

УДК 81.23

DOI: 10.26140/bgз3-2020-0904-0086

АНГЛИЦИЗМЫ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (СФЕРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ)

© 2020

Юйхань, аспирант 1 курса, преподаватель Педагогического университета
Внутренней Монголии КНР

Российский университет дружбы народов

(117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6, e-mail: 601247581@qq.com)

Аннотация. Анализ освоения англицизмов различными языковыми системами в современном мире – особенно если речь идет об экономической сфере, в частности о сфере международной торговли, – достаточно актуален. Речь здесь идет не только об экологии языка, но и о продуктивности деловых контактов, важных в эпоху глобализации. Конечно, языки различных типов, носителями которых являются разные народы – дружественные и более далекие друг от друга в политико-экономическом, географическом, культурном планах, включая исторический аспект, – будут по-разному реагировать на англицизмы. При этом сфера международной торговли, в которой англоязычные страны утвердились достаточно прочно, диктует свои условия. Что касается русского языка, то он, в силу принадлежности к языковой семье английского языка, в силу генетической, географической, в какой-то мере – культурной близости к группе романо-германских языков, воспринимает англицизмы гораздо проще. Тем более что соответствующие контакты с англоязычным миром, особенно после 1990-х гг., имеют достаточно давнюю историю, они довольно обширны. Что касается Китая, то, имея язык иной языковой семьи, будучи географически удаленным от Европы, воспринимая западную культуру в целом более критично (особенно с учетом исторического аспекта, с учетом особенностей плановой экономики и соответствующего политического строя), в области заимствования терминов, слов области экономики, международной коммерческой сферы язык этой страны не подвергся такому влиянию, как русский язык.

Ключевые слова: экономическая сфера, лексика международной торговли, англицизмы, глобализация, русский язык, китайский язык, заимствования.

ANGLICISMS IN RUSSIAN AND CHINESE (INTERNATIONAL TRADE SPHERE)

© 2020

Yuhan, 1st year post-graduate student, teacher of the Pedagogical University
of Inner Mongolia, China

Peoples' Friendship University of Russia

(117198, Russia, Moscow, 6 Miklukho-Maklaya str., e-mail: 601247581@qq.com)

Abstract. The analysis of the development of anglicisms by various language systems in the modern world-especially if we are talking about the economic sphere, in particular the sphere of international trade-is quite relevant. This is not only about the ecology of language, but also about the productivity of business contacts, which are important in the era of globalization. Of course, different types of languages spoken by different peoples – friendly and more distant from each other in political, economic, geographical, cultural terms, including the historical aspect-will react differently to anglicisms. At the same time, the sphere of international trade, in which English-speaking countries have established themselves quite firmly, dictates its own conditions. As for the Russian language, because it belongs to the language family of English, because of its genetic, geographical, and to some extent cultural proximity to the group of Romano-Germanic languages, it perceives anglicisms much easier. Moreover, the relevant contacts with the English-speaking world, especially after the 1990s, have a fairly long history and are quite extensive. As for China, with a language of another language family, being geographically remote from Europe, perceiving Western culture in General is more critical (especially given the historical aspect, with the features of a planned economy and a corresponding political system), in drawing terms, words Economics, international commercial sphere the language of this country is not subjected to such influence, as Russian language.

Keywords: economic sphere, international trade vocabulary, anglicisms, globalization, Russian language, Chinese language, borrowings.

ВВЕДЕНИЕ.

Заимствования из английского в эпоху глобализации – вещь естественная, в том числе в связи с международной торговлей, набирающей обороты (особенно с учетом влияния сети Интернет, связанной с большим количеством физических лиц). В связи с этим интересно сопоставить китайский и русский языки как языки весьма различные, но принадлежащие дружественным народам, находящимся – в какой-то мере – в похожей политико-экономической ситуации по отношению к англоязычным странам. История России и Китая в XX–XXI вв. отнюдь не идентична – тем более интересно рассмотреть англоязычные заимствования в экономической сфере стран, претендующих на серьезную конкуренцию по отношению к США, коллективному Западу.

МЕТОДОЛОГИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ.

Специалисты считают, что «мы наблюдаем быстро меняющуюся языковую реальность русского языка. Это предопределяет необходимость скорейшего изучения и систематизации новых слов, появляющихся в речи и остающихся в языке. С каждым годом возрастает интерес к терминологическим проблемам в целом и к проблемам экономической терминологии в частности. Это связано с ростом количества терминов и сферы их

употребления: не только узкоспециализированная, но и ежедневная коммуникация» [1, 144]. При этом отмечается, что английский язык – основной источник заимствований. Ссылаясь на Л. Н. Митриеву [2, 65–67], авторы указанной статьи говорят о том, что в процессе освоения лексики экономической сферы, в том числе торговой, рядовые носители языка часто не осознавали в полной мере важных нюансов семантики, при том что «тиражировали» указанную лексику в основном СМИ. Далее авторы говорят о том, что серьезные исследования употребления экономической терминологии в 2002–2007 гг. [3] (исследование функциональных особенностей, закономерностей развития пласта лексики в целом, его место в общей системе терминов языка) показали, что наблюдается тенденция ко все большему усвоению слов экономической сферы обычными носителями языка – что не может не отражаться – в свою очередь – на словопотреблении журналистов.

Ю. И. Сигидов, В. П. Кочкина приводят примеры весьма употребляемых слов финансово-экономической сферы: *андеррайтинг* – услуги гарантий, предоставляемые финансовыми организациями в случае убытков; *дилер* – профессиональный торговец на рынке ценных бумаг, совершающий сделки за свой счет и от своего

имени; *овердрафт* – предоставление клиенту банка денег в случае недостаточности таковых на его счете, в случае необходимости оплаты по какому-то расчетному документу; *офшор* – территория с особыми льготными условиями ведения бизнеса для иностранных фирм. Названные слова имеют, конечно, определенное отношение к международной торговле.

В процессе освоения в частности лексики сферы международной торговли играют особую роль англицизмы, на каком-то этапе дающие частично эквивалентные или вовсе не эквивалентные переводы [4, 172–179; 5, 61–64]. Например, слово *provision* имеет значения: 1) резерв на покрытие расходов, убытков; 2) обеспечение; 3) положение договора. Специалисты таможенного дела юристы замечают, что подобные слова могли приводить к накладкам в области бизнеса – по причине недостаточной – с учетом всех трех значений – освоенности лексики русской языковой системой [6, 94–96]. Соответствующие слова, выражения в русском и английском могут отличаться важными для сферы торговли нюансами значения: точное значение *passing off* – употребление отдельными компаниями в составе собственных товарных знаков элементов популярных товарных знаков других организаций; в условном значении для носителей русского языка данное выражение, однако, будет означать недобросовестную конкуренцию. Здесь важно различать именно терминологический смысл, необходимый для деловой коммуникации. Одно дело – когда иностранные (заимствованные) слова так или иначе используются внутри одной языковой системы, другое дело – когда международная коммуникация приобретает все большую масштабность и использование, например, англицизмов, прямо влияет на бизнес-процессы – для нас сейчас актуальнее второй вариант.

Представлял и представляет сложность перевод терминологических сочетаний слов – в том числе потому, что английский язык имеет достаточно флективный характер и частеречная принадлежность в сочетаниях слов часто определяется по положению слова в предложении (примеры: *ships manifest* – декларация судового груза; *customs territory* – таможенная территория). Конечно, более сложно осваиваются выражения лексически неделимые, с переносным значением: выражение “*red herring*” *prospectus* можно перевести как проспект «копченой сельди» (дословно, неверно), при этом правильный перевод данного выражения – «предварительный вариант проспекта выпуска акций или займа».

Конечно, с учетом того, что США и Великобритания, например – две различные политические, экономические, культурные системы, терминология области внешней торговли будет различаться, что порождает дополнительные сложности заимствования слов коммерческой сферы русским языком (хоть в сфере экономики мы более ориентируемся на США, однако английский язык изучаем в основном в британском варианте). Пример: в британском английском «путевой индекс» – *sort code*, в американском – *routing code*.

Наибольшую трудность для перевода и, соответственно, освоения представляют безэквивалентные термины – в связи с отсутствием в языке либо перевода (который и нужно в данном случае создать), либо самого понятия. Здесь большую роль играет профессионализм, талант переводчиков – ибо они первоначально влияют на всю языковую систему, на сферу международной коммуникации, в частности в важной области международной торговли. В пример можно привести слово *securitization*, которое переводили в смысле «секьюритизация»; «ценнообумаживание» и – в конце концов более точно – в смысле формы привлечения финансирования путем выпуска ценных бумаг, обеспеченных активами, генерирующими стабильные денежные потоки; как уступку права требования (продажу) активов кредитной организации специальному юридическому лицу для последующего выпуска ценных бумаг. Таким образом, на-

блюдается определенная важная тенденция к приспособлению понимания слов носителями языка-акцептора к пониманию слова в языке-носителе, тем более что речь идет о лексемах широкой международной коммуникации, связанной с торговлей [7, 166–169; 8, 182–196].

Если рассматривать историю проникновения англицизмов в наш язык, то после 1990-х гг. данный процесс закономерно приобрел наибольшую активность. Развитие рынка, глобализация, появление сети Интернет привели к тому, что сегодня англицизмы, как мы сказали, активно используются не только специалистами, но и обычными людьми, чему способствует и достаточно активное изучение в России английского языка как иностранного. Будучи так или иначе освоенной, английская лексика употребляется в сфере экономической, политической, культурной сферах, в области медицины, техники, спорта. При этом экономическая сфера (к которой в частности близка область ИТ-технологий, техники довольно прочно связанной с современными экономическими процессами) занимает в данном случае лидирующие позиции [9, 165–166]. Все экономические заимствования из английского в русском можно в целом поделить на тематические группы, связанные с названиями видов коммерческой деятельности, с экономическими программами (например, *аутсорсинг*); с названиями организаций (*холдинг*); явлений банковского, биржевого дела (*котировка*, *трас*, *инвестиция*, *бартер*, *чек*); с названиями лиц, профессий (если иметь в виду сферу торговли, то это *дилер*, *мерчандайзер*); с названиями валюты, ценных бумаг (*евробонд*, *фьючерс*). Конечно, отдельные группы в данном случае закономерно полностью или частично относятся к сфере торговли, часто – международной торговли.

Использование англицизмов в области международной торговли носит закономерно масштабный характер, в том числе потому что в данной сфере еще до активной российской интеграции в мировую рыночную систему достаточно сильные лидирующие позиции занимали англицизмы – по причине значительного влияния Великобритании, а потом США на международную интеграцию в эпоху развития рынка [10, 66–71]. Интересно, что в исследовании К. Палмгрен из 39 анализируемых экономических англицизмов в системе русского языка 17 – коммерческие термины, 8 – финансовые, 14 – то, что автор квалифицировал в целом как экономические термины, слова. Среди коммерческих терминов, кроме уже названных нами, фигурируют: *венчурный*, *варрант*, *демпинг*, *дистрибьютор*, *джоббер*, *ликвидный*, *лизинг*, *рентинг*, *реимпорт*, *резкспорт*, *роялти*, *риелтор*, *факторинг*, *сиф*, *фоб* [11].

Что касается фонетического, графического, грамматического, семантического освоения англицизмов русским языком, то в связи с этими процессами (в частности потому, что история заимствований из данного европейского языка у нас длительная, потому, что наш язык относится к той же языковой семье, к достаточно близкой в генетическом, географическом, культурном аспекте группе языков) не возникает больших сложностей ни в реальной жизни, ни в аспекте лингвистического научного осмысления. Стоит еще раз отметить, что по причине глобализации, наличия устоявшейся системы терминов на основе англицизмов, принимаемых многими странами, субъектами в области международной торговли, во многом в экономической сфере вообще, отчасти в сфере права, англицизмы в международной торговой сфере в аспекте их семантики осваиваются русским языком после реформ 1990-х гг. чаще в направлении приспособления к значению в языке-источнике. При этом китайский язык – лингвистическая система, относящаяся к иной языковой семье, лингвистическая система народа, географически и культурно весьма удаленного от Европы, – воспринимает англицизмы более сложно.

Следует отметить, что на Китай более негативно, чем на Россию, воздействовали западные колониальные

тенденции, на современном этапе он более активно, чем наша страна (в том числе в связи с политическим строем) сопротивляется влиянию Запада. Тем не менее после начала реформ в Поднебесной (с 1978 г.) проникновение, освоение англицизмов, в частности в сфере экономики и международной торговли, массовой культуры, техники, ИТ-технологий, осуществляется весьма активно. Английский (причем часто в американском варианте) – несомненный лидер лексических заимствований в китайском языке [12, 90; 13, 49]! Надо отметить, что часто это – просто мода.

Для лингвистов, работающих с китайским языком, само понятие заимствования является достаточно сложным. Ясно, что язык, от которого идет речь, весьма отличается по типологии от языков, из которых часто происходят заимствования (европейские языки, в частности английский). Поэтому, при изолирующем типе китайской лингвистической системы, иероглифической письменности, здесь возникают немалые сложности. Они касаются как самого процесса заимствования, так и его квалификации с точки зрения лингвистической науки. По мнению китайских лингвистов, в процессе заимствования в китайский язык иноязычные слова, в особенности их произношение, полностью «китаизируются», то есть проходят адаптацию согласно своим фонетическим особенностям. «Основной проблемой китайской лингвистики является: относить ли к группе заимствований семантически заимствованные слова и калькированные, так как, по мнению одних, в процессе заимствуется лишь значение слова, а форма образуется по китайской модели, а по мнению других, семантический способ и калькирование являются самыми удобными способами заимствования в китайский язык как язык изолирующего типа» [14, 44–49].

Итак, английские слова могут заимствоваться китайским языком фонетически (та или иная передача звучания лексемы с отображением ее графическими средствами своего языка). В китайском мало многосложных слов, в английском – больше, поэтому порой происходит своеобразное звуковое «стягивание» лексемы. Это тем более важно с учетом «музыкального» характера языка Поднебесной, «гармоничного» менталитета китайцев. Стоит отметить сложную фонологическую и графическую (иероглифическую) адаптацию англицизмов в китайской языковой системе. Правда, слова сферы международной торговли «вынуждены» адаптироваться быстрее и чаще. Китайской языковой системе свойственна лимитированная сочетаемость слогов, четкая слоговая структура. При количестве слогов в китайском (с учетом всех вариаций, в том числе тонических) около 1370, в английском языке этот показатель – около 10000 – неизмеримо выше. Таким образом, повторим, заимствование в любом случае происходит сложно.

Кроме фонетического, китайский язык часто использует семантическое заимствование, калькирование (для нового значения подбирается своя форма (свои китайские морфемы), ибо языку в силу больших отличий от языка-донора так поступить «легче»: например, *bluetooth* – 蓝牙 [lanya] (досл. «голубой зуб»). Надо заметить, что при таком варианте освоения используется как чисто структурное, так и этимологическое перенесение слова на свою языковую почву. Речь идет о закономерно наиболее распространенном в данной языковой системе способе заимствования.

Кроме названных, китайский язык использует в качестве типов заимствования гибридный способ и способ буквенных слов. Часто полные (фонетические) заимствования из английского в китайском языке обретают массу «своих» синонимов, борющихся за право обозначать то или иное смежное, близкое явление. Правда, в сфере международной торговли, в силу названных ее особенностей на данный момент (в том числе в лингвистическом аспекте) подобные моменты ограничены. Вероятно, здесь есть определенная перспектива, связан-

ная с усилением лидирующих позиций китайской экономики на мировом рынке.

Порой китайцы параллельно с фонетическим заимствованием осуществляют семантическое – что бросается в глаза в сфере рекламы: *Coca-Cola* – 可口可乐 [kekoukele] («каждый глоток приносит радость») и др. Надо отметить, что фонетическое заимствование протекает легче, когда речь идет о научном термине, названии, не связанных с признаками в основе названия (например, единица измерения *volt* – 伏特[fute]). Что касается интересующей нас экономической сферы, то по данным исследования В. Е. Шафеевой В. Е. Т. Л. Гурулевой, ссылку на работу которых мы дали выше, среди выделенных исследователями сфер заимствования (политика, экономика, естественные науки, гуманитарные науки, технические науки, продукты питания, быт, сленг), экономические англицизмы стоят лишь на 3 месте (15,7%), занимая свою позицию после англицизмов из сферы быта (21,2%) и естественных наук (18,3%). Относительно близко располагаются заимствования из области гуманитарных (12,6%) и технических (9,1%) наук. Расклад несколько неожиданный. Очевидно, китайская наука, возникнув относительно недавно, «питалась» распространенными международными терминами уже «лингвоанглоцентричного» мира, в том числе в сфере гуманитарных наук... В связи с экономической сферой результаты приведенного исследования могут быть объяснены по преимуществу командным характером китайской экономики. Именно термины сферы международной торговли должны быть заметны в экономическом сегменте англицизмов в китайском языке, хотя специальные данные на этот счет найти трудно. При этом показательно, что автор исследования «Лексика коммерческого китайского языка: опыт семантического описания» [15, 41] утверждает, что в «Списке наиболее употребительных слов коммерческого китайского языка (ККЯ)» (商务汉语常用词表 [shāngwù hànyǔ chángyòng cíbiāo]) из 64 заимствований лишь 5 слов (8%) – англицизмы. Вероятно, определенную «отрицательную» роль здесь играет и сложность чисто лингвистического процесса освоения лексем.

Тем не менее, в целом, именно сфера экономики и смежные с ней – сюда можно отнести и сферу современного быта, часто связанного с большим количеством товаров (巧克力派 [qiaokeli pai] – известные и на российском рынке шоколадные пирожные «chocorie»; T-恤 [t-xu] – тенниска, от англ. t-shirt; 棒球运动帽 [bangqiu yundong mao] – бейсболка, от англ. base-boll: бейсбол + спорт + шапка; NIKE – 耐克; сферу ИТ (显卡 [xianka] – видеокарта, от лат. video + англ. card: показывать, проявлять + карта; 键盘 [jianpan] – клавиатура, от англ. keyboard, где key – клавиша: кнопка, клавиша + тарелка, блюдо, поднос) – имеют наибольшую долю англицизмов [16, 23–24].

Китайские исследователи подтверждают активные заимствования в области науки и техники на рубеже XX–XXI вв., объясняя их бурным развитием соответствующих сфер (Янь Вэньвэй в 2000 г. определил долю таких заимствований как 45,38%, при том что доля заимствований слов, связанных с повседневной жизнью и сферами политики, экономики, тогда составляла 29,81% и 17,93% соответственно [17]). Несмотря на то, что некоторые китайские лингвисты не склонны оценивать рост заимствований как бурный [18], влияние иноязычной лексики на китайский язык, безусловно, следует отметить.

Другой причиной, по которой англицизмов слов экономической сферы в китайском не так много, следует, видимо, признать явление вторичного заимствования (например, через японский) [19, 150]. С другой стороны – именно английский принес в китайский такие слова, как пицца или мадера (соответственно – из итальянского и французского). Часто англицизмы попадают в нормированный китайский язык путунхуа через китайские же

диалекты, которые имеют довольно существенное своеобразие. Для этого есть свои, в том числе экономические, географические, культурные причины [20].

ВЫВОДЫ.

Итак, русский язык, как язык, принадлежащий к той же языковой семье, что и английский, генетически, географически, политико-экономически, культурно более близкий к романо-германской группе языков, чем китайский, довольно легко осваивает англицизмы сферы международной торговли, особенно после 1990-х гг. При этом в восприятии семантики он скорее ориентируется на значения слов языка-донора – что определяется в том числе ведущим положением англоязычных стран в сфере международной коммерции. Что касается китайского языка, то в силу значительных лингвистических, а также культурных, политических, экономических отличий социальных систем, в силу географической удаленности и исторического б'ольшого противостояния, язык Поднебесной не воспринял такого большого количества англицизмов в экономической, коммерческой сфере. Возможно, роль здесь играет и статус китайской экономики в качестве второй экономики мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сигидов Ю. И., Кочкина В. П. Англоязычные заимствования в русской экономической терминологии // Вестник Академии знаний. 2019, № 30 (1). С. 144
2. Митирева Л. Н. К вопросу функционирования иноязычных экономических терминов в языковом сознании русских / Л. Н. Митирева // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 18. М., 2001. С. 65–67
3. Фазылова Н. А. Функциональные особенности новой экономической терминологии в публицистическом тексте (на материалах печатных СМИ 2002–2007 годов). Казань: КФУ, 2008
4. Смирнова А. Н. Проблемы перевода экономических терминов (на примере английской экономической лексики) // Вестник гуманитарного факультета Ивановского государственного химико-технологического университета. 2014, № 6. С. 172–179
5. Бакашева Н. С. К проблеме перевода безэквивалентной лексики (БЭЛ) // Актуальные вопросы филологических наук: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2016 г.). Казань: Бук, 2016. С. 61–64
6. Ванслав М. В. Крюковский В. О., Дукуп Т. Ю. // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, апрель 2013 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2013. С. 94–96 // <https://moluch.ru/conf/phil/archive/79/3693/>
7. Трифонова Н. С. Модификация значений при заимствовании экономической лексики из английского языка в русский // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017, № 11 (77): в 3 ч., ч. 3. С. 166–169
8. Чистова Е. В. Глобанглизация в аспекте лингвистической экологии (англо-русско-китайские параллели) // Экология языка и коммуникативная практика. 2014, № 1. С. 182–196
9. Тихонова А. Н., Яруллина А. Ш. Англоязычные заимствования в экономической лексике русского языка // Казанский вестник молодых ученых. 2018, № 3 (6), т. 2. С. 165–166
10. Лебедева Г. Г. Англицизмы в языке итальянских менеджеров // Российский внешнеэкономический вестник. 2005, № 11. С. 66–71
11. Палмгрен К. Заимствования в русском языке и в особенности английские заимствования в экономической лексике современного русского языка. 2007. 72 с. // <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/77852/gradu01718.pdf?sequence=1>
12. Волосова М. В. Функции англицизмов в современном китайском молодежном сленге // Язык. Словесность. Культура. 2015, № 6. С. 90
13. Семенов А. Л. Особенности лексических заимствований в китайском языке // Вопросы языкознания. 1997, № 1. С. 49
14. Шафеева В. Е., Гурулева Т. Л. Англоязычные заимствования в китайском языке // Научное обозрение. Реферативный журнал. 2018, № 2 С. 44–49 // <http://abstract.science-review.ru/ru/article/view?id=1883>
15. Ульянова К. А. Лексика коммерческого китайского языка: опыт семантического описания // Филологические науки в МГИМО. 2019, № 19 (3). С. 41
16. Борисова О. С. Пути и источники заимствования в китайском языке // Грамота: альм. соврем. науки и образования. 2008, № 8 (15). С. 23–24
17. Янь Вэньвэнь. Иностранные заимствования в китайском языке: существующая обстановка и тенденции развития // <http://www.pob6school.com/research/share1w>
18. Ши Юэцзй. О связи современного китайского языка и иностранных заимствований // <http://www.huayuqiao.cn/articles/shiyuwei/shiyw09.htm> (приводятся данные с 1978 по 1994 гг.)
19. Горелов В. И. Лексикология китайского языка. М.: Просвещение, 1984. С. 150
20. Алемасов Д. Самозаимствования в китайском языке // <http://www.daochinasite.com>

Статья поступила в редакцию 02.06.2020

Статья принята к публикации 27.11.2020