

УДК 811.161.1

## АНГЛИЦИЗМЫ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ

П. Н. Магомедгаджиева

Дагестанский государственный педагогический университет

В статье анализируются вопросы вхождения заимствований – англицизмов в русский язык и обогащения словарного состава новыми экономическими терминами. По активности распространения в языке масс-медиа и в общеупотребительной речи экономические термины-англицизмы не имеют себе равных.

The questions of occurrence of loans-anglicisms in Russian and enrichment of the dictionary with the new economic terms are analyzed in the article. Economic terms-anglicisms have no equals on the activity of distribution in the language of mass media and in the vernacular speech.

Ключевые слова: лексика; заимствование; англицизм; русский язык; термин; язык масс-медиа; дискурс; экономика; экстралингвистические факторы.

Keywords: vocabulary; borrowing; anglicism; Russian; term; the language of mass media; discourse; economics; extralinguistic factors.

Последнее десятилетие XX и начало XXI вв. отмечены радикальными изменениями в мировой экономике, политике и культуре, вызванными процессом глобализации. Это слово активно используется на страницах газет, постоянно звучит в выступлениях политических лидеров, журналистов, экономистов, бизнесменов, ученых. Большинство исследователей уделяют внимание изучению процесса глобального распространения английского языка, а также вопросам сохранения национальных языков и сосредотачивают свое внимание на проблеме выбора языка для межнационального общения.

Среди процессов, характеризующих русский литературный язык начала XXI в., ведущее место занимает заимствование иноязычной лексики как один из способов номинации новых явлений. Два фактора – особенности восприятия иностранных слов русскоязычным населением и их специфическое функционирование в языке СМИ – определяют особую роль таких слов и выделяют их на общем фоне новой лексики, органично растворяющейся в словарном составе русского языка. В связи с этим представляется актуальным выявить некоторые особенности и закономерности функционирования новых заимствований в русском языке.

В центре внимания находятся два основных аспекта неологии: социолингвистический – причины заимствования новых слов и сферы общественной жизни, стимулирующие проникновение и функционирование иноязычных слов; собственно лингвистический – процесс включения в системные отношения с лексикой русского языка.

По мнению Л.П. Крысина, для употребления иноязычных слов характерны «две противоположные тенденции: с одной стороны, новое слово или термин, до этого известный главным образом специалистам, употребляется без каких бы то ни было “переводов”, комментариев..., а с другой, такие же слова и давно функционирующие в русском языке заимствования могут становиться объектом комментариев и авторских рассуждений» [1].

Основной причиной заимствования являются исторические связи народов. Общие причины заимствования иноязычной лексики другого характера достаточно хорошо известны: необходимость в номинации новых предметов, процессов и понятий; коммуникативная актуальность обозначаемого им понятия; тенденция к устранению полисемии и омонимии; потребность эвфемистических замен; стремление к экономии речевых средств; наличие в заимствующем языке сложившихся систем терминов, обслуживающих ту или иную тематическую область, профессиональную среду и т.п.; фактор моды на иностранные слова.

Экстралингвистические факторы обусловили интенсивность процесса заимствования из английской лексики в русский язык. В период расширения политических и экономических преобразований в стране усилился процесс заимствования английских слов. Переход большого количества терминологических слов в общеупотребительную лексику, появление различного рода терминов в литературной и разговорно-бытовой речи – эти процессы становятся характерной чертой развития русского языка начала XXI в.

В настоящее время особенно заметны изменения в экономической сфере. В новых сферах коммерческой деятельности широко используются английские слова, что способствует массовому вхождению в русский язык новых англицизмов. Вопросы экономики находятся в центре постоянного общественного внимания, этим и обусловлены такие параллельные процессы, как

заимствование экономической терминологии и ее распространение за пределы специальной сферы. Стремление прессы рубежа веков ознакомить читателей с основами ведения рыночного хозяйства привело к своего рода экспансии экономических терминов в литературный язык. Таким образом, по активности распространения в языке средств массовой информации и в общеупотребительной речи экономические англицизмы не имеют себе равных. Одним из важнейших элементов глобальной коммуникации, как и язык политики, является язык экономики, экономическая лексика. Термины-англицизмы отражают прежде всего тенденцию к интернационализации экономической терминологии, что существенно стимулируется наличием прямых и непосредственных контактов с иностранными партнерами.

Процесс массовой номинации носит ярко выраженный социальный характер. Появляются и исчезают из широкого употребления «модные» слова – *бартер*, *ваучер* и др. Складываются традиции использования новых терминов, типичные контексты, т.е. идет процесс формирования собственно системных отношений в данной терминосфере. Экономическая терминология занимает особое место в кругу разных терминосфер (ср. напр., научно-техническая терминология, терминология естественных наук).

В эпоху глобализации русскоязычные терминосистемы, принятые во многих европейских странах, сменяются англоязычной терминологией благодаря доминирующему положению английского языка в мировом цивилизационном пространстве. «В этот период почти все этнические языки оказались перед необходимостью оперативной переработки и трансляции по каналам коммуникативной связи огромного, стремительно расширяющегося и изменяющегося информационного массива» [2, с. 31]. Массированный приток англоязычных заимствований, отмечаемый почти во всех «этнических» языках, выдвигает на первый план задачу их ускоренной адаптации, чему, по мнению Г.П. Нецименко, «способствуют такие факторы, как высокая востребованность обозначения, а также обусловленная этим высокая частотность его употребления в речевом потоке» [2, с. 34].

Современная экономическая терминология с точки зрения источников формирования распадается на несколько групп. Можно выделить значительный пласт лексических единиц, которые представляют собой некоторый постоянный фонд экономической терминологии. Данные слова выражают базовые общеэкономические понятия и категории, например: *капитал*, *базис*, *бюджет*, *национальный доход*, *экспорт* и др. Часть экономических терминов, нейтральных по своей семантической структуре, употреблялась в прежние времена в качестве атрибутов западной экономики: *инфляция*, *индексация*, *концерн*, *биржа*, *банк* и многие другие. Значительный пласт экономической лексики, фиксирующий новые явления, представляет собой слова и словосочетания устаревшие, нейтрально функционирующие в русском языке «досоветского периода» по отношению к русским реалиям. Массовым сознанием, в связи с распадом связи времен, рассматриваются в анализируемый период как новые: *акционерные общества*, *фирма*, *биржевые маклеры*, *кризис неплатежей*. Наиболее многочисленную группу, представляющую собой сегодня открытый ряд, составляют иноязычные заимствования (преимущественно англицизмы). Многие из наиболее употребительных слов вышли за границы узкопрофессионального употребления. Развитие рыночных отношений является сильным толчком к тому, чтобы заимствовать подобные термины, которые, в свою очередь, постепенно из узкоспециальной лексики переходят в общелитературный язык.

Слова экономического дискурса встречаются на страницах газет, журналов, звучат на радио и ТВ, на сайтах в сети Интернет, появляются в разных видах рекламы: *менеджмент*, *маркетинг*, *консалтинг*, *холдинг*, *лизинг*, *клиринг*, *демпинг*, *франчайзинг*, *трансферт*, *оффшор*, *аудит*, *реституция*, *дилер*, *дистрибьютор*, *риэлтор*, *спонсор*, *чартер*, *лот*, *дивиденды*, *эмиссия*, *ипотека*, *тендер*, *депозитарий* и др.

Так, к числу современных заимствований относятся наименования коммерческих предприятий определенного профиля, например: *консалтинг* (англ. *consulting* – советовать, консультировать: «реализуемый специализированными фирмами вид услуг, заключающийся в предоставлении профессиональных консультаций в сфере экономической, финансовой или иной деятельности» [3, с. 323], *консалтинговая фирма*: «Российская организация, применяющая упрощенную систему налогообложения, приобретает консалтинговые услуги у американской организации» [ФГ, 20.11.08]; *холдинг* (англ. *holding* – владеющий), *холдинг-компания* – «корпорация, компания, владеющая контрольным пакетом акций различных компаний и осуществляющая таким образом контроль за их деятельностью; холдинг; холдинговая компания» [3, с. 863]. Обозначение *холдинговая компания* терминологически более точно и присуще профессиональной речи, в то время как англицизм *холдинг* является общеупотребительным вариантом. Слово *холдинг* входит в употребление ранее заимствования соответствующей реалии, для чего еще не сложились соответствующие условия в обществе. Кроме того,

мы имеем дело не просто с распространением термина за пределы профессионального употребления, но с одновременным заимствованием англицизма в профессиональную лексику и его проникновением в общеупотребительную речь, например: «*Национальная холдинговая компания “Узбекнефтегаз” объявляет о продолжении тендера № 271/08 – НИМ*» [Т, 10.04.09]; «*Холдинг “Фос Агро”, похоже, считает, что нормальная работа и выпуск минеральных удобрений ОАО “Воскресенские минеральные удобрения” будут противоречить интересам государства*» [НГ, 26.03.09].

Большинство англицизмов, включаемых в группу новых понятий, относятся к малочастотным, например: *фьючерс, фьючерсный контракт (futures contract)*. В Словаре новейших иностранных слов оно дано в значении: «биржевая сделка по купле-продаже товаров или ценных бумаг с обязательством поставки их покупателю в оговоренные сроки в будущем по ценам, действующим в момент заключения контракта; контракт на такую сделку» [З, с. 833]. Особенность употребления англицизма *фьючерс* в том, что он успешно конкурирует с терминологическим описательным выражением *фьючерсный контракт*, как в профессиональной среде, так и в языке средств массовой информации «*По данным трейдеров, фьючерсных контрактов с ценой поставки в 50 долларов за баррель становится все больше*» [К, 05.12.04]; «*“Ну да! И введем фьючерсы на соль, спички и тушенку”, – буркнул стоявший рядом со мной трейдер*» [КП, 01.12.08].

О закреплении новых лексических единиц в определенной сфере коммуникации – сфере бизнеса, финансов говорят контексты употребления в текстах масс-медиа следующих слов: *лизинг, клиринг, тендер, топ-менеджер*, например: «*На этот объект, который должен стать одной из визитных карточек Владивостока, уже объявлен тендер, но вот только члены градостроительного совета узнали об этом последними*» [К, 25.03.09]; «*Одной из основных причин недостаточной капитализации финансового рынка является несовершенство клиринговых процедур, что создает высокие риски в процессе клиринга*» [РБГ, 03.02.09]; «*Поставить под контроль бонусы топ-менеджеров и открыть общий банк данных о недобросовестных директорах*» [КП, 26.03.09].

В результате такого употребления англицизмы, относящиеся к сфере коммерции, маркируются не столько как слова, ограниченные в своем использовании профессиональной средой, сколько как слова, выражающие социальный статус некоторой социальной группы, объединяющей говорящего и предполагаемого адресата.

Таким образом, редкие, малоизвестные большинству носителей русского языка англицизмы из экономической сферы используются в языке средств массовой информации с целью ознакомления с новыми понятиями и явлениями.

Важным этапом на пути детерминологизации специальных слов является разговорный стиль, в котором раньше и полнее всего фиксируется терминология, входящая в языковое употребление. Этот процесс семантического изменения терминов связан с утратой четких дефиниций терминов, то есть семантическим переосмыслением терминов и переход их в другой стилистический пласт лексики.

Проведенный анализ глобального распространения английского языка и его влияния на общий фонд интернациональной лексики позволяет предположить не только сохранение этих тенденций, но и увеличение значимости явлений. В количественном отношении корпус экономической лексики – интернационализмов английского происхождения будет увеличиваться, а глобализация английского языка оказывать все большее влияние на развитие мировой культуры.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык в школе. 1994. № 6. С. 56.
2. Нецименко Г.П. Заимствования и интернационализмы в современной вербальной коммуникации // Проявление интернационализации в славянских языках / под ред. Е. Коряковцевой. Седльце: Изд-во Академии Подляской, 2009. С. 29–41.
3. Словарь новейших иностранных слов (конец XX – начало XXI в.). М., 2009. 944 с.

#### СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

К – «Культура»; КП – «Комсомольская правда»; НГ – «Независимая газета»; РБГ – «Российская бизнес-газета»; Т – «Труд»; ФГ – «Финансовая газета».

Поступила в редакцию 23.04.2015 г.  
Принята к печати 28.09.2015 г.