

6. Теория функциональной грамматики. Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис / отв. ред. А.В. Бондарко. Л.: Наука, 1987.

7. Шагаль В.Э. Арабский мир: пути познания. Межкультурная коммуникация и арабский язык. М.: Ин-т востоковедения РАН, 2001.

8. Щукин А.Н. Методика преподавания русского языка как иностранного. М.: Рус. яз., 1990.

* * *

1. Azimov Je.G., Shhukin A.N. Novyj slovar' metodicheskikh terminov i ponjatij (teorija i praktika obuchenija jazykam). M.: Izd-vo IKAR, 2009.

2. Vereshhagin E.M., Kostomarov V.G. Lingvostranovedcheskaja teorija slova. M.: Rus. jaz., 1980.

3. Zherebilo T.V. Terminy i ponjatija lingvistiки: obshhee jazykoznanie. Sociolingvistika. Slovar'-spravochnik. Nazran': Piligrim, 2011.

4. Larina T.V. Kategorija vezhlivosti i stil' kommunikacii. Sopostavlenie anglijskikh i russkikh lingvo-kul'turnyh tradicij. M.: Jaz. slav. kul'tur, 2009.

5. Leont'ev A.A. Jazykovoe soznanie i obraz mira // Jazyk i soznanie: paradoksal'naja racional'nost'. M., 1993. S. 16–21.

6. Teorija funkcional'noj grammatiki. Vvedenie. Aspektual'nost'. Vremennaja lokalizovannost'. Taksis / отв. ред. А.В. Бондарко. Л.: Наука, 1987.

7. Shagal' V. Je. Arabskij mir: puti poznaniya. Mezhkul'turnaja kommunikacija i arabskij jazyk. M.: In-t vostokovedeniya RAN, 2001.

8. Shhukin A.N. Metodika prepodavaniya russkogo jazyka kak inostrannogo. M.: Rus. jaz., 1990.

The role of intercultural communication in teaching oral speech of Iranian philologists studying Russian

The article reveals the connection between language and culture, in particular, the role of intercultural communication in acquiring Russian as a foreign language by students in Iranian universities. Special attention is paid to improving students' oral skills in universities in Iran, as well as the prevalence of a communicative approach in learning. The authors explore the development of oral speech skills in Iranian students of Russian with reliance on speech etiquette formulas, as well as speech behavior of representatives of Russian and Iranian linguistic cultures.

Key words: *Russian as a foreign language, intercultural communication, speech and communicative competence, oral speech, Persian.*

(Статья поступила в редакцию 03.09.2018)

Е.В. ГУЛЯЕВА
(Волгоград)

КОММУНИКАТИВНЫЕ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ГЛОБАЛЬНЫМ АНГЛИЙСКИМ

Распространение английского языка в эпоху глобализации влечет за собой коммуникативные риски, которые оказывают влияние как на локальный язык, так и на сам глобальный английский. Подобные изменения особенно заметны в рамках экономического дискурса. Анализируются примеры из русского и английского языков.

Ключевые слова: *глобальный английский, заимствования, экономический дискурс, «глобши».*

Слово *глобализация* часто используется в экономической и политической сферах, поскольку успех является мерилем международных отношений, торговли, сотрудничества в целом. Несмотря на разные аналитические подходы, применяемые для оценки успеха той или иной организации или человека, основой этих отношений является язык, т. к. способность общаться имеет первостепенное значение. Результатом этого стали языковые исследования, остающиеся актуальными в течение последних двадцати лет. Ни индивидуумы, ни сообщества не имеют иного выбора, кроме как расширить свои языковые возможности, а вместе с ним и свою культурную осведомленность.

В настоящее время роль глобального языка выполняет английский язык. Достижению этого статуса способствовал целый ряд социально-исторических причин. Это и промышленный подъем Великобритании в XIX в., и ее же колониальное прошлое, что помогло распространению английского языка на других континентах. Политико-экономическая мощь Соединенных Штатов Америки способствовала распространению техники, музыки, кинематографа, фастфуда по всему миру. На распространение английского языка как глобального повлияла также относительная простота усвоения английского языка по сравнению, например, с китайским несмотря на то, что численность говорящих на китайском как на родном языке в разы превышает численность носителей английского как родного языка. Английский язык относится к гиперцен-

тральным языкам, и число говорящих на нем, «включая как на первом (L1), так и на втором (L2) языках, в настоящее время приближается к 2 миллиардам» [3, с. 6].

Увеличивающееся распространение одного языка имеет как положительные, так и отрицательные последствия. Нравится нам это или нет, но локальные языки впитывают все больше и больше новой лексики. Русский язык не является исключением. Особенно такие изменения прослеживаются в рамках экономического дискурса, что не может не приводить к непониманию и коммуникативным рискам.

Анализ литературы показывает, что термин *коммуникативные риски* рассматривается по-разному. Мы, в свою очередь, понимаем под коммуникативными рисками особенности, которые могут вызвать недопонимание в процессе общения, стать причиной конфликта. Подобные риски возникают в процессе коммуникации среди прочего как из-за заимствованных языковых явлений в другие языки, так и по причине изменений в самом глобальном английском.

Использование заимствований наиболее характерно для международных компаний, где работают люди из разных стран. Это позволяет сократить разрыв в межкультурном общении и избежать недопонимания. Владение английским языком является одним из необходимых условий успешной карьеры в корпоративном мире. Современный топ-менеджер, как правило, говорит на глобальном английском. Его словарь содержит многочисленные заимствования. Мы проанализировали статьи из журналов на экономические и политические темы («Коммерсант», «Эксперт», «Ведомости» и др.) и пришли к следующим выводам.

Зачастую при передаче информации попытки заменить русское слово английским приводят к упрощению лексики. Английский, в отличие русского языка, обладает полисемией. Это можно заметить по объему переводимого текста. Допустим, если договор на английском языке уложился в 2–3 страницы, то в переводе на русский этот объем может сразу удвоиться. Или, например, говорящим удобнее сократить свое высказывание, употребив вместо русской лексики английский эквивалент. Приведем теперь примеры из журналов: *В максимально короткие сроки – от 3 дней специалисты проведут эффективный аутсорсинг по массовому поиску кандидатов* [4]. Обратимся к словарю: «Аутсорсинг (англ. *outsourcing*, букв. привлечение сторонних ресурсов) – передача выполнения части функций

по управлению организацией или по поставке решений и услуг (разработка и построение информационных систем, продвижение товара, бухгалтерский учет, хозяйственное обслуживание), а также вообще каких-л. определенных работ внешней организации, сторонним исполнителям-специалистам. Позволяет использовать опыт профессионалов, сократить риски, снизить затраты, увеличивая отдачу вложенных средств» [8]. Таким образом, авторы прибегают к лексеме *аутсорсинг* и сокращают свое высказывание. В противном случае пришлось бы объяснять, как именно специалисты будут подбирать кандидатов. Или рассмотрим лексему *саммит*: *К слову, предыдущая встреча Трампа и Путина на саммите G20 ровно год назад в Гамбурге тоже продлилась значительно дольше запланированного времени* [11]. «Саммит – переговоры, конференция на высшем уровне» [12]. Авторам тоже, вероятно, удобнее заменить фразу «переговоры на высшем уровне» одним словом *саммит*, и коммуникативная цель будет достигнута.

Следует признать, что существуют довольно молодые отрасли бизнеса, профессиональные стандарты которых пришли к нам из англоязычных стран, поэтому, как правило, речь рекламиста, финансиста или программиста отличается обилием англоязычных терминов. К необходимости использования английской маркетинговой терминологии приводит отсутствие специальных выражений на русском языке: *Существует два распространенных формата кэш-фло: прямой и косвенный. Прямой – это отчет, в котором операционные денежные потоки разложены по статьям, по которым поступают или расходуются деньги (поступления от продаж, зарплата, налоги и т. п.). Косвенный подразумевает, что операционные потоки вычисляются косвенно (отсюда и его название) из чистой прибыли, скорректированной на амортизацию и изменения в оборотном капитале* [5]; – *Что собой сейчас представляет «Баркли»? – Холдинг. Есть управляющая компания АО «Баркли», которая 100%-но владеет ДЗО, проектными и сервисными* [13].

Зачастую иностранные слова выступают как производящие основы: от них по русским словообразовательным моделям образуются новые слова. *Это никому не нравится – ни президенту, ни правительству, ни населению, – но критиковать решение могут только те, кто «пиарятся», резюмировал президент* [10]; *После саммита канадский премьер Жюстен Трюдо на пресс-конференции за-*

явил, что на Канаду нельзя давать. Трамп же в своем **твиттере** назвал Трюдо нечестным и слабым, обрушился также на Евросоюз и **ре-зюмировал**: «Извините, но мы больше не позволим нашим друзьям или врагам получать в торговле преимущества перед нами» [7].

Подавляющее большинство иноязычных слов так или иначе переживает процессы русификации, т. е. склоняются, изменяются по падежам, родам и числам. Например: «Лаборатория Касперского» обнаружила уязвимость в **мессенджере Telegram** [6]; – Нет рисков, что сейчас крупные **девелоперы** создадут банки под себя и продолжают работать по старинке? – Невозможно. С этими проектами работает **топ-50** банков. Попробуй сделать банк [входящий в] **топ-50**. Проще строить на свои деньги [13]; В развитых странах на первый план уже постепенно выходит поколение Z, и **ритейлеры** уже начинают адаптировать под них свои стратегии [1].

Свое место в системе языка получил словообразовательный суффикс *-инг* (в русском языке часто не отглагольный: *банкинг, джи-пинг, лифтинг*). Иногда в этом есть необходимость (например, *коворкинг* из английского *coworking* – совместная работа, но с новым значением (**коворкинг** (от англ. *Co-working*, «совместная работа») в широком смысле – подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве; в узком – подобное пространство, коллективный офис (англ. *coworking space*) [15], или лексемы вроде *вендинг, консалтинг*). Однако пуристы не могут не возмущаться по поводу засорения речи непонятными словами, поскольку считают это взаимопроникновение уничтожающим исконно русский язык и русские выражения. Несмотря на то, что английский суффикс *-инг* уже занял свое место в системе русского языка, его использование для обозначения процессов в тех случаях, когда их номинации созданы от имен собственных (*путинг, пехтинг, маркинг, маргелинг*), не всегда экологично [9].

Владение английским языком, на наш взгляд, является признаком определенного статуса и положения в корпоративном мире, однако в некоторых отраслях это знание необходимо и для рядовых сотрудников. Незнание английского языка и новейшей иностранной профессиональной терминологии, обеспечивающей корпоративное общение в таких сферах деятельности, как электронная торговля, интернет-коммуникация, маркетинговая коммуникация, интернет-реклама, банковская отрасль, приводит к серьезным профессиональ-

ным рискам. Вот почему Жан-Поль Нерьер разработал «глобиш» – концентрированную форму английского языка со словарем, сокращенным до 1 500 слов, и примитивной, но стандартизированной грамматикой. По мнению Нерьера и его последователей, «глобиш» отличается от языка, на котором говорят в Великобритании или США. Если необходимо употребить слово *niece* (племянница), то его не найти в словаре «глобиша». Однако все знают, что племянница – это дочь брата или сестры. Именно такое объяснение и используют последователями «глобиша» [2].

Важно отметить, что в целом люди, которые говорят на иностранном языке, обычно владеют более бедным словарным запасом и выбирают простые фразы и короткие предложения. Для тех, кто разговаривает на чужом – втором или даже третьем языке, характерна большая точность в выражениях. Это помогает им понимать друг друга без двусмысленности. Носители английского языка зачастую говорят быстро, с шутками, сленговыми выражениями и специфическими культурными отсылками. Это, пожалуй, касается носителей любого родного языка. Мы не замечаем, например, что используем акронимы и другие сокращения, которые не носителю языка могут быть незнакомы. В экономическом дискурсе в корпоративной сфере, например, в электронной переписке встречаются такие сокращения, как *OOO*, которое означает «отсутствует в офисе» (*OOO – out of office*). Аббревиатуры, как правило, тоже приводят к коммуникативным рискам. «*The first time I worked in an international context somebody said 'Eta 16:53' and I thought 'What the hell is ETA?'*» says Blattner. «*To add to the confusion, some of the abbreviations in British English are very different from American English*», («Когда я впервые оказался в интернациональной ситуации, кто-то сказал: “РВП 16:53”, я и подумал: «Что за РВП такое?» – говорит Блаттенер (РВП, расчетное время прибытия – от англ. *ETA – estimated time of arrival* (комментарий наш. – *Е.Г.*). – «Все усложняется еще и тем, что аббревиатуры в британском английском заметно отличаются от американского английского» (перевод наш – *Е.Г.*)) [14].

Мы полагаем, что сокращения, упрощения, отсутствие метафор и других красивых языковых явлений могут привести английский язык в упадок. Вероятнее всего, это неизбежно. Важно учитывать цель изучения языка. Говорящим необходимо успешно функционировать в рамках международного делового обще-

ния, поскольку одной из задач «глобиша», на наш взгляд, является достижение цели коммуникации прежде всего в рамках делового дискурса, т. е. в корпоративной среде в международной компании. Поскольку, если цель не будет достигнута, у говорящих нет выбора, кроме как попытаться упростить свою речь.

Однако стоит помнить: стиль коммуникации «как в офисе» не всегда уместен за его пределами. Богатство, красота и сила языка заключаются в его уникальности и выразительности. В том, что русский остается русским, а английский остается английским.

Список литературы

1. Алиев Э. Поколение Z: как ритейлерам найти общий язык со вчерашними школьниками [Электронный ресурс] // Rusbase. 2018. 20 июля. URL: <https://rb.ru/opinion/pokolenie-z/> (дата обращения: 15.08.2018).
2. «Глобиш» (Гость АЧ – изобретатель мирового языка Жан-Поль Нерьер) [Электронный ресурс] // Радио Свобода. 2012. 27 нояб. URL: <https://www.svoboda.org/a/25768263.html> (дата обращения: 14.08.2018).
3. Гураль С.К., Смокотин В.М. Язык всемирного общения и языковая и культурная глобализация [Электронный ресурс] // Язык и культура. 2014. № 1 (25). URL: http://journals.tsu.ru/language/&journal_page=archive&id=1042&article_id=10275 (дата обращения: 10.08.2018).
4. Как побороть кадровый голод: уральским HR предложили цифровой подбор линейного персонала [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2018. 26 июля. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3696315> (дата обращения: 12.08.2018).
5. Как разработать бюджет денежных потоков в компании [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alt-invest.ru/index.php/ru/biblioteka/tematicheskie-stati/menedzhment/1722-kak-razrabotat-byudzhed-denezhnykh-potokov-v-kompanii> (дата обращения: 11.08.2018).
6. Кантышев П. Дуров ответил на заявление «Лаборатории Касперского» об уязвимости в Telegram [Электронный ресурс] // Ведомости. 13 февр. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/02/13/750865-durov-otvetil-na-zayavlenie-laboratorii-kasperskogo-ob-uyazvimosti-v-teleg-ram> (дата обращения: 10.08.2018).
7. Минаев С. Торговля с боем. Как страны воюют против квот и пошлин [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. 2018. 22 июля. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3689600> (дата обращения: 21.08.2018).
8. Политология. Словарь [Электронный ресурс] // Слова-ри и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/404/Аутсорсинг> (дата обращения: 12.08.2018).
9. Пушина Н.И. Вопросы экологии и культуры и экотекст [Электронный ресурс] // Вестн. Удмурт. ун-та. 2017. Т. 27. Вып. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/voprosy-ekologii-yazyka-i-kultury-i-eko-tekst> (дата обращения: 23.08.2018).
10. Рувинский В. Как соединить сторонников президента с противниками пенсионной реформы [Электронный ресурс] // Ведомости. 2018. 22 июля. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/07/23/776201-storonnikov-prezidenta-protivnikami-reformi> (дата обращения: 19.08.2018).
11. Саммит Путин-Трамп: первые подробности [Электронный ресурс] // Эксперт онлайн. 2018. URL: <http://expert.ru/2018/07/16/sammit/> (дата обращения: 29.07.2018).
12. Словарь бизнес-терминов [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/11750> (дата обращения: 22.08.2018).
13. Стулов М. С рынка уйдет дешевое жилье [Электронный ресурс] // Ведомости. 2018. 5 июля. URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/characters/2018/07/05/774681-uidet-deshevoe-zhile> (дата обращения: 12.08.2018).
14. Native speakers are the world's worst communicators [Electronic resource] // BBC Capital. URL: <http://www.bbc.com/capital/story/20161028-native-english-speakers-are-the-worlds-worst-communicators> (дата обращения: 02.08.2018).
15. Wikipedia, The Free Encyclopedia [Electronic resource]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Коворкинг> (дата обращения: 09.08.2018).

* * *

1. Aliev Je. Pokolenie Z: kak ritejleram najti obshhij jazyk so vcherashnimi shkol'nikami [Jelettronnyj resurs] // Rusbase. 2018. 20 ijulja. URL: <https://rb.ru/opinion/pokolenie-z/> (data obrashhenija: 15.08.2018).
2. «Globish» (Gost' ACh – izobretatel' mirovogo jazyka Zhan-Pol' Ner'er) [Jelettronnyj resurs] // Radio Svoboda. 2012. 27 nojab. URL: <https://www.svoboda.org/a/25768263.html> (data obrashhenija: 14.08.2018).
3. Gural' S.K., Smokotin V.M. Jazyk vsemirnogo obshhenija i jazykovaja i kul'turnaja globalizacija [Jelettronnyj resurs] // Jazyk i kul'tura. 2014. № 1 (25). URL: http://journals.tsu.ru/language/&journal_page=archive&id=1042&article_id=10275 (data obrashhenija: 10.08.2018).
4. Kak poborot' kadrovyj golod: ural'skim HR predlozhili cifrovoj podbor linejnogo personala [Jelettronnyj resurs] // Kommersant#. 2018. 26 ijulja. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3696315> (data obrashhenija: 12.08.2018).
5. Kak razrabotat' bjudzhet denezhnykh potokov v kompanii [Jelettronnyj resurs]. URL: <https://www.alt-invest.ru/index.php/ru/biblioteka/tematicheskie-stati/menedzhment/1722-kak-razrabotat-byudzhed-de>

nezhnykh-potokov-v-kompanii (data obrashhenija: 11.08.2018).

6. Kantyshev P. Durov otvetil na zajavlenie «Laboratorii Kasperskogo» ob ujazvimosti v Telegram [Jelektronnyj resurs] // Vedomosti. 13 fevr. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/02/13/750865-durov-otvetil-na-zayavlenie-laboratorii-kasperskogo-ob-uyazvimosti-v-telegram> (data obrashhenija: 10.08.2018).

7. Minaev S. Torgovlja s boem. Kak strany vojujut protiv kvot i poshlin [Jelektronnyj resurs] // Kommersant#. 2018. 22 ijulja. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3689600> (data obrashhenija: 21.08.2018).

8. Politologija. Slovar' [Jelektronnyj resurs] // Slovarei i jenciklopedii na Akademike. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/404/Autsorsing> (data obrashhenija: 12.08.2018).

9. Pushina N.I. Voprosy jekologii i kul'tury i jekotekst [Jelektronnyj resurs] // Vestn. Udmurt. unta. 2017. T. 27. Vyp. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/voprosy-ekologii-yazyka-i-kul'tury-i-ekotekst> (data obrashhenija: 23.08.2018).

10. Ruvinskij V. Kak soedinit' storonnikov prezidenta s protivnikami pensionnoj reformy [Jelektronnyj resurs] // Vedomosti. 2018. 22 ijulja. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/07/23/776201-storonnikov-prezidenta-protivnikami-reformi> (data obrashhenija: 19.08.2018).

11. Sammit Putin-Trump: pervye podrobnosti [Jelektronnyj resurs] // Jekspert onlajn. 2018. URL: <http://expert.ru/2018/07/16/sammit/> (data obrashhenija: 29.07.2018).

12. Slovar' biznes-terminov [Jelektronnyj resurs] // Slovarei i jenciklopedii na Akademike. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/11750> (data obrashhenija: 22.08.2018).

13. Stulov M. S rynka ujdut deshevoe zhile [Jelektronnyj resurs] // Vedomosti. 2018. 5 ijulja. URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/characters/2018/07/05/774681-uidet-deshevoe-zhile> (data obrashhenija: 12.08.2018).

Communication risks associated with global English

The article tackles the question of communication risks associated with the spread of English in the era of globalization. The author shows that these risks entail changes, especially noticeable within the framework of economic discourse, which affect both the local language and global English itself. Examples from Russian and English are analyzed.

Key words: *global English, borrowings, economic discourse, "globish".*

(Статья поступила в редакцию 03.09.2018)

С.С. КОРОВИНА, Е.В. ХАРЬКОВА
(Казань)

ОСОБЕННОСТИ СИНТАКСИСА РЕКЛАМЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Определяются характерные особенности синтаксиса рекламы в исследуемом языке, выявлены функции рекламного текста, проанализированы синтаксические конструкции в рекламном объявлении и установлены их прагматические аспекты. Рассматриваются синтаксические стилистические средства, определяется их роль в построении эффективного рекламного текста

Ключевые слова: *синтаксис, реклама, английский язык, функции, синтаксические стилистические средства.*

Реклама – явление многогранное. В газетах и журналах, в транспорте и на улице, в интернете и по телевидению – она стала неотъемлемой частью нашей жизни. Для создания успешного и яркого рекламного текста рекламодатели прибегают к необычным спецэффектам, различным сюжетным линиям, запоминающимся джинглам и, конечно же, разнообразным синтаксическим конструкциям и экспрессивным средствам. Неудивительно, что данная тема продолжает привлекать внимание исследователей.

Актуальность рассматриваемой темы связана со следующими обстоятельствами: реклама, обусловленная процветанием маркетинга, продолжает динамически развиваться и остается очень востребованной в настоящее время; лингвистика текста – одна из наиболее активно развиваемых областей в современном языкознании, а изучение синтаксического устройства текста является одной из важных и наименее освещенных задач данного направления; большинство работ отечественных и зарубежных лингвистов по исследованию рекламы посвящено ее лексическому аспекту, также больше внимания уделено рекламным заголовкам, нежели основному рекламному тексту. Синтаксис рекламы и синтаксические стилистические средства в рекламном объявлении еще мало изучены.

В статье представлены результаты исследования особенностей синтаксиса рекламы в английском языке. Теоретическую основу исследования составляют работы как отечественных (И.Р. Гальперина [3], Х.Н. Кафтанджи-