

*КОСЕНКО Елена Игоревна, кандидат филологических наук, доцент, преподаватель кафедры «Теория и практика перевода» Дагестанского государственного университета народного хозяйства. Автор 16 научных публикаций**

АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

Статья посвящена краткому анализу функционирования англицизмов в российских СМИ на примере экономических терминов «лид» и «трейдер» и их производных. Автор рассматривает причины появления англицизмов и способы их образования, изучает пути адаптации терминов на фонетическом, грамматическом и семантическом уровнях в современных интернет-изданиях и прессе. 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. Довольно часто прямое заимствование входит в русскую терминосистему наряду со сложными словами, композитами (например, «дей-трейдер», «лидогенерация», «лид-менеджмент»). Большую часть заимствований из английского языка составляют имена существительные, т. к. их перенос в русский язык не связан со структурными изменениями. В семантическом плане наряду с полным совпадением значений (например, «трейдер», «трейдинг», «лид-менеджмент») возможно расширение значения слова. Английские заимствования «лид» и «трейдер» 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.

Ключевые слова: *экономические заимствования, современные российские СМИ, англицизмы в СМИ, термин «лид», термин «трейдер».*

В последние десятилетия пополнение словарного состава русского языка стало особенно активным. Финансовая и экономическая терминология существенно преобладает на фоне других заимствований. Книжные магазины заполнены актуальными изданиями по бухучету,

*Адрес: 367008, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Атаева, д. 5, корп. 4; e-mail: elena.elhaddad@mail.ru

Для цитирования: Косенко Е.И. Анализ функционирования экономических заимствований в современных российских СМИ // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2017. № 2. С. 107–113. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.2.107

маркетингу, менеджменту, консалтингу и финансам. Экономические термины звучат на радио и телевидении, ими насыщены газетные и журнальные статьи, посвященные проблемам экономики. Распространение новых заимствованных слов – в значительной мере заслуга журналистов, политических деятелей, экономистов, специалистов по маркетингу и рекламе. Многочисленную группу составляют английские заимствования, американизмы, которые стали проявлением интернационализации экономической терминологии, что существенно стимулируется наличием прямых и непосредственных контактов с иностранными партнерами¹.

Целью данной статьи является краткий анализ функционирования английских заимствований на примере экономических терминов *лид* и *трейдер*, а также их производных в СМИ. Кроме того, автор поднимает вопрос об уместности их появления в современном русском языке. При исследовании заимствованных слов попытаемся раскрыть следующие вопросы: 1) причина заимствования англицизмов и способы их образования; 2) пути адаптации терминов *лид*, *трейдер* на фонетическом, грамматическом и семантическом уровнях в современных российских СМИ.

Научная новизна работы определяется тем, что описываемые заимствования не были предметом пристального изучения с точки зрения их функционирования в современной прессе и Интернете.

Объектом исследования в данной статье являются заимствования из английского языка. Следовательно, возникает необходимость в дефиниции понятия «англицизм». В энциклопедическом словаре Ф. Брокгауза и И. Ефрона англицизм обозначается как «особенность английского языка, перенесенная в другой язык»².

В лингвистической литературе отмечается двойное толкование этого термина. По мнению В.М. Аристовой [1, с. 12–18], «англицизм» в широком смысле – понятие лингвистическое,

поэтому исходным считается язык, а не национальные, этнические особенности того или иного языкового ареала. Исходя из этого, в группу англицизмов включаются слова из американского, индийского, австралийского и других вариантов английского языка.

В узком понимании термин «англицизм» означает «только слова исконной английской лексики» [2, с. 95–101]. Семантическим англицизмом мы будем считать значение английского аффикса (грамматического или словообразовательного), слова, аббревиатуры, фразеологизма, словосочетания, предложения, воспроизведенное русскими средствами – калькой и полукалькой [3, с. 44–478].

Причины появления англицизмов в русском языке рассматривались в трудах таких известных лингвистов, как Т.Г. Линник [4], Э. Хауген [5], В.Г. Костомаров [6], И.О. Наумова [7], С.Ю. Адливакин [8], М.А. Брейтер [9], Л.П. Крысин и др.

По мнению Л.П. Крысина [10, с. 42–45], заимствования появляются когда: 1) возникает потребность в наименовании новой вещи, нового явления; 2) необходимо разграничить содержательно близкие, но все же различающиеся понятия; 3) следует специализировать понятия – в той или иной сфере, для тех или иных целей.

Среди других важных причин, называемых многими лингвистами, хотелось бы отметить следующие:

- общемировая тенденция к интернационализации лексического фонда;
- развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий;
- появление новой терминологии;
- восприятие иноязычного слова как более престижного, красиво звучащего (презентация вместо представления);
- необходимость конкретизации значения слова (сэндвич – гамбургер, фишбургер, чизбургер).

По способу образования англицизмы принято делить на прямые заимствования, струк-

¹ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М., 1999. С. 9.

² Брокгауз Ф., Ефрон И. Иллюстрированный энциклопедический словарь. М., 2006. С. 18.

турные кальки и полукальки, гибриды, экзотизмы, иноязычные вкрапления и композиты.

1. Прямое заимствование – иноязычное слово или фразеологический оборот, вошедшие в новую языковую систему с сохранением своих основных звуковых особенностей: *фильм* (англ. film), *уик-энд* (англ. week-end).

2. Структурные кальки и полукальки представляют собой поморфемный полный или частичный перевод заимствованного слова: *меню* (англ. menu), *гаджет* (англ. gadget), *диск* (англ. disc), *мини-юбка* (англ. miniskirt), *кликать* – ‘нажимать на клавиши мыши’ (англ. to click).

3. Гибриды создаются в результате присоединения к иностранному корню русского суффикса, приставки и окончания: *двухbedрумный* – ‘двухкомнатный’ (англ. bedroom), *драйвить* ‘водить машину’ (англ. to drive), *шопиться* ‘делать покупки’ (англ. to shop).

4. Экзотизмы – слова, заимствованные из английского языка, обозначающие национальные реалии и обычаи других народов: *крикет* (англ. cricket), *авеню* (англ. avenue), *гамбургер* (англ. hamburger).

5. Иноязычные вкрапления присутствуют в русском языке наряду с лексическими эквивалентами, служат особым средством выразительности: *о'кей* (OK), *вау* (WOW!).

6. Композиты – заимствования, образованные из двух английских слов: *лифтинг-крем* (lifting-cream – крем, подтягивающий кожу), *мемори-стик* (memory stick – карта памяти).

Появление в русском языке англицизмов *лид* и *трейдер*, на наш взгляд, обусловили следующие причины: потребность в наименовании новых понятий, а также развитие мировой экономики, повлекшее за собой образование новых терминов.

Рассмотрим термин *лид*, широко используемый в сфере маркетинга. В переводе с английского *lead* – ‘вести, приводить’. По способу

образования слово можно считать прямым заимствованием, образованным путем транскрибирования английского *lead*. По морфологическим признакам *лид* – имя существительное мужского рода, чаще всего принимающее форму множественного числа путем добавления окончания -ы.

В процессе семантической адаптации произошло расширение значения слова. В английском языке у глагола *lead* помимо основного значения ‘вести, приводить’ есть и некоторые специальные, относящиеся к различным терминосистемам: в журналистике *lead* – ‘главная статья в газете’, в боксе – ‘атаковать’, в классической музыке – ‘музыкальное вступление’, в электронике – ‘проводник’ и др. В сфере бизнеса и маркетинга у английского *lead* одно значение – ‘потенциальный клиент, проявивший интерес к продукции или услуге, подтверждающий это наличием своих контактных данных’³.

В языке-реципиенте у бизнес-термина *лид* три значения: 1) потенциальный клиент, который выразил заинтересованность в продукте; 2) заполнение клиентом специальной формы или анкеты рекламодателя с указанием контактных данных; 3) действия клиента, выгодные для продавца (подписка на рассылку или звонок в отдел продаж, регистрация на сайте рекламодателя или оформление заказа)⁴.

В. Мышляев в книге об интернет-маркетинге «iМаркетинг» разделил *лиды* на три группы: горячие, теплые и холодные.

Горячие лиды – это люди, готовые купить продукцию: на сайте продавца они ищут страницу оплаты или контактов. *Теплые лиды* еще раздумывают над деталями покупки. *Холодные лиды* еще очень далеки от покупки. А. Гладченко дает следующую характеристику: «Холодные лиды выбирают между книгой по бизнесу и тренингом по бизнесу. Теплые выбирают между книгой по маркетингу и книгой по продажам. А заодно думают о том, не взять ли им

³Sales Lead Definition. Investopedia. URL: <http://www.investopedia.com/terms/s/sales-lead.asp#ixzz442FWxMwp> (дата обращения: 26.03.2016).

⁴Sales Lead. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/sales-lead.html> (дата обращения: 03.02.2016).

сразу же две. Горячие интересуются, возможна ли оплата картой на сайте»⁵.

Источниками лидов могут быть социальные сети, в этом случае говорят о *социальных* или *маркетинговых лидах*: «Учитывайте, что из социальных сетей вы чаще получаете маркетинговые лиды. Пользователи “Фейсбука” и “ВКонтакте” нуждаются в дополнительной информации, чтобы принять решение о покупке. Поэтому не спешите отправлять социальные лиды сразу в отдел продаж»⁶.

Наряду с термином *лид* происходит заимствование производных от него составных существительных из области маркетинга: *лидогенерация*, *лид-менеджмент* и *лид-тайм*.

В статье Д. Дементия встречается термин-композит *лидогенерация*⁷, образованный из двух иноязычных слов – *лид* и *генерация* (лат. *generatio* – «рождение»). В английском также есть словосочетание *lead generation*. Значение слова *лидогенерация* – ‘совместная деятельность продавцов и маркетологов по оцениванию качества лидов’: «Используйте покупательские персоны для *лидогенерации*. Например, учитывайте потребности идеальных клиентов при планировании контент-стратегии или разработке продуктов. Однако оценивайте качество лидов индивидуально»⁸.

Лид-менеджмент – еще одно прямое заимствование, вошедшее в современный русский язык путем транскрибирования английского словосочетания *lead management*. Это термин, описывающий методы, разрабатываемые для привлечения новых потенциальных клиентов с помощью различных маркетинговых технологий. У данного англицизма значения в русском и английском совпадают полностью:

«База, какой бы большой она ни была, имеет свойство со временем сокращаться. В этой связи лид-менеджмент – один из ключевых процессов любого продавца и торговой компании, нацеленной на регулярное возобновление и пополнение клиентской базы»⁹.

Лид-тайм – англицизм, возникший в результате транскрибирования сложного английского слова *leadtime*. В языке-доноре и языке-реципиенте этот термин обозначает разницу между заказом и началом использования товара или услуги: «Говоря проще, это все время, которое нужно компании на обработку заказа, доставку, наладку и запуск оборудования или введение продукции в действие»¹⁰.

Слово *лид* еще не функционирует как общепотребительное заимствование, но в настоящее время приобрело статус специального слова в маркетинге и бизнесе. В Национальном корпусе русского языка (НКРЯ) встречаются лишь 75 вхождений с англицизмом *лид* (экономический термин), причем исключительно в газетном корпусе.

Экономический термин *трейдер* (от англ. *trader* – «торговец») довольно прочно укрепился в современном русском языке. Если обратиться к НКРЯ, то наибольшее количество вхождений со словом *трейдер* отмечается в газетном корпусе (2732), меньше – в основном (288). По способу образования слово *трейдер* мы также отнесем к прямым заимствованиям, полностью передающим фонетический состав английского *trader*. *Трейдер* – имя существительное мужского рода, адаптированное к русскому морфологическому строю: оно способно присоединять различные падежные окончания и имеет форму как единственного, так и множественного числа.

⁵Гладченко А. Маркетинг. URL: <http://myemarketing.ru/marketing/legkie-dengi-kak-uvelichit-otdachu-ot-sajta-v-3-raza> (дата обращения: 12.02.2016).

⁶Дементий Д. 10 мифов о качестве лидов. URL: <http://texterra.ru/blog/10-mifov-o-kachestve-lidov.html> (дата обращения: 14.02.2016).

⁷Там же.

⁸Там же.

⁹Лид-менеджмент. URL: <http://www.salesportal.ru/abc/l-2> (дата обращения: 26.03.2016).

¹⁰Лид-тайм. URL: <http://www.salesportal.ru/abc/l-2> (дата обращения: 25.03.2016).

В русском языке у данного заимствования несколько значений, полностью совпадающих с семантикой английского *trader*: 1) работник брокерской фирмы, непосредственно участвующий в биржевой торговле, исполняющий заказы на куплю-продажу ценных бумаг; 2) любое юридическое или физическое лицо, обладающее правом заключать сделки на бирже; 3) торговец.

Приведем два примера: «Для подавляющего числа людей работа на финансовых рынках является одним из наиболее приемлемых способов заработать большие деньги. Поэтому профессия трейдера привлекает все больше профессионально не подготовленных любителей»¹¹; «Несмотря на то, что в 2013 году трейдер не выиграл ни одного тендера на поставку труб для “Газпрома”, уже другая компания Ротенбергов – “Стройгазмонтаж” – привлекает господряды монополии на строительство трубопроводов»¹².

Существуют так называемые *дей-трейдеры* (англ. day-trader), которые совершают достаточно большое количество сделок в течение одного дня. Данный англицизм – еще один пример композита, сложного слова, образованного путем соединения двух английских слов. С другой стороны, можно отметить трейдеров, совершающих всего несколько сделок за довольно длительный период времени, например за год. Таких профессионалов считают инвесторами.

Характерной стратегией *дей-трейдеров* является закрытие сделки при достижении небольшой прибыли в несколько пунктов, при этом сделка удерживается незначительное время – от нескольких секунд до нескольких минут. Такая стратегия получила название *скальпинг* (от англ. scalping – «снимать скальп, срезать верхнюю часть»): «На самом деле большинство профессиональных трейдеров в большей или меньшей степени являются дей-трейдерами.

Так некоторые закрывают убыточную позицию, открытую утром в течение дня, вместо того, чтобы удерживать ее в течение ночи»¹³.

С термином *трейдер* тесно связано заимствование *трейдинг* (англ. trading – «торговля»), пришедшее к нам 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: анализ текущей ситуации на рынке и заключение торговых сделок: «Около 50 % прибыли банка приходится на трейдинг, а еще 17 % – на прямые инвестиции и вложения в фонды, свидетельствуют данные FBR Capital Market»¹⁴.

Слово *трейдинг* активно используется в названиях коммерческих компаний, представляя собой иноязычное вкрапление: «Славия Бренд Трейдинг», «КЭС-Трейдинг», «Газпром ЮК Трейдинг», ООО «Универсал Трейдинг-Балтика», «Росвооружение-трейдинг», «Джонсонс Трейдинг», «Рекс Трейдинг», «Новотэк-Трейдинг» и др.: «Например, компания “Джонсонс Трейдинг”, занимавшаяся поставками дорогих сортов черного и зеленого чая, пару лет назад была вытеснена с этого рынка более сильными конкурентами – и очень своевременно переключилась на поставки в Россию чая матэ из Аргентины»¹⁵.

Таким образом, краткий анализ экономических терминов *лид* и *трейдер* 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.

¹¹Трейдер. URL: <http://www.help-on-forex.com/trader.html#ixzz3wtK1YC9x> (дата обращения: 16.02.2016).

¹²Ленц Е. Сувенирные лавки повышенной плавучести // Бизнес-журн. 2004. 30 янв. С. 211.

¹³Трейдеры-профессионалы остаются дей-трейдерами. URL: <http://www.vagrya.com/articles/14.html> (дата обращения: 26.03.2016).

¹⁴Евдокимова А., Иванкина Е. Ротенберги закрывают трейдера СЕТП // РБК Дейли. 2014. 23 апр. С. 8.

¹⁵Костарев Г. Барак Обама заставил банки играть по правилам // РБК Дейли. 2013. 12 дек. С. 16.

Согласимся с точкой зрения А.И. Дьякова [11, с. 5–21], утверждавшего, что именно имена существительные составляют большую часть заимствований из английского языка, поскольку их перенос не связан с изменениями структуры: эти англицизмы заимствуются в русский язык одновременно с их грам-

матической интеграцией. В семантическом плане заимствование иноязычных слов не всегда происходит однозначно: возможно как полное совпадение значений (*трейдер, трейдинг, лид-менеджмент*), так и расширение значения слова, как в примере с термином *лид*.

Список литературы

1. Аристова В.М. К истории англо-русских литературных связей и заимствований // Семантические единицы в категории русского языка в диахронии. Калининград, 1997. С. 12–19.
2. Мельникова А.И. Изучение англицизмов в курсе «Современный русский язык» // Рус. яз. в шк. 1991. № 2. С. 95–101.
3. Аристова В.М. Морфологическая структура английских слов в русском языке // Англо-русские языковые контакты. Л., 1978. С. 44–47.
4. Линник Т.Г. Проблемы языкового заимствования // Языковые ситуации и взаимодействие языков. Киев, 1989. 324 с.
5. Хауген Э. Процесс заимствования // Новое в лингвистике: сб. ст. М., 1972. Вып. 6. С. 344–382.
6. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб., 1999. 320 с.
7. Наумова И.О. Фразеологические кальки английского происхождения в современном русском языке. М., 1982. 17 с.
8. Адливанкин С.Ю. К вопросу о явлении заимствования в области словообразования // Уч. зап. Перм. ун-та. 1965. Т. 137, вып. 1. С. 99–106.
9. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: пособие для иностр. студентов-русистов. Владивосток, 1997. 156 с.
10. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М., 1968. С. 42–45.
11. Дьяков А.И. Особенности функционирования англицизмов тематической группы «обиходно-бытовая лексика» // Язык и культура. 2012. Вып. 4(20). С. 5–21.

References

1. Aristova V.M. K istorii anglo-russkikh literaturnykh svyazey i zaimstvovaniy [On the History of Anglo-Russian Literary Connections and Loans]. *Semanticheskie edinitsy v kategorii russkogo yazyka v diakhronii* [Semantic Units in the Category of the Russian Language in Diachrony]. Kaliningrad, 1997, pp. 12–19.
2. Mel'nikova A.I. Izuchenie anglitsizmov v kurse "Sovremennyy russkiy yazyk" [Teaching Anglicisms in the "Modern Russian Language" Course]. *Russkiy yazyk v shkole*, 1991, no. 2, pp. 95–101.
3. Aristova V.M. Morfologicheskaya struktura angliyskikh slov v russkom yazyke [Morphological Structure of English Words in the Russian Language]. *Anglo-russkie yazykovye kontakty* [Anglo-Russian Language Contacts]. Leningrad, 1978, pp. 44–47.
4. Linnik T.G. Problemy yazykovogo zaimstvovaniya [Problems of Linguistic Loans]. *Yazykovye situatsii i vzaimodeystvie yazykov* [Linguistic Situations and Interactions Between Languages]. Kiev, 1989. 324 p.
5. Kaugen E. Protsess zaimstvovaniya [The Borrowing Process]. *Novoe v lingvistike* [News of Linguistics]. Moscow, 1972. Iss. 6, pp. 344–382.
6. Kostomarov V.G. *Yazykovoy vkus epokhi. Iz nablyudeny nad rechevoy praktikoy mass-media* [The Language Taste of an Epoch. From Observations on the Speech Practice of the Media]. St. Petersburg, 1999. 320 p.
7. Naumova I.O. *Frazeologicheskie kal'ki angliyskogo proiskhozhdeniya v sovremennom russkom yazyke* [Phraseological Calques of English Origin in Modern Russian]. Moscow, 1982. 17 p.

8. Adlivankin S.Yu. К вопросу о явлении заимствования в области словообразования [On the Phenomenon of Loans in Word-Formation]. *Uchenye zapiski Permskogo universiteta*, 1965, vol. 137, no. 1, pp. 99–106.

9. Breyter M.A. *Anglitsizmy v russkom yazyke: istoriya i perspektivy* [Anglicisms in the Russian Language: History and Prospects]. Vladivostok, 1997. 156 p.

10. Krysin L.P. *Inoyazychnye slova v sovremennom russkom yazyke* [Foreign Words in Modern Russian]. Moscow, 1968, pp. 42–45.

11. D'yakov A.I. Osobennosti funktsionirovaniya anglitsizmov tematicheskoy gruppy "obikhodno-bytovaya leksika" [Peculiarities of the Functioning of Anglicisms Belonging to the Topic Group "Everyday Colloquial Vocabulary"]. *Yazyk i kul'tura*, 2012, no. 4, pp. 5–21.

DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.2.107

Elena I. Kosenko

Dagestan State University of National Economy;
ul. Ataeva 5, korp. 4, Makhachkala, 367008, Respublika Dagestan, Russian Federation;
e-mail: elena.elhaddad@mail.ru

ANALYSIS OF THE FUNCTIONING OF ECONOMIC ANGLICISMS IN MODERN RUSSIAN MASS MEDIA

This article presents a brief analysis of the functioning of Anglicisms in Russian mass media, taking the economic terms *lead* and *trader* and their derivatives as an example. The reasons for the appearance of Anglicisms and methods of their formation are considered; the ways of phonetic, grammatical and semantic adaptation of such terms in modern press and online publications are studied. Anglicisms are introduced into the Russian language due to the development of world economy, with new terms created as a result, and due to the need to name new concepts. In the course of phonetic adaptation, direct English loans are incorporated into the Russian language retaining their sound. It was revealed that direct loans are often included into Russian terminology along with compound words (*day-trader*, *lead generation*, *lead management*). The majority of loanwords from English are nouns as their transfer into Russian does not require any structural changes. In terms of semantics, the meaning of a loanword may completely coincide with the original word or be broadened. The English loanwords *lead* and *trader* reflect a trend of active invasion of foreign words into the special spheres of the Russian language. According to the author, this is quite a natural result of the changing economic situation: new concepts require new terms to name them.

Keywords: *economic Anglicisms, modern Russian mass media, Anglicisms in the media, the term "lead", the term "trader"*.

Поступила: 06.04.2016
Received: 6 April 2016

For citation: Kosenko E.I. Analysis of the Functioning of Economic Anglicisms in Modern Russian Mass Media. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2017, no. 2, pp. 107–113. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2017.2.107