

УДК 81'373.611, 81'373.45

**ДЕРИВАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ***Э. С. Денисова, М. И. Махракова***DERIVATIONAL POSSIBILITIES OF NEW ECONOMIC TERMINOLOGY
IN THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE***E. S. Denisova, M. I. Makhrakova*

В статье анализируются новые экономические термины, заимствованные из английского языка, их деривационный потенциал, особенности функционирования и процессы адаптации в современном русском языке.

This article explores new economic terms, borrowed from English, their derivational potential, peculiarities of functioning and the processes of adaptation to the modern Russian language.

Ключевые слова: экономическая терминология, заимствование, словообразование, адаптация, производность / непроизводность.

Keywords: economic terminology, borrowing, derivation, adaptation, derivative / non-derivative.

Период конца XX – начала XXI вв. характеризуется повышенной степенью неологизации многих европейских языков, своеобразный «неологический бум» коснулся и русского языка. В настоящее время в русской языковой системе можно наблюдать ряд процессов, способствующих развитию и пополнению лексического фонда. К одному из таких активных процессов относится заимствование лексических единиц из других языков.

Иноязычные слова проникали практически во все сферы нашей жизни в различные периоды. Так, в праславянский период в русский язык пришли слова из германских языков, греческого и латыни, в XVI – XVII веках благодаря влиянию Османской империи – из тюркских. Начиная с XVI по XIX вв. лексические единицы заимствовались из польского, нидерландского, немецкого и французского языков, закрепляясь в таких сферах языка, как наука, техника, искусство, военное дело.

В настоящее время приоритетным языком-донором является английский, точнее, в большинстве случаев его американский вариант, который имеет все большее распространение не только в нашей стране, но и в мире в целом: он является языком переговоров, источником различных терминов, международная деловая корреспонденция переводится именно на английский язык. В русском языке можно выделить пять основных лексико-тематических сфер, активно пополняющихся заимствованными словами из английского языка, – это экономическая, общественно-политическая, спортивная, научно-техническая и обиходная сферы [12, с. 9].

Для нашего исследования мы выбрали тематическую группу экономики, т. к. данная терминосистема является одной из наиболее пополняемых в русском языке. Это явление неслучайно: родина экономической теории – Англия, а Америка – лидер экономических отношений в мире. Термины-американизмы отражают прежде всего тенденцию к интернационализации экономической терминологии, что существенно стимулируется наличием прямых и непосредственных контактов с иностранными

партнерами. Развитие рыночных отношений является сильным толчком к тому, чтобы заимствовать подобные термины, которые, в свою очередь, постепенно из узкоспециальной лексики переходят в общелитературный язык, начинают функционировать на страницах печати, звучать по радио и телевидению [6, с. 19].

Дискуссионные моменты современных исследований, посвященных анализу заимствованной экономической лексики, сводятся главным образом к проблеме осознания ее онтогенетической природы: каково структурно-функциональное своеобразие заимствованного языкового знака, как стратифицирована заимствованная лексика, какие причины (лингвистические/ экстралингвистические) способствуют / препятствуют появлению заимствований в русском языке, в чем заключается языковая специфика данных новообразований, каково соотношение синхронического и диахронического подходов при анализе подобных слов, каковы принципы выделения и типологии заимствований (варваризм/ экзотизм/ иноязычное вкрапление), в каких сегментах экономики неологизмы преобладают, каковы пути адаптации иноязычных слов в русском языке и мн. др.

Современная экономическая сфера реализуется в различных подсистемах, которые получают отражение в научной литературе по данной проблематике: «маркетинг» [11, с. 9], «внешнеэкономическая деятельность» [8], «финансово-экономическая сфера» [15; 17], «общественно-экономическая терминология» [16], «коммерция», «менеджмент», «банковское дело» [7] и мн. др. На неоднородность лексики экономического сегмента указывают и многочисленные случаи пересечения материала из различных терминосфер, например слова *маркетинг*, *тендер*, *дискаунт*, *сейл*, *трейд* функционируют в сфере коммерции, финансов и кредита, рекламы. В нашем исследовании предлагается анализ экономической терминологии в целом, основанный на материале экономических словарей, справочников, данных Интернета и Национального корпуса русского языка.

В задачи данной статьи входит изучение деривационного потенциала как производных, так и непроизводных слов, относящихся к заимствованной экономической лексике. В частности, нам необходимо установить: в чем заключается морфемная / словообразовательная специфика заимствований, каковы основные способы терминообразования, к какому типу мотивации и степени членности относятся подобные номинации, каково распределение регулярных / нерегулярных / единичных морфем в экономической терминосфере; существует ли возможность перехода иноязычных словообразовательных морфем в регулярные и продуктивные словообразовательные аффиксы.

Стоит отметить, что язык-донор воспринимает новые слова не пассивно, он активно «перерабатывает» их, включает в сеть своих внутрисистемных отношений (полисемии, синонимии, антонимии (ср. [2, с. 8 – 9]). Неисконные слова, пополняя лексическую систему русского языка, как правило, проходят процесс языковой адаптации: фонетической, графической, семантической, словообразовательной и грамматической.

1. Фонетико-графическое приспособление к нормам языка-реципиента протекает в направлениях, свойственных ассимиляции любых иноязычных слов в русском языке: замене английских звуков на фонетически близкие звуки русского языка, изменении графического облика слова с латинского написания на кириллическое.

Основной массив заимствований сохраняет произношение и написание языка-источника (ср.: *management* – менеджмент, *benefit* – бенефит). Однако в некоторых единицах не в полной мере соблюдается эквивалентность написания, хотя они произносятся так же. В основном это касается двойных гласных и согласных, ср.: *бизнес* (*business*), *трафик* (*traffic*), *бум* (*boom*). Некоторые слова меняют звуковое и графическое оформление, что связано с отсутствием подобных звуков в русском языке, например слова *clearing*, *holding* имеют финаль – *ing*, которая произносится при помощи носового звука, отсутствующего в русском языке, поэтому звуковое оформление меняется на *клиринг*, *холдинг*. В слове *businesswoman* присутствует звук «W» – губной заднеязычный сонант, у которого нет соотносительной звуковой единицы в русском языке. Поэтому данный звук и, следовательно, буквенное обозначение меняется на «В». Ударение в заимствованном слове также может отличаться от ударения в языке-этимоне: *bEnefit* – бенеФИт.

Еще одной особенностью, связанной с трансформацией графической оболочки слов, является наличие различных вариантов написания заимствований: *distribution* – дистрибьюция, дистрибуция; *merchandise* – мерчандайзер, мерчандайзер; *realtor* – риэлтЕр, риэлтОр, риЕлтор, риЭлтор. Данные примеры указывают прежде всего на то, что многие иностранные слова еще не вошли в систему русского языка, процесс их адаптации не завершился.

2. К особенностям, характеризующим словообразовательную адаптацию заимствованной лексики,

относится переход большого количества слов английского языка из производной и членимой лексики в разряд непроизводной, нечленимой. Это связано с тем, что, во-первых, в русском языке заимствованные единицы теряют мотивированность; во-вторых, некоторые аффиксы, с помощью которых образованы данные слова, не функционируют в русском языке. Ср.: в английском языке *deal-er* – дилер, *leas-ing* – лизинг, *inflat-ion* – инфляция, *clear-ing* – клиринг и т. д. Однако в нашем материале есть примеры, иллюстрирующие обратный процесс, ср.: *делистинг*, *кросс-листинг* являются производными от *листинг*. Стоит отметить, что происходит и изменение мотивирующей базы данных слов. В английском языке это, как правило, глагол (в нашем примере *to list*), от которого образуется существительное по модели «глагол+суффикс», «префикс+глагол+суффикс»: *list-ing*, *de-list-ing*. В русском же языке мотивирующей базой в данных примерах выступают субстантивы (*листинг* – *де-листинг*, *листинг* – *кросс-листинг*; ср. также: *маркетинг* – *де-маркетинг*).

3. К семантическим особенностям заимствованной можно отнести изменение значения (сужение/расширение) при постоянном употреблении слов специалистами в данной области. Например, *consulting* в английском языке имеет следующее значение: “(often in the names of companies) the activity and business of providing expert advice, esp. about how a business can be improved” [18, с. 96]. В русском языке встречается похожее значение слова *консалтинг*: “деятельность специальных компаний, заключающаяся в консультировании производителей, продавцов, покупателей по широкому кругу вопросов экономики, финансов, внешнеэкономических связей, создания и регистрации фирм, исследования и прогнозирования рынка товаров и услуг, инноваций” [5, с. 100]. Однако в русском языке происходит расширение значения слова: в английском толковании говорится о советах, как улучшить бизнес, в русском же языке слово *консалтинг* обозначает консультацию не только предпринимателей, но и покупателей, производителей, а также регистрацию фирм.

Еще одним примером расширения значения в русском языке является слово *чек*. В английском языке *cheque* имеет значение: “printed form that you can write on and sign as a way of paying for something instead of using money” [18, с. 75]. В русском языке существует похожее значение слова *чек*: “вид ценных бумаг, представляющих безусловное распоряжение, приказ чекодателя банку или другому кредитному учреждению о выплате держателю чека указанной суммы денег” [5, с. 245]. Но, помимо данного значения, в повседневной жизни мы встречаем следующее: “талон из кассы с обозначением суммы, полученной за товар, или в кассу от продавца с указанием суммы, которую следует уплатить”.

В русском языке можно отметить не только расширение, но и обратную тенденцию – сужение значений заимствованных слов. Например, в русском языке слово *дистрибьютор* / *дистрибутор* номинирует “фирму, предпринимателя, осуществляющих оптовую закупку и сбыт товаров опреде-

ленного вида на региональных рынках”, в английском же языке *distributor* имеет и другую, технически-специальную характеристику: “распределитель зажигания”. В русском языке *трейдер* – это “работник брокерской фирмы, непосредственно участвующий в биржевой торговле, исполняющий заказы на куплю-продажу ценных бумаг; любое юридическое лицо, обладающее правом заключать сделки на бирже”, в английском *trader* также может обозначать “торговое судно”. Слово *холдинг* в русском языке имеет значение: “корпорация, компания, головное предприятие, управляющая деятельностью или контролирующая деятельность других предприятий, компаний”, в английском *holding* также обозначает “участок земли, вклады, запас”.

Можно сделать вывод, что русский язык «отбирает» только те специальные значения, которые необходимы ему для номинирования в экономической сфере. Все остальные лексико-семантические варианты не переходят в русский язык, так как в большинстве случаев имеют русские наименования/ эквиваленты, ср.: *clearing* (клиринг) – *просека, поляна*, *holding* (холдинг) – *запас, вклад*, *distributor* (дистрибьютор) – *распределитель зажигания*, *management* (менеджмент) – *обман, надувательство*, *trader* (трейдер) – *торговое судно*.

4. Грамматические характеристики неологизмов-заимствований в русском языке также склонны к трансформации. Как правило, в русском языке иноязычное слово закрепляется в форме только одной части речи, тогда как в английском может функционировать в качестве нескольких – как существительное и как глагол, ср.: *benefit* – н. 1. “a helpful and useful effect that sth has”; 2. “money that is paid to people who are unemployed, ill/sick, etc., by the government or through a system of insurance”; 3. “the advantages that you get from your company in addition to the money you earn”. To benefit – v. 1. “to be in a better position because of sth”; 2. “to have a helpful or useful effect on sb/sth” [18, с. 38]. В русский язык *бенефит* переходит только как существительное: *бенефит* – “право получения денег или другого страхового обслуживания по договору страхования”.

В работах исследователей отмечается, что одним из наиболее важных этапов освоения слова является его фонетико-графическое приспособление к нормам языка-реципиента (ср. [16, с. 17; 10, с. 16; 3, с. 9]). Однако именно словообразовательная адаптация является признаком наиболее успешной интеграции иноязычий в систему русского языка (ср. схожую точку зрения в работах [3, с. 10; 14, с. 16]). Если слово становится вершиной нового словообразовательного гнезда, т. е. образует производные в языке, то происходит процесс активной адаптации. Пассивная адаптация протекает иначе: иноязычный неологизм при заимствовании уже представляет собой производное слово (ср.: *банкинг* – *банк*, *брендинг* – *бренд*) [7, с. 457], или не производит новых слов совсем (ср. *транш*).

Несомненно, заимствованная лексика экономической системы неоднородна по своему морфемному и словообразовательному статусу. Но бесспор-

ным является и то, что иноязычные слова реализуют на русской почве свой деривационно-мотивационный потенциал (термин Н. И. Дорониной), под которым понимается «способность слова к речевой воспроизводимости различной степени сложности (от слова до текста) и к детерминации производимых слов» [4, с. 9].

В нашем материале по степени словообразовательной активности можно выделить две группы иноязычных экономических терминов:

1) заимствования, не образующие новые слова на русской почве;

2) заимствования, активно образующие в русском языке новые дериваты.

К первой группе мы отнесли абсолютные неологизмы – слова, пришедшие в язык недавно, и поэтому еще не закрепившиеся в лексической системе русского языка. Эти слова сочетают в себе новое звучание и новое понятийное содержание, т. е. только начинают фонетическую и семантическую адаптацию, и зафиксированы лишь в специальных экономических словарях (например, [1]): *аддендум*, *лэй-эвэй*, *лэй-дэйс*, *овлэндинг*, *ролл-овер*, *таймшит*, *транчизи*, *фьючерс*, *старпап*, *лоукостер*, *конмэн* и др.

Данные примеры демонстрируют способ трансплантации (термин Д. Н. Ушакова) – смысловую «пересадку» иноязычного термина из языка-донора на русскую почву. Так, слово *лэй-эвэй* (англ. lay-away “класть подальше”) обозначает “практику продажи, основанную на предварительной выплате всей или установленной части цены” [1, с. 534]. Лексема *ролл-овер* (англ. rollover “возобновление”) имеет в русском языке следующие значения:

1) “продление срока кредита посредством его технического погашения и одновременного возобновления путем предоставления нового кредита”;

2) “перевод средств из одной формы инвестиций в другую” [1, с. 1035].

Семантика слова *лэндинг* (англ. landing “приземление”) в русском языке представлена следующим образом: “плата за разгрузку судна, прибывшего в порт назначения”. В английском языке слово является многозначным: “посадка, высадка десанта”, “лестничная площадка”, “высадка на берег” – и функционирует не только как существительное, но и как прилагательное (“посадочный, десантный”). В Национальном корпусе русского языка встречается лишь одно употребление данного слова в его прямом значении – “приземляться”.

Слова, входящие в данную группу, как правило, не встречаются в контекстных употреблениях Национального корпуса русского языка и не образуют производных на русской почве. Эта особенность объясняется тем, что деривационный потенциал шире проявляется у членимых и мотивированных единиц [4, с. 22]. Однако формально-семантическая структура иноязычных новообразований свидетельствует о потенциальной возможности создания почти от всех из них производных (особенно в разговорной речи). Даже однословное гнездо (согласно терминологии А. И. Моисеева) может со временем

реализовать свой деривационный потенциал в рамках словообразовательной системы (ср. точку зрения в [14, с. 9]), что является не отступлением от нормы, а скорее закономерностью, тенденцией проявления «силы» системы, при условии, что лексема будет востребована узусом. Так, возможность для дальнейшего пополнения и развертывания (вертикального/ горизонтального) словообразовательного гнезда представляют бинарные цепи «имя существительное → имя прилагательное», ср. потенциальные слова: *ролл-овер* → *ролл-оверный*, *лэндинг* → *лэндинговый*, *фьючерс* → *фьючерский* и др. Наблюдается проявление активности и в сфере образования двусловных терминологических номинаций, например, *софт лэндинг* (англ. *soft landing* «мягкое приземление») – «плавное снижение курса валюты».

Ко второй группе мы отнесли слова, активно образующие на русской почве новые словообразовательные цепи, парадигмы, гнезда. Эти заимствования закономерно отнести к группе относительных неологизмов, т. к. они в большей степени освоены языком-источником.

При анализе данных иноязычных слов было установлено, что большинство из них относятся к вершине словообразовательного гнезда и, как правило, являются субстантивами, от которых в свою очередь образуются производные различной частеречной принадлежности: существительные, прилагательные, реже – глаголы и наречия. Например, пополнились словообразовательные гнезда с такими вершинными словами, как *менеджер*, *промоутер*, *маркетинг*: *менеджеризм*, *менеджерский*, *менеджерить*; *промоутерный*, *промоутировать*; *маркетолог*, *маркетология*. Глаголы *инвестировать* и *спекулировать* дали жизнь в русском языке целому ряду производных: *инвестиция*, *инвестиционный*, *инвестор*, *инвестироваться*, *инвеститор*; *спекуляция*, *спекулирование*, *спекулировать*, *спекулянт*, *спекулянтство* и др.

Стоит отметить, что ядерным образованием в большинстве случаев является слово, номинирующее лицо, ср.: *джоббер* («лицо, выполняющее на фондовой бирже операции с ценными бумагами, в противоположность биржевому маклеру – за собственный счет»; «фирма, скупающая у импортера крупные партии товара для быстрой перепродажи»), *трейдер* («работник брокерской фирмы, непосредственно участвующий в биржевой торговле, исполняющий заказы на куплю-продажу ценных бумаг»; «любое юридическое лицо, обладающее правом заключать сделки на бирже»), *мерчендайзер* («работник, сотрудник, осуществляющий мерчендайзинг»; «специалист по рекламе и маркетингу»), *бенефициар* («лицо, которому предназначен денежный платеж, получатель денег, выгоды, прибыли, доходов»), *маркетмейкер* («высококвалифицированный работник фондовой биржи, менеджер рынка ценных бумаг, отслеживающий ход процессов на фондовом рынке, оценивающий тенденции, ожидаемую доходность, надежность ценных бумаг, информирующий участников рынка о ценах, курсе, дивидендах») и др.

На втором месте по употребительности стоят существительные, номинирующие процессы и результаты: *листинг* («внесение акций компании в список акций, котирующихся на данной бирже»), *андеррайтинг* («распространенный метод размещения ценных бумаг новых выпусков на первичном рынке инвестиционными компаниями, банками и крупными брокерскими фирмами»; «договор на размещение ценных бумаг между грантом и эмитентом»), *клиринг* («безналичные расчеты между странами, компаниями, предприятиями за поставленные, проданные друг другу товары, ценные бумаги и оказанные услуги, осуществляемые путем взаимного зачета, исходя из условий баланса платежей»), *менеджмент* (управление производством посредством специальных методов планирования, регулирования и контроля хозяйственной деятельности с целью повышения её эффективности), *демпинг* («продажа товаров на внешнем и внутреннем рынках по искусственно заниженным ценам, меньшим средних розничных цен, а иногда и более низким, чем себестоимость») (толкования единиц взяты из экономического словаря [5]).

В ходе исследования было выявлено, что наиболее продуктивным способом образования экономических терминов в английском языке является аффиксация. Суффикс *-er* является наиболее востребованным из агентивных суффиксов существительных, ср.: *dealer (to deal)*, *trader (to trade)*, *manager (to manage)*, *jobber (to job)* и др. На втором месте по продуктивности стоит суффикс *-ing*, обозначающий процесс/действие или конкретный результат (ср.: *clearing (to clear)*, *dumping (to dump)*, *leasing (to lease)*, *merchandising* и др. В активной словообразовательной модели с аффиксальными показателями *-ациj-* (*инфляция*, *спекуляция*, *рекомендация*) и *-ениj-* (*аннулирование*, *аккумуляирование*) в процессе заимствования наблюдается переоформление иностранного суффикса на русский маркер с аналогичным значением, ср.: *accumulation* (накопление, суммирование, аккумуляирование) – *to accumulate* (накапливать) + *-ion*, *speculation* (спекуляция) – *to speculate* (спекулировать) + *-ion*.

В русском языке также функционируют выше-названные словообразовательные аффиксы: суффикс *-er* называет лицо по отношению к действию так же, как и в английском языке (*пенционер*, *миллионер* и др.); суффикс *-инг* встречается в небольших группах отглагольных существительных с процессуальным значением, объединяет непродуктивные словообразовательные типы (*крекировать* – *крекинг*, *тренировать* – *тренинг* и др.). Следовательно, в русском языке действует тенденция, связанная с освоением данных лексических единиц. Так, слова на *-инг* приобретают систему склонения, а также от них активно образуются новые производные слова: *лизинговый механизм*, *холдинговая компания*, *консалтинговое агентство* и др.

Помимо суффиксального образования, в английском языке выделяется и группа префиксальных дериватов. Например, при помощи приставки *de-* (*de-*) образуются новые слова, называющие дейст-

вие, противоположное, обратное тому, которое названо мотивирующим словом, ср.: *de-listing* (*listing*), *de-marketing* (*marketing*). Также к словам, образованным префиксальным способом, относятся: *cross-listing* (*кросс-листинг*), *under-writer* (*андеррайтер*) и др.

Анализ единиц показал, что ряд морфем (*андер-, -бумен, кросс-*) не зафиксирован в морфемных, словообразовательных словарях и грамматиках русского языка. Статус данных морфемных отрезков представляется нам дискуссионным, так как их можно классифицировать как полноценные слова в английском языке и, возможно, здесь мы можем говорить о словосложении: *business-woman* (англ. woman “женщина”), *under-writing* (англ. under “под, меньше, ниже”), *cross-listing* (англ. cross “крест, поперечный”).

Особую группу составляет пласт специальной лексики, употребляемой преимущественно в разговорной речи, – экономический сленг. Данные единицы проходят второй этап своей адаптации в русском языке – утилизацию, функционирование и употребление в речи (ср. [2, с. 10]) и соответственно почти не представлены в Национальном корпусе русского языка, ср.: *аутрайт*, *бизнесмент*, *баффер*, *безмен*, *буллинез*, *бэаршинез*, *бэквордэйшн*, *вендорлиз*, *вуменджер*, *дэжорджик*, *рэйт*, *кикбэкин*, *неттинг*, *гуччи-муччи-пилл*, *каверинг*, *кам нюу*, *флорпрайз*, *уошаут*. Многие из них являются неизвестными для носителей языка, но имеют конкретное значение для экономистов, например: *аутрайт* – “простоя срочная валютная сделка” [13, с. 23], *мелон* – “большой хороший дивиденд” [13, с. 194], *флорпрайз* – “минимальная цена” [там же, с. 347].

Таким образом, всякая инновация для системы языка – это прежде всего формальная и / или семантическая трансформация, имеющая в «ближайшем» векторе развития – сохранение лексической единицы в речи, а в «дальнейшем» – ее закрепление и функционирование в узусе. Само появление номинации, еще не имеющей вербального аналога в системе языка, выступает своеобразным нарушением как норм словопроизводства, так и норм лексики. Однако словообразовательным потенциалом может обладать любое слово, независимо от своего происхождения и характеристик морфемной / словообразовательной структуры, поскольку оно может стать источником или объектом деривации.

В современном обществе экономика является активной сферой, стимулирующей процессы заимствования терминов из одного языка в другой. Процесс заимствования как непрямых, так и производных единиц оказывает большое влияние на развитие лексической и словообразовательной систем русского языка. Словообразовательная активность слов иноязычного происхождения является результатом сложного процесса «переработки» иноязычных элементов средствами языка-реципиента, их адаптации на русской почве, а способность большинства заимствований образовывать на русской почве производные единицы, словообразова-

тельные цепи, парадигмы, гнезда доказывает их активное освоение носителями языка.

Литература

1. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна [Текст]. – 7-е изд., доп. – М.: Институт новой экономики, 2008.
2. Быкова, Е. В. Однословные финансово-экономические термины, заимствованные из английского языка в 90-е годы (этапы и типы адаптации) [Текст] / Е. В. Быкова: автореф. дис... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2000.
3. Ваганова, Н. В. Современные заимствования из английского языка: семантико-словообразовательный аспект (на материале англицизмов конца XX – начала XXI вв. в современном русском языке) [Текст] / Н. В. Ваганова: автореф. дис... канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2005.
4. Доронина, Н. И. Условия реализации деривационного потенциала слов русского языка (на материале деривационно-ассоциативного эксперимента) [Текст] / Н. И. Доронина: автореф. дис... канд. филол. наук. – Барнаул, 1999.
5. Ковалев, В. В. Экономический словарь: экономические термины и экономический сленг. 3000 слов [Текст] / В. В. Ковалев. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009.
6. Крысин, Л. П. Слово в современных текстах и словарях. Очерки о русской лексике и лексикографии [Текст] / Л. П. Крысин. – М.: Знак, 2008.
7. Маринова, Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI вв.: проблемы освоения и функционирования [Текст] / Е. В. Маринова. – М.: ЭЛПИС, 2008.
8. Назаренко, Н. А. Структурно-семантические и функциональные характеристики экономической терминологии (в рамках сегмента терминосферы «Рыночная экономика») [Текст] / Н. А. Назаренко: автореф. дис... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2005.
9. Одонтуюа, Л. Новые русские экономические термины в системно-контрастивном рассмотрении [Текст] / Л. Одонтуюа: автореф. дис... канд. филол. наук. – М., 2003.
10. Потехина, Е. С. Фонематическое консонантное варьирование иноязычных слов в русском языке [Текст] / Е. С. Потехина: автореф. дис... канд. филол. наук. – Самара, 2005.
11. Сербиновская, Н. В. Формирование и развитие терминологического поля «маркетинг» в русском языке [Текст] / Н. В. Сербиновская: автореф. дис... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2008.
12. Сешан, Ш. Англицизмы в русской речи (по материалам прессы 90-х гг.) [Текст] / Ш. Сешан: автореф. дис... канд. филол. наук. – М., 1996.
13. Заимствования в русском субстандарте. Англицизмы: словарь [Текст]. – М.: ИТИ ТЕХНОЛОГИИ, 2004.
14. Суханова, И. Ю. Словообразовательные гнезда с вершиной – иноязычным словом (на материале русской лексики рубежа XX – XXI вв.)

[Текст] / И. Ю. Суханова: автореф. дис... канд. филол. наук. – Самара, 2005. – 17 с.

15. Труфанова, Н. О. Проблемы номинации лиц в современной финансово-экономической терминологии (на материале русского и английского языков) [Текст] / Н. О. Труфанова: автореф. дис... канд. филол. наук. – М., 2006.

16. Чан Хоанг Май А. Особенности функционирования англоязычных заимствованных экономи-

ческих терминов в русском языке на фоне вьетнамских аналогов [Текст] / А. Чан Хоанг Май: автореф. дис... канд. филол. наук. – М., 2007.

17. Шилова, Г. Е. Особенности семантики и функционирования иноязычных слов в современной российской публицистике (на материале газет, радио и телевидения) [Текст] / Г. Е. Шилова: автореф. дис... канд. филол. наук. – Воронеж, 2005.