

Трифорова Наталия Семеновна

МОДИФИКАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ ПРИ ЗАИМСТВОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ ИЗ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В РУССКИЙ

В статье исследуются типы семантической модификации заимствованных слов в процессе заимствования экономической лексики из английского языка в русский, а именно: сужение, расширение, сдвиг значения, а также отсутствие изменений значений в смысловой структуре заимствованной единицы в языке-реципиенте. Статья анализирует особенности и причины активности типов модификации на разных этапах модификации заимствованного слова.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/11-3/45.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 11(77): в 3-х ч. Ч. 3. С. 166-169. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/11-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

4. **Миллият сүзлеге: анлатмалы сүзлек** / төзүче-авторы Адлер Тимергалин. Казан: Мәгариф, 2007. 575 б.
5. **Соколов Ю. М.** Русский фольклор. М.: Учпедгиз, 1941. 559 с.
6. **Татар теленең анлатмалы сүзлеге** / Ф. Ә. Ганиев ред. Казан: Матбугат йорты, 2005. 848 б.
7. **Татар теленең зур диалектологик сүзлеге** / төз.: Ф. С. Баязитова, Д. Б. Рамазанова, З. Р. Садыкова, Т. Х. Хәйретдинова. Казан: Татар. кит. нәшр., 2009. 839 б.
8. **Тимерханов А. А., Сабирова А. М.** Бинарная оппозиция «антропоморфность – сверхъестественность» (на примере лексико-семантического поля «Нечистая сила») // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2016. Т. 2. № 2. С. 56-63.
9. **Томахин Г. Д.** Соединённое Королевство Великобритании и Северной Ирландии: лингвострановедческий словарь. М.: АСТ-ПРЕСС, 2003. 720 с.
10. **Урманче Ф. И.** Татар мифологиясе: энциклопедик сүзлек: 3 томда. Казан: Мәгариф, 2008. 1 т. А-Г. 303 б.
11. **Урманче Ф. И.** Татар мифологиясе: энциклопедик сүзлек: 3 томда. Казан: Мәгариф, 2009. 2 т. Д-С. 343 б.
12. **Урманче Ф. И.** Татар мифологиясе: энциклопедик сүзлек: 3 томда. Казан: Татарстан китап нәшрияты, 2011. 3 т. С-Я. 199 б.
13. **Хорнби А. С., Гэтенби Э. И., Уэйкфилд Г.** Учебный словарь современного английского языка. М.: АСТ, 2001. 1568 с.
14. **Longman Dictionary of Contemporary English.** Third edition with new words supplements. UK: Pearson Education, Limited, 2001. 1668 p.
15. **Simpson J., Roud St.** A Dictionary of English Folklore. N. Y.: Oxford University Press, 2000. 411 p.

**ANTHROPOMORPHISM IN THE DESCRIPTION OF IMAGES OF THE “DEVILRY”
(BY THE MATERIAL OF THE TATAR AND ENGLISH LANGUAGES)**

Timerkhanov Ainur Akhatovich, Doctor in Philology, Associate Professor
G. Ibragimov Institute of Language, Literature and Art, Tatarstan Academy of Sciences, Kazan
timtako22@mail.ru

Sabirova Aigul' Marsovna
Nizhnekamsk Pedagogical College
sabira16@yandex.ru

The article presents some results of the comparative analysis of the lexical-semantic field “devilry” in the Tatar and English languages which indicate anthropomorphism as one of the main features inherent in the images of evil spirits in the investigated linguocultures. The sources of the study are data from lexicographic works. The translation of the examples has been done by the authors. It is established that anthropomorphism typical of objects and subjects interacting with the devilry is expressed through the following: the group nature of perception of the surrounding objects; the understanding of their uniqueness and singularity; the belief in the exceptional importance of family and blood ties as an integral part of the value system in the context of the studied cultures.

Key words and phrases: Tatar language; English language; anthropomorphism; mythological image; devilry.

УДК 811

В статье исследуются типы семантической модификации заимствованных слов в процессе заимствования экономической лексики из английского языка в русский, а именно: сужение, расширение, сдвиг значения, а также отсутствие изменений значений в смысловой структуре заимствованной единицы в языке-реципиенте. Статья анализирует особенности и причины активности типов модификации на разных этапах модификации заимствованного слова.

Ключевые слова и фразы: заимствование; семантическая модификация; сужение значения; расширение значения; сдвиг значения; язык-донор; язык-реципиент; экономическая лексика.

Трифорова Наталия Семеновна, к. филол. н., доцент
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону
n_trifonova@aaanet.ru

**МОДИФИКАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ ПРИ ЗАИМСТВОВАНИИ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ ИЗ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В РУССКИЙ**

Заимствование является одним из распространенных средств пополнения словарного состава языка. Заимствование слов – естественный процесс, который отражает отношения (политические, военные, экономические, культурные) между народами в разные периоды их истории [6, с. 161].

В настоящий момент русский язык переживает бум заимствования единиц в основном из английского языка. Активно заимствуется лексика разных языковых стилей и разных областей знаний, деятельности и существования общества. Безусловно, процесс глобализации, затрагивающий все сферы жизни, играет здесь ключевую роль, выдвигая английский язык, признанный языком международного общения, в качестве языка-донора на первое место. Кроме того, английский язык (как аналитический) более терминологичен и зачастую

предлагает более удобное односоставное название для обозначения нового понятия там, где в русском (синтетическом) языке потребовалась бы описательная фраза. Вышеупомянутое делает английский язык весьма популярным источником заимствования в сфере экономики.

В качестве материала для статьи выбраны «Бизнес-журнал» (подборка за 2014-2015 гг.) и «The Economist» (подборка за 2015 г.), так как они затрагивают широкий спектр тем, интересующих экономистов, начинающих предпринимателей и др. Главными темами изданий являются практические аспекты предпринимательства, эффективные управленческие технологии, инновации в бизнесе и бизнес на инновациях. Журналы выпускаются как в печатной версии, так и в электронном варианте.

В процессе заимствования слово претерпевает различные изменения. На лексическом уровне заимствованная единица, обладая вполне устоявшимися семантическими связями в языке-доноре, при переходе в язык-реципиент эти связи либо полностью утрачивает, либо сохраняет, но частично [5, с. 304]. То есть слово может частично сохранить значения, имеющиеся в языке-доноре, либо полностью их утратить, приобретая новые значения в языке-реципиенте.

Статья рассматривает особенности изменений смысловой структуры слова, которые происходят при заимствовании экономической лексики на современном этапе. Большинство лингвистов сходятся во мнении, что семантика заимствованного слова изменяется в языке-реципиенте в основном по четырем направлениям: сужение значения слова, расширение значения слова, изменение/перенос/сдвиг значения слова, также может наблюдаться отсутствие каких-либо семантических изменений при заимствовании.

Семантические изменения заимствованных лексем являются результатом когнитивных процессов восприятия и переосмысления явлений в языковом сознании носителей языка-реципиента. Семантическая динамика всегда этнически обусловлена, так как восприятие каждого этноса как коллективного субъекта восприятия детерминируется социально-психологическими установками. Установки влияют на ракурс восприятия таким образом, что у одних и тех же объектов окружающего мира для разных этносов доминантными оказываются разные признаки, что и выражается в специфике изменения семантической структуры разноязычных лексем, обозначающих один и тот же объект действительности [7, с. 22]. Несмотря на справедливость этого утверждения, хотелось бы заметить, что при заимствовании слов в лексический корпус специализированных знаний, практики и областей науки (в данном случае экономики) подобная обусловленность значительно сокращается. Это связано, с одной стороны, с тем, что единицы заимствуются в качестве более или менее однозначных терминов, которые в подавляющем большинстве (если это не профессиональный жаргон) не обладают экспрессивностью и употребляются в устоявшемся ограниченном контексте. Кстати, это определяет и речевую принадлежность заимствованных слов: в подавляющем большинстве они являются существительными и глаголами. С другой стороны, в современном экономическом дискурсе наблюдается все более отчетливая тенденция к национальному нивелированию и развитию, если можно так выразиться, «глобального» экономического подязыка в общении, где национальные экономики все чаще рассматриваются как часть глобальной. Это не может не ограничивать этническую обусловленность семантической динамики заимствованных слов в языке-реципиенте, т.к. вышеприведенные факторы направлены как раз на стирание доминантных признаков.

Таким образом, в результате проведенного исследования вполне объясним тот факт, что найденные заимствования тяготеют к тому, чтобы либо оставлять свое значение неизменным, либо его сужать, оставляя только часть семантической структуры английского слова-донора. Статистически это выражается в том, что в процентном соотношении количество заимствований, не изменивших свое значение, составляет 47%; число заимствований, сузивших свое значение, – 46%, что значительно превосходит активность расширения значения (7%); перенос значений обнаружен не был.

Рассмотрим некоторые примеры заимствования экономической лексики из английского языка в русский, иллюстрирующие типы семантической модификации.

1. Сужение значения в первую очередь связано с заимствованием только одной смысловой частью слова-донора, введение и дальнейшее использование данного слова непосредственно с одним значением в русском языке.

Слово «шеринг» (sharing) в русский язык было введено в контексте фразы «экономика шеринга» (sharing economy). Слово «шеринг» также входит в состав таких слов, как райдшеринг (ride-sharing) и каршеринг (car-sharing), которые не меняют своего значения при заимствовании из английского языка в русский. В английском языке глагол *share* имеет шесть дефиниций в словарной статье. Первые два значения более всего передают значение *sharing* во фразе *sharing economy*: “1) to have or use something at the same time as somebody else; 2) to divide something between two or more people” [9, p. 1396] / иметь или использовать что-либо одновременно с кем-то еще (здесь и далее перевод автора статьи. – *H. T.*). В бизнесе лексема “share” используется со следующим значением: “any of the units of equal value into which a company is divided and sold to raise money” [Ibidem] / любой из равных паев, на которые делится капитал компании и которые продаются, чтобы привлечь средства. Фраза “sharing economy”, которая, собственно, и ввела данное заимствование в русский язык, обозначает: “an economic system in which people can share possessions, services, etc., usually by means of the Internet” [10] / экономическая система, при которой люди совместно владеют или используют имущество, услуги и т.д.

They view the “sharing economy”, in which outright ownership of goods is less important (think of car clubs and “freecycled” furniture), as a sign of capitalism’s impending demise [11, p. 60]... / Они рассматривают «экономику шеринга», в которой прямое право собственности на имущество менее важно (например, автоклубы или обмен мебелью (Freecycle Furniture – сайт «Отдам мебель бесплатно»)) как знак неизбежной кончины капитализма...

В русском языке данное слово не закреплено в словарях, так как оно начало использоваться сравнительно недавно. Но журнал, вводя новый термин, дает его толкование для читателя: «...экономика шеринга обозначает экономику обмена свободными ресурсами и коллективного потребления» [3, с. 18]. Как видно в первом примере, «шеринг» переносится также на другие области, давая заимствованию дальнейшее развитие в языке.

По его мнению, на экономику шеринга работают сразу два фактора – улучшение качества коммуникаций, а также увеличение количества параметров, по которым оцифровывается каждый конкретный человек: «Чем больше станет оцифровываться мир вокруг нас, тем больше появится оснований для возникновения шеринговой коммуникации» [1, с. 20].

2. Расширение значения происходит в значительно меньшем объеме, сравнительно с сужением, – всего 7% случаев. Меньший объем расширения значения связан с тем, что для приобретения каких-либо дополнительных значений, не связанных с языком-донором, заимствованной лексеме необходимо прижиться в языке-реципиенте, расширить сферу употребления и контекст употребления. Например, в английском языке «шоурум» (showroom) обозначает “a room used for displaying a company’s products. Most commonly, a showroom refers to the area where an automobile manufacturer displays its various models of cars” [8] / помещение для демонстрации продукции компании; чаще всего, понятие *шоурум* означает помещение, в котором производитель автомобилей выставляет различные модели машин. В экономическом дискурсе значение слова схоже с тем, которое дано выше: “a large shop/store in which goods for sale, especially cars and electrical goods, are displayed” [9, p. 1412] / большой магазин, в котором демонстрируются товары на продажу, особенно автомобили и электротовары.

Some dealers are experimenting with selling cars online, or opening temporary “pop-up” showrooms in shopping centres [12, p. 52]. / Некоторые торговцы экспериментируют, продавая автомобили онлайн или открывая «вдруг возникшие» временные шоурумы в торговых центрах.

В русском языке в данной лексеме происходит расширение значения. В первую очередь данное слово означает: «...помещение, в котором покупатель может рассмотреть или попробовать образцы товара» [4, с. 760]. При расширении им приобретает значение: «...мероприятие, проводящееся в целях ознакомления оптовых покупателей с продукцией» [Там же]. При сравнении имеющихся дефиниций можно видеть, что расширение значения произошло в нескольких направлениях. Так, в английской словарной статье отсутствует значение проводимого специализированного мероприятия, в то время как в русском языке «шоурум» и магазин пока являются разными понятиями, в то время как в английском языке происходит сближение двух данных лексем.

Компания Placed, занимающаяся мобильной аналитикой, в 2013 году провела масштабное исследование, посвященное «эффекту шоурума»: около 14 тысяч пользователей Amazon в обмен на скидки и подарочные карты разрешили отслеживать свое физическое местоположение [2, с. 39].

Как было сказано выше, расширение значения заимствованных слов происходит реже, чем сужение значения слова, так как для приобретения заимствованием новых значений слову необходимо просуществовать какое-то время в речи языка-реципиента. В связи с недолгим существованием в языке-реципиенте также связано отсутствие единообразного написания.

3. При рассмотрении переноса/сдвига значения нужно отметить, что в экономическом дискурсе это довольно редкое явление, т.к. семантический перенос осуществляется по какому-либо яркому признаку (чаще всего метонимическому). Такие признаки в экономической сфере обнаружить проблематично в силу терминологичности и нейтральности лексики при отсутствии у нее коннотативной оценочности. Следует заметить, что ясно выраженный сдвиг значения в заимствованном слове происходит, когда оно уже какое-то время функционирует в языке-реципиенте достаточно свободно, расширяя терминологически обусловленный контекст, впитывая в себя национальные особенности окружающей действительности и адаптируя себя к ним. То есть заимствованная единица испытывает на себе влияние тех самых социально-психологических установок, о которых в статье говорилось ранее. Но те же упомянутые ранее рестрикционные факторы сводят эту модификацию к очень малым величинам, особенно на начальных этапах вхождения слова в язык-реципиент.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что сдвиг значения, как правило, происходит по типу расширения значения, точнее, являясь следующей за ним ступенью. Расширяя контекст употребления и образуя новые терминологические сочетания, слово может присоединять новое(ые) значение(я) к первоначально заимствованному (расширение семантической структуры). Как правило, это завершает смысловую модификацию заимствованной единицы, и значение-донор не теряется и не модифицируется. Но редко новые доминантные признаки превалируют и приводят к сдвигу значения в языке-реципиенте. Очень трудно бывает провести грань между расширением и сдвигом значения заимствованного слова. Справедливо признать, что очень часто такое деление весьма субъективно и сильно зависит от регистрационных дефиниций и анализируемого фактологического материала. Особенно это заметно в сравнительных исследованиях из-за разницы лексикографических традиций. При проведенном анализе фактологического материала в экономических журналах все примеры сдвига значений при тщательной лексикографической перепроверке на первый взгляд оказались иллюстрацией смысловой модификации заимствованного слова по типу расширения значения.

4. Самым распространенным в анализируемых источниках оказалось отсутствие какого-либо изменения значения у слова из языка-донора при заимствовании (47%). Такие заимствования, как «шорт-лист» (short list), «хеджирование» (hedging), «фритрейдерство» (free trading), «франчайзинг» (franchising), «фандрайзинг» (fundraising), «инжиниринг» (engineering), «вебинар» (web seminar) и др., не получают дальнейшего развития входящего в них семантического компонента.

В погоне за эффективностью франчайзи вынуждены разрабатывать собственные решения локальных проблем. Эти решения не всегда можно зафиксировать и объяснить другим [3, с. 27].

Причины этого достаточно очевидны. Отсутствие изменения значения происходит в связи с тем, что использование слова ограничено рамками бизнеса и представляет собой экономическую терминологию со всеми ее особенностями как в английском, так и в русском языке. В язык-реципиент английское слово входит как удобный, краткий, односоставный интернациональный термин, как правило, однозначный. Поскольку английская единица, приобретя необходимую конкретизацию и лишившись экспрессивности, уже идентифицирована в языке-доноре как термин, это облегчает ее вхождение в русский язык в качестве практичного готового слова-термина даже при наличии русского синонима (лизинг (leasing) vs аренда).

На отсутствие изменения значения у заимствованного слова также влияет и его новизна в языке-реципиенте, то есть слово еще не успело расширить контекст употребления и достаточно развить свою семантическую структуру. Это приводит часто к тому, что вновь приобретенное и еще не ассимилированное английское слово не изменяется и графически, то есть сохраняется его латинское написание в окружении лексики русского языка, и слово определяется как иноязычное вкрапление. Графическая адаптация в языке-реципиенте является первой ступенью ассимиляции заимствованной единицы. Со временем, в случае востребованности, она проходит и остальные ступени, обрстая грамматической и словообразовательной парадигмой, расширяя свою синтагматическую сочетаемость и развивая семантический потенциал. Нередки случаи, когда латинская и русская графики функционируют какое-то время параллельно. При помощи иноязычных вкраплений вводятся и закрепляются в языке-реципиенте новые понятия, которые в дальнейшем могут ассимилироваться в языке-реципиенте. Так как иноязычное вкрапление является новейшей единицей, значение его часто поясняется. Нижеследующий пример иллюстрирует употребление двух английских заимствований, находящихся на разных этапах ассимиляции.

*По счастью, на этом этапе проект требует не столько финансовых инвестиций, сколько усилий, затрат со стороны команды проекта – того, что в западной стартаперской практике принято называть **sweat equity** (от англ. букв. «актив, создаваемый потом») [Там же, с. 31].*

Как иноязычные вкрапления в русский экономический подъязык вводятся имена собственные (как правило, названия компаний) и аббревиатуры. Последние часто используются на постоянной основе в речи специалистов в связи с отсутствием эквивалентов в языке-реципиенте.

*Из практики западных компаний в Россию пришла аббревиатура **RJP** (от англ. **realistic job preview**), которая обозначает реалистичное описание служебных обязанностей средства [Там же, с. 58].*

В вышеуказанных примерах значение иноязычных вкраплений в русских экономических текстах не изменяется. Для определения слова используются база английского языка и переводные конструкции. Таким образом, единица входит в русский язык со своим первоначальным значением, не приобретая каких-либо дополнительных значений, так как продолжает функционировать по правилам языка-донора.

Список источников

1. **Бизнес-журнал**. 2014. № 1 (214).
2. **Бизнес-журнал**. 2014. № 2 (215).
3. **Бизнес-журнал**. 2014. № 12 (237).
4. **Егорова Т. Е.** Словарь иностранных слов современного русского языка. М.: Аделант, 2014. 800 с.
5. **Пауль Г.** Принципы истории языка. М.: Издательство иностранной литературы, 1960. 501 с.
6. **Рахманова Л. И., Суздальцева В. Н.** Современный русский язык: лексика, фразеология, морфология. М.: Аспект Пресс, 2010. 464 с.
7. **Сухорукова Ю. С.** Динамика семантических процессов заимствований в современном французском языке: свободный и связанный контекст: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2005. 28 с.
8. **Online Business Dictionary** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessdictionary.com/> (дата обращения: 05.12.2016).
9. **Oxford Advanced Learner's Dictionary**. Oxford: Oxford University Press, 2007. 2000 p.
10. **Oxford Dictionaries** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 05.12.2016).
11. **The Economist** [Электронный ресурс]. 2015. August 8th-14th. URL: <http://www.Economistcom/printedition/covers&printregion=7698@2015> (дата обращения: 10.01.2017).
12. **The Economist** [Электронный ресурс]. 2015. August 22nd-28th. URL: <http://www.Economistcom/printedition/covers&printregion=7698@2015> (дата обращения: 10.01.2017).

MODIFICATION OF MEANINGS WHEN BORROWING ECONOMIC VOCABULARY FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

Trifonova Nataliya Semenovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Southern Federal University, Rostov-on-Don
n_trifonova@aaanet.ru

The article studies the types of semantic modification of borrowed words in the process of borrowing economic vocabulary from English into Russian, namely: narrowing, extension, shift of meaning and also the absence of changes in meanings in the semantic structure of the borrowed unit in the recipient language. The article analyzes the features and causes of the activity of types of modification at different stages of the borrowed word modification.

Key words and phrases: borrowing; semantic modification; narrowing of meaning; extension of meaning; shift of meaning; donor language; recipient language; economic vocabulary.