

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ

Национально-культурный компонент в экономической лексике английского и китайского языков
(выпускная квалификационная работа)

Выполнила: Цянь Цзыци
IV курс, английская группа

Научный руководитель:
ст.преп. Карапетян А.Р.

Рецензент:
к.пед.н. Мезенцева Д.А.

Санкт-Петербург
2016 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава I. Специфика единиц с национально-культурным компонентом в английском и китайском языках.....	7
1.1. Виды национально-специфической лексики.....	8
1.2. Способы актуализации национально-культурной информации в английском и китайском языках.....	14

1.3. Особенности экономической лексики в английском и китайском языках.....	16
Выводы по Главе I.....	20
Глава II. Экономическая лексика с национально-культурным компонентом в английском и китайском языках.....	23
2.1. Характеристика английской экономической лексики с национально-культурным компонентом.....	23
2.2. Характеристика экономической лексики с национально-культурным компонентом в китайском языке.....	34
Выводы по Главе II.....	43
Заключение.....	45
Список использованной литературы.....	48
Список источников.....	50

ВВЕДЕНИЕ

Язык способен отображать культурно-национальную ментальность его носителей. Язык может быть воспринят как компонент культуры и как орудие культуры, и служат средством представления основных установок культуры. Язык является основой бытия человека в культуре.

Одной из центральных проблем в языкознании является проблема взаимосвязи языка и культуры. Язык – прямое отражение действительности, а культура является неотъемлемым компонентом этой действительности, с которой сталкивается человек, соответственно, язык – простое отражение культуры. В процессе изменения действительности происходит замена культурно-национальных стереотипов, вследствие чего меняется и сам язык. Язык, будучи, с одной стороны, составной частью культуры, наследуемой от предков, важнейшим из явлений культурного порядка и основным инструментом познания мира человеком и хранилищем индивидуального и общественного опыта, с другой стороны, отражает мировосприятие конкретной этнокультурной общности. Языковые знаки служат средством фиксации основных установок культуры и национально-культурного наследия, осуществляя, таким образом, функцию знаков культуры.

Экономика и экономическая наука рассматриваются как часть национальной культуры, которая неразрывно связана с другими ее аспектами и детерминирована культурной спецификой. Из всех сфер человеческой деятельности наиболее коренной перестройке в последнее десятилетие подверглась именно экономика. Экономика - это та область знаний современника о мире, где особенно отчетливо проявляются базовые интересы социума и этноса, где заметны изменения в общественном сознании, ментальности носителя языка, где имеет место активная языковая динамика. Все явления и процессы находят отражение в своеобразных лексических

построениях и предпочтениях синтаксических структур, которые становятся предметом научного исследования.

С точки зрения антропологического подхода можно выявить национально-культурный компонент с помощью соотнесения их значений с концептами общечеловеческой и национальной культуры [Бромлей, 1983: 418; Маслова, 1997: 208]. С этой позиции национально-специфическими оказываются не только языковые единицы, обозначающие культурно-маркированные реалии, но и те, в которых культурная информация представлена имплицитно.

Цель настоящей дипломной работы – изучить национально-культурный компонент экономической лексики в китайском и английском языках.

В работе решаются следующие **задачи**:

- 1) рассмотреть специфику единиц с национально-культурным компонентом в английском и китайском языках,
- 2) проанализировать особенности экономической лексики в английском языке,
- 3) составить семантическую характеристику экономической лексики с национально-культурным компонентом в английском и китайском языках.

Материалом исследования послужили лексические единицы по теме «экономическая лексика банковская, биржевая, налоговая», отобранные методом сплошной выборки из словарей *Oxford Dictionary*, *Merriam Webster's Dictionary*, *Oxford Dictionary of New Words*, *Harper Dictionary of Foreign Terms*, *Oxford English Dictionary*, *Random House Webster's Unabridged Dictionary*, *My Economist* 《*经济学人*》常用词汇总结.

Актуальность исследования определяется лингвистическими и экстралингвистическими факторами. Актуальность работы заключается в попытке исследовать экономическую лексику в рамках лингвокультурологического подхода. В конце 20в. и в начале 21в. цивилизация вступила в эпоху экономических перемен. Современная англоязычная экономическая лексика является результатом интеграции нескольких научных

областей (экономика промышленности, экономика труда, экономика строительства, банковское дело; экономическая география, экономическая история, статистика и финансы, бухгалтерский, учет и др.).

В работе используются следующие **методы исследования**: описательно-аналитический, классификационный метод, метод компонентного анализа, метод дефиниционного анализа, сравнительно-сопоставительный метод.

Структура работы определяется целями и задачами, поставленными в работе. Дипломная работа, общий объёмом 52 страницы, состоит из введения, двух глав с выводами к каждой из них, заключения, списка использованной литературы, списка источников.

Во введении обосновывается выбор темы, её актуальность, определяются основные цели и задачи исследования.

Первая глава посвящена аналитическому обзору литературы по теме дипломной работы. Особое внимание в главе уделяется специфике единиц с национально-культурным компонентом и экономической лексике.

Вторая глава посвящена исследованию национально-культурного компонента экономической лексики в английском и китайском языках.

В Заключении излагаются основные результаты и подводятся общие итоги исследования.

ГЛАВА I. СПЕЦИФИКА ЕДИНИЦ С НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫМ КОМПОНЕНТОМ

Каждый язык отражает определенный способ восприятия и устройства мира. Содержащиеся в языке значения складываются в некую единую систему взглядов, своего рода коллективную философию, которая принимается в качестве обязательной всеми носителями языка. Свойственный данному языку способ концептуализации действительности отчасти универсален, отчасти национально специфичен, в связи с этим носители разных языков могут видеть мир по-разному.

Язык через систему своих значений и их ассоциаций окрашивает концептуальную модель мира в национально-культурные цвета, поэтому языковая картина мира каждого конкретного народа является фактом его национально-культурного наследия и обладает уникальной спецификой.

Лексические понятия часто бывают межъязыковыми, понятийно эквивалентными для двух, трех и более языков. Общечеловеческий характер основных форм семантических изменений приводит к образованию межъязыковых параллелей, которые предполагают полную соотнесенность разноязычных единиц: тождество их формы, семантики, внутреннего образа. Однако в сфере лексических фонов регулярно наблюдается неполноэквивалентность, т.е. слово не имеет полных соответствий в иных культурах, оказывается национально-культурным. Большая часть лексического состава какого-либо языка различается по эмоциональной и социальной значимости, отражающей национальный менталитет и создает определенные ассоциации, понятные людям данной культуры.

Этнические особенности вербального отражения мира предопределяются спецификой национального склада мышления, природной сферой и материальной культурой. О.А. Корнилов дифференцирует само понятие внешнего мира, выделив три его составляющие: природную среду,

материальную культуру этноса и объективно существующие связи между объектами и явлениями материального мира. Каждая из этих составляющих, преломляясь в обыденном сознании этноса, получает свое словесное воплощение, уникальное для каждого языка [Корнилов, 2003: 349].

1.1. Виды национально-специфической лексики

Впервые о национально-культурном компоненте значения упоминает русский лингвист Н.Г. Комлев (в его работах данный компонент именуется культурно-историческим, термин «национально-культурный компонент» появился позднее и принадлежит А.С. Мамонтову). Согласно его мнению, в слове помимо информации о предмете содержится и некий социальный фон, ассоциирующийся с этим словом. «Признавая наличие «внутреннего содержания слова», т.е. факта, что слово-знак выражает нечто кроме самого себя, мы обязаны признать и наличие культурного компонента – зависимость семантики языка от культурной среды индивидуума» [Комлев, 1969: 220].

О.А. Корнилов выделяет три вида национально-специфической лексики:

- 1) обозначения специфических реалий бытования народа;
- 2) обозначения универсальных концептов, имеющих специфические прототипы;
- 3) национально-специфическая лексика, обозначающая абстрактные понятия [Корнилов, 2003: 349].

Похожая классификация была предложена профессором Е.Ф. Арсентьевой для распределения фразеологических единиц (ФЕ) по трем уровням проявления национально-культурной специфики:

- 1) Национально-культурная специфика фразеологизмов в совокупном фразеологическом значении связана с так называемыми безэквивалентными или лакунарными фразеологическими единицами, которые существуют в любом языке. Это явление объясняется избирательностью фразеологической номинации народов – носителей

языков. В то же время концепты, передающие семантику безэквивалентных ФЕ, присутствуют в языковой картине мира данного народа.

2) Фразеологические единицы, имеющие в своем компонентном составе национально-культурный компонент, являются немногочисленными в обоих языках. Маркированность национальной специфики создается наличием специфических для данного народа слов, входящих в состав ФЕ, «это либо обозначения каких-либо реалий, известных только носителям одной нации или нескольким нациям, связанным общностью культуры или религии, а также своеобразные топонимы, антропонимы, гидронимы, характерные для какой-то одной страны» [Селифонова, 2002: 67].

3) Национальная специфика фразеологизма может отражать историю народа, своеобразные традиции, обычаи, его характер, изначально заложенные в его прототипе [Арсентьевой, 1999 : 318].

Для целей данной работы мы возьмем за основу классификацию О.А. Корнилова, несколько изменив ее. К первой группе мы отнесем безэквивалентные слова, содержание которых невозможно сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями. Это так называемые денотативные реалии, по классификации Г.Д. Томахина. Среди денотативных реалий выделяются «чистые реалии» и реалии-термины. Такие реалии-термины, в отличие от «чистых реалий», связанных с историей, культурой, бытом народа, встречаются в публицистических, политических текстах, в художественных произведениях. Они приобретают свойства термина, специализируются для выражения научных понятий, однако сохраняют образность, стилистическую и национальную окрашенность. Такие реалии-термины встречаются в сфере административной, экономической, юридической, в сфере искусства, военного дела, системе образования и др. Их общеупотребительность, популярность, «узнаваемость» делают такие термины реалиями, например, «харизма», «имидж», «медведь», «бык» и др. К

денотативным ученым относит реалии, обозначающие предметы и явления, характерные для данной культуры, но не имеющие соответствий в сопоставляемой культуре, т.е. безэквивалентная лексика. [Томахин, 1988: 37]. Безэквивалентная лексика обозначает предметы, которые присутствуют в одной культуре и отсутствуют в другой и обладают яркой национальной спецификой. она уникальна как на уровне обозначаемых реалий, так и на уровне культурных коннотаций [Верещагин, Костомаров 1990: 42]. Безэквивалентная лексика отражает национальные тенденции и обладает яркой национальной спецификой. Непонятные (национально-специфичные) семантические компоненты этих слов зависят от разных факторов, как языковых, так и внеязыковых, поэтому лексика, характеризующая национальные тенденции, различается по отраженным в ней социальным реалиям, национальной культуре и эмоциональной значимости.

По мнению Е.Д. Селифоновой, денотативные реалии «известны только носителям одной нации или нескольким нациям, связанным общностью культуры или религии, а также своеобразные топонимы, антропонимы, гидронимы, характерные для какой-то одной страны». Согласно Е.Д. Селифоновой, для топонима базовым является представление об окружающем ландшафте, для антропонима – о человеке, для эргонимов – представление о материальном объекте, имеющем характер артефакта. Над базовыми смыслами надстраивается вторичная (но от того не менее важная) содержательная информация, связанная с социальной структурой общества, с культурными или идеологическими процессами [Селифонова, 2002: 67].

К этой группе также относятся ономастические реалии – имена собственные, общеизвестные в среде носителя. Они также обладают огромным культуроведческим потенциалом. В структуре онима разграничиваются базовые и вторичные смысловые зоны. Имя собственное в сфере языка и культуры воспринимается на фоне определенных ассоциаций, основанных на некоторых признаках обозначаемого объекта, причем эти ассоциации различаются объемом и содержанием [Березович, 1998: 7].

Ко второй группе относится национально-культурная лексика, где основным признаком национальной специфики значения выступает так называемая «культурная коннотация». В.Н. Телия выделяет культурную коннотацию в качестве базового понятия для лингвокультурологии. Как полагает ученый, культурная коннотация – это интерпретация денотативного или образно мотивированного аспектов значения в категориях культуры [Телия, 1996: 214]. Это подразумевает наличие сопутствующего значения языковой единицы, отображающее культурные традиции общества и включающее в себя дополнительные семантические и стилистические элементы, устойчиво связанные с основным значением в сознании носителей языка. «Культурно-маркированная коннотация возникает как результат интерпретации ассоциативно-образного основания единицы или метафоры посредством соотнесения его с культурно-национальными эталонами и стереотипами. Компоненты с символическим прочтением также во многом обуславливают содержание культурной коннотации» [Маслова, 2001: 55]. Лексика с национально-культурным компонентом значения, который в сознании языкового коллектива отличается по эмоционально-эстетическим ассоциациям, им вызываемым, называется коннотативной лексикой.

Во вторую группу также входят единицы, названные Г.Д. Томахиным, коннотативными реалиями. Коннотативные реалии – это реалии, в плане содержания которых обозначаемые понятия в сравниваемых культурах совпадают, но обозначающие их реалии обладают дополнительными (коннотативными) значениями и вызывают в сознании носителя определенные культурно-исторические ассоциации. Г.Д. Томахин выделяет следующие группы коннотативных реалий: а) слова, выступающие в качестве символов: вегетативные, анималистические символы, цветовая символика; б) фольклорные, исторические и литературные, книжные аллюзии. В них содержатся намеки на образ жизни, поведение, черты характера, деяния исторических героев, фольклорных и литературных персонажей, на исторические события, на мифы, предания, литературные произведения и т.п.;

в) языковые аллюзии; они обычно содержат намек на какой-либо фразеологизм, пословицу, поговорку, крылатую фразу или ходячее выражение [Томахин, 1988: 43].

Контрастивный анализ У. Гохуа показывает, что в общих случаях формирование культурных коннотаций обуславливается следующими факторами:

1) зависимостью от роли, которую играло или играет данное слово-реалия в жизни народа-носителя языка;

2) зависимостью от роли, которую играет слово-реалия в фольклоре и религиозных мифологиях;

3) зависимостью от свойств, присущих самим словам-реалиям. В рамках лингвострановедения исследуются лексические единицы в аспекте их культурной коннотации [Гохуа, 2002: 95].

Не вызывает сомнения тот факт, что ментальность отражается в языке как на лексическом, так и на грамматическом уровне. У каждого народа существуют неповторимые ассоциации образного мышления, обусловленные особым семантическим наполнением каждого слова – культурными смыслами. Они закрепляются в языковой системе и составляют ее национальную специфику. Этническое самосознание основывается, прежде всего, на родном языке. Усвоение изучаемого языка предполагает усвоение языковой картины мира, языкового сознания носителей этого языка, которое проявляется в способах членения мира [Хроленко, 2005: 91].

1.2. Способы актуализации национально-культурной информации в английском и китайском языках

Актуализация культурной информации может происходить посредством нескольких средств.

Прежде всего, национальная специфика может отражать историю народа, своеобразные традиции, обычаи, явления, изначально заложенные в его

прототипе. Национально-культурная специфика обусловлена внутренней формой, денотативным значением. Примером этого в английском языке могут служить наименования лиц финансово-экономической сфере: *greenmailer*, *freelancer*, *compliance-controller*, *bull*, *bear*, *business angel*, *company doctor*, *dissident shareholder*, *black night*. В китайском языке ярким примером является

понятие 关系 *guanxi* «гуаньси». Точного определения «гуаньси» не существует даже на китайском языке. Это своего рода социальный феномен, который обозначает общественные отношения: в семье, между друзьями и дальними родственниками, между дружески настроенными незнакомцами и отношения на официальном уровне. Лексические единицы, обозначающие понятия, связанные явлениями природы: 芳香 *fangxiang* – аромат от цветов и трав, 使君子

子 *shijunzi* – индийское душистое растение, муდანь-цветок древовидного пиона, очень похожий на пион, но по размеру больше него, красного, розового, белого цвета. Он считается самым красивым, роскошным и является китайским национальным цветком. Именно с ним сравнивают знатную, красивую, дородную женщину.

Во-вторых, культурная информация может проявляться посредством коннотативного значения. Своеобразие лексики, отражающей национальную культуру в китайском языке, заключается как в своеобразии реалий, ею передаваемых, так и в специфике культурных коннотаций. Примерами единиц, заключающих в себе элемент культурной коннотации являются, например,

такие слова, используемые для описания характера человека, как: 蚕 *can*

(шелкопряд – о самоотверженном человеке), 胡安 *hu'an* (бык – о

трудолюбивом человеке, который всем сердцем служит народу), 绵羊

mianyang (баран – о послушном, безгласном человеке), 饭桶 *fantong* (кадка для риса – о никудышном человеке).

Третий способ выражения национально-культурной специфики происходит на уровне денотативного и коннотативного аспектов значения одновременно. Примером этого в английском языке служат единицы неантропоцентрической направленности – прозвища стран, городов, штатов. Известно, что у единицы, обозначающих единичные объекты, совпадают сигнификативный и денотативный компоненты значения, поскольку «значение подобных единицы, по преимуществу прозвищ, соответствует понятиям, объем которых рассматривается в логике как множество из одного элемента» [Кунин, 2005: 314]. Например: *the almighty dollar* («всемогущий доллар»). Такие единицы наиболее полно выражают национальную специфику, т.к. в них проявляется совокупное действие всех указанных выше признаков культурно-маркированного компонента в составе единицы и национально-значимого прототипа. Наличие всех этих признаков свидетельствует о максимальной насыщенности единицы специфической информацией, эксплицитно или имплицитно выражающей историю и культуру народа, говорящего на языке.

1.3. Особенности экономической лексики в китайском и английском языках

Для понимания особенностей английской экономической терминологии обратимся к типу экономической системы Великобритании. Она относится к структуре «горизонтального» типа по классификации К. Поланьи. Для экономической структуры «горизонтального» типа характерна частная собственность, и отношения собственности сводятся к одному собственнику. В языковом плане такие перемены сводятся к замене монолога (редистрибуция) на диалог (рынок)» [Поланьи, 2002: 166].

Л.В. Коровина отмечает, что экономический английский пополнился целым рядом неологизмов, появившихся благодаря развитию такого процесса как глобализация: *glocalization*, *globophobe*, *globophobic*, *globality and globophobia*. Другим источником новых слов в бизнесе являются новые понятия в менеджменте и маркетинге, которые отражают новые явления, такие как *ghostbrand* (в прошлом знаменитая торговая марка, товары под которой все еще продаются, но не пользуются прежней популярностью), *mass customization* (индивидуализация товара или услуги, производящихся в больших количествах), *brandstorming* (выработка новой стратегии в отношении торговой марки или конкурс на лучшее название для новой торговой марки) [Коровина, 2009: 203].

Анализ китайской экономической литературы позволяет сделать вывод, что экономическая лексика в современном китайском языке преимущественно заимствуется из других языков, в частности из английского языка. Учитывая специфику китайского языка, прежде всего иероглифическое письмо, слоговой характер языка, фонетические особенности, существуют определенные трудности для заимствования. Каждый слог в современном китайском языке, обозначенный иероглифом, имеет свое значение и чтение, несет смысловую и специфическую фонетическую нагрузку.

Причиной невосприимчивости китайского языка к фонетическим заимствованиям является иероглифическая письменность. Использование иероглифов для записи звуковых заимствований ведет к потере ясной внутренней мотивировки термина, возникшего в иноязычной среде. Поэтому термин становится трудным для понимания, запоминания и произношения [Кленин, Щичко, 1978 : 190]. Особенности китайской традиционной письменной культуры, заключающиеся в предпочтении семантическим заимствованиям, находят также свое отражение в современной экономической терминологии. Заимствованная лексика в современном китайском языке, с точки зрения категориальной принадлежности, преимущественно

представляет имена существительные. Глаголы, прилагательные, наречия составляют меньшинство.

Фонетических заимствований среди экономических терминов немного. В процессе усвоения экономических терминов из них уходят несвойственные китайскому языку звуки и фонетические особенности. Как отмечают отечественные и китайские исследователи, небольшое число фонетических заимствований является позитивной чертой, ибо это делает словарный запас современного китайского языка стройным и монолитным, свободным от нагромождения разнородных и чуждых ему языковых элементов.

Группа экономических терминов, образованных путем семантического заимствования, является самой многочисленной и продуктивной в отношении пополнения языка новыми терминологическими единицами. Семантические заимствования можно разделить на два типа: структурные кальки и кальки этимологические. При калькировании первого типа заимствуется семантике-морфологическая структура иностранного термина или структурная, или словообразовательная модель. Этимологические кальки создаются путем объяснительного перевода. Некоторые китайские ученые (Гао Цзыжун, Чжан Индз) считают, что это создание новых слов для обозначения заимствованных понятий [Кленин, Щичко , 1978 : 190].

Экономические термины иностранного происхождения составляют значительную часть экономической терминологии современного китайского языка. Термин, неся в себе когнитивно-культурологическую информацию, одновременно выражает специфику языкового выражения и определенного экономического знания.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

В рамках первой главы мы рассмотрели теоретические вопросы, связанные со структурой значения лексики с национально-культурным компонентом. Исследование показало, что национально-культурный компонент обязательно предполагает наличие специфики, отражающей самобытность, стереотипы, эталоны, фоновые знания о реалиях той или иной лингвокультуры. Факт наличия национально-культурного компонента в структуре значения может считаться языковой универсалией, т.к. является актуальным в идиоматике различных языков. Такой компонент является неотъемлемой частью структуры значения в силу образного представления, возникающего в сознании члена той или иной лингвокультурной общности.

Большинство исследователей делят национально-специфическую лексику на две большие группы:

1) лексика, обозначающая денотативные реалии. Такие слова, как правило, имеют культурно-исторические корреляции, и считаются безэквивалентными. К ним относятся ономастические реалии, топонимы, антропонимы, гидронимы, эргонимы.

2) слова, обозначающие коннотативные реалии или иными словами имеющие различную культурную коннотацию. В эту группу входят единицы, имеющие дополнительные семантические и стилистические элементы, устойчиво связанные с основным значением в сознании носителей языка.

Исследуя языковую специфику лексики с национально-культурным компонентом, мы обратили внимание на способы актуализации культурной информации. В ходе анализа теоретического материала были выявлены следующие модели:

1) национально-культурная специфика обусловлена внутренней формой, денотативным значением.

2) национально-культурный компонент выражается коннотативным значением,

3) передача национально-культурной информации происходит на уровне денотативного и коннотативного аспектов значения одновременно.

В первой главе мы также уделили внимание специфике экономической лексики в китайском и английском языках. Анализ теоретического материала по этой проблематике показал, что английская экономическая лексика активно пополняется новыми словами, особенно актуальными являются сферы менеджмента и маркетинга. Современное состояние китайской экономической лексики характеризуется большим числом заимствований, в особенности из английского языка. Трудности в процессе адаптации заимствованных слов объясняются особенностями китайского иероглифического письма, слогового характера языка. Использование иероглифов для записи звуковых заимствований ведет к потере ясной внутренней мотивировки, поэтому из выделенных трех групп заимствований в экономическом китайском самую небольшую группу составляют фонетические заимствования, в то время как самую крупную группу – семантические заимствования.

ГЛАВА II. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА С НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫМ КОМПОНЕНТОМ В АГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

2.1. Характеристика английской экономической лексики с национально-культурным компонентом

Настоящая глава представляет собой исследование английской экономической лексики национально-культурной маркированности. Английскую экономическую лексику экономической направленности можно разделить на несколько групп. Основную часть этой лексики составляют денотативные реалии, которые в свою очередь подразделяются на целый ряд подгрупп. Вторую менее многочисленную группу составляют коннотативные реалии. В первую группу денотативных реалий входят:

1) Денотативные реалии, в состав которых входят эргонимы. Эргонимы, являясь именами собственными, характеризуются неопределенностью значения, требующего уточнения при помощи нарицательного компонента, выраженного такими словами как *industry*, *service company* и т.д. В эту группу входят такие примеры как:

21st Century Fox, *ABM Industries*, *BJ Services Company*, *Citrix Systems*, *Colgate-Palmolive*, *The Coca-Cola Company* и т.д.

2) Денотативные реалии, содержащие антропонимы. В эту группу включены сочетания, в которые входят не только имена реально существовавших людей, но и героев художественных произведений, вымышленных персонажей:

«*Dow Jones Index*» — Индекс нью-йоркской биржи, который считается ежедневно на базе курса основных котируемых акций (30 компаний). Своё

название показатель получил в честь создателя Чарльза Доу и его лучшего друга, журналиста Эдварда Джонса.

«*Cobb-Douglas production function*» — Функция Кобба-Дугласа, зависимость объема производства Q от создающих его факторов производства — затрат труда L и капитала K . Впервые была предложена Кнутом Викселлем. В 1928 году функция проверена на статистических данных Чарльзом Коббом и Полом Дугласом в работе «Теория производства».

«*Giffen`s paradox*» — Парадокс Гиффена, при повышении цен на определённые виды товара (в основном товары первой необходимости) их потребление повышается за счёт экономии на других товарах. Назван в честь английского экономиста 19 в.

«*Lerner index*» — Коэффициент Лернера, экономический показатель монополизма конкретной фирмы, предложенный экономистом а. Лернером в 1934 году.

«*Coase theorem*» — Теорема Коуза, названная в честь Рональда Гарри Коуза, американского экономиста. Теорема является одним из основных положений новой институциональной экономической теории, согласно которой при нулевых трансакционных издержках рынок справляется с любыми внешними эффектами.

«*Lady Macbeth strategy*» — стратегия леди Макбет, стратегия поглощения, при которой третье лицо делает компании-цели более выгодное предложение, чем первоначальный враждебный претендент на покупку компании, т.е. выступает в роли "белого рыцаря", а затем объединяется с первоначальным враждебным претендентом на покупку компании.

«*Lady Godiva accounting principals*» — принципы учета Леди Годива, теоретический набор принципов бухгалтерского учета в соответствии с которой корпорации пришлось бы полностью раскрыть всю информацию.

«*Matilda bond*» — облигация Матильда, выпущенная иностранным заемщиком в Австралии в австралийских долларах; впоследствии может также обращаться и за пределами Австралии.

«*Rembrandt bond*» — облигация Рембрандт, размещенная в Нидерландах иностранным заемщиком, но выраженная в гульденах.

«*Peter principle*» — принцип Питера, один из шутливых законов Паркинсона: каждого работника повышают до уровня его некомпетентности.

«*Tiffany list*» — список Тиффани, список эмитентов самых качественных коммерческих бумаг (по имени самого престижного ювелирного магазина в Нью-Йорке) [Academic Dictionaries and Encyclopedias].

3) Денотативные реалии, один из элементов которых представлен топонимом:

«*New-York interest*» — Нью-Йоркский процент, процент, рассчитанный на основе фактического числа дней в месяце, а не на основе стандартного 30-дневного месяца.

«*Oracle of Omaha*» — Оракул из Омахи

«*Jersey pound*» — фунт Джерси, денежная единица Джерси; 1 фунт равен 100 пенсам; обычное трехбуквенное обозначение — JEP (ISO 4217 не рассматривает фунт Джерси как независимую валюту и не приводит для него стандартного кода); курс привязан к фунту стерлингов в соотношении 1:1.

Одной из разновидностью топонимов являются годонимы, использующиеся для обозначения названий улиц (от др.-греч. ὁδός — путь, дорога, улица, русло). Примеры годонимов, включающие в содержание национально-культурный компонент, следующие:

«*The old Lady of Threadneedle Street*» — старая леди с Треднидл-стрит, Английский банк выражение обязано своим происхождением карикатуре, на которой премьер-министр Уильям Питт Младший пытается завладеть золотом старой леди, сидящей на запертом сундуке. Деньги были нужны Питту для войны с Наполеоном.

«*Throgmorton Street*» — Трогмортон-стрит, Лондонская фондовая биржа, лондонский рынок капиталов.

«*Wall Street crash*» — крах Уолл-стрита, катастрофическое падение курсов ценных бумаг на Нью-Йоркской фондовой бирже в октябре 1929 г., ознаменовавшее мировой кризис и начало "великой депрессии".

4) «Чистые денотативные реалии» и реалии-термины:

«*guinea*» — гинейя, сумма в 21 шиллинг (1 фунт плюс 1 шиллинг) в Великобритании до введения десятичной системы, или 105 пенсов сегодня (исторически - золотая монета, отчеканенная в 1717 г).

«*shillings*» — Шиллинги, распространённая монета Англии, а затем Британии, известная также как «боб».

«*farthing*» — фартинг, название английской монеты в 1/4 пенни.

«*pound sterling*» — фунт стерлингов, денежная единица.

«*dollar*» — доллар название валют множества стран мира, включающих Австралию, Белиз, Канаду, Новую Зеландию, Намибию, Сингапур, Синт-Эстатиус, Сабу, Восточный Тимор, Пуэрто-Рико, Панаму, Палау, Бруней, Бонэйр, Британские Виргинские острова, Багамские острова, Бермудские острова, Маршалловы острова, Соломоновы острова, Соединённые Штаты Америки, Сальвадор, Эквадор, Тайвань, Гонконг, Зимбабве, Фиджи, Федеративные Штаты Микронезии, Теркс и Кайкос, Ямайку и ряд других стран.

«*Penny*» — иногда пенс, разменная денежная единица многих стран и территорий, в разное время входивших в состав Британской империи.

«*Penny stock*» — американский термин, обозначающий акции, ценные бумаги спекулятивного характера, биржевой курс которых составляет менее одного доллара.

«*Scrip*» — промежуточный сертификат, выдаваемый в США владельцам еще не полностью оплаченных акций.

«*Goodwill*» — активы, капитал предприятия, не поддающийся материальному измерению. Данный термин подразумевает техническую и экономическую компетенцию компании или фирмы, ее репутацию, влияние и связи.

«Withholding tax» — американско-канадский термин, обозначающий одну из форм авансированной уплаты налогов.

«*Bid*» — англосаксонский термин, определяющий курс акции при ее продаже.

«*Jobber*» — Брокер, действующий на Лондонской бирже не только в качестве посредника, но и как заинтересованное лицо.

«*Collateral bonds*» — Долговые обязательства, гарантируемые любым видом залога. Наиболее часто используется в США.

«*Balloon*» — англосаксонский термин, обозначающий кредит, подлежащий возврату полной суммой одномоментно, а не частями, как при амортизации.

5) Большую группу денотативных реалий составляют идиоматические словосочетания:

«*Odd lot*» — Термин, принятый на Нью-йоркской бирже и обозначающий количество акций меньше лота, т.е. меньше 100.

«*Blue chips*» — термин, обозначающий акции какого-либо предприятия, с большими активами, обладающие наибольшей стоимостью.

«*Crawling (or sliding) peg*» — Сканирование (или скольжения) колышек, Предлагается услуга управления скоростью преобразования. Разрешить курс (или курс диапазон колебаний), ежедневно или еженедельно несовершеннолетнего "сканировать" или "сканировать" (например, 0.25% за неделю).

«*Silver bullet*» — Серебряная пуля, в бизнесе это выражение обозначает гарантированное решение проблемы.

б) Английская экономическая лексика богата примерами метафорических переносов:

а. Генетические (термины, созданные путем метафорического переноса понятий, номинирующих родственные отношения): *aunt Millie*, *mother Hubbard clause*, *godfather offer*, *grandfather clause*, *grandfathered activities*, *Granny bonds*, *junior bond*, *mom-and-pop store*, *married put*,

marrying price, orphan stock, problem child, seven sisters, Siamese shares, twin shares, weak sister, widow-and-orphan stocks.

b. Антропогенные термины (термины, основывающиеся на метафоре понятий, связанных с человеком): *ankle biter, arm's length transaction, belly up, barefoot pilgrim, blind broker, blind pool, blind trust, face interest rate, face value, footloose industries, jawbone, head and shoulders, lifting a leg, legging out, skeleton account, strong hands, weak hands.*

c. Отколористические термины (термины, созданные на основе метафоры цветообозначения): *blue list, green bond, green fund, green investing, greenwashing, green revolution, golden boot, golden halo, golden share, golden handshakes, golden handcuffs, giltedged securities, green investing, grey list, grey market, in the pink, pink sheets, orange goods, moonlighting, rainbow, red chip, red goods, redlining, silver bond, white-shoe firm, yellow knight.*

d. Отгастрономические термины (термины, основанные на метафоре, использующей наименования продуктов питания, кухонных принадлежностей и кулинарии): *eating stock, financial menu, falling knife, macaroni defense, marzipan layer, plain vanilla, pork bellies, piechart, piecemeal option, pot, salad oil scandal, sandwich generation, Tequila crisis, three-martini launch, waiters.*

e. Военно-морские термины (термины, образованные при помощи метафоры, использующей военные и морские понятия): *anchor capital, shotgun approach, golden parachute, gun jumping, radar alert, nominal anchor, non-revolver, short anchor, safe harbor, torpedo stock debt bomb, camouflage compensation, sluice gate price, trigger price, price war, war chest.*

f. Спортивные термины (термины, образованные при помощи метафоры, использующей спортивные понятия): *dumbbell, soccer mom indicator, hockey stick bidding, hurdle rate, job-hunting, headhunt.*

7) Исторические реалии в английской экономической лексике. С. Влахов и С. Флорин отмечают, что об исторических реалиях мы говорим обычно не как

о специфической группе лексики, а скорее с учетом исторической отнесенности реалий к той или иной эпохе, не теряя из виду их предметного содержания, которое связывает их с соответствующими рубриками предметной классификации. [Влахов, Флорин, 1980: 342]. Исторические реалий имеют дополнительную историческую окрашенность в дополнение к их материальному содержанию и другим видам коннотаций.

«*Marshall plan*»: план предполагающий развитие быстрыми темпами, во восстановление. Изначально был названием программы помощи европе после Второй мировой войны. Назван по имени государственного секретаря США Маршалла (см.), впервые выдвинувшего этот план в своём выступлении в Гарвардском университете в 1947.

«*Black Monday*» — черный понедельник , 19 октября 1987 г., когда в Нью-Йорке и других финансовых центрах произошло резкое падение фондовой конъюнктуры (более 22,6%), ознаменовавшее биржевой крах; промышленный индекс Доу Джонса упал на 508 пунктов; также в понедельник, 28 октября 1929 г., индекс Доу Джонса упал на 12,8%.

«*Black Friday*» — Чёрная пятница, пятница после Дня благодарения в США. Наричательный термин для обозначения резкого падения конъюнктуры на финансовых рынках; происходит от "черного понедельника" 24 сентября 1869 г., когда группа спекулянтов в США попыталась поставить под контроль рынок золота и вызвала финансовую панику, за которой последовала депрессия; сам термин появился в 1873 г., когда биржевая паника началась в пятницу.

«*Single-tax movement*» — Движение за единый налог. В 19-го веке в США Генри Джорджем была запущена кампания за введения единого налога на земельные участки.

8) Еще одна группа денотативных реалий представлена часто встречающимися аббревиатурами в экономическом английском, например:

«*Libor (London interbank offered rate)*» — Межбанковская процентная ставка по кредитам, служащая ориентиром для учетных ставок других банков.

«*Caps (Convertible Adjustable Preferred Stock)*» — конвертируемые привилегированные акции

«*DPI*» — Личный доход, остающийся после уплаты налога (США)

«*DBV (Delivery By Value)*» — поставка ценных бумаг на определенную сумму в качестве обеспечения

«*MTN (Medium-Term Note)*» — среднесрочная облигация

«*IBO (Investor-led Buy-out)*» — иницируемый инвестором выкуп акций менеджментом

«*GAAP (Generally Accepted Accounting Principles)*» — общепринятые принципы бухгалтерского учета

«*EOQ (Econom i c order Quantity)*» — экономически обоснованные потребности

«*ABS (Asset-Backed Securities)*» — ценные бумаги, обеспеченные активами.

«*BIC (Bank Investment Contract)*» — банковский инвестиционный контракт.

Коннотативные реалии английской экономической лексики обозначают явления, предметы, имеющие аналоги в других культурах, но получившие в английском языке и англоязычной культуре дополнительные значения, основанные на культурно-исторических ассоциациях.

«*Cartel*» — картель, форма монополистического объединения или соглашения. В отличие от других, более устойчивых форм монополистических структур (синдикаты, тресты, концерны), каждое предприятие, вошедшее в состав картеля, сохраняет финансовую и производственную самостоятельность. объектами соглашения могут быть: ценообразование, сферы влияния, условия продаж, использование патентов, регулирование объёмов производства, согласование условий сбыта продукции, наём рабочих. Действует, как правило, в рамках одной отрасли. Затрудняет функционирование рыночных механизмов. В ряде стран (где картели запрещены) попадает под действие антимонопольного законодательства; в

других странах, напротив, создание картелей поощряется в целях реструктуризации промышленности, стандартизации материалов и комплектующих, ограничения конкуренции между мелкими фирмами.

«*Demand-side management*», «управления спросом» его новое значение связано с энергетическим кризисом в южных штатах США, в частности в Калифорнии.

2.2. Характеристика экономической лексики с национально-культурным компонентом в китайском языке

Внутренняя форма слова является одним из способов кодирования культурных смыслов [Сагитова, 2013]. По мнению О.В. Золотухиной, внутренняя форма слова – это «связь звукового состава слова и его первоначального значения, семантическая или структурная соотнесенность составляющих слово морфем с другими морфемами данного языка; способ мотивировки значения в данном слове» [Золотухиной, 1998: 203]. Под внутренней формой слова обычно подразумевается представление, наглядно-чувственный образ, ситуация и тому подобное, обусловленные смыслами составляющих морфем, так или иначе связанными с лексическим значением этого слова.

Р.А. Будагов отмечал: «Внутренняя форма слова – это первоначальное его значение, в основу которого положен какой-то определенный признак предмета или явления» [Будагов, 1965: 43]. Этот признак должен быть доминирующим, ярко выраженным, заметным всем носителям языка.

В китайском языке словосложение – это основной способ образования новых слов и основ. В качестве компонентов в двухсложных терминах могут выступать корневые морфемы со значением предмета, качества действия.

Например, термин 预付 *yufu* «аванс» состоит из 预 *yu* «заблаговременно» и 付 *fu* «выплачивать». Термин 存款 *cunkuan* «вклад» состоит из 存 *cun* «сберегать» и 款 *kuan* «денежная сумма». Его внутренняя структура также

подсказывает его значение. Термин *借款 jiekuan* «заём» состоит из *借 jie* «давать в долг» и *款 kuan* «денежная сумма».

В последующих примерах сложные слова легко раскрываются суммой компонентов. Таким образом, разные слова имеют разную мотивированность. В целом в СКЯ преобладают термины мотивированного характера (75,5 %) [Чживэй, 1964: 234].

Например, термин *租金 zujin* «арендная плата» состоит из *租 zu* «арендовать» *金 jin* «деньги»; *租税 zushui* «налоги» – из *租 zu* «арендовать» и *税 shui* «налог». Следующий термин – термин *干预 ganyu* «интервенция» состоит из *干 gan* «вмешивать» и *预 yu* «заблаговременно». Слагаемые компоненты лишь слабо намекают на общее значение термина – речь идёт об экономическом воздействии одного субъекта на дела и действия другого, проводимое посредством проникновения в сферу этих действий, вложения и размещения в ней собственных денежных средств. По этому типу образуются большинство терминов.

Большую группу национально-маркированной экономической лексики в китайском языке составляют исторические реалии. Рассмотрим историзмы, обозначающие национальную китайскую валюту различной деноминации.

Первые упоминания о появлении некой формы валюты в Центральной Китае датируется от 3000 до 4500 лет назад. В китайской письменности того времени уже существовали иероглифы для "товара", "купить / продать", "*monger*", а также другие слова, связанные с "обменом", содержащие "иероглиф деньги" который является иероглифом для обозначения денег.

Благодаря купцам появилась новая форма денежного документа (прототип современного векселя). Эти документы оказались столь полезными и удобными, что государство взялось за производство нового вида бумажных денег в 1024г. В двенадцатом веке различные формы бумажных денег стали преобладающей формой валюты в Китае и были известны под различными именами, такие, как:

«交子 *jiaozǐ*» — *a paper currency in Northern Song dynasty* ; расчётная ассигнация (дин. Сун, до 1023г. частные, далее - правительственные бумажные деньги).

«钱引 *qianyin*» — *Song paper money* ; ассигнация (эпоха Сун) до 1109г.

«会子 *huizi*» — *Song paper money* ; ассигнация (эпоха Сун) до 1195г.

В 15 веке появляется еще одна единица для обозначения денежного эквивалента. Так как серебряные монеты не чеканили, серебро использовали в виде слитков, которые весят номинальный 两 *liang* «лианг» (около 36 граммов) . По метонимическому переносу название веса слитка стало использоваться для обозначения денежной деноминации. Серебряная система имело свое деление (в эпоху Цин): 1 银两 *yinliang* «таел» = 10 银元 *yinyuan* «мейс» = 100 铜板 *tongban* «фынь» = 1000 铜钱 *tongqian* «ли» (серебро наличными).

元 *yuan* «юани» начали выпускаться в виде серебряных монет в 1835 году.

В 1889 году китайский юань был разделен на 10 钱 *qian* «цзяо», 100 分 *fen* «фен», и 1000 圆宝 *yuanbao* «вэнь Юань» был эквивалентен 0,72 таэл, и, на

какое-то время, монеты были обозначены в качестве таковых в английском языке.

В 1935 была проведена денежная реформа, серебряные юани были изъяты из обращения и заменены бумажными — *法币 fabi* «фаби».

По денежной реформе 1948 золотое содержание юаня было установлено в 0,22217 г чистого золота и выпущены новые бумажные деньги — *金元 jinyuan* «золотые юани», на которые обменивались «фаби» (3 млн. фаби на 1 «золотой юань»).

В декабре 1948 был создан Народный банк Китая. Из обращения изымались все местные деньги, выпущенные в различных освобождённых районах, и заменялись банкнотами Народного банка Китая — *人民币 renminbi* «женьминьби» (народные деньги), но в мире известна по единице измерения - Юань.

С 1999 года, чеканятся монеты с номиналом 1 *分 fen* «фен», 2 фен, 5 фен, 1 *角 jiao* «гривенник», 5 гривенник и 1 юань [История китайских денег].

Другая группа понятий, которую мы включили в исторические реалии, связана с экономическим развитием Китая в 20-21 веке.

В 1978 г. новым политическим курсом в экономике была объявлена *计划经济由市场调节为辅 jihuajingjiyoushichangtiaojieweifu* «плановая экономика, дополненная регулированием рынка», с 1984 г. по 1987 г. целью экономических реформ стала «плановая товарная экономика», в 1987-1989 гг. КПК приступила к строительству экономики, в которой *国家调节市场, 市场*

调节企业 guojiatiaojieshichang , *shichangtiaojieqiye* «государство регулирует рынок, а рынок регулирует предприятия», в 1989-1991 гг. - *有机地结合经济与计划经济的市场调节 youjidejiehejingyushichangjingjideshichangtiaojie* «экономики с органически интегрированными плановой экономикой и регулированием рынка», с 1993 г. КПК стала использовать термин *中国特色社会主义市场经济 zhongguoteseshehuizhuyishichangjingji* «социалистическая рыночная экономика с китайской спецификой» [Специфика экономической реформы в Китае].

Это время характеризуется появлением таких единиц как:

«*黑市 heishi*» — *black-market*; чёрный рынок.

«*自我封闭 ziwofengbi*» — *economic self-seclusion* ; экономическая самоизоляция.

«*势不可挡的变革 shibukedangdebiange*» — *sweeping transformation*; радикальные преобразования

«*一国两制 yiguoliangzhi*» — *one Country Two Systems*; одна страна - две системы - идея, предложенная в начале 1980-х Дэн Сяопином, в соответствии с которой существовал бы только один Китай, но при этом Гонконг, Макао и Тайвань имели бы их собственные капиталистические экономические и политические системы, в то время как на остальной территории Китая существовала бы социалистическая система.

«不正之风 *buzhengzhifeng*» — *unhealthy tendency*; непартийный стиль, неправильный стиль;

«论资排辈 *lunzipaibei*» — *theory and seniority*; назначать на должность в соответствии с послужным списком [Семенас, 2007].

Некоторые явления обозначаются в современном китайском языке несколькими понятиями, хотя и близкими по смыслу, например «культурная революция». Только Дэн Сяопин употреблял для ее обозначения пять различных выражений: 十年浩劫, 十年混乱, 十年捣乱, 十年斗争, 十年横行. Другие авторы использовали следующие выражения: 十年内乱, 十年内, 一场浩劫 и т. д. По мнению некоторых китайских ученых, наиболее устойчивыми из них являются следующие: 十年浩劫 *shinianhaojie* «десять лет бедствий», 十年内乱 *shinianneiluan* «десять лет внутренних беспорядков», 十年内战 *shinianneizhan* «десять лет гражданской войны», 一场浩劫 *yichanghaojie* «время бедствий».

Слова и выражения периода «культурной революции» носят общеупотребительный характер, постоянно присутствуют в современной лексике, с одной стороны, как напоминание о прошлом, а с другой стороны, как стремление показать характер и масштабность социально-экономических изменений, произошедших после 1978 г. (например, слово 大锅饭 *daguofan* «уровниловка»).

«小康社会 *xiaokangshehui*» — *society in which the material needs of most citizens are adequately met*; общество со средним достатком; общество средней зажиточности.

«铁饭碗 *tiefanwan*» — *iron rice bowl*; надёжная работа, верный кусок хлеба.

«人民的生活水平将上一个大的台阶» — *growing people's living standards*; рост уровня жизни.

«扩大内需 *kuodaneixu*» — *boosting domestic demand*; расширение внутреннего спроса.

Слова и выражения, которые появились в последние двадцать пять лет, т.е. в период осуществления «курса реформ и открытости».

Стандартное описание китайской модели экономического развития опирается на такие термины как *中国的经济奇迹 zhongguodejingjiqiji* «китайское экономическое чудо», *社会主义市场经济 shehuizhuyishichangjingji* «социалистическая рыночная экономика».

Современное состояние экономики в Китае передают также такие единицы как:

«大陆热 *dalure*» — *mainland rush (of visitors from Taiwan)*; материковый бум (на Тайване).

«拆迁补偿费 *chaiqianpeichangfei*» — *compensation of demolition*; компенсационное вознаграждение.

«住房津贴 *zhufangjintie*» — *accommodation allowance*; покрытие расходов на содержание жилья.

«*中介人*» *zhongjianren* — *intermediaries*; посредник.

«*一把手*» *yibashou* — *number one reflects the maximum leader of an organized unit* ; главный начальник.

«*货物价*» *huowujia* — *cargo price* ; подвижные (живые) цены.

«*苦力* *kuli*» — *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.

«*市场* *shi chang*» — *market in China* ; рынок в Китае.

«*特殊化关系* *teshuhuaguanxi*» — *special personal connection with the shopkeeper*; специальные личные связи с владельцами магазинов.

«*紧急调度* *jinjidiaodu*» — *intervention schedule*; переход служащих компании из одного отдела в другой для обучения на рабочем месте и знакомства с компанией.

«*外籍员工* *waijiyuangong*» — *foreign employees* ; иностранный работник в китайской компании.

Небольшое количество национально маркированных диалектизмов пришло в современную китайскую лексику из гуандунского диалекта. Провинция Гуандун является одним из передовых регионов Китая в проведении политики реформ и открытости, в ней бурно развивается экономика, что, в свою очередь, способствует развитию культуры. Поэтому большой массив здешних диалектизмов входит в путунхуа в качестве

неологизмов. Их особенность состоит в том, что они обладают ясным смыслом, образны, легко воспринимаемы и богаты по содержанию:

«炒更 *chaogeng*» — *be engaged in a second occupation in one's spare time*;

подрабатывать, использовать свободное время для второй работы.

«加塞 *jasai*» — *to be in place*; влезть (в очередь).

«倒爷 *daoye*» — *profiteer*; спекулянт.

«炒鱿鱼 *chaoyouyu*» — *fired* ; уволить («поджарить кальмара»); Это выражение диалектного характера раньше было широко распространено в провинции Гуандун и в Гонконге. С приходом политики реформ и открытости началось его распространение по всему Китаю. оно воспринимается как новое веяние, более шутовское, чем «выгнать», более культурное, чем «собирай свои манатки и проваливай [Буров, Семенас, 2007: 735].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

Экономическая лексика с национально-культурным компонентом в английском языке представлена двумя основными группами:

- денотативные реалии,
- коннотативные реалии.

В первой группе в ходе анализа нами были выявлены следующие подгруппы:

1. Денотативные реалии, в состав которых входят эргонимы.
2. Денотативные реалии, содержащие антропонимы.
3. Денотативные реалии, один из элементов которых представлен топонимом. Разновидностью этого типа реалий выступают годонимы.
4. «Чистые денотативные реалии» или реалии-термины.
5. Денотативные реалии, выраженные идиоматическими сочетаниями.
6. Исторические реалии в английской экономической лексике.
7. Аббревиатуры в экономическом английском.

Вторая группа экономической лексики с национально-культурным компонентом содержит единицы, имеющие «культурную коннотацию». Коннотативные реалии английской экономической лексики обозначают явления, предметы, имеющие аналоги в других культурах, но получившие в английском языке и англоязычной культуре дополнительные значения, основанные на культурно-исторических ассоциациях.

Особенностью экономической лексики в китайском является преобладание единиц, национально-культурный элемент которых передается внутренней формой слова, прототипом.

Большую группу национально-маркированной экономической лексики в китайском языке составляют исторические реалии. Как и в любой стране с богатой историей экономическая система в Китае претерпевала значительные изменения, особенно в 20-21 вв. Каждый этап характеризуется появлением специфической лексики. Было выявлено три крупные группы экономической

лексики, описывающие три основных периода в экономике Китая 20-21 вв. Переход к плановой экономике пополнил экономическую лексику такими понятиями; радикальные преобразования. В следующую группу вошли единицы, возникшие в период «культурной революции» после 1978 г.

Третью группу составили выражения, описывающие современную модель экономического развития в Китае. Слова и выражения этой группы появились в последние двадцать пять лет.

Отдельную группу составили наименования валюты в Китае.

Последняя из проанализированных групп лексики с национально-культурным компонентом включает небольшое количество диалектизмов, которые перешли в современную китайскую лексику из гуандунского диалекта. Эти единицы отличаются яркой эмоциональной окраской.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящая дипломная работа представляет собой исследование экономической лексики с национально-культурным элементом в английском и китайском языках.

Целью работы было изучить лексические средства выражения политкорректности в английском языке.

Для достижения поставленной цели мы рассмотрели теоретические вопросы, касающиеся структуры значения лексики с национально-культурным компонентом, лексико-семантической классификации исследуемых единиц. Особое внимание мы уделили способам передачи культурно-значимой информации, а также особенностям экономической лексики в английском и китайском языках.

Основу для анализа практического материала составили следующие теоретические основания:

1) в составе языка традиционно выделяют два основных типа культурно-маркированных единиц: единицы, в которых культурно значимая информация воплощается в денотативном аспекте значения, и единицы, в которых культурно значимая информация выражается в коннотативном аспекте значения;

2) актуализация культурной информации может происходить несколькими способами: а) национально-культурный компонент изначально заложен в прототипе; б) национально-значимая информация реализуется через культурную коннотацию; в) национально-культурная специфика выражается на уровне денотативного и коннотативного аспектов значения одновременно.

3) современное состояние экономической лексики в китайском языке характеризуется большим числом заимствований, в особенности из английского языка. Иероглифическое письмо, слоговой характер и фонетические особенности китайского являются причиной преобладания в

языке семантических заимствований над фонетическими и семантико-фонетическими.

В результате проделанной работы мы пришли к следующим выводам практического характера:

Лексико-семантические особенности единиц первой группы денотативных реалий позволили распределить их по 7 подгруппам. Первые три группы составили денотативные реалии, один из компонентов которых был выражен 1) эргонимом, 2) антропонимом, 3) топонимом. Разновидностью последней подгруппы явились сочетания с годонимами. Отдельную четвертую группу составили сочетания, которые по классификации Г.А. Томахина названы «чистыми денотативными реалиями» или реалиями-терминами. В пятую подгруппу вошли денотативные реалии, выраженные идиоматическими выражения. Численное превосходство здесь составили сочетания, образованные по метафорическому переносу. Исторические реалии в английской экономической лексике вошли отдельную группу. Последней из выделенных нами подгрупп является раздел, включающий аббревиатуры в экономическом английском.

Вторая группа английской экономической лексики с национально-культурным компонентом содержит единицы, отличающиеся «культурной коннотацией». Особенностью этой лексики служит то, что, имея аналоги в других языках, эти единицы отличаются культурно-историческими ассоциациями для представителей англоязычной культуры.

Исследование национально-маркированной экономической лексики в китайском языке показало, что большую ее часть составляют исторические реалии. Дальнейшее распределение лексики в этой группе было проведено в соответствии с изменениями в экономической системе Китая в 20-21 вв. Каждый этап характеризовался появлением новых понятий и, соответственно, новой лексики. Мы выделили три основные группы национально-значимой лексики, характеризующие такие изменения в экономике как: 1) переход к плановой экономике, 2) период «культурной революции» 3) современная

модель экономического развития Китая – «экономическое чудо». Отдельную группу составили наименования валюты в Китае. Диалектизмы гуандунского диалекта, пополнившие современную китайскую лексику, были объединены нами в последнюю, из проанализированных групп лексики с национально-культурным компонентом.

Особенность экономической лексики в китайском языке стало большое число единиц, образованных сложением слов и основ.

Наличия национально-культурного компонента в структуре значения может считаться языковой универсалией, т.к. является актуальным в идиоматике различных языков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арсентьева Е.Ф. Русско-английский и Фразеологический словарь. Казань: 1999. - 318 с.
2. Березович Е.Л. Русская топонимия в этнолингвистическом аспекте: автореф. дис...докт.филол. наук. — Екатеринбург, 1998. - 39 с.
3. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. – М.: Наука, 1983. - 418 с.
4. Будагов Р.А. Введение в науку о языке. – М.: Просвещение, 1965. - 492 с.
5. Верещагин Е.М. Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: 1990. – С. 41-63.
6. Влахов С. Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Международные отношения, 1980. - 342 с.
7. Гошуа У. Расхождения культурных коннотаций в русских и китайских словах-реалиях: Филология. Лингвистика. – М.: 1995. - 95 с.
8. Золотухина О.В. Явление варьирования внутренней формы слова (критерии разграничения) // Языковая картина мира. Лингвистический и культурологический аспекты. – Бийск: 1998. - 203 с.

9. История китайских денег // iclub-china.com.. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://iclub-china.com/rus/a01/b0700/c0000/d00003/> – Заги. с экрана. (дата обращения 14.03.2016.)
10. Комлев Н.Г. Компоненты содержательной структуры слова – М.: Наука, 1969. – 220 с.
11. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов– 2-е изд., – М.: 2003. - 349 с.
12. Коровина Л.В. Неологизмы в деловом дискурсе английского языка. М.: Наука, 2009. - 203 с.
13. Маслова В.А. Лингвокультурология – М.: Издательский центр «Академия», 2001. - 55 с.
14. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию: Учебное пособие. М.:Наследие, 1997. - 208 с.
15. Поланьи К. Великая трансформация: Политические и экономические истоки нашего времени / Пер. с англ. А. Васильева и А. Шурбелева, под общ. ред. С.Е. Федорова. – СПб.: Алетейя, 2002. - 166 с.
16. Рыгзынович О.О. Лингвистические проблемы экономической терминологии современного китайского языка: Автореф. дис...канд.филол.наук – Иркутск, 2009. - 141 с.
17. Сагитова А.Ф. Внутренняя форма слова как один из способов кодирования смысла [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://sociosphera.com/publication/journal/2013/3085/vnutrennyaya_forma_slova_kak_odin_iz_sposobov_kodirovaniya_smysla/ – Заги. с экрана. (дата обращения 12.05.2016)
18. Селифонова Е.Д. Этнокультурный аспект отражения картины мира (на примере русских и английских фразеологизмов с моносемными компонентами) // Фразеология и межкультурная коммуникация. – Тула: Изд-во ТГПУ им. Л. Н. Толстого: 2002. – С. 65-68.
19. Специфика экономической реформы в Китае. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://xn----7kcbipadqfgacqsjvrsbe0cs7af6i3g8c.xn--p1ai/Специфика-экономической-реформы-в-Китае-687.html> – Заги. с экрана. (дата обращения 12.04.2016)

20. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. - 288 с.

21. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. М.: Высшая школа, 1988 – С. 37-43.

22. Хроленко А.Т. основы лингвокультурологии под ред. В.Д. Бондалетова. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2005. - 91 с.

23. Чживэй Лу Словообразование китайского языка. – Пекин: 1964. - 234 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. Большая Российская энциклопедия; – СПб.: 1997. - 1456 с.

2. Буров В.Г., Семенов А.Л. Китайско-русский словарь новых слов и выражений. – Изд-во «Восточная книга», – М.: 2007. - 735 с

3. Гарбузова Т.М. Словарь экономических терминов для бизнесменов. – Пекин : Издательство Пекинского университета, 1996. - 189 с.

4. Словарь бизнес-терминов // dic.academic.ru. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/15251> – Заги. с экрана. (дата обращения 01.11.2015)

5. Academic Dictionaries and Encyclopedias // enacademic.com/ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.enacademic.com/> – Заги. с экрана. (дата обращения 05.10.2015)

6. Merriam Webster's Learner's Dictionary // merriam-webster.com. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com> – Заги. с экрана. (дата обращения 05.10.2015)

7. My Economist 《经济学人》常用词汇总结. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.douban.com/group/topic/23810357/?from=singlemessage&isappinstalled=0#!/i!/ckDefault> – Заги. с экрана. (дата обращения 11.12.2015)
8. Online Etymological Dictionary // etymonline.com. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.etymonline.com/index.php?term=Hobson-Jobson&allowed_in_frame=0 – Заги. с экрана. (дата обращения 01.11.2015)
9. The Concise Oxford Dictionary of Current English. 9th Edition. Oxford University Press, 1995. - 1696 с
10. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language. New York: Portland House, 1989. - 2256 с.