

РАЗДЕЛ II. ЯЗЫКОВЫЕ ЕДИНИЦЫ ЯЗЫКОВОЙ СИСТЕМЫ

УДК 1751

Малюга Е.Н.

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖАРГОНА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

E. Malyuga

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow

LINGUOCULTURAL ASPECTS OF ENGLISH PROFESSIONAL JARGON IN ECONOMIC DISCOURSE

Аннотация. В статье проводится анализ англоязычного заимствованного профессионального жаргона, используемого в профессиональном дискурсе мегаполиса. Кроме того, рассматриваются способы формирования профессионального жаргона. Тенденция к повсеместному употреблению англоязычных заимствований носителями европейских языков – главная особенность языковой ситуации. Наиболее очевидна данная тенденция в сфере экономики, а именно в использовании профессионального жаргона в экономическом дискурсе.

Ключевые слова: профессиональный жаргон, профессиональный дискурс, англоязычные заимствования.

Abstract. The use of the borrowed English professional jargon in the megalopolis professional discourse is analysed in the article. Besides, main ways of professional jargon formation are considered. Tendency to all-round use of English borrowings by native speakers of the European languages is one of the main characteristics of the present linguistic situation. This tendency is most evident in economics, mainly in the use of professional jargon in economic discourse.

Key words: professional jargon, professional discourse, English borrowed words.

Мегаполисы во всём мире стали центрами сосредоточения крупных деловых сообществ, которые объединяют специалистов различных уровней. Такие сообщества в больших городах, кроме постоянно поддерживаемых личных контактов, имеют свои профессиональные СМИ как узкой профессиональной, так и широкой публицистической направленности. Сложился и продолжает развиваться профессиональный язык, отличительной чертой которого, прежде всего, является лексическая система.

Не секрет, что процессы глобализации мировой экономики, политики и культуры в значительной мере подвержены американскому и британскому влиянию, что вызывает во многих странах не только определённые трансформации в миропонимании, но и закономерное отражение этих явлений в языковом сознании носителей того или иного языка. Известны также неустанные попытки многих деятелей культуры, науки и политики противостоять интенсивному и не всегда оправданному заимствованию единиц английского языка, которое особенно активно происходит в языке бизнеса.

Однако учёные неоднократно отмечали высокую численность заимствований в речи специалистов. Люди одной профессии, особенно если они не только занимаются одним делом, но и постоянно находятся в личном контакте, как это происходит в сфере бизнеса, охотнее воспринимают язык и культуру своих партнёров. Процесс этот объективен, и остановить его нельзя никакими искусственными барьерами и попытками оградить свой язык и культуру от иностранного влияния.

Знание такого лексического пласта, как профессиональный жаргон, и социокультурных факторов помогает устранить типичные ошибки и непонимание в процессе общения с носителями языка, поэтому в последнее время именно эти сферы находятся в центре внимания исследователей.

В данной статье мы рассмотрим функционирование заимствованного профессионального жаргона в экономическом дискурсе мегаполиса.

В настоящее время научные проблемы, связанные с англоязычным экономическим дискурсом, правомерно включаются в круг важнейших исследовательских задач целого ряда гуманитарных дисциплин, в том числе языкознания. Научное сообщество всё больше проникается пониманием того, насколько велико влияние экономической ситуации в мире не только на материальное положение населения той или иной страны, но и на все политические, социальные и культурные

процессы на уровне внутри- и межгосударственных отношений.

В последнее время растёт интерес исследователей к языку, обслуживающему профессиональные сферы общения людей. Наиболее заметна эта тенденция в сфере экономики, а именно в использовании профессионального жаргона.

В этом плане всесторонний анализ характерных свойств англоязычного экономического дискурса и поиск способов гармонизации делового общения представляется чрезвычайно важной задачей гуманитарных исследований. Большое внимание привлекают к себе способы повышения коммуникативной эффективности экономического дискурса, в частности путём пополнения словарного состава профессиональным жаргоном.

Лексические и фразеологические англоязычные заимствования – один из основных путей пополнения профессионального словарного состава.

Профессиональный жаргон, как и словарный состав языка в целом, подвержен постоянным изменениям. Обогащение лексико-фразеологического состава профессионального жаргона является одним из законов развития языка как общественного явления.

Заимствование представляет собой сложный и многоступенчатый процесс. Изучение заимствований в условиях интенсивного расширения языковых контактов находится в центре внимания отечественных и зарубежных лингвистических исследований. Проблемы взаимодействия языков волновали отечественных и зарубежных учёных уже в конце XIX – XX вв. [1, с. 17; 2, с. 45; 3, с. 67; 4, с. 34; 5, с. 12; 6, с. 43; 7, с. 76; 8, с. 23; 9, с. 19].

Тенденция к частому использованию англоязычных профессиональных заимствований носителями большинства европейских языков в настоящее время остаётся главной особенностью языковой ситуации.

Любой мегаполис многонационален и поликонфессионален. В нём очевиден этнолингвистический аспект поликультурности. К примеру, в Москве наряду с русским языком

ком как языком межнационального общения, коммуникация осуществляется более чем на 160 языках.

В больших городах располагаются штаб-квартиры транснациональных корпораций и их представительства. В таких компаниях стало обычной практикой использование нескольких языков в качестве рабочих, один из которых – язык страны пребывания, а второй – европейский язык, как правило, английский. Для многих компаний языковая политика внутри своего коллектива представляется неотъемлемой частью их повседневной деятельности.

Такие компании сталкиваются с языковыми различиями, что затрудняет общение руководства с сотрудниками и между сотрудниками. Не удивительно, что ими прилагаются немалые усилия, направленные на изучение данного вопроса. Одним из последних исследований по данному вопросу стал анализ лингвистической компетенции сотрудников международных компаний, их языковой политики и практики, осуществлённый университетом Мельбурна. В рамках этого исследования была собрана количественная информация по 800 представительств ТНК в 13 различных странах. На основании данной информации были сделаны выводы о том, что хотя выбор одного языка (как правило, английского) в качестве корпоративного производится с целью большей интеграции и облегчения коммуникации, такая языковая политика компании имела контрпродуктивный характер и приводила к дезинтеграции. Кроме того, был зарегистрирован феномен, получивший название «искажение силы полномочий» (*power-authority distortion*), когда головной офис компании не в англоязычной стране общается со своим филиалом в англоговорящей стране по-английски.

Тесно связаны языковые проблемы бизнеса с культурными особенностями стран их пребывания, что находит выражение в стиле управления, отношении к служебной иерархии, работе в команде, способу выражения своего согласия или несогласия, участию в принятии решений.

Гармоничное развитие этнокультур является социально-политической задачей для любого мегаполиса.

Расширение экономических связей – одна из причин интеграции социумов. Интеграция и интернационализация становится основной причиной образования обширной группы слов, заимствованных из языка-донора (английского) и ассимилировавшихся в различных языках.

Современное состояние науки активизировало развитие лексической системы. Данный этап развития лексической системы характеризуется образованием специальной лексики, которую отличает богатая терминологическая база, наличие профессионального жаргона. Профессиональный жаргон, использовавшийся ранее только в узком кругу специалистов, известен сейчас широкой аудитории. Поэтому сегодня мы можем говорить не только о профессиональном жаргоне, но и о специальных подъязыках различных сфер.

В связи с постоянным интересом общества к экономическим вопросам, лексическая система профессионального экономического дискурса постепенно внедряется в речь образованной части населения мегаполисов, взаимодействуя с универсальными пластами речи представителей других специальностей.

Заимствованный профессиональный жаргон является средством эмоционально-психологического воздействия на человека.

Для профессионального жаргона характерна высокая степень метафоричности. Метафора является постоянно развивающимся лингвистическим явлением. Обладая многочисленными функциями и значениями, она предполагает широкий спектр направлений для интерпретации. Метафорический перенос рассматривается как один из основных способов образования англоязычного профессионального жаргона, который выполняет в деловом дискурсе ряд функций, обозначая новые специальные явления существующими наименованиями, образно объясняя специальные термины, придавая речи эмоционально-экспрессивную окраску. Ср.:

The Company has too many balls in the air (играть сразу несколькими мячами).

Компания слишком **разбрасывается**.

Wearing too many hats makes employees less productive (носить сразу много шляп).

Совмещение большого числа функций снижает производительность сотрудников.

В качестве других способов образования профессионального жаргона можно привести отступление от норм языкового стандарта и употребление акронимов, как целостных лексических единиц.

Приведём пример нарушения норм языкового стандарта. Существительное “*agreeance*” часто встречается вместо “*agreement*” для придания высказыванию большей значимости, важности:

John and I were in agreeance about the future of the business.

Мы с Джоном абсолютно согласны относительно будущего нашего предприятия.

Использование акронимов является одним из распространённых способов создания профессиональных жаргонов: *B2A – business to anybody* – ироническое новообразование, использующееся в противовес *B2B – business to business*, *B2C – business to customer*, *B2G – business to government*.

Сейчас в речи широко используются выражения, ранее известные экономистам только как термины. Например, выражение «out of pocket» (*out-of-pocket expenses – невозмещаемые расходы*) в разговорной речи употребляется в значении ‘остаться без наличных’; ср.: “I’m out of pocket until next week.” – До следующей недели у меня денег не будет. В этом примере мы можем наблюдать изменение норм использования данного выражения. Если раньше выражение «out of pocket» могло употребляться только с неодушевлёнными именами существительными (*out-of-pocket expenses*), то теперь оно всё чаще употребляется с одушевлёнными. Несмотря на то, что среди образованной части делового сообщества такое употребление рассматривается как нарушение норм, его всё чаще можно встретить в речи бизнесменов.

Ещё один пример подобного перехода лексической единицы из узкой профессиональной сферы – маркетинговый термин *hard sell* (‘навязывание товаров покупателю’, ‘усиленное рекламирование товаров’), который сейчас применяется для обозначения непопулярной идеи или политики; ср.: *That’s a hard sell to voters a year from now* (В течение года эта идея не будет популярной у избирателей). *Whatever you think of the rights or wrongs, higher taxes are a hard sell* (И каким бы правильным вы это не считали, повышение налогов населению вряд ли покажется привлекательным).

Отличительными чертами профессионального дискурса являются степень информационной содержательности и некодифицированность используемых лексико-фразеологических единиц. Часто в профессиональном дискурсе происходит пополнение словарного состава за счёт именно такой лексики, одной из отличительных черт которой является её эмоциональная окрашенность или общекультурные аллюзии.

В речи бизнесменов можно встретить, например, такое выражение, как «circle the wagons». Несмотря на то, что этимология этого слова восходит к истории покорения Дикого Запада, сейчас оно употребляется в речи не только американских, но и европейских бизнесменов и приобрело значение «объединяться в достижении поставленной цели».

Совсем недавно появилось, но уже стало очень популярным британское выражение «work on the same page». Впервые оно было зарегистрировано в прессе в 1974 г. И хотя лексикологи не имеют единого мнения о его этимологии, считается, что изначально оно относилось к исполнению церковных гимнов, и при этом подчёркивается, что во время службы всегда находится кто-то, кто путает страницу. В деловой лексике это выражение приобрело значение «действовать согласованно», «придерживаться единых взглядов». Например: *Statements from different officials have conveyed the impression that India’s central bank, the Reserve Bank of India, is not on the same page as the government* (Заявления различных официальных лиц создают впечатление, что

Индийский центральный банк, Резервный Банк Индии, придерживается разных взглядов с правительством).

Остаются незафиксированными в словарях такие частые в употреблении, но совсем недавно появившиеся выражения, как «drink from a fire hose» и «drink from a high-level fire hose» со значением 'испытывать большой наплыв информации' или 'интенсивно работать'. Ср.: *If we're going to get this prep done in time we're going to need to **drink from the fire hose** tonight* (Если мы хотим, чтобы подготовительная работа была сделана в срок, нам придётся как следует поработать).

Следует отметить, что последний из приведённых примеров некодифицированных выражений пока употребляется исключительно в устной речи и не зафиксирован в прессе.

Экономический дискурс обеспечивает эффективность профессионального общения в рамках группы специалистов, объединённых одним видом деятельности. Языковые средства, применяемые в конкретной профессиональной сфере, можно представить в виде системы, где все понятия связаны логическими отношениями подчинения и соподчинения.

Англоязычный профессиональный жаргон является социальным диалектом, отличающимся от стандартного английского языка специфической лексикой и фразеологией, более высоким уровнем экспрессивности.

Жаргонная лексика при переходе из одного профессионального жаргона в другой может изменять форму и значение, выступать как составляющая словосочетания, образуя новые слова.

Профессиональный дискурс ранее считался специфичным и формализованным, поскольку деятельность любой компании накладывает определённые ограничения на речевое поведение людей.

Это связано с жёсткой регламентацией целей коммуникации. Однако деловые партнёры всё чаще стали использовать в своей речи эмоциональную лексику, идиоматические выражения, метафоры.

Таким образом, сегодня было бы большим заблуждением считать, что процесс деловой коммуникации не эмоционален.

Для корпоративных жаргонов, используемых в больших городах, не свойственна специальная терминология. Групповые (или корпоративные) жаргоны – это «микросистемы с корпоративно ограниченной лексикой, пейоративной экспрессией и основной эмоциональной функцией, используемые различными группами по интересам, которые объединяют эти группы вне профессии», например, объединённые обучением в институте и школе, службой в армии, занятием спортом, туризмом, коллекционированием и т. д. [6, с. 22].

В письменном профессиональном дискурсе, как правило, присутствует имплицитность как универсальная характеристика дискурса. Имплицитность выражается в употреблении адресантом эмоциональной лексики, основной характеристикой которой является вербализация понятий в профессиональном дискурсе.

Отличительной чертой профессионального жаргона всегда было отсутствие письменной формы. Однако в последнее время мы всё чаще наблюдаем использование не только устной, но и письменной формы профессионального жаргона. Это связано с открытостью и большей демократизацией современного общества.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гарбовский Н.К. Сопоставительная стилистика профессиональной речи: На материале русского и французского языков. – М.: Либроком, 2009. – 144 с.
2. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – Изд. 2-е. – М.: КомКнига, 2006. – 256 с.
3. Смирнов Н.А. Западное влияние на русский язык в Петровскую эпоху. Определение путей, которыми в Петровскую эпоху шли заимствования из западноевропейских языков. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык в Петровскую эпоху. – СПб.: Тип. Имп. Академии Наук, 1910. – 369 с.
4. Соболевский А.И. Лекции по истории русского языка. – 2-е изд. – СПб., 1891. – 328 с.

5. Хомяков В.А. Структурно-семантические и социально-стилистические особенности английского экспрессивного просторечия. – Вологда: Вологодский пед. ин-т, 1974. – 105 с.
6. Чистяков Д.В. Жаргонизмы как явление вторичной номинации: на материале современного немецкого языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 2009. – 205 с.
7. Engels B. Gebrauchsanstieg der lexikalischen und semantischen Amerikanismen in zwei Jahrgängen der 'Welt' (1954 und 1964): Eine vergleichende computer-linguistische Studie zur quantitativen Entwicklung amerikanischen Einflusses auf die deutsche Zeitungssprache. [Mainzer Studien zur Amerikanistik 6]. – Frankfurt/M.: Lang., 1976. – 112 S.
8. Kristensson G. Anglo-amerikanische Einflüsse in DDR-Zeitungstexten unter Berücksichtigung semantischer, pragmatischer, gesellschaftlich-ideologischer, und quantitativer Aspekte// Acta Universitatis Stockholmiensis. Stockholmer Germanistische Forschungen 23. – Stockholm: Almqvist & Wiksell International, 1977. – 211 S.
9. Meyer H. Untersuchungen zum Einfluß des Englischen auf die deutsche Pressesprache, dargestellt an zwei deutschen Tageszeitungen H. Meyer// Muttersprache, 1974. – S. 97-134.