

Англицизмы со значением лица и их прототипы в профессиональном узусе экономического подъязыка

© Н.О. Труфанова

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, 105005, Россия

Представлены результаты сопоставительного социолингвистического исследования, нацеленного на выявление общих и специфических черт в терминологической компетенции участников деловой коммуникации на русском и английском языках. Анализируется концептуальное представление и особенности употребления англицизмов со значением лица в русском языке и их эквивалентов в языке-источнике. Обсуждаются вопросы, связанные со структурными и семантическими характеристиками экономических терминосистем в русском и английском языках, затрудняющими процесс перевода и освоения лексического материала. Использование результатов исследования может оказаться полезным при разработке учебных терминологических словарей и методических указаний к курсам делового английского языка.

Ключевые слова: терминология, язык для специальных целей, социолингвистический анализ, заимствование и калькирование.

Развитие международных экономических отношений, расширение деловых контактов и ориентация на экономическую модель англоязычных стран заметно повлияли на интенсивность процесса проникновения англицизмов в русскую финансово-экономическую терминологию и профессиональный жаргон сферы бизнеса. Одним из серьезных последствий такого массированного вторжения иноязычных номинаций в русскую языковую систему являются сложные семантические процессы, которые происходят при их освоении. Из описания этапов освоения иноязычного слова [1, с. 189–197] следует: чем уже сфера употребления заимствований (что в полной мере относится к финансово-экономической лексике), тем сложнее происходит их адаптация и закрепление в языке. Окончательно семантика иноязычного слова формируется лишь на этапе его выхода за рамки специальной сферы или какой-либо социальной среды.

Таким образом, экономическая лексика — благоприятный материал для сопоставительного социолингвистического исследования, достаточно полно демонстрирующего все фазы контакта: от стадии функционирования английского термина в родной ему языковой стихии (через сложный механизм интеграции) до включения его в словарь русского языка, т. е. до завершающего этапа его освоения. Данный аспект подразумевает сопоставление номинативных единиц специальной сферы не только на семантическом, но и на коммуникативном уровне.

Объектом нашего исследования стала одна из наиболее многочисленных и постоянно пополняемых групп заимствованных наиме-

нований — номинативные единицы со значением лица. При этом абстрактный семантический компонент *лицо* в данной работе конкретизируется не только как *человек*, но и как *целенаправленно действующий субъект, приравниваемый к человеку, — тот, кто*» [2, с. 5].

Цель исследования — выявить особенности употребления некоторых сходных по форме и близких по содержанию заимствований со значением лица в русском языке и их эквивалентов в языке-источнике участниками деловой коммуникации на русском и английском языках.

Рассматриваемые наименования, заимствованные русским языком из английского, характеризуются разной степенью освоенности и изученности. Такие широко известные заимствования, как *брокер*, *дилер*, *дистрибьютор*, *менеджер* и *риэлтор*, уже не раз становились материалом социолингвистических и психолингвистических исследований, посвященных освоению иноязычной лексики различными социальными группами носителей русского языка [3–5]. Другие термины-заимствования (например: *джоббер*, *стейкхолдер*, *комплаенс-контролер*, *сток брокер*, *гринмейлер*, *фрилансер*), а также основная часть калькированных единиц профессиональной лексики со значением лица (*бык*, *ангел*, *черный рыцарь*), по-видимому, относятся преимущественно к лексике языка для специальных целей и остаются известными лишь узкому кругу участников деловой коммуникации в сфере бизнеса.

Сопоставительное исследование основывалось на методике экспериментального опроса, методах количественного и качественного анализа номинаций лиц с последующим описанием, обобщением и сравнением результатов, а также на методе компонентного анализа семантики иноязычных заимствований и их прототипов в словарях и в речи.

Материалом анализа послужили наименования лиц, принадлежащих к различным участкам финансово-экономической терминологии и профессиональной лексики сферы бизнеса — всего 25 наименований. Выборка составлялась таким образом, чтобы количественно представить различные тематические группы наименований лиц (по профессии, по отношению к договору, владению собственностью или ценными бумагами, по уровню занятости, квалификации, источнику получения средств, приверженности экономическим теориям и т. д.) сообразно степени их коммуникативной актуальности. В окончательный список вошли следующие заимствованные наименования лиц и их прототипы: *брокер/broker*, *дилер/dealer*, *дистрибьютор/distributor*, *джоббер/jobber*, *комплаенс-контролер/compliance controller*, *мерчандайзер/merchandiser*, *промоутер/promoter*, *провайдер/provider*, *рейдер/raider*, *скальпер/scalper*, *сток-брокер/stockbroker*, *стейкхолдер/stakeholder*, *трейдер/trader*, *бренд-менеджер/brand manager*, *девелопер/developer*, *ретейлер/retailer*, *фрилансер/freelancer*, *гринмейлер/greenmailer*. Кроме того, важным представлялось проанализиро-

вать понимание и степень коммуникативной значимости калькированных на русский язык наименований, зафиксированных во многих русскоязычных словарях по экономике и финансам, а именно: *бык/bull, медведь/bear, ангел (бизнес-ангел)/angel (business angel), доктор компании/company doctor, акционер-диссидент/dissident shareholder, ракетный ученый/rocket scientist, черный рыцарь/black knight*. Включение калькированных наименований метафорического характера в список заимствований обусловлено тем, что в ряде случаев их можно назвать слабо мотивированными, поскольку в их содержательной стороне реализуются «нехарактерные, неорганичные для данного языка черты» [1, с. 222].

В качестве метода получения информации, необходимой для сопоставительного анализа, было выбрано анкетирование, проводившееся среди двух примерно равных по численности групп носителей русского (60 опрошенных) и английского (58 опрошенных) языков в возрасте 25–40 лет, представляющих собой наиболее активную в профессиональном отношении группу населения. Опрошенные экономисты оказались занятыми в различных сферах экономики и бизнеса, преимущественно в области финансового, банковского и бухгалтерского дела (примерно половина англоязычных информантов и больше трети их русскоязычных коллег), в сфере страхования и в области маркетинга, а также в сфере транспортных услуг, экспресс-доставки и логистики.

Каждому информанту была предложена анкета, состоящая из двух частей. В первой части бланка заполняющий указывал сведения о своем возрасте, образовании и сфере деятельности. Во второй части был приведен список специальных единиц со значением лица, предлагаемый заданием:

- оценить собственное знание термина, отметив подходящий вариант из закрытого списка;
- в случае если термин знаком, строчкой ниже дать его определение (несколько определений) или заменить близким по значению словом (выражением).

С тем, чтобы исключить элемент недопонимания, к анкете прилагалась модель ответа на нее (табл. 1, 2).

Таблица 1

Образец заполнения анкеты на русском языке

Термин	Никогда не встречал	Встречал, но не знаю значения	Знаю, но не употребляю	Употребляю иногда	Употребляю часто
Андеррайтер				v	
	Гарант, поручитель				
Аппликант					
	1. Соискатель, кандидат. 2. Лицо, в пользу которого банк производит оплату по аккредитиву				

Образец заполнения анкеты на английском языке

Term	I don't know this term	I've come across this term, but I don't know what it means	I know this term, but I never use it	I occasionally use this term	I use this term quite frequently
Underwriter	A person who agrees to accept the risk of any loss under an insurance contract				
Applicant					V
	1. A person who applies for a job; a candidate. 2. A person or organization who asks to buy new shares when they are first made available				

Наиболее распространенным способом репрезентации значения, соответствующим формулировке задания, являлась дефиниция термина, отражающая наиболее важные, по мнению опрошенных, признаки соответствующих наименований. Например: *дистрибьютор — посредник между производителем и потребителем, который продает товар юридическим или другим лицам от своего имени; фирма, которая осуществляют продажу конечным потребителям; в отличие от дилеров, которые в основном работают в сегменте B2C, дистрибьюторы — это B2B; агент по продаже товаров в регионы*. Ср.: *distributor — a person or company that one that markets and distributes a commodity, a person who delivers products / goods, a person who arranges for the distribution of goods/services or distributes goods/services*. Кроме того, информанты обеих групп использовали и другие стратегии семантизации лексики, а именно:

- замена приведенного наименования синонимом, дублетом, а также отсылка к одному из терминов, представленных в анкете: *ретейлер — перепродавец; мерчандайзер — товаровед; дистрибьютор — оптовик; dealer — broker/trader, foreign exchange trader*;

- указание на профессиональную сферу употребления термина: *бык — биржевой термин; provider — It is frequently used in health care to refer to hospitals*;

- пример контекстного употребления термина, замена термина терминологическим словосочетанием: *брокер — употребляю только «таможенный брокер»; фрахтовый брокер заключает сделку от имени судовладельца между ним и фрахтователем; rocket scientist — is usually used in the phrase "you don't need to be a rocket scientist to understand or do something"; normally, used in the negative "it is not rocket science" — you don't need to be a rocket scientist to meaning "you don't have to be super bright to understand a new situation or job or instruction"*;

- указание на принадлежность к одному из территориальных вариантов английского языка (для англоязычных информантов):

compliance controller (possibly an Americanism) — *Quality Controller in English*; *stock-jobber* (British English);

• апелляция к языку-источнику (для русскоязычных информантов): «*скальпер*» в русском не слышал, в английском *scalper* — мелкий спекулянт;

иллюстрация примером: *рейдер* — персонаж Ричарда Гира в «Красотке».

Ответы, касающиеся степени известности терминов, оценивались по шкале от нуля (*никогда не встречал*) до четырех (*часто употребляю*) баллов. По сумме набранных баллов были выделены наиболее коммуникативно актуальные номинации (160–240 баллов), термины средней степени актуальности (80–160 баллов) и наименования низкой степени коммуникативной значимости (0–80 баллов).

Количественный анализ результатов анкетирования может свидетельствовать о разной степени совпадения терминологической компетенции англоязычных и русскоязычных информантов в отношении к номинациям лиц, послужившим материалом исследования.

Так, совпадающими в отношении особой актуальности называемых ими понятий для обеих групп опрошенных оказались следующие коммуникативно значимые наименования (в скобках указывается суммарное количество набранных термином баллов): *ритейлер* (192)/*retailer* (228); *брокер* (195)/*broker* (183); *дилер* (194)/*dealer* (189); *девелопер* (183)/*developer* (187); *провайдер* (169)/*provider* (163); *трейдер* (162)/*trader* (168).

Малоизвестными и для русскоязычных, и для англоязычных информантов можно назвать следующую группу единиц профессиональной лексики: *джоббер* (18)/*jobber* (39); *доктор компании* (19)/*company doctor* (36); *акционер-диссидент* (19)/*dissident shareholder* (45); *черный рыцарь* (23)/*black knight* (42); *ангел* (45)/*angel* (25). Интерпретация перечисленных наименований вызвала значительные трудности у подавляющего большинства респондентов, что не позволило выявить специфику этнокультурных представлений по отношению к обозначаемым ими понятиям.

Существенные расхождения в терминологической компетенции касаются в основном терминов, незнакомых большей части информантов какой-либо из двух групп. Так, практически не освоены русскоязычными экономистами такие достаточно известные их англоязычным коллегам наименования, как *комплаенс-контролер* (27), *скальпер* (166) и *ракетный ученый* (38).

В то же время англоязычные лексемы *raider* (21) — *an individual or corporate investor who intends either to take control of a company by buying a controlling interest in its stock and installing new management, or to make a quick profit by threatening to take control and selling the stock back* (Barron's Dictionary of Business Terms 2007: 545–546); *greenmailer* (39) — *used for people and companies trying to buy their*

stock from a suitor, often for a very high price, to try to prevent a takeover [6] можно отнести к числу мало знакомых для носителей английского языка, принявших участие в анкетировании. Из словарных определений англоязычных терминов следует, что они используются для обозначения субъектов экономической деятельности, участвующих в процессах слияний и поглощений. Спецификой интерпретации данных терминов русскоязычными информантами можно назвать выделение ими однозначно отрицательных оценочных коннотаций. Это подтверждается ассоциативными связями между данными лексемами и известными примерами рейдерских захватов, приводимыми в качестве иллюстрации их значений.

Особенности интерпретации значения некоторых специальных номинаций русскоязычными и англоязычными специалистами касаются выделения различных дифференциальных признаков значений обозначаемых ими понятий. Так, например, спецификой употребления термина *брокер* в общеотраслевом значении русскоязычными информантами можно считать то, что для них это понятие связано в большей степени с местом работы, как правило, на бирже, в то время как для англоговорящих — с объектом деятельности, которым могут являться акции, облигации, ценные бумаги, товары и т. д.

Другие расхождения в узуальном семантическом наполнении заимствований и их прототипов касаются преимущественно многозначных терминов, употребляющихся в разных сферах экономической деятельности. Термин *стейкхолдер*, например, употребляется опрошенными почти исключительно как синоним термина *акционер* (возможно, под влиянием фонетически близкого *shareholder*).

В других случаях примеры контекстного употребления терминов, приводимые информантами, а также замена их терминологическими словосочетаниями свидетельствуют о различии профессионального опыта, профилирующего определенные семантические признаки и затемняющего другие. Рассмотрим примеры семантической репрезентации хорошо освоенного русским языком термина *дилер* и его эквивалента в языке-источнике.

Данная лексема принадлежит к числу используемых в разных отраслях финансово-экономической деятельности как в русском, так и в английском языках. В русскоязычных общеотраслевых словарях выделяется, как правило, три значения термина *дилер*:

«1. Член фондовой биржи (отдельное лицо и фирма) и банки, занимающиеся куплей-продажей ценных бумаг, валют, драгоценных металлов; действует от своего имени и за собственный счет <...>. 2. Предприниматель, торгующий в розницу продукцией, которую он закупил оптом <...>; 3. Профессиональный участник рынка ценных бумаг, занимающийся дилерской деятельностью <...>» [7]. В английском экономическом подязыке *dealer* 1 (commerce) A person who buys and sells goods and services to make a profit. 2 (banking) A bank

employee who specializes in buying and selling securities or foreign currency on behalf of the bank. 3. (stock exchange) A person in a stock or commodity exchange who buys and sells without the services of a broker or an agent» [8].

Следует отметить, что и в своих ответах информанты обеих групп зачастую также не ограничивались одним определением данного термина. При этом среди русскоязычных информантов встретилось значительно больше лиц, выделивших более одного значения, чем среди их англоязычных коллег.

В основном участники деловой коммуникации на русском языке, принявшие участие в анкетировании, употребляют данный термин в значении *лицо или организация, торгующие в розницу продукцией, которую закупили оптом* (ср. со вторым словарным определением, в котором речь идет только о физическом лице, или предпринимателе), например: *фирма, закупающая товары оптом и торгующая ими в розницу; организация или частное лицо, осуществляющее розничные продажи; юридическое лицо (иногда частный предприниматель), реализующий товар мелкими партиями*. В некоторых случаях информанты сделали попытку конкретизировать данное значение через синоним, ср.: *торговец-распространитель, агент по продаже (им может быть и мелкая фирма), представитель*. Лишь шестеро из опрошенных (занятых в биржевой сфере) употребляют данный термин в значении *член фондовой биржи*, при этом, как правило, указывают его отличие от брокера, ср.: *агент, который сам покупает/торгует ценными бумагами (в отличие от брокера, который действует от имени заказчика)*. В ряде ответов можно наблюдать употребление термина *дилер* в составе словосочетаний или сложных слов как с последующей дефиницией последних, так и без нее: *в основном — в значении «автодилер» — полномочный агент/представитель производителя/дистрибьютора автомобилей, наделенный правом осуществлять торговые и сервисные операции в интересах производителя/дистрибьютора (как правило, для конечных потребителей, т. е. сегмент B2C); иногда употребляю в значении «официальный дилер» (имеется в виду банк или финансовый институт)*.

Основная (широкая) интерпретация значения термина *дилер* англоязычными информантами полностью или частично совпадает со словарной, т. е. *человек, который занимается куплей (продажей) товаров*, ср.: *a person who is buying and selling goods or services for profit; a person that sells goods or services, someone who purchases and maintains an inventory of goods to be sold*. Другие значения, выделяемые семью англоязычными информантами, связаны преимущественно с финансовой сферой их деятельности, ср.: *a person who buys and sells shares, currencies, etc, distributes financial securities for money, someone whose job is buying and selling bonds and shares*.

В целом данный термин послужил стимулом для большого количества разноплановых определений, данных информантами обеих групп. Возможно, это объясняется тем, что данное наименование входит в число «разнопереводных разнозначных» терминов (в классификации С.В. Сахневича), т. е. терминов, имеющих более одного значения, каждое из которых выражено не менее, чем одним вариантом перевода, а в случае дублетности — более, чем одним [9].

Тем не менее русскоязычные информанты чаще всего употребляют данный термин в значении *участник бизнеса, торгующий в розницу продукцией, которую он закупил оптом*, в то время как в речевом узусе англоязычных участников деловой коммуникации понятие *dealer* получает более широкую интерпретацию, т. е. употребляется в значении *участник бизнеса, занимающийся торговой деятельностью*.

Анализ результатов проведенного исследования позволяет констатировать, что значительная часть наименований лиц, обозначающих понятия, наиболее актуальные для участников бизнес-коммуникации, употребляется ими в близком, хотя и не тождественном значении. Кроме того, сопоставительное социолингвистическое исследование помогло выявить национальную специфику узуального наполнения семантики рассматриваемых наименований. Были обнаружены и существенные расхождения, касающиеся выделения периферийных сем, отражающих различные свойства обозначаемого термином понятия, в зависимости от профессиональной сферы, в которой заняты информанты обеих групп.

Таким образом, наименования лиц как органическая составляющая экономической терминологии, являясь одним из наиболее подвижных пластов этой языковой подсистемы, изменяются в зависимости от усложнения понятийной сферы различных отраслей данной области знания и деятельности человека. Проведенное исследование выявило необходимость упорядочить отдельные наименования лиц по роду деятельности, осмыслить факты парадигматического варьирования терминологических номинаций в этой сфере, придать большую точность характеру определения терминов со значением лица.

Перспективным в этой связи представляется создание специальных учебных экономических двуязычных словарей наименований лиц, относящихся к финансово-экономической сфере. Не менее важными задачами, обусловленными ролью межнациональной коммуникации в профессиональной сфере, являются отбор и организация лексики при обучении английскому языку для специальных целей. В частности, при использовании существующих курсов делового английского языка и работе с аутентичными материалами актуальным представляется указание на необходимость семантизации зачастую неидентичных, культурноспецифических экономических концептов и поиск наиболее адекватных переводных эквивалентов для их номинации.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте общественной жизни конца XX века. *Русское слово, свое и чужое*. Москва, 2004, 883 с.
- [2] Шведова Н.Ю., ред. *Русский семантический словарь*. Москва, 2002, с. 59–782.
- [3] Рябова И.В. *Национально-культурная специфика заимствованной лексики: на материале экономической лексики русского языка*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 1996, 22 с.
- [4] Какорина Е.В. Сфера массовой коммуникации: отражение социальной дифференцированности языка в текстах СМИ. *Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация*. Крысин Л.П., ред. Москва, 2003, с. 241–276.
- [5] Митирева Л.Н. *Психолингвистический анализ неологизмов, заимствованных из английского языка* (на материале экономических терминов). Автореф. дис. ... канд. фил. наук. Москва, 2002, 24 с.
- [6] *Longman Business English Dictionary*. Harlow, Pearson Education Limited, 2007.
- [7] Азрилиян А.Н., ред. *Большой экономический словарь*. М., 2004.
- [8] *Oxford Dictionary of Business English*. Oxford, Oxford University Press, 2004.
- [9] Сахневич С.В. *Преодоление разнопереводности на русский язык английских экономических терминов*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 1998, 19 с.

Статья поступила в редакцию 12.03.2015

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Труфанова Н.О. Англицизмы со значением лица и их прототипы в профессиональном узусе экономического подъязыка. *Гуманитарный вестник*, 2015, вып. 2. URL: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/edu/phil/233.html>

Труфанова Наталия Олеговна — канд. филол. наук, доцент кафедры «Английский язык для приборостроительных специальностей» факультета «Лингвистика» МГТУ им. Н.Э. Баумана. Сфера научных интересов: социолингвистика, терминология, преподавание языка для специальных целей. e-mail: ntroufanova@mail.ru

On the professional usage of person anglicisms and their prototypes in the language of economics

© N.O. Trufanova

Bauman Moscow State Technical University, Moscow, 105005, Russia

The article describes the comparative sociolinguistic research aimed at revealing some common and distinguishing features in the terminological competence of the Russian and English-speaking business communication participants. It analyses conceptual view and the actual usage of anglicisms denoting persons in Russian as well as their equivalents in the source language. A range of issues including the differences in structural and semantic characteristics of economic terminological systems in Business English and Russian, posing major translation challenges, and cause problems in vocabulary acquisition is introduced. The results of the study may be useful in developing training terminological dictionaries and methodological guidelines to the Business English course.

Keywords: terminology, language for specific purposes (LSP), sociolinguistic analysis, borrowing and calquing.

REFERENCES

- [1] Krysin, L.P. Inoyazychnoe slovo v kontekste obschestvennoy zhizni kontsa XX veka. *Russkoe slovo, svoye i chuzhoe* [Foreign Words in the Context of the Public Life in the Late XX Century. Russian Words, Ours and Strange]. Moscow, Yazyki slavianskoi kultury Publ., 2004, 883 p.
- [2] Shvedova N.Yu., ed. *Russkiy semanticheskiy slovar* [Russian Semantic Dictionary]. Moscow, 2002, pp. 59–782.
- [3] Ryabova I.V. *Natsionalno-kulturnaya spetsifika zaimstvovannoy leksiki: na materiale ekonomicheskoy leksiki russkogo yazyka* [National-Cultural Identity of Loanwords: On the Material of Russian Economic Vocabulary]. Abstract of the Candidate of Philological Sciences thesis. Moscow, 1996, 22 p.
- [4] Kakorina, E.V. Sfera massovoy kommunikatsii: otrazhenie sotsialnoy differentsiatsii yazyka v tekstakh SMI. *Sovremennyy russkiy yazyk. Sotsialnaya i funktsionalnaya differentsiatsiya* [Mass Communications: Reflection of the Social Orientation of the Language in the Media Texts. Modern Russian Language. Social and Functional Differentiation]. Krysin, L. P., ed. Moscow, Yazyki slavyanskoy kultury Publ., 2003, pp. 241–276.
- [5] Mitireva, L. N. *Psikholingvisticheskiy analiz neologizmov, zaimstvovannykh iz angliyskogo yazyka (na materiale ekonomicheskikh terminov)* [Psycholinguistic Analysis of Neologisms Borrowed from English: On the Material of Economic Terms]. Abstract of the Candidate of Philological Sciences thesis. Moscow, 2002, 24 p.
- [6] *Longman Business English Dictionary*. Harlow, Pearson Education Limited, 2007.
- [7] Azriliyan A.N., ed. *Bolshoy ekonomicheskii slovar* [Large Dictionary of Economics]. Moscow, 2004.
- [8] *Oxford Dictionary of Business English*. Oxford, Oxford University Press, 2004.
- [9] Sakhnevich S. V. *Preodolenie raznoperevodnosti na russkiy yazyk angliyskikh ekonomicheskikh terminov* [Solving the Problem of Multivariance in Translating

English Economic Terms into Russian]. Abstract of the Candidate of Philological Sciences thesis, Moscow, 1998, 19 p.

Troufanova N.O., candidate of philological sciences, associate professor at the Department of English for Instrument Engineering specialities at Bauman Moscow State Technical University. Research interests: sociolinguistics, terminology and LSP teaching. e-mail: ntroufanova@mail.ru