РАЗДЕЛ VIII. ФИЛОЛОГИЯ

Андиш И.Б., Каданцева Д.С.

Употребление английского сленга в бизнес сфере

«Пятигорский государственный университет»

(Россия, Пятигорск)

doi: 10.18411/lj-30-11-2017-23

idsp: 000001:lj-30-11-2017-23

Аннотация

Настоящая статья посвящена изучению особенностей употребления профессионального жаргона и бизнес-сленга в английском языке, необходимых при работе в международной компании или в процессе сотрудничества с иностранными партнерами.

Ключевые слова: жаргонизмы, бизнес-сленг, иностранные партнеры, профессиональная группа, корпоративная терминология.

В любой длительно существующей профессиональной группе рано или поздно неизбежно вырабатывается свой профессиональный сленг, жаргон. Так, широко известен жаргон студентов, артистов, компьютерщиков, военных и т.п. Как правило, сленг служит экономии речевых усилий при общении между «своими» и указывает на принадлежность говорящего к определенной профессиональной группе.

В результате резкого роста глобализации и увеличения уровня воздействия трансконтинентальных корпораций на повседневную жизнь большинства граждан развитых стран происходит влияние английского языка на многие сферы жизни общества.

Интересно, что жаргонизмы все реже и реже поясняются в тексте, не требуется их перевод на литературный язык, что означает: они, если не вошли, то ворвались в речевой обиход образованного общества. Этим и объясняется небывалый спрос на художественную, специальную литературу, а так же на периодические издания определенной тематики. [1] Кроме того, этот пласт лексики широко используется в современных системах автоматизированного машинного перевода и представляет значительный интерес для активных пользователей. [2]

Знание и употребление профессионального жаргона и бизнес-сленга в английском языке необходимы при работе в международной компании или в процессе сотрудничества с иностранными партнерами.

На сегодняшний день любой сотрудник не только таких корпораций, как Google и Microsoft, обязан знать английский язык, но и каждый работник среднего звена в российских компаниях, юридических фирмах, консалтинговых и девелоперских компаниях. Более 70% всей переписки в мире ведётся на английском языке, отсюда же берут своё начало практически все изобретения последних десятилетий. Стоит также отметить, что сеть Интернет, которой пользуется практически каждый житель планеты, построена на английском языке. Даже название её переводится как «глобальная сеть» - inter(net).

Но в данной статье речь пойдёт не столько о роли английского языка в современном бизнесе, сколько о том, как в не англоговорящих странах – в данном случае, в России – английские слова трансформируются в своеобразную корпоративную терминологию – иными словами, в сленг.

Со временем российские компании, взаимодействующие с иностранными рынками, либо попросту имея связи, например, по совместным разработкам, начинают приобщаться к иностранным тенденциям ведения бизнеса, к новым механизмам взаимодействия в коллективе и повышения общей продуктивности. Вот некоторые английские слова, «трансформировавшиеся» под российскую офисную жизнь:

- Eliminate - элиминировать или удалить
- Procrastinate - прокрастинировать или откладывать на потом
- Point - поинт или аргумент
- Accept - акцептовать или принять
- Approve - апрувить или согласовывать
- Attach - аттач или приложение
- Forward - форварднуть или переслать
- Hand out - хэндауты или раздаточные материалы на презентации
- Delegate - делегировать или порекомендовать
- Recruit - рекрутить или нанимать на работу
- Share - шерить или поделиться
- Estimate - эстимейт или оценка
- Agenda - агенда или повестка дня
- Amendment - амендмент или поправка
- Content - контент или содержание
- Feedback - фидбэк или обратная связь
- Invoice - инвойс или счет
- Message - месседж или сообщение
- Diligence - дилидженс или процедура

Таким образом, в условном офисе «Google» можно услышать следующий диалог:

- Ты уже подготовил контент?
- Да, только внесу пару амендментов и фордварну тебе.
- Только получу эстимейт у босса, надеюсь, он акцептит.

Для большинства жителей России это схоже скорее с нелепым симбиозом русского и английского, но для сотрудников этого филиала американского гиганта такая лексика за последние несколько лет стала устоявшейся. В процессе общения со своими иностранными коллегами сотрудники используют эти слова в оригинальном варианте так часто, что им становится легче «переделать» их на новый лад.

В обиходе жителей больших российских городов появились такие слова, как «каршеринг», «стартап», «тренинг» и «коворкинг».

Коворкинг - это нечто среднее между использованием отдельного офиса и работой дома. В коворкинг-центрах есть вся необходимая для труда и отдыха мебель, имеются компьютеры (хотя чаще коворкеры приносят собственные ноутбуки), подключенные к высокоскоростному интернету, под рукой оргтехника, в кухне стоит кулер с водой и кофемашина. Произошло от английской приставки co - обозначение совместного действия и слова work, working – работа, в продолжительном контексте.

Стартап – это процесс, подразумевающий создание нового бизнеса, основанного на какой-то новой идее. Произошло слово от английских слов start и up, постепенно оно вошло в употребление среди англоговорящей молодежи.

Каршеринг – это относительно молодой проект, специализирующийся на новом виде городского транспорта – автомобилях, доступ к которым осуществляется с помощью специальной программы на смартфоне (кстати, тоже английское слово smartphone – умный телефон). От английских слов car и share – делиться машиной.

Таким образом, можно сделать вывод, что английский язык все глубже и глубже впитывается в нашу повседневную жизнь через бизнес. Если человек хочет реализовать себя, свои идеи, взгляды, если хочет поделиться чем-то со всем миром, то ему необходимо знать если не английский язык уровня Intermediate, то хотя бы сленг – как офисный, так и молодежный.

1. Каданцева Д.С., Андиш И.Б. Употребление жаргонизмов в современном английском языке (на примере концепта «секс»). // Университетские чтения – 2017.– Пятигорск: Изд-во ПГУ, 2017. Материалы научно-методических чтений ПГУ 2017. С. 99-103.
2. Ефимова О.В. Фундаментальные основы современного машинного перевода в свете общей теории переводческой деятельности. // Научные исследования и современное образование. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. Чебоксары, 2017. С. 205-212.
3. <http://wellup.me/feed/professionalism/aprgreyd-biznes-slenga-ili-sovremennyy-slovar-anglitsizmov/>
4. <http://constructor.ru/uspekh/kovorking.html>

Андреева Т.Е.

К вопросу о наречиях с оценочным компонентом в эвенкийском языке

*ИГиЛПМНС СО РАН
(Россия, Якутск)*

doi: 10.18411/lj-30-11-2017-24

idsp: 000001:lj-30-11-2017-24

Аннотация

В статье впервые рассматриваются наречия как средство выражения оценки в эвенкийском языке. Оценка в наречиях актуализируется на лексическом уровне, выражается с помощью слов. Специфическая черта эвенкийского наречия в том, что оно характеризует лишь действие или признак, но никак не предмет. Главная его синтаксическая функция – монофункциональность.

Ключевые слова: эвенкийский язык, категория оценки, наречие, оценочная семантика, конверсия.

Abstract

The paper first examines dialect as a means of expression of evaluation in the Evenki language. Evaluation actualizarea dialects on the lexical.

Key words: Evenki language, category rating, language, the evaluation semantics, the conversion. level expressed with words. A specific feature of Evenki dialects is that it describes only the effect or symptom, but not the subject. Its main syntactic function – monofunctionality

В современном языкознании в последнее время все большее внимание уделяется проблеме способов выражения оценки в языке. Оценка является универсальной лингвистической категорией человеческого сознания, которая заключается в сравнении предметов, лиц, явлений и соотношении их свойств и качеств с нормой. В соответствии с общезыковой метонимической полисемией слова, оценка является не только ментальным актом, но и его результатом, сформировавшимся мнением о ценности объекта. Исследования особенностей выражения оценки в речи представляется актуальным для осмысления специфики использования языковых средств как элемент формирования языковой картины мира.

В статье мы исходим из понимания оценки как компонента семантической структуры языковой единицы, определяющего отношение к предмету или явлению в зависимости от его соответствия или несоответствия требованиям субъекта. Оценка тесно связана с прагматической функцией языка. Лингвисты еще не выработали единой