

cultural codes of the language in question from learning and teaching settings and environments, the efficiency would dramatically decline. In short, in teaching a new language, not only must teachers have necessary technical knowledge and teaching skills but also they need to be profoundly familiar with culture codes of the language to be taught. Finally, in order to get familiar with a new culture, the easiest and shortest way is to learn it along with learning the language of that culture.

Р.С. Соколовская
УО МГЛУ (г. Минск)

ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ В СФЕРЕ БИЗНЕСА И ЭКОНОМИКИ

В условиях современного быстроменяющегося мира все чаще появляется необходимость во внедрении слов и выражений иностранного происхождения, как для выражения новых значений, так и для обновления лексической системы в целом. На фоне активных культурных, экономических и политических связей Китая с другими государствами в последние десятилетия отмечается массированное проникновение иностранных заимствований в современный китайский язык. При этом иноязычные элементы подвергаются в различной степени фонетической, семантической и грамматической адаптации.

Анализ фактического материала показал, что в китайский язык вошли английские заимствования из всевозможных тематических групп, что свидетельствует о контакте английского и китайского языков, а также носителей данных языков в различных сферах жизни. В связи с высокими темпами развития экономики Китая, в китайский язык в большом количестве вошли заимствования из сферы *бизнеса и экономики*. В качестве объяснения данному феномену могут быть приведены следующие *внутрилингвистические* факторы:

- 1) потребность в наименовании;
- 2) необходимость разграничить содержательно близкие, но различающиеся понятия;

3) восприятие иноязычного слова как более престижного.

К *экстралингвистическим* факторам в свою очередь относятся:

1) наличие тесных политических, экономических культурных связей между народами — носителями языков;

2) социальные, экономические и политические изменения внутри страны заимствующего языка;

3) политическая роль страны и языка, из которого происходит заимствование.

В китайском языке часть экономических терминов и бизнес-лексики представлена фонетическими заимствованиями: 卡特儿 [kǎtè'ér] *картель*; 托拉斯 [tuōlāsī] *трест*; 康邦宜 [kāngbāngyí] *компания*; [fūfèitíng] *форфейтинг*.

Фонетический способ также широко используется в названиях денежных единиц (卢布 [lúbu] *рубль*; 法郎 [fǎláng] *франк*; 克朗 [kèlǎng] *крона*; 第纳儿 [dìnà'ér] *динар*; 比索 [bǐsuǒ] *песо*; 马克 [mǎkè] *марка*; 戈比 [gēbǐ] *копейка*; исключение составляет 美元 [měiyuán] *американский доллар*), а также в названиях иностранных брендов (爱立信 [àilìxìn] *Эриксон*; 诺基亚 [nuòjīyà] *Нокия*; 三星 [sānxīng] *Самсунг*; 摩托罗拉 [mótuōluólā] *Моторола*).

Часто при «фонетической кальке» слово составлялось из иероглифов, наиболее сходных по звучанию с иноязычной единицей, значение иероглифов при этом не учитывалось, соответственно нарушался один из основных принципов китайской письменности — связь элементов, составляющих письменный знак, не только с его произношением, но и со значением. Примером служит слово 卡特儿 «картель», состоящее из иероглифов 卡 — «карточка», 特 — «особый» и 儿 — «ребёнок», значения которых, ни в совокупности, ни по отдельности никак не связаны со смыслом образованного неологизма.

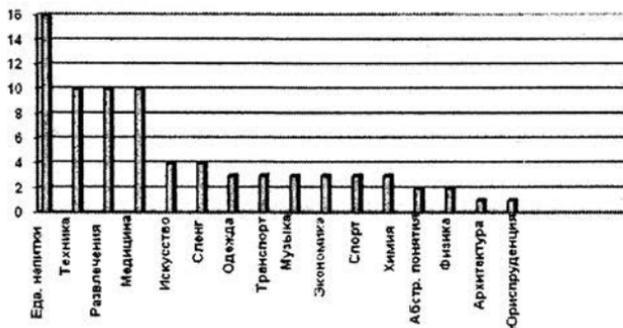


Диаграмма 1. Частотность фонетических заимствований по тематическим группам (количество — 78 единиц)

По количеству фонетических заимствований сфера экономики находится на 10 месте среди остальных тематических групп. Это объясняется тем, что спецификой заимствований в сфере экономики и бизнеса является стремление сделать их более понятными и по возможности отразить значение заимствования. Поэтому чаще принято использовать кальки, которые в отличие от фонетических заимствований создаются из лексических элементов принимающего языка: 拍卖 [pāimài] аукцион (стучать+покупать); 黑市 [hēishì] чёрный рынок (чёрный+рынок); 动产 [dòngchǎn] движимое имущество (движимый+имущество); 不动产 [bùdòngchǎn] недвижимое имущество (не+движимый+имущество); 税卡 [shuìkǎ] налоговая карта (налог+карта). Они легко входят в систему языка, свободно функционируют в речи и порой не воспринимаются носителями языка как слова, пришедшие из другого языка.

Данные диаграммы показывают, что по частотности калек сфера экономики занимает 6 место, что объясняет тот факт, что при заимствовании значительное внимание уделяется не столько внешней форме понятия, сколько его внутренней форме, т.е. его смыслу.

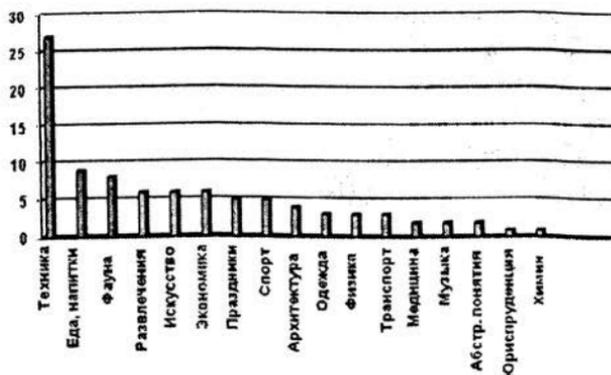


Диаграмма 2. Частотность калек по тематическим группам
(количество - 93 единицы)

Кроме того, в китайском языке существует такой уникальный для языка с иероглифической письменностью тип лексических единиц, как «буквенные слова». В сфере экономики и бизнеса данным способом заимствования представлены в основном имена собственные и аббревиатуры международных организаций: *WTO* (World Trade Organization — Всемирная торговая организация), *CBD* (Central Business District — центральный деловой район), *GDP* (Gross Domestic Product — внутренний валовой продукт). Встречаются также и буквенные слова в сочетании с китайскими иероглифическими компонентами: *К линия* [K xiàn] индекс котировок цены на акции в среднем, отражённые в таблице; *PT股* [PT gǔ] акции убыточных компаний.

В отличие от европейских языков, использующих алфавит, китайский язык с его иероглифической системой гораздо сложнее переживает процесс заимствования иностранных слов. Специалисты в области лингвистики считают, что активный приток новых слов, не подающихся полной «китаизации», может стать неотвратимой тенденцией, способной отрицательно повлиять на самобытность китайского языка или даже представить угрозу для его существования.

Таким образом, заимствованная лексика в экономической и бизнес-терминологии китайского языка в основном представлена фоне-

тическими заимствованиями, кальками и «буквенными» словами, несмотря на то, что фонетические заимствования и «буквенные» слова выглядят чужеродно в китайском языке и остаются по своей внутренней форме непонятными носителям языка.

Т.Ф. Солонович
УО БГЭУ (г. Минск)

ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК ПРАГМАТИЧЕСКАЯ УНИВЕРСАЛИЯ НАУЧНОГО ДИСКУРСА

Поскольку английский язык прочно утвердился в качестве языка международного научного общения, актуальным является всестороннее изучение лингвистических характеристик современного англоязычного научного дискурса с целью использования полученных результатов в практике преподавания английского языка для академических целей при подготовке студентов к обучению в иноязычной образовательной среде.

В данной работе поставлена задача выявления основных языковых средств реализации коммуникативной тактики хеджирования в англоязычном научном экономическом дискурсе (на материале научных статей в области экономики и бизнеса).

В отличие от языка повседневного общения, язык научного описания является формализованным языком, подчиняющимся определенным гласным и негласным правилам и условностям, причем значительный вклад в его формализацию вносят средства хеджирования.

Термин «хеджирование» изначально получил распространение в теории экономики и бизнеса, обозначая бизнес-операции с целью страхования рисков. Данный термин в свою очередь происходит от английского *hedge* 'ограда, живая изгородь' и глагола *hedge* 'окружать изгородью'.

Под хеджированием как лингвистическим явлением подразумевается коммуникативная тактика, связанная с намеренным использованием уклончивых, неопределенных высказываний, что достигается за счет ряда языковых средств.