

Ефименко Татьяна Николаевна

**РОЛЬ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ В ОБЪЕКТИВАЦИИ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КАРТИН МИРА**

Специальность 10.02.19. – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**

Москва - 2009

Работа выполнена в Институте иностранных языков Московского городского педагогического университета

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Артемьева Юлия Вячеславовна

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Тарасов Евгений Федорович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Алимов Вячеслав Вячеславович
кандидат филологических наук, доцент
Коньшева Марина Владимировна

Ведущая организация: **Военный университет МО РФ**

Защита диссертации состоится «4» июня 2009 г. в __12. 30____ часов на заседании диссертационного совета Д 002.006.03 по защите диссертаций на соискание степени доктора филологических наук при Учреждении Российской академии наук Институте языкознания РАН по адресу 125009, г. Москва, Б.Кисловский пер., 1, стр. 1.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института языкознания РАН

Автореферат разослан «29» апреля 2009 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

Кандидат филол. наук

А.В. Сидельцев

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено изучению иноязычной лексики в когнитивном и культурологическом аспектах, а также взаимодействию языковых, концептуальных картин мира, анализ которых является одним из наиболее значимых направлений в современной лингвистике.

Выявление специфики национального компонента, исследование пересечения бизнес-сегментов концептуальных и языковых картин мира представителей различных лингвокультурных сообществ посредством изучения заимствованных слов и концептов позволяют открыть новые перспективы в изучении взаимодействия языка, культуры и мышления.

В условиях интенсивного расширения языковых контактов, взаимодействия различных лингвокультур заимствованная иноязычная лексика представляет собой одну из важнейших проблем в кругу лингвистических исследований. В настоящем исследовании проводится анализ иноязычных лексических единиц экономического дискурса английского языка, заимствованных из западноевропейских и восточных языков в XX-XXI вв., то есть на современном этапе развития общества. Этим и определяется **актуальность** настоящего исследования.

Проблеме заимствования уделяли и уделяют большое внимание многие лингвисты. Рассматривались классификации заимствований на различных этапах вхождения лексики, процессы их адаптации в языке–реципиенте. В данной работе иноязычная лексика изучается в лингвокогнитивном и лингвокультурологическом аспектах, то есть в русле когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, относительно новых направлениях в языкознании, сформировавшихся лишь к концу XX века.

Таким образом, актуальными представляются как лингвокультурологические и лингвокогнитивные аспекты данного исследования, так и сам практический материал.

Объектом настоящего диссертационного исследования является иноязычная лексика делового дискурса английского языка.

Предметом – процессы репрезентации бизнес-сегментов различных картин мира посредством заимствованной иноязычной лексики в деловом дискурсе.

Материалом послужили лексические единицы, заимствованные английским языком из европейских и восточных языков в период с XX в. по настоящее время. Данные слова и выражения нашли свое отражение в текстовых источниках (экономические журналы *The Economist, Fortune, Newsweek, Japan Look* и другие), Интернет: “Business World Portal”: www.bwportal.com; Electronic Business Forum: www.dddn.com.vn; а также в лексикографических источниках (словари новых и иностранных слов *Oxford Dictionary of New Words, Harper Dictionary of Foreign Terms, Oxford English Dictionary; Random House Unabridged; Англо-русский контактологический словарь, Англо-английский словарь политической лексики* и другие).

Цель данного исследования предполагает выявление областей пересечения различных картин мира европейских и восточных лингвокультурных сообществ на материале заимствованных культурем, а также исследование иноязычной лексики с точки зрения лингвокультурологического и лингвокогнитивного подходов.

В соответствии с целью работы необходимо решить следующие **задачи**:

- Исследовать области взаимодействия западноевропейской и восточной лингвокультур;
- Составить выборку иноязычных слов и выражений соответствующей тематики на основе сплошного просмотра экономической литературы на английском языке, а также словарей новых и иностранных слов;

- Провести количественный анализ заимствованных слов и выражений;
- Установить источники пополнения иноязычной лексики в английском языке;
- Выявить экстралингвистическую обусловленность терминологической и нетерминологической заимствованной лексики;
- Проанализировать иноязычную лексику с точки зрения лингвокогнитивного подхода и определить национально-культурную специфику культурем в синонимических рядах.

В соответствии с поставленными задачами в работе использован комплекс дополняющих друг друга **методов исследования**:

- Методика сплошной выборки из толковых словарей, словарей новых и иностранных слов английского языка, и текстовых источников;
- Метод лингвокультурологического поля;
- Описательно-аналитический метод;
- Сравнительно-сопоставительный метод;
- Статистический метод (количественный анализ терминов в сопоставляемых языках);
- Элементы метода этимологического анализа.

Научная новизна настоящего исследования состоит в оригинальности подхода к изучению иноязычной лексики. Проанализированы бизнес-сегменты западноевропейской и восточной картин мира, которые объективируются в английском языке посредством заимствованных лексических единиц. Уникален и сам период заимствования: период всемирной глобализации, интеграции и глокализации. Проведено исследование национальной специфики иноязычной заимствованной лексики, благодаря которой можно составить стереотип представителей различных деловых культур.

Теоретическая значимость диссертационного исследования обусловлена детализацией классификации терминологической и нетерминологической иноязычной лексики, в особенности, делового дискурса, которая играет существенную роль в современном обществе. Исследование лингвистических проблем в соотношении с психолингвистическими, культурными и социокультурными теориями позволяет использовать результаты работы для дальнейшего исследования проблемы взаимодействия языка, культуры и мышления. Более того, в дальнейшем можно предположить составление словаря иноязычной заимствованной экономической лексики английского языка.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования результатов исследования в практике преподавания делового английского языка, при разработке лекционных курсов и составлении учебных пособий по страноведению, лингвокультурологии, различных спецкурсов для студентов факультетов «Мировая экономика», «Международные экономические отношения».

На защиту выносятся следующие положения:

1. Процесс коммуникации представителей различных языковых сообществ, наблюдаемый в последние десятилетия, следует трактовать как взаимодействие когнитивных пространств, как взаимодействие различных языковых сознаний, различных картин мира.
2. Взаимодействуя с языками локальных культур, английский язык заимствует лексические единицы и уникальные особенности, знания и концепции, присущие той или иной локальной культуре и передает их по всему миру.

Следовательно, можно говорить не только о глобальном характере английского языка, но и глокальном.

3. Для более эффективного описания заимствованной лексики делового дискурса английского языка считаем необходимым рассмотреть иноязычную лексику в лингвокогнитивном и лингвокультурологическом аспектах.
4. Новая иноязычная лексика изменяет картину мира, закрепленную в данном языке и привносит в нее элементы иного мировидения, а также способствуют детерминированию национальной специфики того или иного лингвокультурного сообщества.
5. Английский язык представляет собой «центр» пересечения языковых, концептуальных и научных картин мира. В результате пересечения картин мира происходит обогащение и пополнение не только языковых картин мира представителей англоговорящих стран, но и концептуальных, так как вместе с языковыми единицами заимствуются и новые концепты. Представитель языка-реципиента не только знакомится с новой лексической единицей, но формирует новое видение того или иного предмета или явления на основе уже имеющегося у него восприятия.
6. Иноязычная лексика английского языка содержит ряд межъязыковых синонимов, которые наглядно демонстрируют специфику национального языка, производную от специфики национальной культуры.
7. Новая лексика английского языка экономического дискурса представляет собой сложное объединение консубстанциональных терминов, которые, с одной стороны, охватывают терминологическую лексику, с другой – общеупотребительную лексику, то есть слова и словосочетания, которые используются при описании различных аспектов бизнеса и репрезентируют научную и наивную картины мира. Большое количество лексики претерпевает процесс детерминологизации, следовательно, граница между научными и наивными знаниями стирается.

Апробация работы осуществлялась на заседаниях кафедры теории и практики перевода ДВГУ и кафедры английского языка факультета международных отношений ДВГУ (2005-2008), на научных конференциях Дальневосточного государственного университета (2003, 2004), а также на международных конференциях: «Общие проблемы, общие решения: преподавание английского языка в разных культурных контекстах» (“Sharing Challenges, Sharing Solutions: Teaching Languages in Diverse Contexts; The 5th Pan-Asian Conference on Language Teaching at FEELTA 2004”, Vladivostok, June 24-27, 2004), 3-я международная конференция «Язык и межкультурная коммуникация», г. Москва, РАН, РАЛН, 24-27 сентября 2005, 3-я международная конференция «Россия – Восток – Запад: Проблемы межкультурной коммуникации» г. Владивосток, 5-7 апреля, 2007. Основные результаты исследования отражены в семи публикациях, две из которых вышли в реферируемых журналах ВАК.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии, списка использованных словарей и текстовых источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** очерчивается проблематика, которая поднимается в работе, обосновывается подход к ее исследованию и выбор практического материала. Обосновывается актуальность темы, научная новизна, теоретическая значимость и

практическая ценность работы; определяются цели и задачи исследования; представляются методы исследования; формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «*Отражение всемирных экономических процессов в английском языке*» рассматриваются процессы взаимодействия английского языка с другими языками, результатом которых является иноязычная лексика. Глобализация и интеграция в мировой экономике оказывает огромное влияние на создание транснациональных компаний, на увеличение внешнеэкономических связей и, как следствие, наблюдается рост межъязыковых контактов. В условиях межкультурной коммуникации происходит не только взаимодействие языков, но и когнитивных пространств. Данная глава содержит аналитический обзор работ отечественных и зарубежных лингвистов, посвященных исследованию взаимодействия языков, картин мира, классификации иноязычной лексики, ее семантическим изменениям.

Изменение экономической и политической ситуации во всем мире привело к интеграции между лингвокультурными сообществами, к активной межъязыковой и межкультурной коммуникации. Под *коммуникацией* следует понимать процесс взаимодействия и взаимокорректировки индивидуального сознания каждого из коммуникантов (Леонтьев 1999: 272). При взаимодействии различных лингвокультурных сообществ происходит «взаимодействие говорящих сознаний коммуникантов» (Гудков 2003: 23). Коммуниканты обмениваются языковыми знаками, называя ими определенные когнитивные единицы и структуры.

Акцентирование внимания на антропологическом подходе, предполагающем исследование языковых феноменов в тесной связи с человеком, его мышлением и другими видами духовно-практической деятельности, привело к появлению таких категорий, как «концептуальная картина мира» (ККМ), «картина мира» (КМ), «языковая картина мира» (ЯКМ) (Сепир 1993; Телия 1986; Кубрякова 1986; Попова, Стернин 2003; Скурту 1990; Серебренников 1988; Мейлах 1983; Рябцева 2005; Корнилов 1999; Карасик 2004; Красных 2001 и др.)

Под *картиной мира* следует понимать «упорядоченную совокупность знаний о действительности, сформировавшуюся в общественном сознании (групповом и индивидуальном) (Попова, Стернин 2003; 4), а также опосредованную предметными значениями и соответствующими когнитивными схемами и поддающуюся сознательной рефлексии (Леонтьев 1999; 23). Однако не все воспринятое и познанное человеком, не все «происходящее и проходящее через органы чувств и поступающее извне по разным каналам в голову человека, имеет или приобретает вербальную форму» (Кубрякова 1986; 112).

Современные психолингвисты, сравнивая понятия «*картина мира*» и «*модель мира*», считают их синонимичными (Леонтьев 1999; Уфимцева 1993). Т.В. Цивьян рассматривает модель (картину) мира как результат переработки информации о среде и человеке, как сокращенное и упрощенное отображение указанной суммы представлений (Цивьян 1990: 81). Некоторые лингвисты рассматривают картину мира как «сумму ментальных значений, наиболее общих представлений о мире» (Утробина 1997: 77). В основе отражения картины мира лежит «антропоморфический принцип, согласно которому, человек привносит с собой элементы языкового членения универсума в само миропонимание» (Молчанова 2007: 23). При помощи языка опытное знание, полученное отдельными индивидами, превращается в коллективный опыт (Постовалова 1988; 11), становится достоянием общественного сознания, когда оно отображается на культурные предметы и означиваются через общественно закрепленные знания (Тарасов 1996; 10).

С другой стороны, индивидуальное сознание есть определенная проекция общественного (Зимняя 1993; 55). Таким образом, провести четкую границу между индивидуальным и коллективным сознанием (или индивидуальным когнитивным

пространством и коллективным когнитивным пространством (Красных 2001: 170), как и между индивидуальной и коллективной картиной мира, очень трудно.

В научных трудах, посвященных исследованию языковой картины мира, лингвисты сходятся во мнении о ее неоднородности, выделяют концептуальную, научную и наивную картину мира и предлагают различные классификации языковой картины мира (научная картина мира (НКМ), ЯКМ национального языка и ЯКМ отдельного человека (Корнилов 1999: 4).

Языковая (опосредованная, вторичная) КМ определяется как результат объективации концептуальной КМ в языке. Если концептуальная КМ (ККМ) представлена совокупностью концептов, то ЯКМ существует в виде значений языковых единиц, образующих «семантическое пространство языка» (Попова 2002: 10-14).

Сравнивая языковую картину мира с научной картиной мира, Н.К. Рябцева определяет языковую картину мира как часть наивной (практической) картины мира (Рябцева 2005: 63). Практическая картина мира (ПКМ) складывается естественно, произвольно, в процессе жизнедеятельности, накопления практического опыта. ПКМ отражает повседневную жизнь, представления о мире и состоит из простых, а не абстрактных понятий, самобытна, лингво-, культурно- и этноспецифична, основана на жизненных установках, воплощает практический и культурный опыт своих носителей и поэтому антропоцентрична.

Научная картина мира (НКМ) строится осознанно, целенаправленно, при помощи специального языка, терминологии, и поэтому ее устройство легко поддается описанию и экспликации. Научная картина мира получает в каждом национальном языке самобытную форму выражения посредством формирования национальных терминологий на родном языке носителей (Корнилов 1999: 13).

Наивная КМ складывается как ответ на практические потребности человека, как необходимая когнитивная основа его адаптации к жизни. Научная КМ, отвечая требованиям развития науки, всегда стремится к полноте и точности знания одновременно (Касевич 1996: 77-78).

Принимая во внимание взаимодействие языка и культуры, С.Г. Тер-Минасова отмечает, что культурная и языковая КМ тесно взаимосвязаны и восходят к реальной картине мира (Тер-Минасова 2004: 41). ЯКМ отражает реальность через культурную картину мира.

В данной работе под ЯКМ понимается совокупность знаний и представлений, зафиксированных в содержании языковых форм и конвенциональных способах их выражения, как своеобразная система членения мира и форма его категоризации. Деятельность по познанию действительности также связана с языковым сознанием, поскольку окружающая действительность отражается в нем через ментальные концепты и понятийные вербализованные конструкторы.

Выполняя роль транслятора культуры, язык образует три типа картин мира: первичную, вторичную и опосредованную. Под первичной следует понимать языковую картину мира, отражаемую родным языком (Почепцов 1990: 111). Вторичная картина мира возникает при изучении иностранного языка и культуры и является скорее картиной, создаваемой языком (Тер-Минасова 1999: 41). При изучении опосредованной картины мира язык выступает посредником, то есть картина мира реконструируется через образы, отраженные иноязычной культурой (Прошина 2001: 39).

Разные нации, пользуясь разными инструментами концептообразования, формируют различные картины мира, являющиеся основанием национальных культур (Вайсгербер 1993: 120)

При взаимодействии представителей разных лингвокультур, происходит не только взаимообмен словами и выражениями, но и системами категоризации мира, когнитивными пространствами, когнитивными базами поскольку всё, что не дано нам в

непосредственном, чувственном опыте, может быть достигнуто через языковое описание (Кубрякова 2001: 33). Другими словами, происходит взаимодействие представителей разных языковых, концептуальных, научных картин мира. При всем разнообразии потенциально заимствуемого при системном взаимодействии языков отбирается только то, что укладывается в уже имеющуюся категориальную структуру элементов восприятия, при этом отбрасывая остальное (Серебренников 1988: 85).

Иноязычная лексика выполняет в структуре англоязычного текста определенные функции, главной из которых является «быть маркером чужой культуры», «чужой картины мира» (Гришаева, Попова 2004: 34).

Развитие цивилизации, появление новых технологий привело к тому, что все более важное место в жизни человека занимают межэтнические и межкультурные контакты с представителями других культур. Существует несколько видов межкультурных языковых контактов: 1) *соприкосновение*, характеризующееся несовпадением стереотипов общения, принятых в разных культурах при контакте на одном языке общения; 2) *приобщение*, которое характеризуется определенным наличием знания стереотипов общения каждой из сторон, но реально одна из сторон пользуется двумя типами – своим и чужим, а вторая исходит только из своего типа; 3) *проникновение*, то есть такой тип межкультурного языкового контакта, который рассматривается как система определенного взаимного учета стереотипов общения, прежде всего из сторон, которая использует новый язык общения; 4) *взаимодействие*, характеризующееся использованием любым участником общения стереотипов общения любой из двух культур, в особенности при изучении нового языка или новой культуры (Прохоров 1996: 107-115).

Огромное влияние на увеличение межкультурных и межъязыковых контактов оказывают современные процессы глобализации. Под *глобализацией* понимают «процесс политической, экономической, социальной и культурной интеграции в мировом масштабе» (Adamu 2003:1), при котором происходит усиленный обмен опытом, капиталом, товарами между странами (Bartelson 2000: 126).

Вызванный глобализацией процесс расширения границ общения во всех сферах человеческой деятельности привел к необходимости одного, понятного всем языка. Таким глобальным языком признан английский язык.

Английский язык, преодолев все государственные границы, проник в различные сферы и стал основным в бизнесе и культуре, образовании и науке, в средствах массовой информации. Он получил название языка межкультурного общения (Кабакчи 1998: 164), международного, мирового (глобального), мультикультурного и мультиэтнического (Кабакчи 2002: 80; Proshina 2007: 8).

Взаимодействуя с другими культурами, английский язык расширяет свои культурные рамки (Кабакчи 1998: 10). Будучи *lingua franca*, английский язык играет роль языка межкультурного взаимодействия и обогащения. Погружаясь в локальные контексты, английский язык обогащается национальными особенностями из тех или иных языков и культур (Pakir 2001: 84). С одной стороны, наблюдается распространение и влияние английского языка, с другой – именно английский передает другим народам уникальные особенности локальных культур. Такой процесс называют *глокализацией* (Pakir 2001: 84; Robertson 2003: html- док.; Зарубина 2008: 8).

Подобные изменения в мире и объективная тенденция развития гуманитарных наук стали причиной перехода к антропологической парадигме, в центре внимания которой находится комплекс проблем, связанный со взаимодействием человека, языка и культуры. Все это привело к возникновению науки – лингвокультурологии.

Лингвокультурологический подход предполагает проведение анализа языковых единиц, заимствованных из нескольких языков, выражающих национально-специфическое видение мира во взаимодействующих лингвокультурах (Карасик 2004: 91).

С точки зрения антропологического подхода можно выявить национально-культурный компонент с помощью соотнесения их значений с концептами общечеловеческой и национальной культуры (Бромлей 1983; Маслова 1997). С этой позиции национально-специфическими оказываются не только языковые единицы, обозначающие культурно-маркированные реалии, но и те, в которых культурная информация представлена имплицитно. Культурная информация, таким образом, рассредоточена в языке, она сознательно или бессознательно воспроизводится носителями языка, которые употребляют языковые выражения в определенных ситуациях. Язык включен в культуру (Тарасов 2000: 48). Таким образом, культура и язык - это формы сознания, отображающие мировоззрение человека; культура и язык существуют в диалоге между собой; субъектом культуры и языка является индивид или социум, личность или общество.

Предметом изучения взаимосвязи языка и культуры является *лингвокультурема*, то есть «диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического (понятийного и предметного) содержания» (Воробьев 1997:44-45; Гак 1998:142). Лингвокультурема, «в отличие от слова, имеет более сложную структуру: план содержания делится на языковое значение и культурный смысл» (Лучинина 2004: 240).

Применительно к нашему диссертационному исследованию под лингвокультуремами мы понимаем *культурно-нагруженные* слова (“culture-loaded words”) как ключевые слова европейской и восточной культур.

Совокупность лингвокультурем, относящихся к определенной этнической культуре, представляет собой лингвокультурологическое поле.

Сегодня ни один язык, ни одна культура не существует и не развивается изолированно. По мнению М. Вебера, культуре, стремящейся к самопознанию и обретению своей идентичности перед лицом современных проблем, важно увидеть себя глазами другой культуры (Вебер 1995: 516). Взаимодействие английского языка с другими языками способствует заимствованию новых знаний и вместе с тем появлению новых лексических единиц, которые объективируют эти знания. Такие лексические единицы принято называть заимствованными.

Изучению заимствованной лексики посвятили свои работы И.В. Арнольд (1973); С.А. Беляева (1984); А.А. Брагина (1981); Н.Н. Быховец (1989); Э. Ф. Володарская (2001 а, b); В.В. Дубичинский (1993); Ю.А. Жлуктенко (1974); В.И. Заботкина (1989); В.В. Кабакчи (1987, 1998); Л.П. Крысин (1968, 1994, 1998); Т.Г. Линник (1989); Г.П. Нещименко (2002); З.Г. Прошина (2001); Е.В. Урысон (1999); В.М. Шаклеин (2004) и др.

Заимствование – процесс перемещения элемента чужого языка слова, морфемы, синтаксической конструкции из одного языка в другой в результате языковых контактов (Крысин 1968; 1998), а также, это - сам результат перехода элемента одного языка в другой (Добродомов 2000: 158). Данное определение наиболее емко отражает подходы к термину «заимствование» и может использоваться для иноязычной лексики, которая находится на начальном этапе вхождения в язык-реципиент.

Слова и выражения иностранного происхождения называют: *экзотизмами* (Мечковская 1994: 52; Микитич 1967: 7; Розенталь, Теленкова 1976: 533); *иноязычными вкраплениями* (Крысин 1968: 43; Пономаренко 1978: 8; Шармила 1996: 6); *варваризмами* (Брагина 1981: 82; Ким Юань Фу 1971: 5; Реформатский 2002: 141; Розенталь, Теленкова 1976: 44-45).

Слова и выражения, перемещенные из какого-либо языка в английский в результате взаимодействия различных лингвокультур принято называть *алиенизмами* (Берков 1996: 62).

Заимствования также принято разделять на прямые заимствования как результат прямого контакта двух стран и опосредованные – через другие языки (Прошина 2001: 184).

В процессе заимствования одни иноязычные слова и выражения прочно входят в состав английского языка, другие подвергаются графическим, семантическим и фонетическим изменениям: сужению, расширению или смещению значения (Лапшина 1998: 44). Одной из причин изменения значения является тот факт, что при заимствовании некоторые слова не сохраняют свои системные признаки, то есть место и роль, которые они имели в языке-доноре. Дело в том, что при переходе языковой единицы из одного языка в другой переносится тело знака, а значение конструируется в языке-реципиенте. При этом значение может быть усеченным (сужение) или расширенным.

В некоторых случаях наблюдается переход лексики из общеупотребительной в профессиональную, то есть происходит терминологизация значения. Это объясняется тем, что заимствованное слово оказывается более четким, чем слово родного языка, которое в ходе своего культурно-исторического развития получает дополнительные значения и оттенки (Сорокин 1965: 59; Верещагин, Костомаров 1980: 71).

В процессе перемещения из языка-донора в язык-реципиент заимствуются лексические единицы с одинаковыми синонимичными значениями.

Синонимия представляет собой универсальное явление, пронизывающее все семантически значимые единицы языка. Синонимами являются языковые единицы, имеющие тождественные (Ахманова 1966; Винокур 1975; Федосов 2001), тождественные и близкие (Апресян 1974; WDS 1951; Евгеньева 1966; Кобозева 2000), эквивалентные (Бережан 1973) и различные оттенки значений (Александрова 1986; Апресян 1974; Виллюман 1971; Федосов 2001).

Различия в значениях синонимов имеют большое значение для адекватной передачи градации в выражении мыслей и чувств, в характеристике разнообразного мира вещей и явлений» (Брагина 1986: 11). Такая передача имеет важное значение при взаимодействии различных лингвокультурных сообществ и языков, результатом которого являются заимствованные из разных языков синонимичные слова и выражения. Слова различных языков, полностью или частично совпадающие по значению, принято называть межъязыковыми синонимами (Гальчук 2007: html - документ).

Совокупность синонимов составляют синонимический ряд (Федосов 2001: 4). При этом главным условием включения языковой единицы в синонимический ряд является наличие различий (Gauger 1972; Hausmann 1977 цит. по Хантакова 2006: 29). Единицы языка, составляющие синонимический ряд, взаимодействуют между собой. В процессе взаимодействия синонимов у каждого из них обнаруживаются неповторимые, только ему присущие свойства (Хантакова 2006: 29). Данные различия связываются с понятием оттенка значения.

Среди иноязычной лексики часть является терминологической лексикой, а часть - нетерминологической. В терминах закреплён результат активного отражения, в содержание которого включена человеческая практика (профессиональная деятельность) (Уфимцева 1974:9). Термины вербализуют научную картину мира, в то время как нетерминологическая лексика - наивную картину мира, то есть обыденное представление о мире.

Проблеме определения и различия термина и не термина посвятили свои работы М.Н. Володина 2000; И.И. Донскова 2001; Т.М. Дридзе 1994; Л.В. Дубровина 1985; Л.А. Капанадзе 1965; В.М. Лейчик 1994; А.В. Суперанская 1989; Kaiser-Cooke 1995 и др.

Одни исследователи противопоставляют термин слову как единице языка (Капанадзе 1965; Суперанская 1989), другие считают термин частью словарного запаса общелитературного языка, обладающего «терминологической функцией» (Соколова 1985: 302; Прохорова 1996: 6). Так, А.А. Реформатский отделяет термин от общеупотребительной лексики и добавляет, что отличие заключается не в форме, а в специфичности его употребления (Реформатский 1961: 46).

Таким образом, термины представляют собой группу слов, отражающих полную картину мира и связанных с определенной областью знания.

В науке термины требуют строгих дефиниций (Гринев 1990: 7). Означаемое термина гораздо конкретнее и объемнее, чем означаемое обиходного слова (Корнилов 1996: 36). Если к термину понятие «прикладывается», то не термин называет понятие (Капанадзе 1965: 77; Мечковская 1995: 66; Суперанская 1989: 26). М.Н. Володина отмечает двуединую сущность термина, которая заключается в том, что термин «аккумулирует общезыковую и специальную информацию», более того, он является единицей общезыкового и профессионального знания (Володина 1996: 90), объединяя при этом научные и наивные (обыденные) знания.

В качестве финансово-экономического термина мы вслед за Н.Л. Константиновой, рассматриваем «слово или словосочетание, обозначающее специальное понятие в сферах экономики и финансов и являющееся единицей специальной терминосистемы, и которое служит для номинации и обеспечения профессионально-коммуникативной деятельности человека» (Константинова 2003: 7).

Термин при этом следует отнести к рациональному знанию, то есть научной картине мира, в то время как не термины – к бытовому знанию, то есть наивной картине мира. Используя терминологическую и нетерминологическую лексику, человек синтезирует научную и наивную картины мира, поскольку, как справедливо замечает Л.А. Манерко, бытовое и рациональное знания связаны: они являются результатом параллельных видов познания и сосуществуют в мозгу человека (Манерко 2000: 25).

Во второй главе «*Изучение заимствованной лексики в лингвокультурологическом аспекте*» рассматриваются причины иноязычного заимствования, семантические изменения заимствованных лексических единиц, приводятся примеры. Проводится классификация иноязычных единиц по этимологическому и тематическому критериям. Такая классификация предусматривает анализ заимствованных языковых единиц в английском экономическом (деловом) дискурсе.

Дискурсом называется: 1) любое конкретное высказывание, 2) единица, по размерам превосходящая фразу, 3) теоретический конструкт, предназначенный для исследований условий производства текста (Серио 1999: 26-27), 4) связанный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными и др. факторами (Арутюнова 1990: 136-137), 5) конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве, 6) совокупность тематически соотнесенных текстов (Чернявская 2001: 14,16).

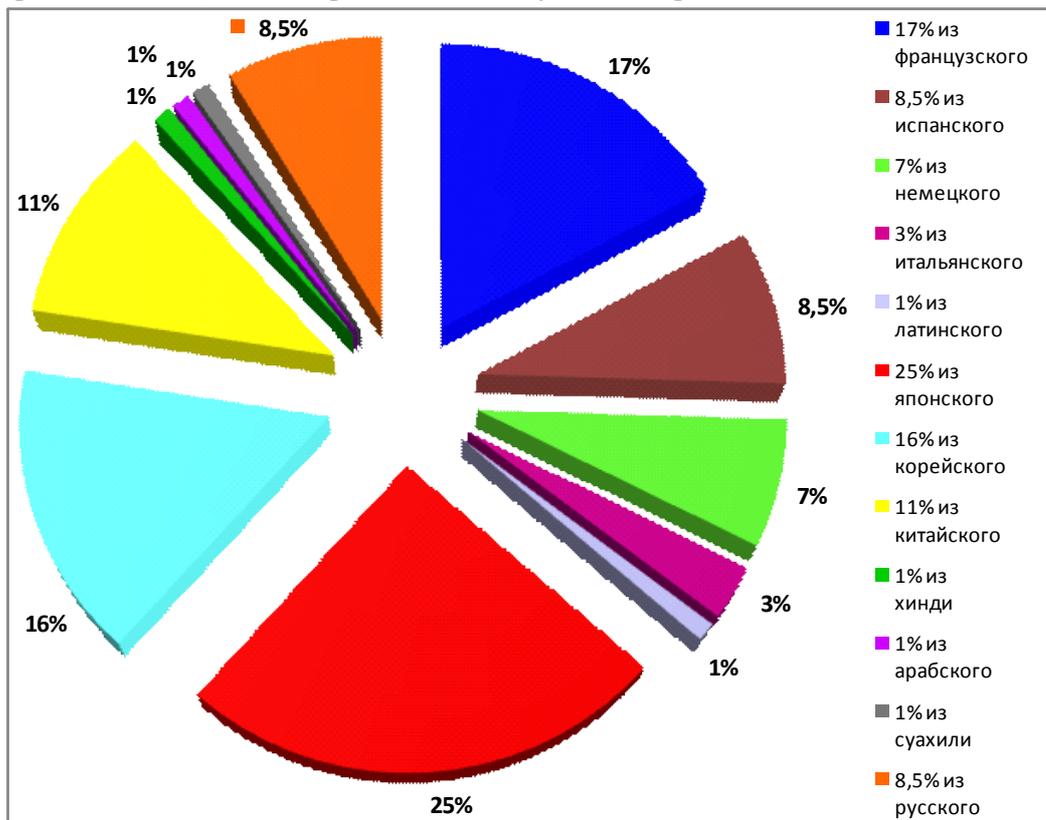
Применительно к настоящему исследованию дискурсом следует считать «явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, с другой» (Карасик 2004: 231).

При пересечении различных лингвокультур заимствованные слова и выражения проникают в лингвокультурологическое поле экономики и деловых отношений английского языка, образуя при этом единое лингвокультурологическое поле иноязычной заимствованной лексики. В настоящем исследовании целесообразнее говорить о тематическом сегменте лингвокультурного поля. Единицами таких тематических сегментов являются лингвокультуры, заимствованные из разных языков мира.

Количественный анализ заимствованной лексики показал, что заимствованные лингвокультуры из *французского языка* составляют 17% (*brevet d'invention* - свидетельство (патент на изобретение); *crédit foncier* - ассоциация, компания, предоставляющая кредит на покупку недвижимости; *créateur commerçant* - владелец магазина, который творчески подходит к выполнению своего дела), из *испанского языка* составляют 8,5% (*escribiente* - офисный работник (клерк), секретарь; *facture* - счет, фактура; *maquiladora* - предприятие текстильной промышленности), из *немецкого* -7% (*Gleichschaltung* - стандартизация политических, экономических и культурных институтов; *Werk* - работа, производство;

Aktienkultur - биржевая культура), из **итальянского языка** – 3% (*baristas* – бармен, который проходит специальное обучение для общения с клиентами; *per contante* – платить наличными), из **латинского языка** – 1% (*aes alienum*-долг, пассивный баланс; *pactum* – контракт, торговая сделка, выгодная покупка), из **языка хинди** насчитывается 10 слов и выражений (*casas particulares* – сдача жилья в аренду; *chauk* - рынок; *zamindari* – агентство недвижимости), из **арабского языка** (*sharia*- усовершенствованная финансовая система; *hawala* – нерегулируемый канал, через который исчезает большое количество денег), из **японского языка** 25% (*waki aiai* – гармония, коллективизм в бизнесе; *kaiko* – увольнение людей с работы; *ichijikai* – формальная встреча; *keiretsu* – крупный финансово-промышленный концерн, возникший после II Мировой войны; группа компаний, формально независимых, но объединенных вокруг банка; *zaibatsu* – большой семейный торгово-промышленный клан; крупный японский концерн (форма, существовавшая до 1946г.), из **корейского языка** 16% (*chaebol* – крупный семейный промышленный комплекс; *hagetaka* – потребительские фонды; *janton* – мелкие деньги; *big-bang economic reform*– резкое изменение в экономике), из **китайского языка** 11% (*ming pian* - визитка; *gweilos* – иностранец (рабочий); *guanxi* – личные знакомства, блат; *xiangzhen giye* – государственные компании в с/х районах; *pibao gongsi* – посредническая компания, обычно без офиса, без капитала), из **русского языка** 8,5% (*obshchestvennaya rabota* – общественная работа; *obshchestvo* – общество; *privatizatsia* – приватизация; *valyuta* – валюта; *peredovik (proizvodstva)* - передовик (работник производства, выполняющий (перевыполняющий) обязательную норму (план); *shock worker* – ударник; группа рабочих, выполняющих трудную работу).

Схематично заимствованные культуремы в экономическом дискурсе, с точки зрения их происхождения, можно представить следующим образом:



Проведенный анализ убедительно доказывает, что английский язык является языком международного общения, так как, кроме собственной

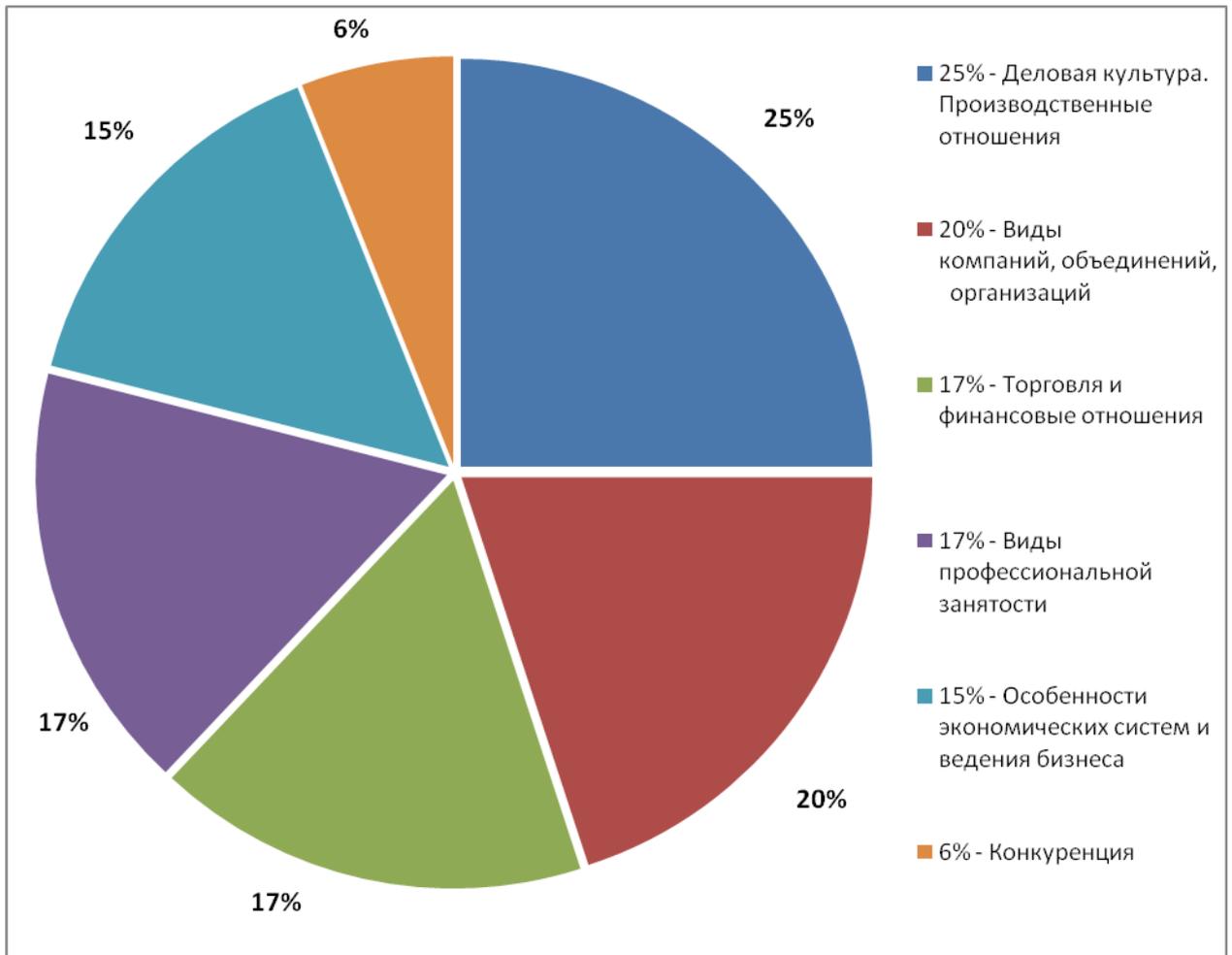
экономической лексики, содержит слова и выражения из языков стран Запада и Востока.

Таким образом, иноязычные культуремы в области экономики и деловых отношений отражают взаимодействие стран внутреннего и внешнего круга, то есть стран, для которых английский является родным или вторым языком и стран, где английский считается международным.

Количество заимствованных культурем свидетельствует об интенсивности контактов между этими странами, об их внешнеэкономическом сотрудничестве.

Проанализировав лингвокультурологическое поле иноязычных заимствованных лингвокультурем по тематическому критерию, мы определили области пересечения «коммуникативных пространств» представителей западноевропейских и восточных лингвокультурных сообществ. Были выделены следующие тематические сегменты: **производственные отношения** (*mai jiang* (кит.) – взаимопонимание, лояльность, компромисс; *kitsui* (яп.) – быть очень требовательным на работе); **виды компаний и организаций** (*Aktiengesellschaft* (нем.) – акционерное общество; *société anonyme* (фр.) – акционерное общество; *confartigianato* (ит.) – ассоциация производителей непромышленных товаров) **торговля и финансовые отношения** (*faire ses choux gras* (фр.) – получать прибыль; *moeda corrente* (португ.) – текущие деньги, законное платежное средство; *harakiri swap* (яп.) – рискованная торговля валютой), **виды профессиональной занятости** (*yogak* (кор.) – крупный оптовый торговец; *caudillos* (исп.) – оригархи высшего уровня; *poissarde* (фр.) – женщина-продавец на рынке (как правило низшего класса); *empleado* (исп.) – чиновник, служащий), **особенности экономических систем и ведения бизнеса** (*colbertisme* (фр.) – экономическая политика во Франции, при которой государство оказывает поддержку и руководит инженерными проектами, предприятием, в особенности в области атомной промышленности; *amerikanische Verhältnisse* (нем.) – американские условия, специфика, при которой рынок управляет экономикой; *zhuada fangxiao* (кит.) – ведущий принцип реорганизации государственного предприятия – удержать большое, упустить малое), **конкуренция** (*ate-uma* (яп.) – выявление намерений конкурента или договаривающейся стороны; *concours* (фр.) – конкуренция).

Схематично тематическую классификацию заимствованной экономической лексики можно представить следующим образом:



Таким образом, лингвокультурологическое поле экономического дискурса английского языка представляет совокупность различных тематических сегментов, которые, в свою очередь, являют собой пересечение различных лингвокультур. Количество заимствований зависит и от уровня экономического развития, и от интенсивности внешнеэкономических, политических и культурных контактов. Этимологический и тематический анализ заимствованных лингвокультурем позволяют создать представление о деловой культуре того или иного лингвокультурного сообщества, поскольку иноязычная лексика, исследуемая в нашей работе, содержит национально-культурный компонент. Такие компоненты объективируют специфику ведения бизнеса в той или иной культуре.

В данной главе решается одна из задач диссертационного исследования, а именно – проанализировать, каковы общие черты и специфика той или иной бизнес-культуры и как они объективируются заимствованиями в английском языке. Инструментом для решения этой задачи служит лингвокультурологический анализ заимствованной лексики в английском языке.

Количественный анализ заимствованных культурем позволил расположить общие черты в следующем порядке: 1) **работа** – *affaire* (фр.) – дело, процесс, торговая сделка; *tache* (фр.) – обязанность, дело, задание, занятость; *travails*(фр.) – работа; *Werk* (нем.) – работа, производство, *colocacion* (исп.) - должность, работа; *trabajo*(исп.) – работа, труд, *kat* (хинд.) – работа, занятость, дело; 2) **неформальное вознаграждение**: *Schmeer* в немецкой деловой культуре – взятка; *brigue* во французской деловой культуре – взятка, в Италии – *tangentopoli* – взяточничество (массовая коррупция) в Италии; *tea money* – взятка в Китае; *sode no shita* – взятка в Японии; **благодарность**: *Trinklied* (нем.) – чаевые, денежное вознаграждение в качестве благодарности; *menus plaisirs*(фр.) – деньги на

мелкие расходы; *lagniappe* (фр.) – небольшой подарок, который продавец обычно дарит покупателю. Подобное выражение есть и в испанской деловой культуре: *pilon*(исп.) – денежное вознаграждение покупателю со стороны продавца, часто при оплате счета, **3) структура компании**: в Японии подобное «неравенство» отношений *senpai-korai* – «старший – младший» является основой стабильности в обществе. В Китае подобное неравенство также не подвергается сомнению, примером этому может служить *chiu yan* – «влиятельное лицо». Для арабского стиля управления также характерна строгая иерархия, при которой нормы и правила компании диктуются тем человеком, который имеет власть – *sheikocracy*. Данные примеры позволяют сделать вывод, что отношения в бизнесе есть отражение отношений каждого индивида в своем обществе; **4) гармония**: *rapport* – во французской компании подразумевает взаимозависимость, обоюдную толерантность, демонстрацию лояльного отношения к начальнику. В Японии ценят гармонию в коллективе – *kuuki*, гармонию в бизнесе – *waki aiai*, а также правила и традиции в компании *shikitari*. Китайские бизнесмены стараются придерживаться во всех своих делах гармонии, согласия с окружающим миром – *Yu*. Гармоничные отношения – *inhwa* ценят и корейские бизнесмены.

Таким образом, гармония и психологический климат в коллективе – это неотъемлемая составляющая слаженной и плодотворной работы, независимо от национальности сообщества.

Проанализированный практический материал диссертационного исследования свидетельствует о том, что между вышеперечисленными культурами есть как некая общность, которая объединяет деловую культуру каждого народа в единый мир – мир бизнеса, так и некоторые отличия.

Так, для немецкого бизнеса характерной чертой является эффективность, пунктуальность, *Grundlichkeit* – тщательное обдумывание перед принятием решения, рабочим советуют придерживаться правил биржевой культуры – *Aktienkultur*. Французские менеджеры – *gerant* достигают взаимопонимания с помощью *langage des halles* – язык рынка. Французское слово *de jure* – «верный, преданный работник» свидетельствует об отношении работника к компании и руководителю. Для русской деловой культуры характерны: *chernaya subbota* – рабочая суббота; *obshhestvennaya rabota* – дополнительная общественная нагрузка (партийная работа, профсоюзы). Слово *krysha* – «крыша» больше характерно для постсоветского периода, и обозначает мафиозную структуру, составляющую протекцию для осуществления бизнеса на «рынке». Такие корейские слова и выражения как *chaegim* – коллективная ответственность, *songshilhan* – верность, преданность, лояльность, *sadae* – услужение, подчинение старшим по возрасту и по социальному положению свидетельствуют об отношении корейских работников и служащих к коллективу и руководству. Руководители, напротив, характеризуются высокомерием – *koman*. В японских компаниях *on* и *giri* – чувство долга и обязательства являются сущностью японской системы управления, при которой предполагается, что подчиненный будет «служить своей компании верой и правдой». Характерной чертой японского бизнеса является *moretsu shain* – трудоголик. Слова *kisui* – очень требовательный к себе работник или служащий, *akirame ga warui* – неумение остановиться в работе, *karoshi* – смерть от переутомления подтверждают стремление японцев к труду, часто нелегкому.

Культурная уникальность той или иной страны обуславливает различные взгляды, понимание организации и структуры компаний, отношение к власти. Та тактика, стратегия бизнеса и те принципы, которыми руководствуются в западных странах, могут быть абсолютно неприемлемыми в восточных странах. Именно отличия в деловых культурах составляют национально-культурную специфику того или иного лингвокультурного сообщества. Это объясняется не только различиями в культурах, но и в мировоззрении представителей разных культур.

В третьей главе «Иноязычная лексика в лингвокогнитивном аспекте» описывается взаимодействие западноевропейской и восточной картин мира, проводится анализ областей пересечения коллективных когнитивных пространств, картин мира. Такое описание способствует детерминированию национальной специфики значений иноязычных единиц.

Такие заимствованные единицы вербализуют особенности рынка в картине мира представителей различных деловых культур: *французской* (*debouche* – рынок сбыта); *индийской* (*chauk* – рынок, рыночная площадь, городская площадь); *иранской* (*bazaari* – рынок (восточный, устаревший); *корейской* (*shijon* – лицензированный рынок, то есть рынок, на котором торгуют продавцы с лицензиями); и *китайской* деловой лингвокультуры: *wet market* – «мокрый рынок», то есть продуктовый рынок, где принято мыть пол после сырых овощей, мяса; *pasar malam* – ночной рынок в Сингапуре, где необходимо торговаться.

За внешним сходством языкового сознания могут стоять совершенно разные «образы мира», как например, «рынок» для француза, корейца, китайца, иранца или индийца. Народы несут в мыслях и действиях своих представителей отпечаток некоторой «матрицы» и набор элементов одной матрицы выражен более рельефно (то есть отличается), чем набор элементов в другой специфичной культуре (Сепир 1993: 466-470).

Факты «чужой» культуры становятся объектом внимания, и раскрывают наиболее значимые параметры картины мира французской, испанской, итальянской, японской, китайской лингвокультуры. Например, такие слова как *saboteur* (фр.) – недобросовестный работни; *tacheron* (фр.) – наоборот – старательный работник, «рабочая лошадка»; *ouvrier* (фр.) – рабочий; *empleado* (исп.) – чиновник, служащий; *dependiente* (исп.) – работник, служащий, продавец; *escribiente* (исп.) – работник, клерк; *baristas* (ит.) – работники в кафе, которые проходят специальное обучение по работе со «сложными» клиентами; *sarariman* (яп.) – служащий в компании, который получает ежемесячно заработную плату, в отличие от рабочих, которые обычно получают почасовую зарплату; *shoshaman* (яп.) – служащий крупной торговой компании; *foci* (кит.) – работник, служащий в Китае.

Примеры следующей области, с одной стороны, репрезентируют одинаковые понятия, но с другой стороны, имеют разную оценочную характеристику для иностраных служащих в компании: *yatoi* (яп.) – иностранные служащие, приезжающее в Японию пропагандировать западную культуру; *gaijin* (яп.) – иностранный работник в компании; *gweilos* (кит.) – иностранный работник в китайской компании. Различия в оценочной характеристике отчетливо представлены в следующих предложениях: *The gaijin not only outwitted the Japanese; they humiliated them. China's polycimakers are eager to attract foreign expertise, gweilos, to help buoy the country's appallingy managed banks.*

Таким образом, язык-донор эксплицирует картину мира человека и посредством заимствованной специальной лексики входит в английский язык как язык-реципиент, привнося черты того или иного фрагмента знаний другой лингвокультуры. Происходит взаимообмен информацией и взаимокорректировка сознаний.

Знание «чужой» картины мира помогает облегчить инокультурному адресату понимание «чужого», помочь ему соотнести новые сведения с соответствующими знаниями из «своей» картины мира.

Итак, английский язык представляет собой некий «центр», в котором пересекаются языковые, концептуальные, научные картины мира, вербализованные языковыми единицами того или иного делового лингвокультурного сообщества.

В функции английского языка четко представлено единство дуализма, то есть с одной стороны, английский язык стремится к сохранению «своей» внутренней культуры, с другой стороны, «устремлен в мультикультурный мир» внешних культур (Кабакчи 2005: 165). При знакомстве с чужой лингвокультурой происходит и заимствование концептов. Концепты, отображенные в национальном языке, становятся своеобразными маркерами,

определяющими разнородную деятельность человека. Наряду с заимствованием целого концепта может заимствоваться и часть концепта как составляющие конструкторы концепта, или микроконцепт.

Концепт «бизнес» в английской и американской культуре представляет собой совокупность заимствованных микроконцептов: из немецкой деловой лингвокультуры: *Wirtschafts-wunder* («экономическое чудо», под которым подразумевается, что именно благодаря «экономическому чуду» можно будет вернуть и вновь установить профессиональную (трудовую) этику); из испанской деловой культуры: *maquiladoras* («предприятие», представленный языковым выражением – который обозначает предприятие текстильной промышленности); из русской деловой культуры *krysha* («местные бандиты», которые обеспечивают защиту и составляют протекцию на рынке); из индийской деловой культуры: *casas particulars* (дома, в которых сдаются в аренду комнаты), *paladares* (небольшие ресторанчики на 12 мест, в которых готовят определенные виды блюд); из деловой культуры Ближнего Востока: *sharia* (усовершенствованная система финансовых услуг, благодаря которой можно получить ипотеку в «Ahli United Bank» в Великобритании); из корейской бизнес-культуры: *chaebol* (крупный корейский промышленный комплекс); из китайской культуры: *coolie* (вербализует такое понятие как дешевая рабочая сила или работник азиатского происхождения, который в течение определенного срока выполняют низкоквалифицированную работу и находится на положении раба).

Наличие отличий в культурах и сознаниях у представителей англоговорящих и восточноазиатских деловых сообществ обусловили заимствование микроконцептов, как составляющих американского/английского концепта «бизнес».

Таким образом, в случае заимствования инокультурной реалии, ее предметный концепт (микроконцепт) заимствуется как единое целое. В случае наличия в заимствующей лингвокультуре явления, подобного инокультурному, но отличающегося от него какими-либо концептуальными признаками и/или отсутствием каких-либо признаков, предметный инокультурный концепт может быть заимствован ради его национально-специфических составляющих. Языковые проекции концептов позволяют обнаружить не только особенности картин мира того или иного делового сообщества, но и своеобразие способа освоения мира этим сообществом.

Главное отличие чужих микроконцептов – это установление ценностных отношений, свойственных иной, в нашем случае, какой-либо европейской или восточноазиатской культуре.

Отражение знаний и опыта представителей того или иного делового сообщества происходит по-разному, поскольку в каждой культуре варьируется осмысление тех или иных явлений.

Заимствованные микроконцепты складываются в стереотипы, то есть в представления у носителей одной культуры о другой. Анализ материала данной работы позволяет нам создать стереотип представителей некоторых деловых культур.

В процессе перехода иноязычных единиц из одного языка в другой заимствуются не только новые, неизвестные представления принимаются английским языком, но и уже существующее в английской/американской картине мира, то есть синонимичные слова и выражения.

Каждый член синонимического ряда, представляя собой актуализацию определенного фрагмента содержания, новый ракурс его осмысления и описания, существенно дополняет такую информацию, расширяя границы познания и понимания мира человеком.

Синонимичный ряд, репрезентирующий понятие «бесплатно» представлен заимствованиями из латинского языка - *pro bono* и из итальянского языка – *franco*. Несмотря на внешнее сходство, то есть похожие лексические значения, данные

межъязыковые синонимы различаются концептуальными знаниями. Латинское слово имеет более общее значение «бесплатно», а итальянское слово имеет оттенок значения - «этот термин используется при международных торговых сделках, при этом нет необходимости оплачивать дополнительно услугу за доставку товара, так как это входит в стоимость вместе со страховкой».

Межъязыковые синонимы употребляются в английском языке для уточнения информации (*Zoll* (нем.) и *douane* (фр.) «таможня, таможенные пошлины») и дополнения информации в высказывании (*debouche* (фр.) – рынок, торговая точка, *chauk* (хин.) – рынок, рыночная площадь, *bazaar* (араб.) – рынок (восточный тип), *shijon* (кор.) – лицензированный рынок, *shi chang* (кит.) – рынок в Китае, *wet market* (кит.) – продуктовый рынок (рынок имеет такое название т. к. на подобных рынках после торговли свежими овощами или мясом моют пол), *pasar malam* (кит.) – рынок в Сингапуре (в особенности ночной рынок, на котором принято торговаться).

Таким образом, в межъязыковых синонимах, заимствованных в деловом дискурсе английского языка отсутствуют полностью идентичные по значению синонимы, что дает нам право рассматривать синонимию, а тем более, межъязыковую синонимию, как значительное сходство значений слов при их незначительных семантических различиях, а также функционально-стилистическую привязанность.

Наличие синонимов из разных языков есть условие существования языка. Присутствие межъязыковых синонимов обусловлено необходимостью участия другой личности, другого языка, другой культуры в жизни языка-реципиента. Процесс познания действительности принимает сегодня глобальные формы, его обслуживают все слои заимствованной лексики: как терминологическая (*pro bono* (лат.) – бесплатно; *contrat* (фр.) – контракт, договор; *metayage* (фр.) – польная аренда; *jonse* (кор.) – система аренды квартиры, при которой выплачивается очень высокий депозит, но затем не вносится ежемесячная оплата), так и нетерминологическая лексика (*Werk* – работа, производство; *hypermarches* – супермаркет; *guanxi* – специальные личные связи с владельцами магазинов; *jinji ido* – перевод служащих компании из одного отдела в другой для обучения на рабочем месте и знакомства с компанией).

Заимствованные термины аккумулируют профессиональные знания и представляют собой фрагмент научной картины мира представителей того или иного делового сообщества, в то время как наивную картину мира вербализует нетерминологическая лексика.

Использование заимствованного термина вместо слова родного языка или наряду с собственным словом обусловлено рядом причин: 1) стремлением сохранить краткость и технический характер этого термина (*aes alienum* (лат.) – долги, пассивный баланс; *Gleichschaltung* (нем.) – процесс стандартизации политических, экономических и культурных институтов в авторитарных государствах); 2) сложностью найти правильный эквивалент (*harakiri swap* – рискованная торговля валютой, приводящая к финансовым убыткам или незначительной прибыли, практикуемая брокерами для привлечения новых покупателей).

Профессиональная лексика экономики и деловых отношений представляет собой сложное объединение, в основе которого, с одной стороны, находятся термины, с другой – общеупотребительная лексика, то есть слова и словосочетания, которые используются при описании различных аспектов бизнеса и репрезентируют научную и наивную картины мира. Большое количество лексики претерпевает процесс детерминологизации, следовательно, граница между научными и наивными знаниями стирается. В деловом дискурсе широко используется узкоспециальная лексика, то есть терминология для обозначения понятий данной сферы.

В **заключении** формулируются основные теоретические выводы и излагаются практические результаты исследования.

При взаимодействии различных лингвокультурологических сообществ происходит взаимообмен не только лексическими единицами, но и системами категоризации мира, системами опыта и знаний, когнитивными пространствами. Исследование областей пересечения (взаимодействия) когнитивных пространств, и как результат – иноязычной лексики, позволило выявить национально-культурные особенности ведения бизнеса, а также специфику научной и наивной картин мира представителей того или иного лингвокультурного делового сообщества. Практическим материалом настоящего исследования явились иноязычные лингвокультуремы, заимствованные из европейских и восточных языков, что свидетельствует о международном статусе английского языка.

Основные положения диссертации отражены в семи публикациях автора.

1. Ефименко Т.Н. Английский язык как посредник в диалоге культур России и Китая // *Азиатско-тихоокеанский регион: экономика, политика, право: Научный и общественно-политический журнал*. – Владивосток. – 2007. - №2 (16). – С.115-119.
2. Ефименко Т.Н. Вхождение иностранной лексики в деловой английский // *Вестник Воронежского гос. университета, серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация»*. – 2008. - №1. – С. 27-33.
3. Ефименко Т.Н. Язык как отражение мировоззрения // *Общие проблемы, общие решения: преподавание языков в различных контекстах: Материалы V Паназиатской конференции*. – Владивосток, 2004. С. 21.
4. Ефименко Т.Н. Лингвокультурологический аспект заимствованных экономических терминов в английском языке // *«Россия-Восток-Запад»: Материалы международной научно-практической конференции*. – Владивосток, 2005. С. 13.
5. Ефименко Т.Н. Языковые заимствования как отражение культурных контактов (на материале иноязычных заимствований в английском языке) // *«Язык и культура»: Материалы III международной научной конференции* – Москва: РАЛН, 2005. С.151.
6. Ефименко Т.Н. Отражение всемирной глобализации в культурно-языковых контактах // *Культурно-языковые контакты: Сб. науч. трудов*. – Владивосток, 2006. – Вып. 7. – С. 37-42.
7. Ефименко Т.Н. Отражение взаимодействия социолем в лексике английского языка // *Культурно-языковые контакты: Сб. науч. трудов*. – Владивосток, 2008. – Вып. 8. – С.32-37.