

Деловой русский и лексические тенденции его развития

Florina MOHANU*

А. "В сущности, ведь для интеллигентного человека дурно говорить должно бы считать таким же неприличием, как не уметь читать и писать..." (А. П. Чехов)

Культура речи - неотъемлемая часть личностной характеристики. А для людей, чья деятельность непосредственно связана с речевым общением, она, кроме того, является немаловажным условием их профессионального успеха.

Процесс общего обучения, а также индивидуальные усилия и самообразование, недостаточны для формирования грамотной культурной речи.

Состояние общества отражается в зеркале языка. В социальном плане, язык приспосабливается к меняющимся условиям жизни общества, его идеалам, установкам, вкусам. Именно поэтому язык может быть полезен для социолога как чуткий прибор, регистрирующий социальные процессы.

Влияние социальных факторов на язык имеет опосредованный характер и многоступенчатую форму. Наиболее очевидна зависимость лингвистических факторов от социальных на уровне *лексики*. Е. Д. Поливанов писал: "Лексика (с фразеологией) - единственная область языковых явлений, где само содержание культуры (данного коллектива в данную эпоху) отражается более или менее непосредственно. Вот почему здесь быстрее всего (даже в пределах языка одного и того же поколения) может обнаружиться результат социально-экономической мутации". [1]

Преобразования на уровне лексики русского языка, его словарного состава, отличаются сейчас чрезвычайной интенсивностью, прямо пропорциональной с теми, происходящими на социальном и экономическом уровне.

Б. Культура речи - это культура как устной, так и письменной речи. В русском языке появился подязык *деловой русский*, (*business Russian*) как новая, интересная и, пока, мало исследуемая лингвистами, его составная, постоянно обогащающаяся. Люди, деятельность которых связана, тем или иным образом, с деловой средой,

должны близко ознакомиться и пользоваться им. Правильность, выразительность и точность речи - необходимые атрибуты делового человека. Недостаточная речевая культура заметно снижает рейтинг делового человека, а его речевые оплошности нередко становятся мишенью для насмешек. Как показывает жизнь, это может пагубно сказаться и на оценке профессиональной деятельности человека. *Коммуникативная компетентность* человека, работающего в сфере бизнеса, является плуривалентным условием успеха в этом деле, подразумевающим ряд требований к его устной и письменной культуре.

В этом смысле, в настоящий период важно заново переосмыслить также и тему коммерческой корреспонденции и осознать то многообразие лингвистических возможностей, которые могут использоваться в коммерческих целях. Имеется в виду как корреспонденция внутри предприятия (фирмы), так и вне него. Особенности составления, а также лексики и формы меморандума, памятной записки, факса, e-майла, делового письма, контракта, рекламного текста, и др. как составных частей письменной культуры, а также требования в отношении устной культуры, включающей, например, телефонный разговор, переговоры, само ежедневное общение в микро- и макро- контексте деловой среды являются первоочередными объектами преподавания русского языка в Бухарестской Экономической Академии, а точнее на семинарах со студентами Факультета международных экономических отношений.

В. Задача непростая, и не[†] только потому, что объект преподавания постоянно меняющийся/обогащающийся, но и потому что нам необходимо выявить и исследовать основные его закономерности, а также кратчайший и наиболее эффективный способ его преподавания студентам. Мы даём себе отчёт в том, что прогресс в области образования достигает класс гораздо более медленными темпами по сравнению с тем, как достижения в области, скажем, медицины, доходят до кабинета врача. Объяснением этому может послужить отчасти и тот факт, что нет в образовании эквивалента пеницилина, т.е. нет

* Reader, Ph. D., Department of Romance Languages and Business Communication ASE Bucharest

такого нового, легко принимаемого лекарства, которое могло бы сразу же доказать чёткую разницу в качестве и эффективности.

Это также происходит потому, что реформа образования может быть осуществлена только преподавателями, которые, как предполагается, должны для этого полностью понять и принять смысл любого предлагаемого изменения. Преподаватели, же, как это легко заметно, очень консервативны в своём отношении к акту преподавания. Те изменения, которые они обычно принимают, являются больше своеобразным ответом на современную моду, чем прямым результатом солидных исследований в области того, что для них полезно на самом деле и что нет. Мы, те кто преподаём, являемся первой частью длинной цепи; поэтому, необходимо чтобы мы очень хорошо представили себе какими средствами лучше внедрить то, что является наиболее эффективным для обучения. Есть ряд хороших поводов к этому, одним из которых является постоянное давление, которое сейчас оказывается на образование, в смысле необходимости увеличения его роли в данном социальном и экономическом контексте в таких странах, как сегодняшняя Румыния. Всем нам, активным участникам акта преподавания или просто потребителям обучения, ясно, что образование играет более важную роль чем когда-нибудь; всё-же, слишком много учеников и студентов заканчивают школу/факультет не имея необходимую подготовку и навыки.

Ориентация (которую, в известной мере, осуществляют преподаватели) их образования и карьеры должна способствовать облегчению их перехода между различными ярусами образования или, же, между образованием и работой, переходы, которые до недавнего времени осуществлялись более или менее самим-собой, так как молодёжь передвигалась вместе от одного этапа к другому. В этом смысле, эта ориентация должна обеспечить повышение качества рынка труда и помочь индивидууму достичь максимум того, на что он способен. Вот почему преподавателям придётся приспособить своё профессиональное поведение к быстро меняющемуся рынку. Моделирование позитивного мышления и поведения должно начаться с нас. Нам придётся быть способными подготовить студентов мыслить по критически, общаться эффективно, ценить совместную работу и использовать новейшую технологию для достижения своих целей.

Международное измерение высшего образования получает в наши дни гораздо большее содержание и значение, чем в последние десятилетия, из

соображений как внешних, так и внутренних. Внешние причины включают изменения на рынке труда, которые подразумевают и требуют другие типы знаний и умений, хорошее владение иностранными языками, правилами и основными методами делового общения и, также, плюрикультурализм. Недавние исследования среди ряда совместных международных предприятий/фирм показали, что их работники на самом деле считают настоящее особое ударение на ознакомление с культурой и разнообразием современного мира, поставленное в учебных планах школ и вузов в последнее время, очень важным этапом в подготовке к деятельности в современной "экономике без границ". Высшее образование является, несомненно, существенным фактором в осуществлении общих программ современных правительств, а многие направления, касающиеся внутреннего экономического развития, имеют международное измерение.

Г. Динамика развития *лексики*, постоянное и глубокое обновление лексического состава, являются последствием информационного бума. Новые понятия входят в язык не изолировано, а в микросистемах, в словообразовательных гнездах, отражающих более или менее широкий круг явлений и факторов, окружающих данное понятие и сопутствующих ему. [2]

Появление делового русского, а конкретнее, взрыв на уровне деловой лексики привели к двум основным направлениям процесса языковой эволюции, а именно: а. *плюрисемантизация* существующих *исконных слов* основного фонда языка, то есть *внутрисистемные преобразования*, сочетающиеся с б. заимствованием иноязычных элементов, которые, взаимодействия с исконными, оказывают влияние на структуру русского языка. Специалисты говорят о настоящем подъёме процесса *заимствований* и *активизации иноязычной* (в первую очередь, *англоязычной*) *лексики*.

Следствием этих процессов, а также реальной и необходимой помощью в достижении соответствующей речевой культуры в области делового русского, является обогащение русской лингвистики такими работами, как: *Словарь перестройки*, *Ключевые слова текущего момента*, [4] *Язык рынка*. *Словарь* [5], и др. Специалисты говорят, даже, о *языковом возрождении* [6] русского языка. С точки зрения преподавателя русского языка в экономическом вузе, хочется обратить особое внимание на *Большой англо-русский*, *русско-английский*

словарь по бизнесу [7]. Это один из наиболее полных словарей по бизнесу, по деловому русскому, содержащий более 18 тысяч терминов деловой лексики. Помимо перевода терминов, в нём приводятся их толкования, что особенно полезно при отсутствии устоявшихся русских эквивалентов. Это термины, связанные с международной торговлей, банковскими расчётами, биржевой деятельностью и т.д.

Расширение семантической структуры слов, актуализация их значения, приводят к появлению целых серий производных. Слово *рынок*, к примеру, значение которого было "общественные отношения, регулирующие производство на основе свободных рыночных цен и прибыли", породило такую серию производных, как: *рыночный* (как качественное прилагательное со степенями сравнения - *рыночнее*, *самый рыночный*) *безрыночный*, *квазирыночный*, *ультрарыночный*, *рыночно*, *рыночник*, *антирыночник*, *рынокофобия*.

"Это совершенно новое словообразовательное гнездо, новый факт русской грамматики" [8]. В вышеупомянутом словаре даются 53 разных словосочетаний с этим ключевым словом: *рынок "медведей"* (как рынок с понижательной тенденцией), *рынок "быков"*, *серый рынок*, *вялое* или *твёрдое настроение рынка*, *ликвидный рынок* и многие другие. Они являются доказательствами переосмысления и сдвига в семантике данного слова. Самым продуктивным является слово *цена*, имеющее 224 (!) сочетаний (остановимся лишь на такие как *цена локо*, *клиринговая цена*, *нарицательная цена*, *цена спот*, *цена СИФ*, *цена франко баржа*, *цена ФОБ*, *цена ФАС*, *реализационная цена*, *резервированная цена*). Следуют слова *товар* (92), *счёт* (90), *право* (79), *вексель* (71), *договор* (63), *акция* (62) и др.

Внутрисистемные преобразования дублированы заимствованием иноязычных элементов. Некоторые из них даже ещё не зафиксированы словарями (*имидж*, *рейтинг*, *спонсор*, и др) или же имеют словарную фиксацию, но до недавнего времени находились в области лексической периферии (как *менеджер*, *брифинг*, *превентивный*). Самой яркой чертой сегодняшнего языкового развития многие лингвисты считают заимствования из английского языка американского варианта. Как это происходит и в других языках, английские слова заимствуются даже тогда, когда в языке существуют точные русские эквиваленты (см. *конверсия* = *преобразование*, *имидж* = *образ*, *презентация* = *представление*, *котноновый* = *хлопчатобумажный*). Отвлечённость и точность

характеризуют иностранное слово, являясь его преимуществами перед русским словом. Оно обозначает какой-то один конкретный предмет или понятие, и только его, не побуждая никаких посторонних представлений или ассоциаций, как это может случиться с русским эквивалентом.

В настоящее время терминология американского бизнеса и электроники прочно утвердилась на русской почве. Слово *банк* не ново в русском языке, но число его сочетаний заметно возрастает, достигая 67 в *Словаре по бизнесу*. *Капитал* также стало особо продуктивным среди более старых заимствований (52); или, же, *баланс* (47), *компания* (30), *сертификат*, *тариф* (14), как экономические термины. Примерами заимствований последних лет могут служить слова *бизнес*, *бизнесмен*, *брокер*, *дилер*, *сертификат*, *резкспорт*, *роялти*, *консалтинг*, *сертификат*, *спред*, *акцент*, *своп*, *холдинг*, и многие другие.

Русские лингвисты не расценивают обильный приток и активизацию заимствований как негативные явления в русском языке, прежде всего потому, что они свидетельствуют об открытости его лексической системы. Они считают, что на дальнейших этапах своей эволюции, язык отторгнет избыточные элементы, а лексические единицы, которые смогут адаптироваться в системе, включаясь в системные отношения в языке, обогатят русский язык, как это всегда происходило с заимствованиями. К примеру, слова *брокер* - "посредник, осуществляющий операции за соответствующее вознаграждение, по поручению и за счёт клиентов", и *дилер* - посредник, ведущий операции от своего имени и за свой счёт" [9]. В этом случае дифференциация по признаку "объект сделок" произошла уже внутри этих двух понятий (ср., *инвестиционный дилер*, *валютный дилер*, *автомобильный дилер*, *чёрный*, т.е. подпольный, *брокер*, *брокерское место*, *брокерская деятельность*, *отраслевой региональный*, *самый крупный*, *генеральный дилер*, *дилерская сеть*, *дилерский канал*, *дилерская игра*). Данные устойчивые выражения служат доказательством достаточной степени их усвоения русским языком. Последняя тенденция на лексическом уровне, на которой хотим остановиться, состоит в том, что изменение отношения к обозначенным реалиям меняет содержательную оценку и стилистическую окраску слов. Примерами могут служить слова *акция*, *господин*, *биржа*, *предпринимательство*, *собственник*, и др. Легко заметить, что происходит оживление некоторых вышедших из употребления слов, изменение их оценочной окраски. Целые

группы слов переходят из пассивного словаря в активный, из узкой сферы функционирования в общее употребление.

Очевидно, все названные процессы возрождения языка можно определить термином *ресемантизация*.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Поливанов Е. Д. *Статьи по общему языкознанию*, Москва, 1968, стр. 208.
2. Нестерская Л. А. *О некоторых новых тенденциях в развитии словарного состава современного русского языка*, в *Вестник Московского университета*, 4/1997, стр. 40.
3. Максимов В. И. и др. *Словарь перестройки*, Санкт Петербург, 1992.
4. Шмелева Т. В. *Ключевые слова текущего момента*, Киев, 1993.
5. Халипов В. Ф. и др. *Язык рынка. Словарь*, Москва, 1992.
6. Нестерская Л. А. *О некоторых новых тенденциях в развитии словарного состава современного русского языка*, в *Вестник Московского университета*, №4/1997, стр. 46.
7. Загорская А. П. *Большой англо-русский, русско-английский словарь по бизнесу*, Москва, 1997.
8. Шмелева Т. В., стр. 33-44.
9. Халипов В. Ф. стр. 23.

ABSTRACT

The article concerns the presence in modern Russian of the *Business Russian*, a new and very important part of this language. It has appeared during the last decade and this is, no doubt, the most important phenomenon, taking part in the Russian linguistic.

Profound social transformations, taking place in Russian society, have speeded up the processes of linguistic evolution, and this has led to a reorganization at all language levels. However, changes in the sphere of lexis are characterized by intensity of a special kind.

Teaching Russian in our Academy means, among others, teaching Business Russian. That is a decent ability of communication competence in both oral and written Russian, a civilized commercial

correspondence and good skills of negotiating in Russian.

The most important tendencies in the development of word stock of Business Russian are: the *plurisemantization* of the already existing Russian words and a very active process of *borrowing* words, especially from the *American English*.

At the present moment there can be observed an upsurge in the process of borrowing words and a more extensive, active use of foreign lexis, especially in terminology.

The phenomenon of linguistic restoration should also be noted: revival of words gone out of use, alterations in their evaluative colouring and stylistic properties, clearing the language of numerous cliches.