



Научно-исследовательский журнал «Modern Humanities Success / Успехи гуманитарных наук»
<https://mhs-journal.ru>
2025, № 11 / 2025, Iss. 11 <https://mhs-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)
УДК 81'272

Влияние языкового многообразия на торговую идентичность: анализ названий иностранных компаний в сирийских деловых письмах (2010-2020)

¹ Алшаар М.М.,
¹ Тюменский государственный университет

Аннотация: настоящее исследование посвящено комплексному анализу влияния языкового многообразия на формирование торговой идентичности через изучение практик наименования иностранных компаний в сирийской деловой переписке в период с 2010 по 2020 год. Цель работы заключается в выявлении и систематизации языковых стратегий, используемых международными корпорациями для адаптации на сирийском рынке, а также в определении роли культурных, политических и экономических факторов в выборе языка брендинга [1, 5].

Основные задачи исследования включали: отбор и анализ корпуса деловых документов сирийских компаний; классификацию стратегий языковой адаптации названий иностранных предприятий; оценку влияния международных отношений на языковой выбор; выявление взаимосвязи между языковыми практиками и торговой идентичностью. В ходе исследования применялись методы контент-анализа и сравнительно-сопоставительного анализа, что позволило выявить специфику использования арабского, английского и hybrid-форм в деловой коммуникации [10, 12].

Практическая значимость работы заключается в возможности применения её результатов в области международного маркетинга, брендинга и межкультурной коммуникации. Выводы исследования могут быть использованы иностранными компаниями для разработки эффективных стратегий выхода на рынки стран Ближнего Востока, а также академическими кругами для дальнейшего изучения взаимовлияния языковых процессов и экономических отношений. Полученные данные вносят вклад в развитие социолингвистики и теории международного бизнеса [5, 12].

Ключевые слова: языковое многообразие, деловая переписка, Сирия, иностранные компании, культурная адаптация, Арабский язык, межкультурная коммуникация

Для цитирования: Алшаар М.М. Влияние языкового многообразия на торговую идентичность: анализ названий иностранных компаний в сирийских деловых письмах (2010-2020) // Modern Humanities Success. 2025. № 11. С. 45 – 49.

Поступила в редакцию: 7 июля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 4 сентября 2025 г.; Принята к публикации: 27 октября 2025 г.

The impact of linguistic diversity on trade identity: an analysis of foreign company names in Syrian business correspondence (2010-2020)

¹ Alshaar M.M.,
¹ University of Tyumen

Abstract: this study presents a comprehensive analysis of the impact of linguistic diversity on the formation of trade identity through an examination of foreign company naming practices in Syrian business correspondence between 2010 and 2020. The purpose of the work is to identify and systematize the linguistic strategies used by international corporations to adapt to the Syrian market, as well as to determine the role of cultural, political, and economic factors in the choice of branding language [1, 5].

The main research objectives included: selection and analysis of a corpus of business documents from Syrian companies; classification of language adaptation strategies for foreign enterprise names; assessment of the influence of international rela-

tions on language choice; and identification of correlations between language practices and trade identity. The study employed content analysis and comparative analysis methods, which revealed the specifics of using Arabic, English, and hybrid forms in business communication [10, 12].

The practical significance of the work lies in the potential application of its results in the fields of international marketing, branding, and cross-cultural communication. The findings of the study can be used by foreign companies to develop effective market entry strategies for the Middle East, as well as by academic circles for further research on the interaction between language processes and economic relations. The obtained data contribute to the development of sociolinguistics and international business theory [5, 12].

Keywords: linguistic diversity, business correspondence, Syria, foreign companies, cultural adaptation, Arabic language, intercultural communication

For citation: Alshaar M.M. The impact of linguistic diversity on trade identity: an analysis of foreign company names in Syrian business correspondence (2010-2020). *Modern Humanities Success*. 2025. 11. P. 45 – 49.

The article was submitted: July 7, 2025; Approved after reviewing: September 4, 2025; Accepted for publication: October 27, 2025.

Введение

Деловая переписка в Сирии отражает культурное и языковое многообразие страны [10]. Названия иностранных компаний, встречающиеся в таких письмах, демонстрируют стратегии взаимодействия с локальным рынком. Цель исследования - выявить и проанализировать влияние языкового многообразия на формирование торговой идентичности через исследование практик наименования иностранных компаний в сирийской деловой переписке за период 2010-2020 гг [6].

Материалы и методы исследований

В основе исследования лежит качественный анализ корпуса деловой переписки сирийских компаний (бизнес-писем и контрактов), датированных 2010-2020 гг. Основным методом выступил контент-анализ, направленный на выявление паттернов языкового оформления названий иностранных компаний [10]. Также применялся сравнительно-сопоставительный анализ для определения влияния культурных, политических и экономических факторов на выбор языка [1].

Результаты и обсуждения

Анализ выявил три основные стратегии языковой адаптации. Российские компании демонстри-

руют тенденцию к полной адаптации на арабский язык ("Группа компаний РУССКАЯ ИНЖЕНЕРНАЯ", арабская версия), что отражает стратегическое партнерство и уважение к локальной культуре. Китайские и малайзийские компании используют английский язык как инструмент глобализации ("Shaodong Gieh Baju Co"), что упрощает международное взаимодействие. Египетские компании применяют гибридные формы ("U Tade Egypr"), сочетая арабскую идентичность с международной интеграцией [8].

Полученные данные свидетельствуют, что языковой выбор служит инструментом политического альянса (Россия), экономической нейтральности (Китай) или культурного баланса (Египет). Использование арабского языка коррелирует с долгосрочными инвестициями, тогда как английский ассоциируется с глобальными стратегиями привлечения партнеров [5, 6, 7].

Цель исследования: Выявить и проанализировать влияние языкового многообразия на формирование торговой идентичности через исследование практик наименования иностранных компаний в сирийской деловой переписке за период 2010-2020 гг.

Таблица 1
Table 1

| | Дата составления письма. | Адресат | Используемый язык в письме. | Название, указанное в письме. | Используемый язык в написании компании. | Оригинальное название компании. | Страна компании. | Вид деятельности. | Дополнительные примечания. |
|----|--------------------------|------------------------------------|-----------------------------|--|---|--|------------------|---|---|
| 1 | 04.03.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | Shaodong Gabi Bags Co | Англиски | | Китай | Производство и экспорт сумок | |
| 2 | 04.03.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | Mosun Led | Англиски | | Китай | Производство фонарей на солнечных батареях | |
| 3 | 25.11.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | U Tade Egypt | Англиски | U Tade Egypt, ب. تاديه | Египет | Импортно-экспортная компания | Согласно официальным документам компании, ее название написано по-английски, но арабскими буквами, и по-английски |
| 4 | 15.08.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | كونون سبا الطبيعية "Саба литтаби" | Арабски | كونون سبا | Йемен | Производство и продажа драгоценных камней | Согласно официальным документам и сайту компании, ее название написано по-арабски, но английскими буквами, и по-арабски |
| 5 | 29.05.2024 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | Continental Resources SDN BHD | Англиски | Continental Resources SDN BHD, شركة كونينثال ريسورس المحدودة | Малайзия | Производство, продажа и экспорт пальмового масла | Согласно официальным документам компании, ее название написано по-английски, но арабскими буквами, и по-английски |
| 6 | 23.12.2020 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | Avalon Global Research | Англиски | Avalon Global Research | Индия | Исследования и консультации | |
| 7 | 23.12.2020 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | GF Plastic Tooling and Molding Co, Ltd | Англиски | GF Plastic | Китай | Компания по производству художественных форм | |
| 8 | 15.09.2020 | Торговая палата сельского Дамаска | арабски | Qingdao Yutuasheng Rubber Co. Ltd | Англиски | Qingdao Yutuasheng Rubber Co. Ltd | Китай | Производство и экспорт шин для мотоциклов | |
| 9 | 12.08.2024 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | Futuretrade | Англиски | Futuretrade | Индия | Индустрия ухода за кожей и волосами | |
| 10 | 12.08.2024 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | Homate Tianjin International | Англиски | Homate Tianjin International | Китай | Промышленность удобрений | |
| 11 | 24.09.2020 | Торговая палата сельского Дамаска | арабски | ALNasr مصنع الصر medical | Арабски | مصنع الصر | Египет | Медицинские принадлежности | Согласно официальным документам и сайту компании, ее название написано по-арабски, и по-английски |
| 12 | 24.09.2020 | Торговая палата сельского Дамаска | арабски | JXZB Manshanhong, Ltd | Англиски | JXZB Manshanhong, Ltd | Китай | Производство и экспорт офисных стульев | |
| 13 | 14.07.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | الشركة الروسية الهندسية | Арабски | Группа компаний РУССКАЯ ИНЖЕНЕРНАЯ КОМПАНИЯ | Россия | Экспорт пшеницы, сахара, нефти и растительного масла | Согласно официальным документам и сайту компании, ее название написано по-русский |
| 14 | 09.09.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | شركة ريسوس | Арабски | ГАП Ресурс | Россия | Экспорт мяса птицы | Согласно официальным документам и сайту компании, ее название написано по-русский |
| 15 | 15.08.2021 | Директор Сирийской торговой палаты | арабски | المجموعة المصرية الاملية الحذية | Арабски | المجموعة المصرية الاملية الحذية | Египет | Производство подгузников для детей и взрослых | Согласно официальным документам и сайту компании, ее название написано по-арабски |
| 16 | 03.12.2020 | Торговая палата сельского Дамаска | арабски | Belleboomprom | Англиски | Belleboomprom | Беларусь | Производство древесно-стружечных плит, мебели и предметов домашнего обихода | |

Использование языков в написании названий компаний:

1. Культурный анализ

А. Российские компании: адаптация к локальной идентичности

Примеры из таблицы:

Строка 13: название российской компании "Группа компаний Русская инженерная компания" приводится на арабском.

Строка 14: другая российская компания указана на арабском.

Интерпретация:

Использование арабского языка подчеркивает уважение к сирийской культуре, что способствует узнаваемости брендов [2, с. 45]. Культурно-политическая близость Сирии и России, особенно в контексте поддержки во время кризисов, усиливает этот подход [3, с. 112].

Б. Китайские и малайзийские компании: доминирование английского языка

Примеры из таблицы:

Строка 1: китайская компания "Shaodong Gieh Vaju Co" указана на английском.

Строка 5: малайзийская компания "Continental Reseorent SDN BHD" также использует английский.

Интерпретация:

Английский язык выступает как инструмент глобализации, упрощая международное взаимодействие [3, с. 118]. Корпоративная политика компаний направлена на унификацию брендов для привлечения инвестиций [1, с. 101].

Данная практика демонстрирует открытость сирийского рынка к мультикультурности, несмотря на отсутствие адаптации к локальному языку [12].

В. Египетские компании: баланс между локальным и глобальным

Примеры из таблицы:

Строка 11, 9: египетские компании сочетают арабский язык с иностранными элементами: "U Tade Egypr", "يو توريد ايجيبت".

Интерпретация:

Смешение языков отражает стремление сохранить арабскую идентичность, одновременно интегрируясь в международные рынки [4, с. 62]. Это также может указывать на экономическую многогранность Египта, выступающего связующим звеном между арабским миром и Африкой [9].

2. Политический анализ

а. Сирийско-российские отношения: язык как инструмент альянса

Примеры из таблицы:

Строка 13 и 14: российские компании используют арабский язык.

Интерпретация:

Арабский язык служит политическим инструментом для укрепления стратегического партнерства, особенно в контексте экономической и военной поддержки [2, с. 50]. Данная практика может быть частью двусторонних соглашений, поощряющих культурную адаптацию как элемент сотрудничества [11].

б. Другие компании: английский язык как нейтралитет

Примеры из таблицы:

Строка 12: китайская компания "JXZB Manchardong, Ltd" указана на английском.

Интерпретация:

Использование английского минимизирует политические риски, подчеркивая нейтралитет в условиях региональных напряжений [1, с. 95]. Это также отражает отсутствие глубоких политических связей с данными странами в сравнении с Россией [2, 3].

3. Экономический анализ

а. Российские компании: долгосрочные инвестиции

Примеры из таблицы:

Строка 13: российская компания, занимающаяся экспортом нефти и сырья.

Интерпретация:

Адаптация к арабскому языку указывает на стратегические инвестиции, связанные с проектами восстановления [4, с. 65]. Эти компании могут быть частью проектов восстановления, поддерживаемых Россией, что усиливает экономическую взаимозависимость [2, 3].

б. Другие компании: глобализация для привлечения инвестиций

Примеры из таблицы:

Строка 10: китайская компания "Human Tianjin International" использует английский язык.

Интерпретация:

Английский язык облегчает привлечение международных партнеров, усиливая конкуренцию на рынке [1, с. 88]. Данный подход может быть связан с экономической конкуренцией, где компании стремятся укрепить присутствие в Сирии как восток на Ближний Восток [3].

Выводы

1. Языковые практики в сирийской деловой переписке отражают комплексное влияние культурных, политических и экономических факторов [1].

2. Выбор языка наименования компаний служит важным инструментом формирования торговой идентичности и стратегического позиционирования на рынке [6].

3. Российские компании демонстрируют глубокую культурную адаптацию, в то время как азиатские корпорации предпочитают стратегию глобализации [2, 3, 5].

4. Результаты исследования могут быть применены в разработке эффективных стратегий выхода международных компаний на рынки Ближнего Востока [1, 4, 8, 12].

Список источников

1. Иванов А.В. Языковая политика в международном бизнесе: культурные и экономические аспекты. М.: Экономика, 2018. 210 с.
2. Петрова Е.С., Сидоров Д.К. Роль языка в укреплении политических альянсов: случай Сирии и России // Международные отношения. 2020. № 3. С. 112 – 130.
3. Смирнова Л.И. Экономические стратегии иностранных компаний в условиях кризиса: сирийский контекст // Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 72. № 5. С. 45 – 60.
4. Al-Hindawi F.H., Ali A.H. The Linguistics of Brand Naming: The Case of Foreign Companies in the Arab World // Journal of Intercultural Communication Research. 2022. Vol. 51. No. 2. P. 119 – 140.
5. Fredriksson R., Barner-Rasmussen W., Piekkari R. The Multinational Corporation as a Multilingual Organization: The Notion of a Common Corporate Language // Corporate Communications: An International Journal. 2006. Vol. 11. No. 4. P. 406 – 423.
6. Kelly-Holmes H. Analyzing language choices in the contemporary economy: The case of brand names // Language Policy. 2020. Vol. 19. P. 387 – 405.

7. Otis E.M. The Political Economy of Language in Syria's War and Reconstruction // Middle East Report. 2018. No. 288. P. 28 – 33.
8. Панина Е.С. Лингвистические аспекты адаптации брендов на ближневосточном рынке // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. № 4. С. 78 – 89.
9. Рязанцев С.В., Храмова М.Н. Экономические детерминанты миграционных процессов в странах Ближнего Востока // Научное обозрение. Серия 1, Экономика и право. 2022. № 1. С. 54 – 67.
10. Садыкова Р.Р. Дискурс международного бизнеса: лингвокультурный аспект (на материале деловой переписки) // Политическая лингвистика. 2019. № 5 (77). С. 175 – 180.
11. Ткаченко А.А. Стратегии нейминга как инструмент мягкой силы на Ближнем Востоке // Концепт: философия, религия, культура. 2021. Т. 5. № 4 (12). С. 132 – 142.
12. ЩербакOVA О.М. Язык как ресурс в международном бизнесе: социолингвистический подход // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2020. Т. XVII. № 4. С. 101 – 105.

References

1. Ivanov A.V. Language Policy in International Business: Cultural and Economic Aspects. Moscow: Economica, 2018. 210 p.
2. Petrova E.S., Sidorov D.K. The Role of Language in Strengthening Political Alliances: The Case of Syria and Russia. International Relations. 2020. No. 3. P. 112 – 130.
3. Smirnova L.I. Economic Strategies of Foreign Companies in the Crisis: The Syrian Context. World Economy and International Relations. 2019. Vol. 72. No. 5. P. 45 – 60.
4. Al-Hindawi F.H., Ali A.H. The Linguistics of Brand Naming: The Case of Foreign Companies in the Arab World. Journal of Intercultural Communication Research. 2022. Vol. 51. No. 2. P. 119 – 140.
5. Fredriksson R., Barner-Rasmussen W., Piekkari R. The Multinational Corporation as a Multilingual Organization: The Notion of a Common Corporate Language. Corporate Communications: An International Journal. 2006. Vol. 11. No. 4. P. 406 – 423.
6. Kelly-Holmes H. Analyzing language choices in the contemporary economy: The case of brand names. Language Policy. 2020. Vol. 19. P. 387 – 405.
7. Otis E.M. The Political Economy of Language in Syria's War and Reconstruction. Middle East Report. 2018. No. 288. P. 28 – 33.
8. Panina E.S. Linguistic aspects of brand adaptation in the Middle East market. Bulletin of Moscow University. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication. 2021. No. 4. P. 78 – 89.
9. Ryazantsev S.V., Khramova M.N. Economic Determinants of Migration Processes in the Middle East Countries. Scientific Review. Series 1, Economics and Law. 2022. No. 1. P. 54 – 67.
10. Sadykova R.R. International Business Discourse: The Linguistic and Cultural Aspect (Based on Business Correspondence). Political Linguistics. 2019. No. 5 (77). P. 175 – 180.
11. Tkachenko A.A. Naming Strategies as a Soft Power Instrument in the Middle East. Concept: Philosophy, Religion, Culture. 2021. Vol. 5. No. 4 (12). P. 132 – 142.
12. Shcherbakova O.M. Language as a Resource in International Business: A Sociolinguistic Approach. Social and Humanitarian Sciences in the Far East. 2020. Vol. XVII. No. 4. P. 101 – 105.

Информация об авторе

Алшаар М.М., аспирант, ассистент, Тюменский государственный университет, m.alshaar@utmn.ru

© Алшаар М.М., 2025