-производитель на рынке; 2) лицо или организация, занимающая оптовой реализацией продукции или товара в системе маркетинга; 3) представитель иностранной фирмы, продающий ее продукцию в данной стране» [Н. Г. Комлев, 2006, с. 122]. Для русской речи также стало знаком прилагательное *дистрибуторский/дистрибуторский*. Такого понятия как распределитель в экономической терминологии нет.

Для данного понятия во вьетнамском языке употребляется термин «*nhà phân phối*», которое имеет классификатор «*nhà*», указывающий и на лица, и на учреждения, занимающегося соответствующей деятельностью по распределению товаров.

Пример 4:

- «Откровения *трейдера* с Московской биржи: *Жадность – это хорошо*» («Комсомольская правда» от 09/03/2016 г.).

- «*Nằm ở phía bắc bang Rajasthan, Shekhawati nổi tiếng với những tòa biệt thự cổ từng là nơi ở của rất nhiều nhà buôn giàu có.*» («vnexpress.net» от 23/3/2016 г.).

Трейдера (англ. trader, to trade – торговать) – «1) юридическое или физическое лицо, обладающее правом заключать коммерческие сделки на бирже; 2) торговый агент; 3) оптовый торговец потребительскими товарами» [8, с. 790]. Это заимствование так хорошо закрепилось в русском языке, что от него быстро стали образовывать прилагательное *трейдерский*. Кроме того, с термином «*трейдер*» тесно связано заимствование «*трейдинг*» (англ. trading – «торговля»), пришедшее в русский язык еще в начале XX века из Англии и США и примененное впервые в маркетинге как инструмент для прогнозирования будущих объемов продаж. «В дальнейшем, с появлением бирж, понятие «*трейдинг*» вошло в обиходную речь и стало определяться как непосредственная работа трейдера» [4, с. 111].

Во вьетнамском языке же отсутствует подобное заимствование, а понятие передается исконным словом «*nhà buôn*», где еще появляется классификатор «*nhà*» для обозначения лица или учреждения, занимающегося деятельностью по купле-продажу товаров.

Итак, в большинстве случаев, когда в русском языке употребляется прямое заимствование, то во вьетнамском языке мы находим исконно вьетнамское соответствие. В силу того, что русский и вьетнамский языки совершенно разные, но нужно и учитывать тот факт, что вьетнамские журналисты довольно осторожно употребляют заимствования в своей официальной речи. Дальнейшее исследование функционирования заимствований в других

языковых сферах покажут более полную картину употребления англицизмов в русской и вьетнамской речи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, краткий анализ приведенных экономических терминов показывает, что на основе английских слов в процессе фонетической адаптации возникают прямые заимствования в русском языке, которые полностью отражают звуковой облик оригинала, и что указанные англицизмы являются ярким проявлением тенденции активного вторжения иноязычных слов в специальные сферы русского языка.

Хотя лингвисты расходятся во мнениях о оправданном и неоправданном заимствовании некоторых англицизмов: «Трудно согласиться, что все те новшества, которые появляются в языке, способствуют его развитию. Ведь под развитием понимаются постепенные изменения, переход из одного состояния в другое, более совершенное, движение от низшего к высшему... То, что происходит на наших глазах, – это не развитие языка, это торжество иноземных ценностей, таких же, как сигареты, напитки, автомобили, вкусы, манеры, обычаи» [1, с. 57]. Если сравнивать с вьетнамскими соответствиями, то мы видим явное преобладание англицизмов в русском языке в тех случаях, когда во вьетнамском языке наблюдается тенденция употребления исконного словообразования. Не будем констатировать этот факт, как о негативном явлении в русском языке, мы понимаем, что экономические термины называют новые явления в экономической действительности.

Список литературы:

1. Величко А. В., О «русскости» русского языка наших дней // Журнал «Русская речь» № 6, 1995.
2. Вербицкая Л. А., Сохранить прекрасный русский язык — наша задача // Слово и текст в диалоге культур: юбилейный сборник. — М., 2000.
3. Комлев Н. Г., Словарь иностранных слов. — М.: Эксмо, 2006.
4. Косенко Е. И., Анализ функционирования экономических заимствований в современных российских СМИ // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, № 1, 2019.
5. Костомаров В. Г., Памфлеты о языке: родном, благоприобретенном и русском языке в Евразии: монографии. 2-изд., испр. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2016.
6. Крысин Л. П., «Свое» и «чужое»: заметки о некоторых иноязычно-русских лексических параллелях // Лингвистическая полифония: Сборник статей в честь юбилея профессора Р. К. Потаповой. Ответственный редактор чл.-корр. РАН В. А. Виноградов. — М.: Языки славянских культур, 2007.
7. Крысин Л. П., Толковый словарь иностранных слов. — М.: ЭКСМО, 2006.
8. Крысин Л. П., Толковый словарь иностранных слов. — М.: ЭКСМО, 2010.
9. Новикова Н. В., Звонкое иноязычие // Журнал «Русская речь» № 4, 1992.

Гусейнова Татьяна Султанзиевна

*Канд. филол. наук, доцент кафедры общего языкознания
Дагестанского государственного педагогического университета
г. Махачкала*

АННОТАЦИЯ.

Цель. Изучение механизмов формирования автором фразеологических трансформ, а также регламентации их смысловых рамок с позиций масштаба ассоциативных связей, возникающих в процессе восприятия экспрессивных единиц. **Методы.** Описание, сопоставление. **Результаты.** Преимущественная реализация тех или иных фразеологических трансформ, их концентрация, система ассоциативных связей большей частью регламентированы авторскими интенциями и политикой издания, в меньшей степени определяются содержанием отображаемой информации. **Вывод.** Отношение журналиста к информации и языковым единицам со значением пассионарности детерминировано стремлением оказать на читателя наибольшее эмоционально-экспрессивное воздействие.

ABSTRACT.

Purpose. The study of the mechanisms of phraseological transforms formation by the author, as well as the regulation of their semantic framework from the standpoint of the scale of associative links arising in the process of perception of expressive units. **Methods.** Description, comparison. **Results.** The predominant implementation of certain phraseological transforms, their concentration, the system of associative links are mostly regulated by the author's intentions and policy of the publication, to a lesser extent determined by the content of the displayed information. **Conclusion.** The attitude of the journalist to information and language units with the value of passionarity is determined by the desire to have the greatest emotional and expressive impact on the reader.

Ключевые слова: публицистический дискурс, фразеология, номинация, когнитивность, пассионарность, журналист, экспрессивность, оценочность, информация, транспозитивные связи, восприятие.

Keywords: journalistic discourse, phraseology, nomination, cognition, passionarity, journalist, expressiveness, evaluation, information, transpositive connections, perception.

Характер пассионарности как значимого признака современных СМИ обусловлен коммуникативными потребностями изданий к процессу передачи, обработки и трансляции информации, при этом существенная роль отводится лингвистическим средствам, способным формировать повышенное эмоционально заряженное поле. К числу таких языковых единиц относятся разнообразные по происхождению и структуре устойчивые обороты, которые получили обобщающее условное терминологическое именование фразеологические единицы (ФЕ). Данные языковые знаки обеспечивают ротацию особой экспрессивности, свойственной СМИ, следовательно, и влияют на динамику познания окружающей действительности. В связи с этим активизируется процесс усиления импрессивной функции фразеологической номинации в личностном восприятии новизны, а также детализируется индивидуальная специфика психолингвистического аспекта речемыслительной деятельности реципиента, его способность к эмоционально-оценочной трактовке событий посредством глубинного анализа реализованных языковых знаков, умения предвосхитить и описать содержательный вектор последующего за заголовочной конструкцией публицистического дискурса.

Указанный признак фразеологической номинации, опираясь на новизну и непривычность трансформы, задействует потенциал эмоционально-выразительных языковых средств для демонстрации формально-логического мышления коммуникантов, способных адекватно считывать информационные знаки, сигналы, объединяя их в

масштабные информационные пространства, которые, движимые внутренней духовной энергией и социально-личностными отношениями коммуникантов, оптимизируют модель психолингвистического воздействия на воспитательное, образовательное, мыслительное и т.д. состояние языковой культуры общества, вырабатывают в конечном счете дискурсивное сознание и становятся «источником лингвокультурологической информации» [1, с. 190]. Спецификой значительной эмоциональности, образности, оценочности любого языкового знака является пассионарность, которая с позиций фразеологической трансформы отображается на умении коммуниканта качественно декодировать ее смысл детерминировать направление языковой оптимизации, реконструировать информационную цепочку, проходя обратный путь от содержания материала к заголовку и причине осуществленных изменений в узуальной форме, в результате чего обнаруживается мотивационная сторона номинации. Семантическая структура фразеологической номинативной единицы имеет блоковый характер и строится на способности индивидуума хранить и точно воспроизводить целостные вербальные конструкции, которые благодаря визуальному восприятию интерактивного смысла идентифицирует дискурсивное мышление.

Интерактивный смысл конституирует структурно-логический аспект формирования фразеологической номинации как некой системы, в которой авторские интенции инспирируют весьма конкретное информационное побуждение к восприятию пассионарности на всех уровнях публицистического дискурса и освоению механизмов обработки