

УДК 811.111

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

АЛЕКСЕЕВА Татьяна Евгеньевна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков;

ФЕДОСЕЕВА Лариса Николаевна,

доктор филологических наук, заведующий кафедрой иностранных языков,

Академия ФСИН России

АННОТАЦИЯ. Рассматриваются различные аспекты англоязычных заимствований современного русского языка в сфере экономики. Анализируются причины и способы заимствования экономической терминологии, морфологический состав заимствованных слов и их ассимиляция в принимающем языке. Приводятся примеры англицизмов в различных сферах экономики и отмечается глубокое проникновение некоторых экономических терминов в повседневную жизнь.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: заимствования, англицизмы, ассимиляция заимствований, классификация заимствований, экономическая терминология.

ENGLISH BORROWINGS IN MODERN ECONOMIC TERMINOLOGY

ALEXEEVA T. E.,

Cand. Pedagog. Sci., Docent of the Department of Foreign Languages;

FEDOSEEVA L. N.,

Dr. Philolog. Sci., Head of the Department of Foreign Languages,

Academy of the Federal Penal Service of Russia

ABSTRACT. The article examines various aspects of English borrowings of the modern Russian language in the field of economics. The authors analyze the causes and ways of borrowing economic terminology, the morphological structure of the loan words and their assimilation in the receiving language. The examples are given of the English borrowings in the economic sphere and deep penetration of some economic terms into our everyday life is stated.

KEY WORDS: loan words, English borrowings, assimilation of loan words, classification of borrowings, economic terminology.

Формирование лексического состава русского языка является длительным и сложным процессом, который продолжается и в наши дни: происходит пополнение неологизмами (как правило, это слова, связанные с новыми технологиями, заимствованные политические и экономические термины), переходят в пассивный словарный запас, а затем устаревают слова, вышедшие из употребления (после распада СССР перестал употребляться значительный пласт лексики советского периода).

Пополнение лексического состава русского языка происходит несколько быстрее, чем устаревание отдельных слов. Это приводит к расширению словарного запаса русского языка. Большая часть новых слов приходит за счет заимствования из других языков, меньшая – за счет внутреннего заимствования (из диалектов, жаргонов, просторечия и пр.). Основная часть заимствованных слов стала появляться в России в период с XVII по XXI века. Современная языковая ситуация во многом определяется появлением большого количества англицизмов в русском языке.

В качестве примеров мы пользовались словарем англицизмов русского языка А.И. Дьякова [1], а также материалами интернета.

Развитие любой отрасли знания влечет за собой появление новых понятий и новой терминологии. Происходящие в мире процессы глобализации и интеграции России в мировую экономическую систему способствуют активному заимствованию русским языком новых слов, относящихся к области экономики. Наличие в международной экономической терминосистеме устоявшихся терминов из английского языка приводит к тому, что большинство заимствований представляют собой англоязычную терминологию. Среди причин заимствований выделяют следующие [2; 3]:

– потребность в наименовании новых явлений и понятий, например названия новых профессий или занятий: дилер (dealer) – лицо или фирма, осуществляющие биржевое или торговое посредничество; консалтинг (consulting) – вид консультационных услуг, предоставляемых организацией клиентам, которые заинтересованы в оптимизации своего бизнеса;

– необходимость упростить экономическую терминологию за счет замены иностранным словом сложного описательного термина, существующего в русском языке: аутсорсинг (outsourcing) – привлечение ресурсов из внешних источников; фрилансер (freelancer) – самозанятый сотрудник, который предоставляет свои услуги разным компаниям;

– необходимость в уточнении понятий: бренд (brand) – марка товара, пользующегося большой популярностью у покупателей; верификация

(verification) – проверка банком личности клиента и предоставляемых им данных о себе;

– стремление использовать иностранное слово как более современное и престижное при наличии необходимого термина в русском языке: паблисити (publicity) – реклама; дедлайн (deadline) – крайний срок сдачи работы.

Исходя из вышеперечисленных причин, заимствования можно разделить на оправданные и неоправданные. Первые способствуют развитию экономической терминосистемы и языка в целом, поскольку встречаются не только в специализированных изданиях, но и в средствах массовой информации, рекламе, в повседневном обиходе. Неоправданные заимствования засоряют язык, затрудняют понимание информации людьми, далекими от сферы употребления таких слов: стагнация (застой), аудит (ревизия), девелопер (разработчик) и т.д.

Каким образом происходит заимствование слова из одного языка в другой? По мнению Т.И. Арбековой [3], существует три способа заимствования: транскрипция, то есть фонетический способ, при котором сохраняется звуковая форма слова; транслитерация, предполагающая замену букв заимствованного слова буквами родного языка, и калькирование, которое означает прямой перевод термина или терминологического словосочетания. В последнее время предпочтение отдается заимствованию фонетической формы слова: дефолт (default), прайс-лист (price-list), ритейл (retail). Нечитаемые в английском языке в конце слога буквы г и в в русском языке становятся произносимыми: промоутер (promoter), провайдер (provider), лизинг (leasing), холдинг (holding).

Транслитерация также встречается в современных заимствованиях, особенно в словах с непривычными для русского языка звуками: аудитор (auditor), варрант (warrant), ковернот (cover-note), мультипак (multipack).

Калькирование приводит к тому, что словосочетание воспринимается как русский экономический термин, а на самом деле является переводом с английского: жизненный цикл товара (product life cycle), встречная закупка (counter purchase), горячие деньги (hot money), валютная корзина (currency basket), кредитный риск (credit risk), неосязаемые активы (non-tangible assets).

Существует способ заимствования, когда слово вводится в русский текст с полным сохранением его графического и орфографического облика, например sale, discount. Это так называемое трансплантирование, против которого активно возражают лингвисты [4].

Говоря о заимствованиях с лингвистической точки зрения, выделим следующие группы слов:

– слова, состоящие из одного корня: бюджет (budget), контракт (contract), тендер (tender), фирма (firm). В большинстве своем это слова, которые были заимствованы довольно давно и означают понятия, существующие в российской экономике на протяжении многих лет;

– экономические термины, которые заимствуются в последнее время, отличаются более сложным морфемным составом – наличием в них суффиксов и префиксов, сложением двух и более слов в одно терминологическое понятие:

суффиксация:

– слова с суффиксом – инг (-ing), обозначающие вид деятельности: маркетинг (marketing) – продвижение на рынке, рыночная деятельность;

инжиниринг (engineering) – технические консультационные услуги; клиринг (clearing) – система безличных расчетов по ценным бумагам, товарам и услугам посредством зачета встречных требований и обязательств. Отмечается высокая частотность заимствованных слов с суффиксом -инг и усиливающееся окказиональное использование его в русском словообразовании [5,6];

– слова с суффиксом -ер/-ор, обозначающие профессию, вид занятий, статус: брокер (broker) – физическое или юридическое лицо, которое выступает посредником при заключении сделок на бирже; инвестор (investor) – лицо или организация, вкладывающие денежные средства в проекты; провайдер (provider) – поставщик товаров, работ или услуг;

– слова с суффиксом -ция в основном имеют латинское происхождение, но в русский язык заимствования приходят из английского языка: инфляция (inflation); амортизация (amortization); диверсификация (diversification);

префиксация:

– слова с приставкой овер- (over-), которая имеет значение «сверх», «над», «чрезмерно», «слишком», «чересчур», «пере»: овербот (overbought) – скачок цен на определенный товар из-за больших объемов его закупок; оверсолд (oversold) – резкое падение цены товара из-за больших объемов его поступления на рынок; овердрафт (overdraft) – сумма, получаемая организацией сверх остатка на счете в банке; превышение счета;

– слова с приставкой ре- (re-), которая указывает на повторность действия: реимпорт (reimport) – обратный ввоз из-за границы непроданных отечественных товаров; реэкспорт (re-export) – вывоз из страны ранее импортированных в нее товаров, чаще всего сырьевых, для перепродажи другим странам;

– слова с приставкой аут- (out-), которая имеет значение «вне», «наружу»: аутплейсмент (outplacement) – оказание помощи в нахождении новой работы для увольняемых сотрудников; ауттрейд (outtrade) – неудавшаяся из-за непонимания сторон торговая сделка;

словосложение:

– существительное + послелог: стартап (startup) – недавно появившаяся компания, которая строит свой бизнес на основе инновационных идей или технологий; ролловер (rollover) – продление срока кредита путем его погашения и затем возобновления;

– существительное + существительное: прайс-лист (price-list); банкноты (banknote); пресс-релиз (press release) – информация о товаре, фирме или торговом посреднике, распространяемая для возможного опубликования в печати;

– существительное + and + существительное: лидз-энд-лэгз (leads-and-lags) – манипулирование сроками проведения расчетов (ускорение или затягивание) с целью получения финансовых и других выгод; кэш-энд-кэрри (cash and carry) – продажа за наличный расчет без доставки на дом;

– прилагательное + существительное: гудвилл (good will) – дополнительный доход, источником которого является репутация; опенспейс (open space) – помещение, офис без перегородок;

– существительное + -ing-форма глагола: краудфандинг (crowd – толпа, funding – финансирование) – финансирование новых идей большим количеством людей на добровольных началах,

обычно через интернет; нетворкинг (net – сеть, work – работа) – налаживание деловых контактов, создание сети полезных для работы знакомств.

Любой язык, в том числе и русский, заимствуя иностранные слова, подвергает их ассимиляции. Ассимиляцией заимствованных слов называется приспособление их в фонетическом, грамматическом, семантическом и графическом отношении к системе принимающего их языка. Степень ассимиляции может быть весьма различной и зависит от того, насколько давно произошло заимствование, произошло ли оно устным путем или через книгу, насколько употребительно слово и т.д. [7].

Суть фонетической ассимиляции заключается в том, что все английские звуки заменяются звуками принимающего языка, что происходит практически в момент заимствования. В настоящее время наблюдается тенденция к максимально точному воспроизведению иноязычного слова, однако ввиду отсутствия в языке-реципиенте некоторых звуков английской фонетической системы это воспроизведение носит приблизительный характер, например: бэквардэйшн (backwardation), мерчендайзер (merchandizer). В некоторых словах не устоялось место ударения, например, в соответствии с современными правилами русского языка произношение «маркетинг» с ударением на первом слоге и вариант «маркЕтинг» с ударением на втором считаются равноправными [8].

Графическая ассимиляция может происходить долго, и написание заимствованного слова может меняться по мере его освоения. В определенный период можно встретить транскрибированный и транслитерированный варианты написания одного и того же слова, например: бренд и брэнд (brand); кешбек, кэшбэк и кешбэк (cash back); дистрибьютер и дистрибутор (distributor); мерчендайзер и мерчандайзер (merchandiser). Возможно одновременное существование дефисного и слитного написания слова: ауттрейд и аут-трейд (out trade). В процессе освоения находятся слова с удвоенными согласными – оффшор и офшор. Русские варианты слова buy back (обратный выкуп) на данный момент встречаются в транскрибированном, транслитерированном, дефисном и слитном и даже трансплантированном вариантах – бай-бэк, бай-бек, байбэк, buy-back. Например: «Уже несколько лет некоторые российские банки предлагают своим клиентам программы автокредитования buy-back» (Автокредит по системе Buy-back Sravni.ru). Вариативность написания заимствования служит доказательством его неассимилированности и засоряет принимающий язык [9].

Грамматическая ассимиляция заимствованных терминов, которые чаще всего представляют собой существительные, состоит в появлении у них категорий рода, числа и падежа. Термин приобретает категорию рода непосредственно при вхождении в русский язык. Зафиксированы случаи передачи одного англоязычного термина двумя аналогами мужского и женского рода – ковернот/ковернота (cover-note) – свидетельство о страховании. При образовании множественного числа заимствования подчиняются грамматической системе языка-реципиента. Ярким примером может послужить слово фьючерс (futures) – контракт на поставку в будущем товара по согласованной цене, – которое в английском языке в данном значении употребляется только во множественном числе, о чем свидетельствует окончание -s. В русском языке у слова появляется своя форма множественного числа –

фьючерсы, например: «Особенности торговли фьючерсами на рынке» [1]. Что касается категории падежа, то англоязычные термины склоняются согласно правилам русской грамматики за исключением группы несклоняемых существительных: публицити (publicity), публик рилейшнз (public relations) – отношения с общественностью, промоушен (promotion) – содействие распространению, продаже.

Признаком неполной ассимиляции заимствования является одновременное существование в языке терминов с разными конечными морфемами: бенефициар и бенефициарий (beneficiary) – обладатель привилегии или льготы; бэквардэйшн и бэквордация (backwardation – запаздывание) – покупка фьючерсных контрактов по цене меньшей, чем стоимость контрактов с немедленной поставкой актива.

Лексико-семантическая деривация и словообразовательная активность заимствований свидетельствуют об их высокой ассимилированности в языке-реципиенте. Чаще всего деривационный ряд существительных представлен относительными прилагательными: аудитор – аудиторский (аудиторская проверка), дилер – дилерский (центр), инфляция – инфляционный (инфляционные процессы), клиринг – клиринговый (клиринговые валютные операции), оффшор – оффшорный (банк), инсайдер – инсайдерский (инсайдерская информация), кредит – кредитный (кредитная история). От существительных также могут образовываться глаголы: демпинг – демпинговать, диверсификация – диверсифицировать.

Некоторые заимствования образуют развернутые словообразовательные гнезда: бренд, брендовый, брендировать, брэндинг, ребрендинг, ребрендинговый. Английское discount (скидка) и его дериваты пришли в русский язык словами дисконт, дисконтер, дисконтный, дисконтировать, дисконтирование, редисконтирование. Сюда же можно отнести слова дискаунтер и дискаунтерный, так как они произошли от того же корня, но отличаются значением и употреблением: дисконтер – работник банка, проводящий операции по учету векселей; дискаунтер – магазин, занимающийся продажей товаров длительного пользования по сниженным ценам.

Интересными с точки зрения этимологии являются дериваты слова franchise: исходное слово франшиза (право осуществлять определенную экономическую деятельность, закрепленную договором) было заимствовано из французского языка, о чем свидетельствует его произношение – звук ш вместо ч, ударение на последний слог перед окончанием. Однако термины, обозначающие компанию, которая предоставляет франшизу более мелким фирмам и предпринимателям (франчайзер) и данную форму делового сотрудничества крупного и малого бизнеса (франчайзинг), несомненно, пришли из английского языка – отсюда произношение буквосочетания sh – ч, словообразовательные элементы – инг и -ер. Помимо слова франчайзер существует несклоняемое слово франчайзи от английского franchisee, означающее «мелкую фирму, предпринимателя, которому предоставляется право действовать в качестве дилеров на рынке от имени франчайзера». Пара слов – франчайзер и франчайзи – отражает различия в английских словообразовательных суффиксах: суффикс -er/-or показывает лицо, которое совершает действие, а суффикс -ee используется, чтобы показать лицо, на которого направлено дейст-

вие, и является противоположностью суффиксу -er/-or. Наряду с существительными в гнездо входят прилагательные франчайзерный (франчайзерная компания), франшизовый (франшизовая лицензия), франшизинговый (франшизинговое отделение).

Семантическое освоение заимствованной лексики проявляется не только в ее словообразовательной продуктивности, но и в способности входить в сочетания со словами исконной лексики [10]. В качестве примера рассмотрим слова бартер и бартерный, маркетинг и маркетинговый, которые довольно легко вступают в отношения с другими лексическими единицами:

– договор бартера, импортно-экспортный бартер, закрытый бартер, открытый бартер, электронный бартер, бартер «сырье-товар»;

– бартерная сделка, бартерная биржа, бартерные отношения, бартерные операции, бартерный обмен, бартерные предложения, бартерные схемы, бартерная экономика, бартерная аренда.

Маркетинг может быть глобальным, поддерживающим, противодействующим, массовым, целевым, стимулирующим, развивающим, дифференцированным; маркетинговыми могут быть исследования, функции, модели, планы, информация, логистика, потенциал. Наряду с этим встречаются композиты: маркетинг-директор, маркетинг-менеджмент, маркетинг-логистика, маркетинг-ноу-хау, маркетинг-технология, где существительное маркетинг выступает в роли «левого» определения. Существует также ремаркетинг и демаркетинг.

В отличие от терминов бартер и маркетинг слово бизнес практически не образует словосочетаний с исконно русскими словами, однако входит в состав многочисленных заимствованных словосочетаний, образованных по типично английской модели «существительное + существительное»: бизнес-аналитик, бизнес-инкубатор, бизнес-коучинг, бизнес-ланч, бизнес-план, бизнес-партнер, бизнес-портфель, бизнес-стратегия, бизнес-этика.

Аналогично ведет себя слово менеджер, однако в подобных словосочетаниях оно выступает в качестве определяемого слова: бренд-менеджер (руководитель отделения или филиала), офис-менеджер, сейлз-менеджер (менеджер по продажам), продакшн-менеджер, проект-менеджер, топ-менеджер, HR-менеджер/эйч-ар-менеджер (менеджер по кадрам), PR-менеджер/пиар-менеджер (специалист по связям с общественностью).

При сравнении значения заимствованного слова с тем, какое оно имело в языке, откуда пришло, обычно обнаруживается, что в заимствованном языке слово сохраняет лишь часть своих значений, часто одно, и притом не основное, а производное, и нередко становится термином [7]. Из всех значений слова sale – «продажа, сбыт, продажа с аукциона, продажа с торгов, распродажа по сниженной цене в конце сезона» – в русском языке сейл означает только «сезонная распродажа товаров по сниженным ценам». Слово buyer имеет самые общие значения: «покупатель, закупщик, потребитель», заимствованное слова байер означает физическое или юридическое лицо, занимающееся закупкой товаров и услуг на оптовом рынке. Английское dumping имеет значения 1) разгрузка, сваливание в отвал, выгрузка; 2) экон. демпинг, бросовая цена. Значение русского термина демпинг – продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам [11, с. 1].

В русском языке большинство заимствованных экономических терминов сохраняет семантику, ха-

рактерную для языка-источника. Случаи, когда в языке-реципиенте слово получает значение, которого оно вовсе не имело в языке, из которого пришло, представляют редкие исключения и объясняются дальнейшим развитием значения в заимствованном языке с утратой первоначального значения.

Экономика представляет собой область жизни человека, состоящую из различных специализированных сфер. Это позволяет нам провести классификацию заимствованной терминологии по области употребления. Выделим некоторые отрасли экономики, которые отличаются наиболее активным заимствованием англоязычных терминов: реклама/маркетинг, торговля/коммерция, финансы. Представленные слова являются устоявшимися терминами и в словаре англицизмов [1] имеют помету «част.».

Реклама/маркетинг:

– баннер (banner) – большой транспарант, флаг или растяжка;

– биллборд (billboard) – отдельно стоящая конструкция, предназначенная для размещения рекламного сообщения больших размеров;

– воблер (wobbler) – подвешенный на тонкой ножке указатель, выделяющий товар в месте продаж; привлекает внимание за счет вибрации;

– копирайтер (copyright) – специалист по созданию рекламных слоганов, текстов и заказных статей, прямо или косвенно носящих рекламный характер;

– логотип (logotype) – фирменный или товарный знак;

– оферта (offer) – формальное коммерческое предложение физическому или юридическому лицу о заключении договора;

– промоушн (promotion) – содействие продаже, сбыту, проведение мероприятий, воздействующих на конечного потребителя;

– слоган (slogan) – рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи;

– сэндвич-мен (sandwich man) – человек, который носит на груди рекламные плакаты и раздает рекламные листовки, с двумя рекламными щитами на груди и на спине.

Торговля/коммерция:

– аутлет (outlet) – торговый центр, специализирующийся на продаже брендов одежды со значительными скидками;

– бартер (barter) – безвалютный, оцененный и сбалансированный обмен товарами, оформляемый единым договором;

– бонификация (bonification) – надбавка к обусловленной в договоре цене товара, если его качество окажется выше договорного;

– молл (mall) – многофункциональный торгово-развлекательный центр;

– оферта (offer) – предложение продавца, направленного покупателю, о продаже партии товара на определенных условиях;

– ритейл (retail) – розничная торговля;

– ритейлер (retailer) – компания, деятельность которой основана на торговле в розницу.

Финансы

– биткойн (bitcoin) – виртуальная криптовалюта;

– девальвация (devaluation) – процесс снижения курса национальной валюты по отношению к твердым валютам других стран;

– деноминация (denomination) – изменение масштаба цен в сторону укрупнения нарицательной стоимости денежных знаков;

– дефляция (deflation) – устойчивое падение цен на товары и факторы производства;

– индоссамент (endorsement) – передаточная надпись на ценной бумаге, удостоверяющая переход прав по этому документу к другому лицу;

– депозит (deposit) – вклад в банки; денежные средства, помещаемые на хранение в банк от имени физических или юридических лиц на договорной основе;

– форфейтинг (forfeiting) – операция, при которой финансовый агент выкупает без права регресса коммерческое обязательство заемщика перед кредитором.

Особую группу составляют слова, относящиеся к молодежному сленгу и обозначающие деньги и денежные отношения: кэш (cash – наличные деньги), грины (green – зеленый), баксы (buck – американский доллар), мани (money – деньги), иксчендж (exchange – пункт обмена валюты).

Какова судьба заимствованных слов в принимающем языке? Среди заимствований есть узкоспециальные термины, которые известны только специалистам и которые никогда не получат широкого распространения, например левередж (leverage) – в экономике и финансах способ получения большего результата за счет меньших собственных затрат; роялти (royalty) – в торговле периодические выплаты продавцу за право пользования предметом лицензионного соглашения; андеррайтер (underwriter) – страховая компания, гарант размещения займа, акций и т.п.; таргетировать (to target) – направлять совокупность действий на определенную поставленную задачу или целевую аудиторию.

Часть слов и значений, обозначающих современные экономические реалии, может уйти из употребления после того, как перестанет существовать обозначаемое ими явление, как, например, слово вау-

чер (voucher) в значении «приватизационный чек, дающий право на участие в приватизации». Однако в другом значении – обязательство страховщика возместить расходы страхователя на лечение при нахождении за рубежом – термин остается в языке. Слово реновация (renovation) – «процесс улучшения, реконструкция, реставрация» – появилось недавно для обозначения «программы реновации жилья в Москве» и, возможно, также исчезнет из обихода после завершения программы.

Многие слова, заимствованные как термины, благодаря средствам массовой информации и рекламе получили широкое распространение и известны многим людям, далеким от сферы их первоначального употребления: дилер, риелтор, инвестор, спонсор, чартер, оферта, трансфер, ипотека, офшор, ноу-хау, стартап, тендер, супермаркет.

Некоторые термины попадают в общелитературный язык и в дальнейшем могут получить более обобщенное значение: дивиденд (dividend) – это не только «часть прибыли, распределяемая между акционерами», но и «что-либо приносящее выгоду или прибыль в будущем»: «Один из ответов заключается в том, что дивиденды носят скорее глобальный, нежели внутренний характер» [1].

Подводя итог, заметим, что в эпоху глобализации и развития международных отношений заимствование готовых к употреблению экономических терминов неизбежно. По большей части эти слова служат своей цели – обозначают новые понятия, явления, профессии, занятия, виды предприятий, товаров и услуг и обеспечивают возможность коммуникации в процессе профессиональной деятельности. Более того, ввиду острой общественной актуальности экономические термины выходят за пределы профессионального словоупотребления, широко используются в средствах массовой информации и становятся незаменимыми не только в специальной терминосфере, но и в живом русском языке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дьяков, А.И. Словарь англицизмов русского языка [Электронный ресурс] / А.И. Дьяков. – Режим доступа: <http://anglicismdictionary.ru>.
2. Крысин, Л.П. Иноязычные слова в контексте современной общественной жизни [Текст] / Л.П. Крысин // Русский язык в школе. – 1994. – № 6. – С. 56–63.
3. Арбекова, Т.И. Лексикология английского языка (Практический курс) : учебное пособие для II–III курсов ин-тов и фак. ин. яз-в [Текст] / Т. И. Арбекова. – М. : Высшая школа, 1977. – 239 с.
4. Дьяков, А.И. Англицизмы русского языка: за и против [Текст] / А.И. Дьяков // Global science. Development and Novelty. VII International Scientific Conference/ Part 2. Madrid. – 2018. – С. 49–57.
5. Дьяков, А.И. Суффикс -инг завоевывает свои позиции в русском словообразовании [Текст] / А.И. Дьяков, Е.В. Скворецкая // Сибирский филологический журнал. – 2013. – №4. – С. 180–186.
6. Потапова, Г.А. Формирование новых суффиксов в русском языке как процесс [Электронный ресурс] / Г.А. Потапова. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article...suffiksov...russkom-yazyke...>
7. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка : учебное пособие. – 2-е издание, переработанное [Текст] / И.В. Арнольд. – М. : Наука, 2012. – 370 с.
8. Новейший большой толковый словарь русского языка [Текст] / гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.; М. : Норинт; Рипол классик, 2008. – 1534 с.
9. Дьяков, А. И. Особенности «Словаря англицизмов русского языка» [Текст] / А.И. Дьяков // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. – 2015. – № 1. – С.73–81.
10. Секирин, В.П. Заимствования в английском языке [Текст] / В.П. Секирин. – Киев : Изд-во Киевского университета, 1964. – 152 с.
11. Мультитран : словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.multitrans.ru/>.
12. Cambridge dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>.