

УДК 81

***ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ИЗБЫТОЧНОСТЬ АНГЛИЦИЗМОВ В
СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ (НА ПРИМЕРЕ
ДИСЦИПЛИНЫ «МЕНЕДЖМЕНТ»)***

Украинская О.Ю.,

Старший преподаватель

МГТУ им. Баумана

Москва, Россия

Аннотация

Цель статьи заключается в выявлении случаев функциональной избыточности англицизмов в русской терминологии менеджмента и бизнеса. В статье анализируются восемь пар «англицизм – русский аналог». Обращено внимание на то, что большинство рассмотренных пар демонстрируют семантическую взаимозаменяемость при отсутствии значимых смысловых различий. Причины сохранения избыточности носят внеязыковой характер. Делается вывод о необходимости разграничения оправданных заимствований (заполняющих лексические лакуны) и избыточных дублеров.

Ключевые слова: англицизмы, функциональная избыточность, терминология менеджмента, бизнес-лексика, заимствования, русский язык, языковая норма.

***FUNCTIONAL REDUNDANCY OF ANGLICISMS IN MODERN RUSSIAN
TERMINOLOGY (ON THE EXAMPLE OF THE DISCIPLINE
“MANAGEMENT”)***

Ukrainskaya O. Yu.,

Senior Lecturer

Bauman Moscow State Technical University

Moscow, Russia

Abstract

The purpose of this article is to identify instances of functional redundancy of Anglicisms in Russian management and business terminology. Eight pairs of Anglicisms and their Russian equivalents are analyzed. It is noted that most of the pairs examined demonstrate semantic interchangeability without significant semantic differences. The reasons for this redundancy are extralinguistic. A conclusion is drawn regarding the need to distinguish between legitimate borrowings (filling lexical gaps) and redundant substitutes.

Keywords: Anglicisms, functional redundancy, management terminology, business vocabulary, borrowings, Russian language, language norm.

Современный русский язык переживает период активного проникновения англоязычных заимствований, что обусловлено процессами глобализации, развитием информационных технологий и интеграцией России в мировое экономическое пространство. Как отмечает Х.И. Бобоназаров, англицизмы становятся важным инструментом коммуникации, особенно в сферах, ориентированных на международное взаимодействие: бизнесе, технологиях, культуре, образовании [1, с. 241]. Тем не менее считаем, что наряду с необходимыми заимствованиями, заполняющими реальные лексические лакуны, наблюдается массовое внедрение англицизмов, которые дублируют уже существующие русские термины. При этом обратим внимание на то, что особенно такую специфику можно наблюдать в терминологии менеджмента и бизнеса. В частности, такие слова, как менеджмент, консалтинг, брендинг, тимбилдинг, дедлайн, прочно вошли в профессиональную речь, при том, что в русском языке имеются их полноценные функциональные аналоги. В этом контексте можно говорить о существовании такой ситуации, которая может именоваться как функциональная избыточность. Иными словами, в языке присутствует две и более языковых единиц, которые полностью или почти

полностью совпадают по значению, но они сосуществуют в языке без явной необходимости.

Цель настоящей статьи – выявить случаи функциональной избыточности среди англицизмов в русской терминологии менеджмента и бизнеса, проанализировать конкретные пары.

Прежде чем перейти к анализу конкретных примеров, необходимо определиться с ключевым понятием. Под функциональной избыточностью в терминологии мы понимаем такую ситуацию, при которой две или более лексические единицы обозначают одно и то же понятие, являются взаимозаменяемыми в большинстве контекстов. При этом следует подчеркнуть, что ни одна из единиц не обладает явными семантическими или функциональными преимуществами перед другой.

С.В. Рождественская и И.Ю. Джулай выделяют две основные группы заимствованной лексики. К первой группе они относят слова, называющие новые понятия или явления, которые действительно пришли извне и не имеют русских аналогов (например, биткоин, криптовалюта, интерактивный). Вторую группу, по мнению авторов, составляют англицизмы. Причем в отношении второй группы авторы пишут, что «без таких англицизмов русский язык вполне может обойтись» [3, с. 168]. Обосновывают С.В. Рождественская и И.Ю. Джулай сказанное тем, что они замещают уже существующие слова без добавления нового смысла [3, с. 168-169]. Следует согласиться с авторами в том, что такое разделение представляется методологически оправданным. Действительно, далеко не все англицизмы одинаковы. Например, одни выполняют номинативную функцию, называя то, для чего в русском языке нет готового наименования, другие же оказываются лексическими дублерами, которые создают лишь иллюзию обновления языка. С учетом сказанного обратим внимание на то, что именно вторая группа представляет собой материал для анализа функциональной избыточности.

Важно подчеркнуть, что избыточность в терминологии не является нормой. В идеальной терминосистеме каждому понятию должен соответствовать один термин. В этом контексте можно сделать вывод о том, что наличие параллельных наименований может создавать трудности в профессиональной коммуникации, обучении и документообороте.

В.В. Мирный в своей работе справедливо замечает, что заимствование слов из других языков есть естественный и необходимый процесс, обусловленный международными контактами [2, с. 1137]. В то же время В.В. Мирный указывает на проблему некоего беспорядочного употребления иностранной лексики. Под данной проблемой автор понимает ситуацию, когда слова используются не для заполнения лакун, а для создания иллюзии современности или престижности. Переходя от теоретических положений к эмпирическому анализу, мы можем рассмотреть конкретные пары англицизмов и их русских аналогов, функционирующие в современной бизнес-терминологии.

Для анализа мы отобрали восемь пар, наиболее репрезентативных с точки зрения функциональной избыточности. Выбор основывался на следующих критериях – частотность употребления в деловых текстах и устной профессиональной речи, наличие полноценного русского эквивалента и степень взаимозаменяемости в контексте.

В качестве первой пары мы рассматриваем англицизм «менеджмент» в значении «управление». Обратим внимание на то, что англицизм практически полностью вытеснил русское значение в названиях учебных дисциплин, должностей и бизнес-процессов. Наиболее часто употребляются такие должности, как «менеджмент проектов», «финансовый менеджмент», «менеджер по продажам», хотя вполне можно сказать «управление проектами», «финансовое управление», «управляющий по продажам». Х.И. Бобоназаров считает, что в профессиональных сообществах применение англоязычных терминов воспринимается как норма [1, с. 241]. В этом контексте можем сказать, что англицизм «менеджмент» выступает в качестве показательного примера

Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

такой нормализации. Иными словами, за ней стоит не семантическая необходимость, а языковая традиция и престижность.

Далее рассмотрим пару «*консалтинг – консультирование*». Очевидно, что данная пара демонстрирует практически полную синонимию. Англицизм «*консалтинг*» происходит от английского “*consulting*” и означает ровно то же, что и русское «*консультирование*», то есть деятельность по предоставлению независимых советов и экспертной помощи. Тем не менее, мы видим, что в русском языке закрепились такие словосочетания, как «*консалтинговая компания*», «*юридический консалтинг*», при том, что «*консультационная компания*» и «*юридическое консультирование*» ничуть не хуже передают смысл. С.В. Рождественская, И.Ю. Джулай относят подобные случаи к нежеланию подобрать существующие в русском языке эквиваленты [3, с. 169].

Другая интересная пара, которую можно рассмотреть в данном исследовании – «*брендинг – создание (продвижение) марки*». Отметим, что «*брендинг*» как термин вошел в русский язык в 1990-е годы вместе с западными маркетинговыми технологиями. Тем не менее отметим, что понятие «*создание и продвижение торговой марки*» существовало и до этого, просто оно не было сжато до одного слова. В этом контексте можем сделать вывод о том, что англицизм оказался более экономичным с точки зрения длины, но не более точным. Более того, как справедливо замечает Х.И. Бобоназаров, такие слова, как *брендинг*, не только экономят языковое пространство, но и обеспечивают точность передачи специфических понятий [1, с. 241]. Тем не менее в контексте изучаемой пары можем поспорить с последним тезисом, так как точность не повышается.

Пара «*тимбилдинг – сплочение коллектива*» тоже представляет для данной темы особый интерес. Отметим, что англицизм «*тимбилдинг*» происходит от английского выражения “*team building*”, что означает «*построение команды*». В этом случае опять мы видим пример заимствования, которое можно было бы заменить русским описательным оборотом «*сплочение коллектива*» или

Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМН ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

«командообразование». Тем не менее можно обратить внимание на то, что англицизм в русской терминологии менеджмента стал самостоятельным, так как стал обозначать особый тип корпоративных мероприятий. С учетом изложенного функциональная избыточность здесь проявляется в том, что оба варианта сосуществуют и активно используются.

Еще одна пара, которую мы рассматриваем в контексте данного исследования – «*перформанс*» и «*результативность/эффективность*». Рассматриваемый англицизм используется в управленческом контексте, например, как «*высокий перформанс сотрудника*» вместо «*высокая эффективность сотрудника*». В данном случае видно, что англицизм не добавляет нового смыслового оттенка, но звучит более «по-деловому».

Достаточно парадоксальной парой терминов может быть «*дедлайн*» и «*крайний срок*». Мы видим, что русский аналог состоит из двух слов, но является абсолютно прозрачным и понятным любому носителю языка. Англицизм «дедлайн» короче, но для незнающего английского человека он не ясен. Тем не менее именно англицизм «дедлайн» стал предпочтительным как молодежной, так и бизнес-среде. В.В. Мирный считает, что иностранные слова, как правило, интернациональны, международны, обозначают термины и предметы [2, с. 1137]. Тем не менее в нашем случае англицизм «дедлайн» едва ли можно назвать интернациональным термином. Вероятнее всего, выбор в пользу применения термина «дедлайн» часто может быть продиктован не стремлением к точности или экономии языковых средств, а скорее желанием говорящего продемонстрировать свою «современность» и включенность в актуальную деловую культуру.

В кадровой сфере англицизм «*рекрутинг*» конкурирует с русским «*подбор персонала*». В данном случае, как и в предыдущем примере, мы видим, что англицизм короче и воспринимается как более современный, хотя, по сути, обозначает тот же процесс. С.В. Рождественская, И.Ю. Джулай включают

подобные лексемы в группу слов, без которых русский язык вполне может обойтись [3, с. 169].

Заключительную пару, которую мы рассматриваем в нашем исследовании – «*коучинг – наставничество/консультирование*». Обратим внимание на то, что англицизм «коучинг» выступает заимствованием, которое частично пересекается с русскими терминами. Тем не менее именно «*коучинг*» позиционируется как нечто иное и более современное, чем просто наставничество.

В целом, на основе проведенного анализа мы можем сделать вывод о том, что функциональная избыточность выступает в качестве системного явления в бизнес-терминологии. Из восьми рассмотренных пар в большинстве мы видим параллельное сосуществование англицизма и русского аналога без значимых смысловых различий. При этом важно подчеркнуть, что сама по себе избыточность не всегда вредна, но в проанализированном материале стилистической или смысловой дифференциации между вариантами практически нет. Возникает закономерный вопрос о том, почему, несмотря на наличие полноценных русских эквивалентов, англицизмы не только не исчезают, но и продолжают внедряться в профессиональную речь. Попробуем сформулировать основные причины сохранения избыточности.

Первая и, вероятно, главная причина – восприятие англицизмов как более престижных. Как отмечает В.В. Мирный, в какой-то период использование иностранных слов считается более благозвучным или престижным [2, с. 1134]. Иными словами, русский аналог часто воспринимается как устаревший или «советский». Данная психологическая установка подкрепляется массовой культурой, рекламой и медиа. Х.И. Бобоназаров считает, что англицизмы обеспечивают точность передачи специфических понятий, не имеющих однозначных аналогов в русском языке [1, с. 241]. На основе представленного анализа пар мы заметили, что во многих случаях такая «точность» является мнимой. Просто наличие отдельного английского слова создает у говорящего ощущение, что он оперирует специальным, более точным термином, тогда как на Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

деле он использует синоним. Не менее значимым фактором выступает влияние профессиональных сообществ и СМИ. С.В. Рождественская, И.Ю. Джулай обращают внимание на то, что федеральные и региональные средства массовой информации не перестают употреблять непонятные для простого обывателя слова [3, с. 166]. Следовательно, бизнес-издания, профессиональные блоги, тренинги и вебинары транслируют англицизмы как норму, что и формирует у аудитории привычку к ним.

Наконец, нельзя упускать из внимания фактор экономии языковых усилий. Некоторые англицизмы действительно короче своих русских аналогов, что и делает их более удобными в устной речи и письменной коммуникации, особенно в мессенджерах и деловой переписке. Тем не менее, важно помнить, что фактор краткости не всегда является решающим. Именно поэтому можем считать, что экономия языковых усилий – важный, но не определяющий фактор в общем комплексе причин, поддерживающих функциональную избыточность.

Таким образом, функциональная избыточность англицизмов в терминологии менеджмента подтверждается анализом конкретных пар. Мы считаем, что причины сохранения избыточности носят не лингвистический, а социально-психологический характер, а именно престижность англицизмов, языковая мода, влияние СМИ и профессиональных сообществ, экономия языковых усилий. Мы подчеркнули, что не все англицизмы одинаково избыточны. В частности, одни заполняют реальные лексические лакуны, другие дублируют существующие русские термины без добавления нового смысла. Отметим, что в профессиональной коммуникации следует отдавать предпочтение русским аналогам при их наличии. Англицизмы при первом употреблении целесообразно сопровождать русскими эквивалентами. Перспективы дальнейшего изучения проблемы связаны с расширением эмпирической базы и проведением социолингвистических опросов.

Библиографический список:

1. Бобоназаров Х.И. Функции англицизмов в современном русском языке / Х.И. Бобоназаров // Modern Educational system and innovative teaching solutions. – 2025. – Vol. 2, № 2. – С. 240-244.
2. Мирный В.В. Англицизмы и их влияние на современный русский язык / В.В. Мирный // Вестник науки. – 2024. – № 6 (75). – С. 1132-1139.
3. Рождественская С.В. Англицизмы в современном российском обществе: статус и функции / С.В. Рождественская, И.Ю. Джулай // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 8-1 (86). – С. 165-170.