

УДК 003+81'44 (Системы письма и письменности. Знаки и символы. Коды. Графическое представление мысли. Семиотика. Лингвистика. Языкознание. Языки. Типологическая лингвистика)

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ КОМПОЗИТНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА

© 2019 Ю.А. Дубовский, Т.Б. Заграевская

Дубовский Юрий Александрович, Заслуженный деятель науки РФ, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой экспериментальной лингвистики и межкультурной компетенции. E-mail: dubovsky@pgu.ru.

Заграевская Татьяна Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры экспериментальной лингвистики и межкультурной компетенции. E-mail: zagraevskaya@yandex.ru

Пятигорский государственный университет. Пятигорск, Россия

Статья поступила в редакцию 24.05.2019

В статье выявляются типологически-ориентированные и специфические характеристики современных англо- и русскоязычных композитных образований в среде бизнес-дискурса Интернет-пространства. Определены основные черты композитных единиц, причины их частотности в бизнес-коммуникации, неразрывная связь с профессиональной областью социальной группы бизнес-сообщества. Среди полученных результатов подчеркнута неоднородность рекуррентности конститuentов композитных образований в словообразовательных моделях, приведены данные о частеречной принадлежности наиболее продуктивных групп композитных образований, рассмотрены соотношения между исконными и заимствованными ассимилированными / неассимилированными компонентами в составе композитных единиц, указаны этапы ассимиляции композитных образований в языке-реципиенте.

Ключевые слова: бизнес-коммуникация, дискурс, заимствование, Интернет-пространство, композитное образование, компонент, рекуррентность, частеречная принадлежность.

Динамическое развитие языковой системы находится в тесной взаимосвязи с общественными институтами, отношениями, событиями и реагирует на меняющиеся факторы окружающей действительности. В современной лингвистике утвердилось понимание важности учета воздействия социальных явлений на языковое дискурсивное пространство и функционирующие в нем языковые единицы. Известно, что социальные факторы способны ускорить или замедлить языковые процессы, привести к появлению, модификации или исчезновению отдельных участков языковой системы, оказывая опосредованное влияние на язык. Более того, общественное развитие несколько опережает развитие языка и его структур, а появляющиеся в современной действительности новые дискурсивные пространства и каналы связи для коммуникации открывают для языка новые возможности, научный интерес к исследованию которых закономерен.

В рамках данной статьи внимание сосредоточено на рассмотрении особенностей влияния дискурсивной среды бизнес-коммуникации Интернет-пространства на функционирование англо- и русскоязычных композитных образований (КО) и установления в ней конкретно-языковых и типологических характеристик анализируемых языковых единиц в сопоставляемых языках. Из-

бранный формат дискурса представляет интерес, поскольку выступает относительно новой площадкой бизнес-общения и оказывает определенное влияние на узус КО, используемых в целях профессиональной бизнес-коммуникации. С другой стороны, КО, погруженные в дискурсивные условия бизнес-общения Интернет-пространства, служат средством описания самой социальной группы современного бизнес-сообщества и раскрывают особенности профессионального обмена информацией между ее представителями с использованием новых сетевых информационных технологий.

В целях проведения исследования нами был сформирован эмпирический корпус, в который вошли 738 композитных единиц, выделенных из фрагментов бизнес-дискурса Интернет-пространства деловых и аналитических изданий «Эксперт» [Эксперт online, <http://expert.ru/>], «The Economist» [The economist, <https://www.economist.com/>]. Отметим, что собранный корпус включил как собственно композиты в их традиционном понимании [Василевская, 1968, Мешков, 1976; Ахманова, 2004], так и квазикомпозиты, обладающие особенностями связанности входящих компонентов в их структуре, наличием овоеобразия их членности и производности

[Клобуев, Гудилова, 2001; Янко-Триницкая, 2001; Шишолоина, 2016].

Как оказалось, коммуникативная среда бизнес-дискурса Интернет-пространства представляется весьма благоприятной для функционирования в ней КО с широким разнообразием структурных моделей, а также для реализации заключенного в них потенциала когнитивно-семантической, грамматической, лексико-семантической и графической составляющих.

Полагаем, что обращение представителей бизнес-сообщества к композитным единицам в бизнес-дискурсе Интернет-пространства свидетельствует о существовании устойчивых потребностей в их использовании со стороны участников бизнес-коммуникации. Множественность КО в данном типе дискурса, как в английском языке, так и в русском указывает на понимание группой бизнес-сообщества обеих лингвокультур актуальности композитных единиц, эффективности их использования для достижения взаимопонимания в профессиональной коммуникации, что значимо для решения многих бизнес-задач. Особая актуальность в использовании КО проявляет себя при межкультурном общении. В рамках последнего обращение к КО, имеющих аналоги в контактирующих языках, способствует сближению восприятия и понимания описываемого явления между коммуникантами.

Композитные структуры позволяют представителям бизнес-сообщества наиболее экономным способом обозначить и представить в избранном дискурсивном пространстве сложные понятия в одном слове. С помощью КО участники бизнес-коммуникации способны донести комплексную информацию, по меньшей мере, двух интегрируемых лексем и соответствующих им понятий, а также обозначить взаимоотношения между ними, что позволяет экономить языковые усилия говорящих за счет концентрации в одной номинации целого фрагмента мысли. Например, КО способны оптимально разграничивать близкие понятия на основе гиперо-гипонимических отношений и устанавливать вертикальную иерархию понятий (*top-manager – middle-manager – supervisor*) или задать горизонтальную дифференциацию (*PR-менеджер, BTL-менеджер, HR-менеджер, SMM-менеджер, бренд-менеджер, ивент-менеджер, контент-менеджер*). Повторение финального конституента подобных КО помогает выстроить семантический ряд закрепленных понятий в сознании коммуникантов бизнес-сообщества, а их семантическая наполненность воспринимается и

осмысливается коммуникантами бизнес-дискурса однозначно. Стремлением к точности и емкости понятий объясняется высокая рекуррентность КО в бизнес-дискурсе Интернет-пространства и динамическое появление в нем новых терминов, удовлетворяющих потребности бизнес-сообщества.

Кроме того, появление некоторых КО в разноязычных дискурсивных пространствах современной бизнес-коммуникации не могло состояться вне общественных отношений анализируемой социальной группы. Последние являются исключительной принадлежностью бизнес-сообщества, маркируя явления, процессы, характеристики, существующие в профессиональной области данной социальной группы, напр., *expenditure-switching, cost-push, cross-price, кэш-менеджмент, налогообложение, ценообразование*. Помимо сказанного, подчеркнем, что все КО, находящиеся в среде бизнес-дискурса Интернет-пространства, испытывают на себе влияние дискурсивной среды, что проявляется в конкретных языковых особенностях анализируемых композитных единиц, рассматриваемых в данной статье.

Прежде всего, отметим, что КО, используемые участниками бизнес-сообщества Интернет-пространства, характеризуется наличием словосложения как основного способа словообразования, объединяющего две или более неаффиксальные морфемы. С точки зрения морфологической интеракции входящие компоненты взаимодействуют на основе сочинительных или подчинительных отношений, комбинируя, уточняя и дополняя значения друг друга. Широкая вариативность используемых словообразовательных моделей, используемых для создания новых сложноструктурных композитных единиц среды Интернет-бизнес-дискурса, определяет порядок следования компонентов в их составе, определяет их графическое оформление и материальное единство. Связи и отношения, объединяющие формальную и содержательную стороны КО, позволяют рассматривать данные языковые образования как цельные номинативные единицы. Рекуррентное обращение к ним обеспечивает воспроизводимость и устойчивость данных языковых единиц. Кроме того, аккумуляция семантических множителей в их составе задает смысловую емкость и усиливает конкретику вербализуемого фрагмента мыслительной деятельности лица, обращаемого к данной словообразовательной модели.

Заметим, что КО, в нашем понимании, отграничены от свободных словосочетаний, предложений и фразеологизмов, обладая наряду с функциональной вариативностью, графической, фонетической и грамматической цельнооформленностью, семантической цельностью, номинативным статусом. Графическая цельнооформленность, подразумевающая невозможность включения дополнительных языковых знаков между входящими компонентами, обладает конкретно-языковой спецификой в отношении тенденций узуального графического начертания КО. В русской языковой системе она носит четкий, детализированный характер, в английской – имеет диффузную представленность, детерминированную ареально-географическими особенностями вариантов национального языка и личными предпочтениями пишущего. Семантическая цельнооформленность, подразумевающая интеграцию значений в единое целое, сопровождается формированием единого понятийного комплекса, воспринимаемого в нерасчлененном виде. Фонетическая цельнооформленность проявляет себя в распределении проминантности внутри слова-композиата за счет смещения главного ударения на один из входящих компонентов либо сохранения разноударного положения компонентов. Морфологическая цельнооформленность проявляется в способности использовать словоизменяемые аффиксы всей языковой единицей, а не отдельными ее компонентами.

КО, погруженные в среду бизнес-дискурса Интернет-пространства англо- и русскоязычной лингвокультур обладают рядом общих характерных признаков, в частности: нейтрализацией грамматического значения инициального входящего компонента, установлением фиксированного порядка следования входящих компонентов, введением одного главного ударения, приобретением единых морфонологических черт, интегративным графическим представлением композиата в виде слитного или полуслитного (дефисного) написания, приобретением единства грамматического характера словоизменения. Например, *chargeback*, *cost-push*, *cross-price* (elasticity), *cutting-edge*, *day-trading*, *deadweight* (loss), *deadweight* (debt), *demand-pull* (inflation), *downtrend*, *drawdown*, *маркет-юзер*, *баланс-экстерн*, *бизнес-имидж*, *демо-счет*, *денежно-кредитный*, *джей-кривая*, *директ-маркетинг*, *планово-предупредительный*, *приходно-расходный*, *профит-фактор*, *стоп-лимит* и т.п.

Отношения между компонентами, конституирующими англо- и русскоязычные КО анализируемого формата, фиксируются как равноправ-

ные (*бизнес-окружение*, *бизнес-клуб*) или зависимые, что характерно в случае с квазикомпозиатами, построенными с участием интернациональных словообразовательных языковых элементов (*after-tax*, *off-market*). Объединение компонентов КО протекает безаффиксально или аффиксально. В роли интерфикса в русской языковой системе чаще выступают гласные *-o*, *-e*, *-u*, в английской – *-s*. Связующими элементами могут являться артикли, предлоги, союзы, частицы, что в большей степени превалирует в системе современного английского языка.

Количество входящих компонентов КО, используемых коммуникантами в англо- и русскоязычном бизнес-дискурсах Интернет среды, сводится к двум составляющим (*day-trading*, *смонцена*), хотя отмечены случаи трехчленных композитных конструкций: (*over-the-counter market*, *point-the-figure chat*, *point-of-sale*, *end-of-year*). Единичными выступают примеры со вторичной композитной деривацией – *сopуcat-products*, *генно-инженерно-модифицированный*. В ходе их словообразования происходит объединение входящих компонентов на уровне графем, фонем, морфем и появление нового семантического значения либо перенос иноязычного фрагмента действительности в область профессиональной коммуникации.

В среде бизнес-дискурса Интернет-пространства один и тот же КО или его конституент может проявлять различную продуктивность, напр., *long-run* – *long-run macroeconomics*, *long-run microeconomics*, *long-run aggregate supply*, *long-run economic growth*; *macroeconomic* – *macroeconomics*, *macroeconomic theory*, *macroeconomic equilibrium*; *euro* – *eurolollar*, *euroyen*, *eurolollar certificate of deposit*; *евро* – *евробонд*, *евровалюта*, *евродолларовая облигация*, *евродолларовый депозитный сертификат*, *евроиены*, *еврокард*, *евроклиринг*, *евромарки*, *еврооблигационные займы*, *еврооблигация*, *европолис*, *еврорынок*, *евродиф*, *евродоллар*, *еврокарточка*, *еврокредит*, *европарламент*, *европатент*; *внешнеторговый* – *внешнеторговый баланс*, *внешнеторговая зона*; *денежно-кредитный* – *денежно-кредитная политика*, *денежно-кредитный механизм регулирования экономики*, *денежно-кредитное предложение*; *краткосрочный* – *краткосрочное кредитование*, *краткосрочные ценные бумаги*; *железнодорожный* – *железнодорожная накладная*, *железнодорожные отправки*, *железнодорожные пути общего пользования*; *товарно-материальные* – *товарно-материальные ценности*, *товарно-материальные запасы*.

Компоненты, обладающие потенциалом присутствия в составе разнородных КО и значительной повторяемостью в них, воспроизводят и

транслируют заложенный в них объем знаний многократно. Подобные конститuentы КО воспринимаются коммуникантами бизнес-сообщества как актуальные. Они выступают лингвокультурными константами КО бизнес-дискурса Интернет-пространства, а сочетание компонентов обладающих высокой степенью продуктивности, с менее продуктивными компонентами, служит механизмом порождения новых смысловых композитных единиц. Компоненты, воспроизводимые в КО со средней степенью продуктивности, находятся, соответственно, ее средней зоне. Низкая степень продуктивности фиксируется у компонентов в КО с наименьшим количеством новообразований с одним, повторяющимся конститuentом. Последние, хотя и имеют лингвокультурную обусловленность, оказываются максимально дистанцированными от ядерных лингвокультурных понятий бизнес-сообщества.

Для установления степени активности компонентов в составе англо- и русскоязычных КО бизнес-дискурса Интернет-пространства вся совокупность выходящих конститuentов была дифференцирована: на три количественные зоны новообразований КО – низкую, среднюю, высокую. Согласно полученным данным (см. рис. 1), в английском и русском бизнес-дискурсах Интернет пространства были установлены соотносимые показатели степени продуктивности компонентов в составе исследуемых КО, а именно: высокая (англ. – 70 %, русск. – 67 %), средняя (англ. – 20 %, русск. – 22 %), низкая (англ. , русск. 11 %) значительной повторяемостью или присутствием в составе разнородных КО, воспроизводят и трансли-

руют заложенный в них объем знаний многократно. Подобные конститuentы КО воспринимаются коммуникантами бизнес-сообщества как актуальные. Они выступают лингвокультурными константами КО бизнес-дискурса Интернет-пространства, а сочетание компонентов, обладающих высокой степенью рекуррентности, с менее рекуррентными компонентами, служит механизмом порождения новых смысловых композитных сочетаний. Компоненты, воспроизводимые в КО, со средней частотностью находятся в среднем диапазоне рекуррентности. Низкая степень рекуррентности фиксируется у компонентов, воспроизводимых, а КО с минимальной степенью частотности. Последние, хотя и имеют лингвокультурную обусловленность, оказываются максимально дистанцированы от ядерных лингвокультурных понятий бизнес-сообщества.

Для установления степени рекуррентности участия компонентов в составе англо- и русскоязычных КО бизнес-дискурса Интернет-пространства вся совокупность входящих конститuentов была дифференцирована по трем основаниям: высокая – средняя – низкая частотность / степень участия компонентов в составе КО (см. рис. 1). Согласно полученным данным в английской и русской среде бизнес-дискурса Интернет-пространства были установлены соотносимые показатели степени рекуррентности компонентов в составе англоязычных и русскоязычных КО, а именно: высокая (англ. – 70 %, русск. – 67 %), средняя (англ. – 20 %, русск. – 22 %), низкая (англ. – 0 %, русск. – 11 %).

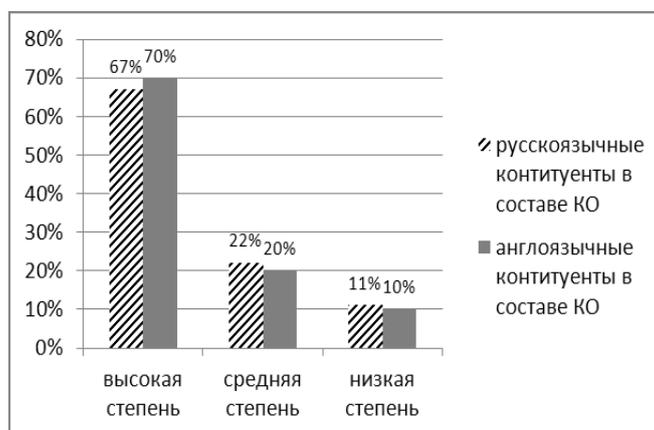


Рис. 1 Распределение компонентов в составе русскоязычных и англоязычных КО по степени продуктивности (Distribution of components in Russian and English composite words according to the degree of productivity)

Заметим, что высокая частотность воспроизводимости одного и того же компонента в различных КО не означает, что подобные конститuentы значительно представлены в корпусе социолекта бизнес-коммуникации Интернет-пространства. Рассмотрим пример: компонент *euro* в КО *eurodollar*, *euroyen* или компонента *евро* в КО *евробонд*, *евровалюта*, *евродоллар*, *евродолларовый*, *евроиена*, *еврокард*, *еврокарточка*, *евроклиринг*, *евромарка*, *еврооблигация*, *еврооблигационный*, *европолис*, *еврорынок*, *евродиф*, *еврокредит*, *европарламент*, *европатент* обладают высокой словообразовательной активностью или высокой

продуктивностью, которая основана на высокой рекуррентности данных компонентов в образовании различных КО. Однако в рассматриваемом нами корпусе подобных компонентов не так много. Их количественная представленность значительно уступает компонентам со средней и низкой степенью продуктивности. Учитывая данное обстоятельство, помимо установления степени продуктивности компонентов, входящих в англо- и русскоязычные КО, для конститuentов КО была подсчитана и систематизирована их количественная представленность в корпусе с учетом однотипности новообразования (см. рис. 2).

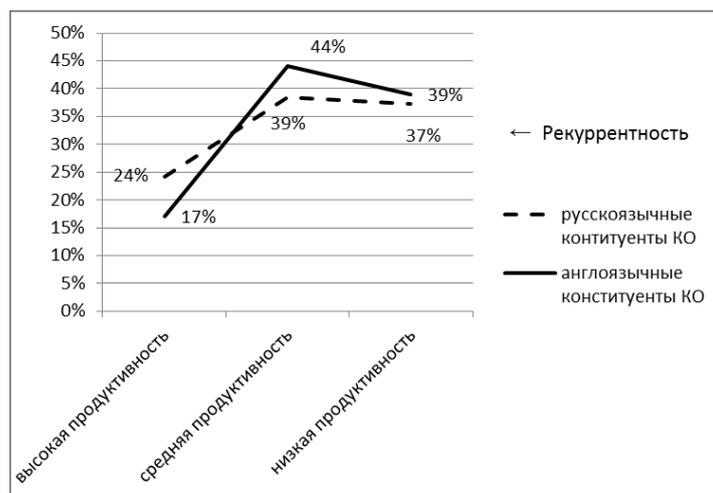


Рис. 2 Соотношение степени продуктивности и количественной представленности компонентов в составе русскоязычных и англоязычных КО (Correspondence of the degree of productivity with quantitative representation of components in Russian and English composite words)

Показатели, приведенные на рис. 2, указывают как на количественную представленность (рекуррентность) компонентов в составе англо- и русскоязычных КО, так и на уровень продуктивности того или иного компонента КО бизнес-коммуникации в русском и английском языках. Под продуктивностью компонента КО здесь понимаем способность того или иного конститuentа КО участвовать в образовании новых композитных слов и их форм [Ахманова, 2004]. Продуктивность компонентов КО характеризует частотность их появления в различных КО.

Высокая степень продуктивности компонентов в составе КО бизнес-коммуникации Интернет-пространства английского языка была установлена для следующих конститuentов: *-back-*, *-out-*, *-over-* и др., напр. *setback*, *chargeback*, *greenback*, *feedback*, *stop-out*, *output*, *overdraft*, *overnight*, *oversold*, *overbought*, *over-the-counter*. Общее количество высокопродуктивных конститuentов в составе КО составило 17%. Средняя степень про-

дуктивности компонентов КО представлена такими единицами, как *-cost-*, *-day-*, *-down-*, *-hand-*, *-hold/holder-*, *-in-*, *-life-*, *-market-*, *-off-*, *-roll-*, *-saving-*, *-sell/selling-*, *-short-*, *-stop-*, *-time-*, *-to-*, *-under-*, *-up-*, *-well-*, *-work-* и др., напр., *cost-push*, *cost-conscious*, *day-to-day*, *day-trading*, *downtrend*, *drawdown*, *market-user*, *market-driven*, *off-market*, *offshore*, *payroll*, *rollover*, *top-selling*, *best-selling*, *money-saving*, *space-saving*, *time-saving*. Их количественная представленность в корпусе самая высокая – 44%. Область компонентов КО с низкой степенью продуктивности образовали такие компоненты, как *-after-*, *-beat/beating-*, *-book/booking-*, *-break-*, *-broker-*, *-dead-*, *-euro-*, *-expenditure-*, *-house-*, *-law-*, *-line-*, *-long-*, *-of-*, *-on-*, *-one-*, *-point-*, *-run-*, *-sales/sales-*, *-self-*, *-set-*, *-side/sider-*, *-the-*, *-through-*, *-town-*, *-trend-*, *-turn-*, *-user-*, *-weight-*, *-write/writing-* и др., напр., *after-tax*, *after-sales*, *expenditure-reducing*, *expenditure-switching*, *number-one*, *one-stop*. Представленность компонентов этой группы, 39% в корпусе англоязычных ком-

понентов КО, близка к показателям компонентов со средней степенью продуктивности.

К высокопродуктивным компонентам КО бизнес-коммуникации в русском языке были отнесены такие, как *евро-*, *-стон*- и др., напр. *стон-ордер*, *стон-приказ*, *стон-цена* с количественной представленностью в корпусе 24 %. В среднем диапазоне оказались *маркет/маркетинг-*, *материально-*, *много-*, *-ордер-*, *перво-*, *-план/планово-*, *-правовой*, *само-*, *-срочный*, *-транспортно/транспортный-*, *уголовно-* и др., напр. *долгосрочный*, *долговременный* (количественная представленность – 39 %). Низкая продуктивность была отмечена у компонентов *авиа-*, *внешне-*, *-временный*. *долго-*, *-доллар/долларовый*, *-журнал/журнально-*, *-коррекция*, *кратко-*, *-кредит/кредитный-*, *-лимит*, *-менеджмент*, *научно-*, *-патент/патентно-*. *-производственный*, *-срочный*, *-технический*, *товарно-*, *-торгово/торговый-* и др., напр., *торгово-коммерческий / внешнеторговый* (количественная представленность – 37 %). Определенная часть компонентов, способных входить в структуру КО бизнес-дискурса Интернет-пространства, не обладает продуктивностью, в частности, такие единицы, как *coruscat* в *coruscat-product*, *Marshall* и *Lerner* в *Marshall-Lerner*, *J* в *J-curve*; *трейлинг* в *трейлинг-стон*.

Композитные единицы бизнес-дискурса Интернет-пространства проявляют способность сочетаться внутри сложных терминологических структур или же комплексно участвовать в создании многокомпонентных терминов: *long-run* *macroeconomics*, *long-run* *microeconomics*, *долгосрочная* *макроэкономика*, *долгосрочная* *микроэкономика*, *трансфертная* *внутрифирменная* *цена* и т.п. Однако подобное включение нескольких композитных явлений в структуру одного распространенного терминологического образования носит окказиональный характер. Чаще имеет место единичное включение КО в многокомпонентный языковой комплекс: *промышленно-производственная* *часть* *основных* *фондов*, *бюджетно-контрольное* *управление*, *южноафриканский* *таможенный* *союз*, *англо-американская* *школа* *бухгалтерского* *учета*.

Особенностью КО, используемых коммуникантами бизнес-сообщества в Интернет-пространстве, является наличие в структуре ряда сложноструктурных единиц международных словообразовательных элементов, среди которых наиболее продуктивными оказались следующие: *hyper-*, *extra-*, *non-*, *inter-*, *mass-*, *meta-*, *micro-*, *mac-*

ro-, *multi-*, *geo-*, *tele-*, *взаимо-*, *гипер-*, *масс-*, *мета-*, *мега-*, *меж-*, *масс-*, *микро-*, *макро-*, *интер-*, *мульти-*, *агро-*, *гео-*, *контр-*, *экстра-*, *теле-*, *ретро-*, *контр-* (*agrobusiness*, *nonfarm payrolls*, *metatrader*, *geomechanics*, *non-governmental*, *interbank rates*, *interdependence*, *intervention*, *international monetary fund*, *interco-op*, *international money market*, *international financial services*, *mass-produced*, *macroeconomics*, *microeconomics*, *micro-credit*, *multi-national*, *multi-word*, *multilateral*, *hyperinflation*, *агротехника*, *масс-маркет*, *метатрейдер*, *межбанковский*, *межгосударственный*, *международные* *финансовые* *услуги*, *макроэкономика*, *микроэкономика*, *микрокредитная* *операция*, *межгосударственный*, *мультинациональная* *корпорация*, *мультимаркет*, *телебанкинг*, *ретро-тренд*, *геоструктурный*, *гиперинфляция*, *гипермаркет*, *взаимозависимость*, *контр-баланс*, *контр-позиция*, *контр-реклама*, *контр-переворот*, *экстра-класс*, *кросс-условие*, *кросс-курсы*, *интеркооператив*). Заимствованные словообразовательные элементы, как международные, так и перешедшие из англоязычной среды, не являющиеся международными, чаще занимают инициальное положение в КО: *арт-бизнес*, *директ-мейл*, *директ-маркетинг*, *лайт-контакт*, *масс-маркет*, *кавер-версия*, *продакшн-менеджер*, *промо-акция*, *саунд-инженер*, *саунд-продюсер*, *сити-центр*, *смайт-карта*, *тайм-код*, *тим-лидер*, *спот-рынок* (от *spot market* – наличный рынок или рынок, на котором продаются все товары (валюта, ценные бумаги, сырье и т.п.)), *трансфер-агент*, *трэвел-чек*, *флэш-карта*. Особенностью этой группы сложноструктурных единиц можно считать невозможность употребления их в сокращенном виде как самостоятельных единиц и, следовательно, исключение их из пространства собственно композитов и причисления их к квазикомпозитам, напр., *intraday*, где *intra-* (внутри-) или *гетерогенная*, где *гетеро-* (разнообразно-) не имеет самостоятельности и цельнооформленности. В то же самое время отметим, что языковой корпус бизнес-дискурса Интернет-пространства не просто включает подобные номинации, как в русском, так и в английском языке, но и предполагает рекуррентное обращение к ним.

С точки зрения морфологического состава входящие компоненты КО бизнес-дискурса англоязычного Интернет-пространства представлены а) простыми основами, б) сочетанием производной и простой основы, в) усеченной и простой основы, г) композитной и простой основы, д) двух усеченных основ (напр., языковые единицы, об-

разованные усечением основ входящих компонентов, при этом усеченной может быть как одна основа (*after-tax*), так и обе – *euroidif* (european + diffusion), *forex* (foreign + exchange)). В пространстве русскоязычных КО также немало сложноструктурных образований, в которых одна из входящих основ является усеченной, а вторая пребывает в полной форме, напр., *межбанковский*, *межгосударственный*, *авиагрузовая* накладная, *автотранспортные* расходы.

КО бизнес-дискурса Интернет-пространства соотносимы с разными лексико-грамматическими классами русской и английской языковых систем. Частеречная принадлежность наиболее продуктивных групп в анализируемых языковых форматах имеет типологический характер: КО с максимальной рекуррентностью представлены существительными и прилагательными. В английском языке наибольшей представленностью обладают композитные существительные (50 %), в русском – композитные прилагательные (51 %). Англоязычные композитные прилагательные (24 %) уступают русскоязычным (51 %), более чем в два раза. Русскоязычные существительные (44 %) также несколько уступают англоязычным существительным (50 %). В англоязычном пространстве бизнес-дискурса вариативность лексико-грамматических классов несколько шире и включает композитные глаголы (6 %), наречия (2 %), союзы (1 %). Лексико-грамматический класс причастий проявляет большую продуктивность в англоязычном пространстве (17 %), нежели в русскоязычном (5 %). При этом типологичным для двух сопоставляемых систем можно считать превалирование причастий действительного залога (10 % для английской языковой системы и 4% для русской) по сравнению со страдательными причастиями (7 % для английской языковой системы и 1 % для русской).

Объединение компонентов в составе КО может приводить к переносу частеречной принадлежности одного из компонентов на все КО либо к соотносению полученного КО с иным лексико-грамматическим классом. Основным параметром определения частеречной принадлежности КО является семантика (в большей степени характерная для англоязычных КО) и функциональность (больше характерная для русскоязычных КО).

Наблюдения за характером участия исконных и заимствованных компонентов в составе КО анализируемых форматов Интернет-пространства показали, что русскоязычные КО бизнес-дискурса тяготеют к языковым образованиям, сформированным на основе исконных или

заимствованных ассимилированных компонентов (53 %). При этом объем композитных единиц, сформированных на основе неассимилированных заимствованных компонентов, в русскоязычном пространстве значителен (28 %), а корпус единиц, сформированный сочетанием исконных / заимствованных ассимилированных и заимствованных неассимилированных компонентов имеет наименьшую представленность (19 %). Общая доля композитных единиц, частично или полностью образованных заимствованными компонентами (47 %), указывает на активное участие этой языковой группы в процессе заимствования и образования неологизмов на основе иноязычных компонентов.

Англоязычные заимствования в русскоязычной среде характеризуются созданием КО из исходных словосочетаний языка-донора (12 %), сохранением статуса КО (17 %), утратой статуса композитного сложно-структурного единства (79 %). Языковые единицы, перешедшие в новую языковую среду и утратившие в ней статус КО, представляют собой некомпозитные единицы со схожей семантикой или же неассимилированные заимствования с нерасчлененным понятийным содержанием, нередко калькирующие исходную фонетическую оболочку. Иные могут соотноситься с исконными языковыми единицами и распространены языковыми комплексами, передающими семантически ёмкое содержание исходных КО.

Внедрение англоязычных КО в систему русского языка сопровождается процессом ассимиляции. Первоначальный этап ассимиляции характеризуется сохранением англоязычного статуса входящих компонентов (графического, фонетического оформления, включая нетранслитерированный графический образ). На этом этапе КО подразделяются на два типа структурной организации: первый тип – представляющие собой сочетание ассимилированного или исконного компонента и иноязычного компонента, второй тип – образованные в русской системе языка по заимствованной грамматической модели с установившимся словообразовательным значением. Впоследствии ассимиляции КО способствует их участие в образовании производных форм, комплексных многокомпонентных терминов. Одновременно с этим русскоязычные КО, полностью или частично сформированные с использованием англоязычных компонентов, могут как сохранять, так и приобретать новое языковое качество входящих компонентов. Это относится, в частности, к порядку следования морфем, аббревиатурной вариации исходного словосочетания, участию

символьных элементов, использованию имен собственных, усечению одной или обеих основ.

Подводя итог рассмотрению КО в английском и русском бизнес-дискурсе Интернет-про-

странства, отметим, что используемые коммуникантами бизнес-сообщества сложноструктурные единицы композитного характера имеют широкий круг соответствий (см. таб. 1).

Таб. 1 Избранные типологические черты КО в английском и русском бизнес-дискурсах Интернет-пространства (Selected typological features of composite words in English and Russian Internet business discourse)

Характеристики КО	Английский бизнес-дискурс	Русский бизнес-дискурс
Нейтрализация грамматического значения инициального компонента КО	+	+
Фиксированный порядок следования компонентов КО	+	+
Наличие одного главного ударения	+	+
Графическая интегративность компонентов КО в виде слитного / полуслитного написания	+	+
Наличие равноправных и зависимых отношений между компонентами КО с участием международных словообразовательных языковых элементов	+	+
Двух- / трехчленная структура КО	+	+
Неоднородность продуктивности различных компонентов КО	+	+
Соотносимость показателей высокой, средней и низкой степени продуктивности компонентов КО	+	+
Соотносимость рекуррентности компонентов КО относительно степени их продуктивности	+	+
Расширенная представленность частеречной принадлежности КО	+	-
Вариативность показателей частеречной принадлежности КО	+	+
Наличие только исконных или только заимствованных компонентов	-	-
Поэтапная ассимиляция заимствованных КО	+	+

Прежде всего, соответствия фиксируются в природе словообразования КО и их рекуррентном функционировании в бизнес-общении. Сходными представляются показатели рекуррентности конститuentов в составе КО, количественной представленности входящих компонентов. Англо-русские параллели КО фиксируются при сопоставлении заимствованных ассимилированных и неассимилированных компонентов КО. Ряд типо-

логических характеристик прослеживается в аспекте частеречной принадлежности КО и участия КО в многокомпонентных терминах. Конкретно-языковые же черты анализируемых КО обнаруживаются на всех выделенных этапах анализа. Перспектива дальнейшего исследования англо- и русскоязычных КО бизнес-коммуникации Интернет-пространства видится в сопоставлении их членности и производности их компонентов.

1. Алексеенко М.А., Белоусова Т.П., Литвинникова О.И. Словарь отфразеологической лексики современного русского языка: монография. М., Азбуковник, 2003. 395 с.
2. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 2-е, стереотипное. М., Едиториал УРСС, 2004. 576 с.
3. Василевская Е.А. О русском словосложении (Словосочетание, словосложение, аффиксация). М., Учпедгиз, 1968. 35 с.
4. Габдреева Н.В., Гурчиани М.Т. Словарь композитов русского языка новейшего периода. М., Флинта: Наука, 2012. 280 с.
5. Клобуев Е.В., Гудилова С.В. Языковая специфика непроезженных сложных слов (квазикомпозитов) // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 20. М.: МАКС Пресс, 2001. 139 с.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М., Сов. энциклопедия, 1990. 685 с.
7. Мешков О.Д. Словообразование современного английского языка. М., Наука, 1976. 245 с.
8. Словарь терминов: <https://economicportal.ru/term-words/>

9. Шишолоина А.О. Типология новейших композитов русского языка // Вестник Оренбургского государственного университета. 2016. №4 (192). С. 49 – 53.
10. Эксперт online: <http://expert.ru/>
11. Янко-Триницкая Н.А. Словообразование в современном русском языке. М., Индрик, 2001. 504 с.
12. The economist: <https://www.economist.com/>

SPECIFIC AND TYPOLOGICAL FEATURES OF RUSSIAN AND ENGLISH COMPOSITE WORDS IN THE INTERNET BUSINESS DISCOURSE

© 2019 Yu.A. Dubovsky, T.B. Zagrayevskaya

Yury A. Dubovsky, Doctor of Philology, Professor, Head of Experimental Linguistics and Cross-cultural Competence Department at Pyatigorsk State University. E-mail: dubovsky@pgu.ru

Tatyana B. Zagrayevskaya, Doctor of Philology, Professor of Experimental Linguistics and Cross-cultural Competence Department at Pyatigorsk State University. E-mail: zagrayevskaya@yandex.ru

Pyatigorsk State University. Pyatigorsk, Russia

The article presents the results of the analysis of specific and typological features of English and Russian composite words in the Internet business discourse. Main features of composite words, reasons for their frequency in business communication and indivisible connection with the professional area of the social group of business community are discussed. The results of the study cover the heterogeneity of the constituent recurrences of composite words in their word-formation models, the information on the part of speech belonging of the most productive groups of composite words, the relations between the native and borrowed assimilated / non-assimilated components in the structure of composite words, the stages of their assimilation in the recipient language.

Key words: borrowing, business-communication, component, compound, discourse, Internet, part of speech belonging, recurrence.

1. Alekseenko M.A., Belousova T.P., Litvinnikova O.I. Slovar' otrfazeologicheskoy leksiki sovremennogo russkogo jazyka (Dictionary of lexis derived from phraseology of modern Russian language): monografija. M., Azbukovnik, 2003. 395 s.
2. Ahmanova O.S. Slovar' lingvisticheskikh terminov (Dictionary of linguistic terms). Izd. 2-e, stereotipnoe. M., Editorial URSS, 2004. 576 s.
3. Vasilevskaja E.A. O russkom slovoslozhenii (Slovosochetanie, slovoslozhenie, affiksacija) (On Russian word formation (Word combination, word composition, affixation)). M., Uchpedgiz, 1968. 35 s.
4. Gabdreeva N.V., Gurchiani M.T. Slovar' kompozitov russkogo jazyka novejshego perioda (Dictionary of composites in the latest Russian). M., Flinta: Nauka, 2012. 280 s.
5. Klobuev E.V., Gudilova S.V. Jazykovaja specifika neproizvodnyh slozhnyh slov (kvazikompozitov) (Specific features of non-derivative complex words (quasi-composites)). *Jazyk, soznanie, kommunikacija*. Vyp. 20. M.: MAKSS Press, 2001. 139 s.
6. Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar' (Linguistic encyclopedic dictionary) / Gl. red. V.N. Jarceva. M., Sov. jenciklopedija, 1990. 685 s.
7. Meshkov O.D. Slovoobrazovanie sovremennogo anglijskogo jazyka (Word formation of modern English). M., Nauka, 1976. 245 s.
8. Slovar' terminov (Dictionary of terms): <https://economicportal.ru/term-words/>
9. Shisholina A.O. Tipologija novejsih kompozitov russkogo jazyka (The typology of the latest Russian language composites). *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo univer-siteta*. 2016. №4 (192). S. 49 – 53.
10. Jekspert online (Expert online): <http://expert.ru/>
11. Janko-Trinickaja N.A. Slovoobrazovanie v sovremennom russkom jazyke (Word formation in modern Russian language). M., Indrik, 2001. 504 s.
12. The economist: <https://www.economist.com/>