 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

СПЕЦИФИЧНОСТЬ И НЕОДНОРОДНОСТЬ РУССКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В МОДУЛЬНЫХ ПОСОБИЯХ ПО ДЕЛОВОМУ ЯЗЫКУ

Фатих Дюзгюн

Доктор наук, fatih.duzgun(at)hotmail.com

Аннотация

Ключевые слова: русский язык как иностранный, термин, нетермин, экономический термин, деловой язык, заимствование, экономика

В связи с экономическими и политическими изменениями в России в последние десятилетия, в мире вырос интерес к российской экономике и получению экономического образования на русском языке, поэтому многие учащиеся из Турции, Азербайджана, Казахстана, Туркменистана, Киргизии, Узбекистана, кроме русского языка общего владения, начали изучать язык экономики и бизнеса. Обучение языку бизнеса как средству общения помогает учащимся быстрее адаптироваться к современным условиям ведения дел и успешно достигать в реальных ситуациях общения необходимого взаимопонимания с партнёрами. В данной статье анализируются парадигматические и деривационные особенности экономической лексики. Анализируются содержания и структуры модульных пособий по деловому языку и языку экономики. В результате анализа содержания и структуры модульных пособий по деловому языку и языку экономики можно сделать ряд важных выводов о развитии русской экономической терминосистемы, сформировавшейся в постперестроечный период, а также этапах освоения этой терминосистемы новым поколением иностранцев, проходящих обучение в России.

PECİFİCİTY AND HETEROGENEITY OF RUSSIAN ECONOMICS TERMINOLOGY AND ITS REFLECTION IN MODULAR TEXTBOOK ON BUSINESS LANGUAGE

ABSTRACT

Keywords: *Russian as a second language, the term, the non-term, the economics term, the business language, the loanword, the economy*

Due to the economic and political changes in Russia that took place in the past decades, the world-wide interest to Russian economy and economic education in Russian has increased. Many students from Turkey, Azerbaijan, Kazakhstan, Turkmenistan, Kirghizia, Uzbekistan have started to learn, in addition to the common Russian language, the language of the economy and business. Learning of the language of business as a means of communication assists the students in adaptation to modern circumstances of business conduction and in successfully reaching the required understanding with the partners in real communicative situations. In this article, the paradigmatic and derivational peculiarities of the economics vocabulary are analysed. By this study, the contents and structure of modular textbooks on the business and economics language are analysed. Due to the modular textbook contents and structure analysis, a range of important conclusions about development of the Russian economics term system, formed in the post-perestroika period, as well as the stages of this term system learning by the new generation of foreigners, studying in Russia, can be reached.

DOI: 10.7816/idil-07-49-12

Особым видом заимствования русские и турецкие лингвисты считают терминологию. Специфичность терминов заключается в том, что данные ЛЕ входят в язык опосредованно – через развивающуюся терминосферу. В нашем исследовании внимание обращено на важность изучения вербального оформления экономических понятий, поскольку, по мнению многих исследователей, «…эти две новые парадигмы – общение и рынок – представляют собой несущие опоры, на которых зиждется система современного мира, в котором интенсивно развиваются лишь виды деятельности, имеющие четыре основные характеристики: планетарная, постоянная, непосредственная и нематериальная. Эта «четверка» – ведущая сила глобализации, главного и определяющего явления нашей эпохи» (Рамоне, 2001: 55).

Сфера экономики в последние десятилетия подвергалась активной модернизации. Это связано в первую очередь с переходом России к рыночным отношениям, что самым принципиальным образом изменило многие социально-экономические институты и способствовало появлению новых номинаций и, соответственно, терминов. «Экономический термин, сам являясь системой, входит в систему экономической терминологии, которая, в свою очередь, является отражением системы экономики в системе современных обществ» (Пушкарева, 2006: 19). Следствием роста интереса к российской экономике со стороны иностранных государств стало увеличение числа желающих получить экономическое образование в России, поэтому экономические термины, заняв центральное место в общей терминологии русского языка, стали занимать особое место и в системе обучения будущих иностранных экономистов языку специальности.

«Экономический термин реализует свою коммуникативную функцию в практической, научной и учебной коммуникациях. Практическая коммуникация осуществляется на бирже, в торговой сфере, в предпринимательстве и бизнесе, экономике промышленности и строительства. Научная коммуникация осуществляется в постоянном развитии различных областей экономической науки, научных направлений и теоретических школ. Что касается учебной коммуникации, то само название определяет ее область функционирования, а именно, высшие и средние учебные заведения, занимающиеся подготовкой экономистов различных профилей» (Пушкарева, 2006: 26-27).

Хаотично сложившаяся, русская экономическая терминология оказалась очень неоднородной по своему составу. Этот факт стал определяющим при формировании методики отбора терминологического материала для презентации его обучаемым и создания обучающих модулей. «Функции термина как элемента языковой системы способствуют его использованию в качестве единицы структурирования смысловых ориентаций в культурной системе, одной из которых является ориентация «экономика», или экономический аспект существования системы современных обществ» (Пушкарева, 2006: 25). Для предупреждения возможных методических ошибок нам показалось целесообразным отметить черты русской экономической терминосистемы, оказывающие существенное влияние на усвоение заимствованных единиц иностранными учащимися.

Во-первых, в русском языке старые экономические термины часто сосуществуют параллельно с новыми, утрачивая первичные компоненты семы и развивая новые. Ср., например, термины акция, биржа, вексель, маклер, банк, кредит, которые были заимствованы русским языком более ста лет тому назад и «молодые» терминологические единицы джоббер, арбитражёр, фьючерс, рамбурс, холдинг, заимствованные русским языком в последние десятилетия. Иностранные учащиеся, не умея определять время вхождения терминов в русский язык, воспринимают их через призму адаптированности в родном языке. В результате зачастую возникают лексические ошибки, инициированные влиянием семантических

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

моделей тюркского языка. Сопоставляя данные словарей разных временных периодов (фактически – разных политических эпох) мы сделали несколько интересных наблюдений.

С.И. Ожегов «Словарь русского языка» (1952 год)	Т.Ф. Ефремова «Новый словарь русского языка» (2001 год)
Коммерция, –и, ж. В буржуазном обществе: торговля, торговые операции. ❙❙ прил. коммерческий, -ая, -ое. Коммерческие операции.	Коммерция, –и, ж. Торговля, торговые операции, предпринимательская деятельность в связи с куплей-продажей чего-либо или с оборотом товаров.
Коммерсант, -а, м. В буржуазном обществе: тот, кто занимается коммерцией, крупный торговец.	Коммерсант, -а, м. Тот, кто занимается коммерцией.
Не фиксируется	Коммерсантский, -ая, -ое. прил. 1. Соотносящийся по значению с сущ. коммерсант, связанный с ним. 2. Свойственный коммерсанту, характерный для него.
Коммерческий, -ая, -ое. 1. см. коммерция. 2. Торговый, не военный. Коммерческий флот. 3. При существовании карточной системы снабжения: относящийся к торговле без карточек по завышенным ценам. Коммерческий магазин. Коммерческие цены.	Коммерческий, -ая, -ое. прил. 1. Соотносящийся по значению с сущ. коммерция, связанный с ним//Свойственный коммерции, характерный для неё. 2. Торговый. 3. Связанный с торговлей по повышенным ценам//Связанный с денежными интересами, направленный на получение прибыли//Основанный на расчёте.
Не фиксируется	Коммерчески нареч. разг. Как свойственно коммерции, как характерно для неё.
Коммивояжёр, -а, м. В буржуазном обществе: разъездной торговый агент какой-нибудь фирмы.	Коммивояжёр, -а, м. Представитель фирмы, в поездках заключающий торговые сделки; разъездной агент, предлагающий товары фирмы по образцам и каталогам.
Не фиксируется	Коммивояжёрский, -ая, -ое. прил. 1. Соотносящийся по значению с сущ. коммивояжёр, связанный с ним. 2. Свойственный коммивояжёру, характерный для него. 3. Принадлежащий коммивояжёру.
Не фиксируется	Коммивояжёрски нареч. Как свойственно коммивояжёру, как характерно для него.
Не фиксируется	Коммивояжёрство, -а, ср. деятельность коммивояжёра.

Сравнив деривационные модели и толкования

DOI: 10.7816/idil-07-49-12

значений данных слов в словарях 1952 и 2001 годов, можно сделать следующие выводы: 1) толкование лексических значений слов соответствует времени их использования, тем историческим условиям, которые вызывают эти слова к жизни; 2) лексические значения слов актуализируются в конкретные промежутки времени, чему способствует изменение политической и экономической обстановки в стране, особенно этому подвержена бизнес-лексика; 3) актуализация значений мотивирующих слов приводит к изменениям в деривационных моделях: расширяются ряды однокоренных слов, появляются слова других частей речи, начинают использоваться новые словообразовательные аффиксы и пр.

Во-вторых, все учёные, исследующие данную группу языковых единиц, отмечают, что экономический термин семантически парадигматичен, то есть соотнесён с определённым понятием в экономической терминологии. Умение выделять эти связи через узнавание лексемы и ее дифференциацию в ситуации аппликации двух терминосистем (русской и тюркской) не формируется само собой, для этого необходимо приложение особых усилий преподавателей и методистов, а также привлечение большого количества тренировочного материала, чтобы это умение автоматизировалось в речи.

«Словесное определение термина (собственно дефиниция) – это объяснение его значения, закрепляющее в данной тематической области результаты того или иного анализа определяемого понятия и выявляющее его место среди других понятий данной тематической области» (Шелов, 1984: 76-88). Работа с дефинитивными описаниями является особо важной при усвоении иностранцем заимствованных лексем, функционирующих параллельно в двух языках, поскольку различия в дефинициях приводят к ошибкам словоупотребления в профессиональной речи специалистов.

Сущность дефинитивного описания термина состоит в определении понятия через его соотнесение с другими специальными понятиями, что является отражением когнитивности терминологической системы. То есть понимание экономического термина предполагает овладение его содержанием и оперирование его отличительными признаками, которые содержатся в словарных дефинициях.

В-третьих, каждый экономический термин занимает вполне определённое место в экономической терминосистеме. Это место зависит от непосредственной локализации обозначаемого им понятия в общей понятийной системе. Именно поэтому в урочной деятельности необходимо уделять должное внимание иерархии экономических терминов и понятий, установлению внутренних связей между ними.

Парадигматика экономического термина на занятиях по РКИ должна быть представлена в трех аспектах: 1) синонимичные термины, обозначающие близкие понятия, в возможных оппозициях «заимствованный – русский», «современный – устаревший» (бизнесмен, предприниматель, купец), 2) антонимичные термины, обозначающие противоположные понятия (ралли – гэп, спад – подъем), 3) гипонимичные термины, обозначающие ближайшие по ассоциации понятия (бизнес – вендинг – автомат; товар – себестоимость – демпинг; договор – обязательство – долг – дефолт).

Многие слова (взятые в одних и тех же значениях) являются одновременно составляющими не одной, а нескольких лексико-семантических парадигм, то есть входят в различные ряды, в которых слова противопоставлены друг другу по какому-то определённому семантическому признаку. Д.Н. Шмелёв пишет: «Собственно, каждый существенный элемент лексического значения («семантический признак») потому и выделяется как существенный для данного значения, что обусловлен определённым парадигматическим противопоставлением слову какого-то другого слова или нескольких слов» (Шмелёв, 2006: 108). Возьмём в качестве примера группу существительных, принадлежащих к специальной – терминологической – лексике,

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

наиболее активно употребляющейся в сфере банковских услуг.

№	Термин	Дифференциальные семантические признаки слова	Ряды парадигматических противопоставлений
1.	Акция	1) ценная бумага;	Ассигнация, вексель, облигация
		2) свидетельствует о внесении определённого пая;	Облигация
		3) даёт право на участие в прибыли	Не выделяются
2.	Акциз	1) вид налога;	НДС, налог на прибыль
		2) включается в цену товара или платы за услуги;	НДС, налог на прибыль
		3) вводится на предметы широкого потребления	Не выделяются
3.	Аккредитив 1	1) вид банковского счёта;	Хеджер
		2) даёт право получить платёж за товар, работы, услуги сразу;	Хеджер
		3) оговариваются конкретные условия получения платежа	Не выделяются
4.	Аккредитив 2	1) именная ценная бумага;	Акция
		2) имеет номинальную стоимость;	Ассигнация, банкноты
		3) предоставляет право получить в банке указанную сумму	Не выделяются
5.	Банкноты	1) денежный документ;	Ассигнация, акция, вексель
		2) выпускаются в обращение центральными эмиссионными банками;	Ассигнация, акция, вексель
		3) обеспечены золотом, драгоценными металлами и другими активами банка	Ассигнация
6.	Бартер	1) вид товарообмена;	Импорт, экспорт
		2) обмен без денежного платежа;	Не выделяются
		3) эквивалентность обмениваемого товара	Не выделяются
7.	Брокер	1) посредник при заключении сделок на бирже;	Дилер, риэлтор
		2) действует по поручению и за счёт клиента;	Дилер, риэлтор
		3) получает процент от суммы сделки	Дилер, риэлтор
8.	Валюта	1) денежная единица;	Ассигнация, банкноты
		2) имеет систему номиналов;	Ассигнация, банкноты
		3) используется при международных расчётах	Не выделяются
9.	Вексель	1) денежный документ;	Ассигнация, банкноты

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

		2) письменное обязательство уплаты денег;	Не выделяются
		3) имеет небессрочный характер	Не выделяются
10.	Депозит	1) денежные средства или ценные бумаги;	Акция, облигация, вексель
		2) имеет небессрочный характер	Вексель
		3) помещены для хранения в банк, нотариальную контору;	Не выделяются
11.	Дивиденд	1) вид дохода;	Рента, акция
		2) получается как процент от прибыли акционерного общества;	Рента, акция
		3) выплачивается владельцу акции	Не выделяются
12.	Дилер	1) физическое или юридическое лицо;	Дистрибьютор, риэлтор, брокер
		2) занимается куплей-продажей чего-либо;	Дистрибьютор, риэлтор, брокер
		3) действует от своего имени и за свой счёт	Дистрибьютор, риэлтор, брокер
13.		1) физическое или юридическое лицо;	Дилер, риэлтор, брокер,
		2) занимается посреднической деятельностью;	Дилер, риэлтор, брокер,
		3) занимается оптовыми закупками товаров;	Дилер, риэлтор, брокер,
		4) получает прибыль от перепродажи	Дилер, риэлтор, брокер,
14.	Импортёр	1) физическое или юридическое лицо;	Дилер, дистрибьютор риэлтор, брокер,
		2) осуществляет ввоз товаров, услуг, капитала, технологий из-за границы;	Дилер, дистрибьютор, риэлтор, брокер
		3) получает прибыль от продажи	Дилер, дистрибьютор, риэлтор, брокер
15.	Инвестиция	1) вложение капитала;	Кредитование
		2) имеет долгосрочный характер;	Кредитование
		3) осуществляется внутри страны и за рубежом	Не выделяются
16.	Инкассатор	1) должностное лицо;	Чиновник, кассир
		2) принимает деньги от предприятий и организаций;	Кассир
		3) сдаёт деньги в банк	Не выделяются
17.	Ипотека	1) залог недвижимого имущества;	Андеррайтинг
		2) предполагает получение ссуды под залог имущества	Не выделяются
18.	Картель	1) форма монополии;	Монополия, синдикат
		2) объединение независимых компаний;	Монополия, синдикат
		3) имеет своей целью подавление конкуренции и извлечение прибыли	Монополия, синдикат
		4) сохраняет производственную и юридическую автономность входящих в неё предприятий	Не выделяются
19.	Клиринг	1) вид расчётов;	Лизинг
		2) безналичная система;	Лизинг
		3) расчёт через зачёт взаимных требований и обязательств	Не выделяются

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

20.		1) соглашение между банками или промышленными предприятиями;	Монополия, синдикат
		2) носит временный характер;	Не выделяются
		3) имеет своей целью совместную финансовую или коммерческую деятельность	Не выделяются
21.	Концерн	1) многоотраслевое объединение;	Монополия, корпорация
		2) создаётся на основе профессиональных или сословных интересов;	Корпорация
		3) руководство осуществляется централизованно	Не выделяются
22.	Концессия	1) вид договорных отношений;	Лицензия
		2) договор между государством и национальными или иностранными фирмами;	Лицензия
		3) договор о сдаче промышленных предприятий или участков земли;	Не выделяются
		4) договор на право добычи полезных ископаемых, строительство различных сооружений	Не выделяются
23.	Корпорация	1) объединение, союз;	Монополия, концерн, синдикат
		2) создаётся на основе профессиональных или сословных интересов	Не выделяются
24.	Котировка	1) оценка активов;	Не выделяются
		2) установление рыночной стоимости;	Не выделяются
		3) установление курса иностранной валюты, ценных бумаг или цен товаров на бирже	Не выделяются
25.	Лицензия	1) официальный документ;	Договор
		2) оформлен в соответствии с нормами законодательства;	Договор
		3) даёт разрешение на ведение некоторых видов хозяйственной деятельности;	Не выделяются
		4) выдаётся на определённый срок	Не выделяются
26.	Маркетинг	1) система управления;	Не выделяются
		2) реализуется при производстве и реализации продукции;	Не выделяются
		3) ориентирована на учёт требований рынка и потребительский спрос	Не выделяются
27.		1) система управления производством;	Маркетинг
		2) совокупность современных принципов, методов, средств и форм управления производством;	Не выделяются

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

		3) имеет своей целью повышение эффективности производства и увеличение прибыльности	Не выделяются
28.	Облигация	1) ценная бумага;	Акция, ассигнация, вексель
		2) долговое обязательство;	Вексель
		3) даёт право на получение ежегодного дохода в виде процента к нарицательной стоимости	Не выделяются
29.	Синдикат	1) форма монополии;	Монополия, картель
		2) объединение независимых компаний;	Монополия, картель
		3) имеет своей целью подавление конкуренции и извлечение прибыли;	Картель
		4) сохраняет производственную и юридическую самостоятельность входящих в неё предприятий	Не выделяются
30.	Эмиссия	1) выпуск в обращение денег и ценных бумаг;	Не выделяются
		2) осуществляется государством	Не выделяются

Таким образом, все эти элементы значения являются существенными для семантики слова, потому что каждый из них выступает как дифференциальный семантический признак слова, ограничивающий данное слово от других обозначений и указывающий на соответствующие ряды парадигматических противопоставлений.

В-четвертых, деривационная активность русской терминологической системы также является фактором, мешающим усвоению ЛЕ иностранцами.

Способность слова вступать одновременно в различные лексико-семантические парадигмы (а соответственно в синтагматические сочетания с другими словами), находит соответствие и в деривационном разветвлении данного слова, т.е. в способности различных его значений вступать в различные словообразовательные ряды.

Возьмём в качестве примера несколько групп существительных, употребляющихся в сфере банковских услуг, и рассмотрим их деривационные связи.

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

№	Термин	Значение производной основы	Деривационные связи слова
1.	Акция	Ценная бумага, удостоверяющая долевое участие её владельца в капитале коммерческой организации, созданной в форме акционерного общества и дающая право на получение части прибыли этой организации в виде дивиденда.	Акционер Акционерный (капитал, общество) Акционировать Акционирование
2.	Андеррайтинг	Гарантирование размещения займа или выпуска ценных бумаг.	Андеррайтер
3.	Банкрот	Несостоятельный должник	Банкротство Банкротский Банкротствовать
4.	Брокер	Посредник на рынке ценных бумаг или на товарной бирже, выполняющий функции по купле-продаже ценных бумаг от имени клиента и за его счет, от имени клиента и за свой счет или от своего имени и за счет клиента.	Брокераж Брокерский (счёт, структура)
5.	Вексель	Вид ценной бумаги, абстрактное денежное обязательство строго установленной законом формы.	Вексельный Векселедержатель
6.	Домициль	Место платежа, производимого третьим лицом.	Домицилиант
7.	Инвестиции	Денежные средства, целевые банковские вклады.	Инвестировать Инвесторы
8.	Инкассо	Форма безналичных расчетов, при которой банк обязуется по поручению клиента осуществить за счет клиента действия по получению от плательщика платежа и акцепта платежа.	Инкассатор Инкассировать
9.	Кредит	Заем, предоставляемый в денежной форме на условиях возвратности и, как правило, платности.	Кредитор Кредиторский Кредитовать
10.	Оферта	Адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение.	Оферент Оферентный
11.	Регресс	Требование векселедержателя об уплате вексельной суммы к предшествовавшим векселедателю надписателям векселя.	Регрессант Регрессат
12.	Трассирование	Выставление переводного векселя; способ погашения задолженности в иностранной валюте.	Трассировать Трассат Трассант

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

13.	Хедж	Срочная сделка, заключенная для страхования от возможного падения цены.	Хеджер Хеджировать Хеджирование

Д.Н. Шмелёв пишет: «Значения существуют для нас постольку, поскольку они закреплены за тем или иным материальным знаком. Природа языкового знака не может не обусловливать известных особенностей значения, с которыми он связан и для выражения которых он используется. Благодаря тому, что каждая единица лексики имеет материальную форму и смысловое содержание, она является сосредоточием и этих двусторонних связей, объединяющих её, с одной стороны, с рядами формально близких слов, с другой – с теми точками «семантического пространства», с которыми так или иначе соприкасается её собственное смысловое содержание. Таким образом, значение слова определяется деривационными (в широком смысле) и ассоциативными связями: слово находится, помимо парадигматических и синтагматических отношений, также в определённых ассоциативно-деривационных отношениях с другими словами» (Шмелёв, 2006: 225).

В-пятых, нельзя не отметить определенную «популярность» некоторых единиц экономической терминологии как среди специалистов, так и среди рядовых носителей языка. С этой точки зрения весьма проблематичным для изучающего язык специальности представляется разрешение вопроса о разграничении термина и «нетермина» в реальной практике словоупотребления.

Например, весьма спорным является отнесение к терминам таких слов, как банк, кредит, фонд и пр.: частотность употребления данных слов в речи, метафоризация значений не позволяет рассматривать их даже на уровне периферии лексических значений. Если сравнить толкование значения слова «банк» в современных экономических словарях, то станет очевидным, что, несмотря на некоторые различия дефинитивных описаний, словарные статьи отражают общие признаки термина «банк»: 1) статус денежно-кредитного института, 2) назначение – осуществление разнообразных видов операций с деньгами и ценными бумагами, 3) специфика функционирования – за счёт получения банковской прибыли. И также очевидно, что данные признаки никак не соотносятся с дефинитивными признаками лексической единицы «банк» в сочетаниях банк крови, банк спермы, банк квартир, банк данных и пр. То есть «нетермин» способен выступать синонимом слова, т.е. репрезентировать с ним одно и то же понятие: в нашем примере «нетермин» банк выступает как синоним слов хранилище, база, реестр и пр. То же мы наблюдаем и при анализе формирования метафорических значений отдельных терминов: потребительский, банковский, ипотечный кредит и кредит доверия; благотворительный, уставный, резервный фонд и золотой фонд русской литературы; бюджетный дефицит и дефицит доверия, внимания, власти; естественная, государственная, газовая монополия и монополия на детей, на отдых, на власть и под. Этот факт представляется очень важным для методики работы с терминами в тюркской аудитории: во многих тюркских языках метафоризация терминов практически отсутствует, в результате чего возникают ошибки в восприятии и, соответственно, употреблении терминов в профессиональном общении.

Таким образом, неоднородность русской экономической терминологии вызывает к жизни необходимостть ее глубокого методического анализа и создания методики выделения сущностых типологических признаков, ибо, по замечанию Р.А. Кузнецовой, «…научно обоснованная методическая типология слова помогает педагогу выявить наиболее эффективные способы введения, закрепления и повторения определенного типа

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

слов» (Кузнецова, 1979: 58).

Анализируя вхождение экономической терминологии в структуру модульных пособий по русскому языку как иностранному, мы выделили два направления освоения терминологической лексики. Первое из них связано непосредственно с системой высшего образования и ориентировано на контингент студентов экономических вузов, второе – с получением дополнительных знаний и дополнительной квалификации в сфере бизнеса, то есть речь идет о преподавании русского языка на курсах и в языковых кружках и здесь следует говорить об особом контингенте слушателей – «деловых людях». В одной из своих статей С.А. Хавронина пишет по этому поводу: «Преподавание русского языка иностранным студентам в высших учебных заведениях России с самого начала ориентировалось на обучение языку как средству получения высшего образования и специальности. Изучение иностранными студентами русского языка шло параллельно с изучением специальных предметов, основу обучения составлял научный стиль, точнее определенный подстиль – гуманитарный, естественно-научный, технический и др. <…> В отличие от студентов, иностранные «деловые люди», как правило, уже сложившиеся специалисты. Они изучают русский язык параллельно с профессиональной деятельностью и для того, чтобы использовать его в качестве рабочего языка. Им необходимо овладеть официально-деловым стилем, устной деловой и обиходно-деловой речью» (Хавронина : 1). Вот эта дифференциация контингента и определяет образовательный контент и структуру учебных пособий по языку специальности и специфику отражения в них терминологической лексики.

До 90-х годов прошлого века в российской методике было представлено (в достаточно ограниченных формах) только первое направление: обучение иностранных экономистов велось по пособиям для нефилологов Л.А Дерибас и В.Г. Лобановой «Учебное пособие по русскому для студентов-иностранцев», Н.Н. Беляковой «Учебник русского языка для нефилологических вузов СССР Практическая грамматика». А вот с 90-х годов, с появлением нового контингента изучающих русский язык, перед методикой преподавания русского языка как иностранного «встала проблема разработки системы обучения русскому языку как средству общения в профессионально-деловой сфере. <…> «Бизнес-русский» становится предметом изучения и описания в целях преподавания его иноязычным бизнесменам» (Хавронина: 1). В период с 1990 по 1997 г. создается целый ряд пособий, предназначенных для занятий по русскому языку в группах иностранных специалистов в области внешнеэкономической деятельности (бизнесменов, менеджеров и др.), имеющих начальную языковую подготовку и желающих развивать и совершенствовать речевые навыки делового общения. Среди них особо отметим: 1) части 1-я, 2-я, 3-я учебного курса С.А. Хаврониной, Л.П. Клобуковой, И.В. Михалкиной «Русский язык для деловых людей» («Презентация фирмы», «Коммерческие предложения, объявления, реклама» и «Банки, финансы»); запланированные 4-я, 5-я, 6-я части («Биржи, аукционы», «Выставки, ярмарки, салоны», «Конференции, симпозиумы, семинары») выпущены не были; 2) пособие Е.Е. Жуковской, Э.Н. Леоновой, Е.И. Мотиной «Русский язык. Курс для бизнесменов»; 3) пособие по обучению чтению А.П. Журавлева, Н.А. Павлюка «Деловой человек читает по-русски» с комментариями на английском языке; 4) пособие Т.Т. Марсаковой «Русский язык для бизнеса».

Несмотря на безусловно новаторский характер, данные пособия не могли ответить на потребности реформирующейся российской экономики и обеспечить достаточный уровень подготовки иностранных граждан в данной области. В значительной степени это связано и с отсутствием в этот период качественных российских пособий по «новой экономике», когда даже обучение русских студентов престижных экономических вузов осуществлялось по переводным пособиям Кэмпбелла Макконела и Стэнли Брю «Экономикс»

DOI: 10.7816/idil-07-49-12

и Вольфганга Хойера «Как делать бизнес в Европе», не приспособленным к условиям переходного периода и не являющимся системными пособиями по экономике. Преподавателям-русистам, пишущим для иностранцев, негде было почерпнуть знания для адаптации экономического материала и презентации его в пособиях по специальности, а содержащаяся в переводных пособиях экономическая терминология была нова и только лишь начинала осваиваться большей частью специалистов. Отсюда – ориентация пособий по РКИ этого периода не на язык специальности как таковой, а лишь на развитие общеязыковых умений и освоение элементов официально-делового стиля общения. Так, из проанализированных 692 лексем словаря упомянутого выше пособия Е.Е. Жуковской, Э.Н. Леоновой, Е.И. Мотиной «Русский язык. Курс для бизнесменов» собственно терминами являются лишь 32 (4,6%). Это заимствованные лексемы аккредитив, арбитраж, банк, биржа, валюта, доллар, импорт, инкассо, компрессор, опт/оптом (славянское заимствование, возможно, украинизм), экспорт и их дериваты; русские терминологические образования типа заем, накладная, льгота, наличные, недостача, платеж, скидка и под.; терминологические сочетания и аббревиатуры типа СКВ (свободно конвертируемая валюта), оргтехника, фактурная стоимость. Большинство заимствованных терминов словаря не являются специфичными для языка экономики, что объясняется ориентацией книги на «начальную языковую подготовку» учащихся и регулирует структуру пособия и содержание разделов. Аналогичная картина наблюдается и при анализе других пособий по языку экономики и бизнеса этого периода.

Определенным рубежом для данного направления является выход в 1997 году учебника «Русский язык в деловом общении» Russian language for business communication. Washington. ACTR-ACCRLS Edition, подготовленный авторским коллективом в составе Л.П. Клобуковой, И.В. Михалкиной, Т.В. Солтановской, С.А. Хаврониной (под редакцией Д. Дэвидсона). Учебник содержит материал, целью которого является «формирование, развитие и совершенствование коммуникативной компетенции, под которой понимается умение решать жизненно важные, в том числе и профессиональные задачи средствами иностранного, в данном случае русского языка» (Хавронина : 2). Работа по этому учебнику отличалась эффективностью, это позволяло учащемуся достичь базового, а затем и основного уровня владения русским языком профессионально-делового общения. Позднее данный учебник был издан в национально-ориентированных вариантах – испанском, немецком, польском, болгарском, китайском (в 2006 году).

В период с 1998 по 2006 год активно происходит теоретическое освоение проблем обучения иностранных учащихся в работах российких методистов, а также развитие «бизнес-языка» в учебных пособиях разного типа. Среди них отметим особо актуальные.

Пособие Т.Е. Акишиной и Т.П. Скориковой «Контакты для контрактов: Русский язык в деловом общении» (для говорящих на английском языке) было ориентировано на лиц, не владеющих русским языком, и имело своей целью обучение коммуникации в ситуациях делового общения.В пособии содержался материал элементарного уровня, обеспечивающий формирование навыков правильного произношения, чтения небольших рекламных текстов, написания примитивных писем. Терминологический материал в пособии практически отсутствовал, но содержалось значительное количество этикетных формул и формул делового общения, что делало его востребованным в определенных кругах специалистов.

Достаточно популярным в этот период было пособие Л.И. Ереминой, С.В. Любимцевой, Б.М. Тарковской «Русский язык для бизнесменов: Интенсивный курс» для говорящих на английском языке (первое издание – 1999 год). Авторы адресовали данный курс бизнесменам,

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

заинтересованным в деловом сотрудничестве с российскими предпринимателями. Уровень владения русским языком мог варьироваться от начального до продвинутого, как и формы работы с материалом (групповые и индивидуальные). Пособие было рассчитано на 80 часов аудиторной и 40 часов самостоятельной работы и содержало более 1800 лексических единиц, включая до 10% терминологической лексики, включенной в популярные русско-английские диалоги. Предполагалось, что оригинальная подача материала (единый учебный сюжет: делегация американских бизнесменов, представителей экспортно-импортной компании, приезжает в Москву с 5-дневным визитом и оказывается в различных коммуникативных ситуациях) способствует более естественному введению иностранных учащихся в актуальную бизнес-среду и способствует активному формированию у них навыков устной речи в рамках делового общения.

Каждый урок пособия имеет единую структуру. Урок открывает основной текст-полилог с переводом на английский язык. Далее следуют рубрики:

Рубрика А. Вам это может пригодиться… (содержит: а) формулы вежливости русского этикета (приветствия, выражение благодарности, извинения, приглашения, поздравления и т.д.); б) лексико-грамматический материал основного текста с параллельным переводом на английский язык; в) контрольные задания).

Рубрика Б. Вам это может быть интересно… (содержит дополнительный материал для чтения).

Рубрика В. Вам это нужно… (содержит список наиболее употребительных деловых тематических слов и словосочетаний; образцы деловых писем и модели деловых переговоров; учебные ситуации – образцы делового общения).

Пособие снабжено приложением, которое представляет собой краткий грамматический справочник, помогающий обучаемому самостоятельно осваивать необходимый ему грамматический материал. Нужно сказать, что «плотность лексического материала» и грамотный грамматический комментарий действительно выделяют пособие указанных авторов из ряда других и делают его актуальным.

Пособие Л.С. Пухаевой и Л.Н. Ольховой «Русский язык в мире экономики: книга для чтения» стало одним из первых, ориентированных не на «деловых людей», а на студентов экономических вузов и предполагающих сопровождение систематических курсов микро- и макроэкономики, экономического анализа.В пособии содержался экономический словарь, составленный на базе словаря А.А. Арбарцумова и Ф.Ф. Стерянкова «1000 терминов рыночной экономики» (М., 1993), готовящий иностранных учащихся к самостоятельной работе и обеспечивающий подготовку к усвоению терминологической лексики и реализации полученной информации в учебно-профессиональных ситуациях. Эта книга была рассчитана уже на продвинутый уровень владения русским языком. Поэтому количество и качество вводимого терминологического материала существенно отличалось от представленных ранее. Также к ориентированным на вузовское обучение следует отнести пособие Е.Ю. Шелковой и О.В. Кругловой «Экономика» и созданное позже Е.Ю. Шелковой «Введение в экономику», где уже делалась попытка дать системное комментированное описание курса «Экономика» для иностранных граждан.

В этот же период (в 1999 году) под редакцией Л.П. Клобуковой и И.В. Михалкиной создается и публикуется первый в российской и зарубежной практике преподавания русского языка как иностранного сборник типовых тестов по I, II и III уровням владения русским языком как средством делового общения, демонстрирующий прекрасный отбор лексики (в том числе заимствованной и терминологической) и тестовых заданий. Тесты были разработаны в рамках Международной

DOI: 10.7816/idil-07-49-12

научно-практической программы филологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова «Русский язык в деловом общении».

Для подготовки к сдаче экзамена по русскому языку как иностранному на сертификат «Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Продвинутый уровень» создан и учебный комплекс О.А. Усковой и Л.Б. Трушиной «Элитный персонал и Ко. Русский язык делового общения».В части I пособия представлены темы, ситуации и коммуникативные задачи делового общения на продвинутом уровне владения русским языком как иностранным. В основу обучающих материалов части II и тестового практикума в части III положены наиболее типичные темы и ситуации делового общения.

Отдельно отметим также трехчастное пособие «Язык бизнесмена» (части «Деловая экономика», «Деловая жизнь», «Практическая тетрадь», автор – венгерский специалист Зоя Фодор), ориентированное на развитие у венгерских учащихся навыков русской деловой речи и делового письма (продвинутый уровень).В основу учебников положены оригинальные тексты периодической печати: материалы газет «Известия», «Экономика и жизнь», «Сегодня» и др.

Многие пособия этого периода были написаны в русле активизации страноведческих знаний иностранных учащихся, поэтому отнести их к пособиям по языку специальности можно лишь условно. Таковы, например, пособия О.Е. Белянко и Л.Б. Трушиной «Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских: книга для чтения и тренировки в коммуникации», А.В. Павловской «Как иметь дело с русскими: путеводитель по России для деловых людей», В.К. Лебедева, Е.Н. Петуховой «Деловая поездка в Россию» и др.

Период с 2007 по 2015 год характеризуется переходом учебно-методической литературы от «языка бизнеса» к «языку экономики», то есть усилением внимания специалистов к лингводидактическому сопровождению вузовских курсов экономики. В методической науке идет активное обращение к проблемам модульного обучения, появляются работы и нормативные документы, обосновывающие его статус и содержание, в связи с чем публикуется важный методический документ «Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Русский язык профессионального общения. Модуль «Бизнес». Базовый уровень» (ЛДО), созданный группой ведущих специалистов по РКИ – Л.С. Журавлевой, М.М. Калиновской, Л.П. Клобуковой, Л.Б. Трушиной, О.А. Усковой, С.А. Хаврониной.нем впервые ограничивается объем коммуникативной компетенции иностранца, определяются цели и содержание обучения, даются образцы тестовых заданий. По мнению авторов, эти рекомендации должны стать методической основой для создания учебных и контрольно-измерительных материалов по РКИ. Также в документе изложены обязательные требования к владению русским языком как иностранным в профессиональной сфере на базовом сертификационном уровне. В профессиональной сфере выделена сфера бизнеса, в центре внимания – коммерческая деятельность. ЛДО адресовано преподавателям, методистам, экзаменаторам, разработчикам учебных программ, тестовых материалов, авторам учебников, а также учащимся, которые готовятся к сдаче сертификационных экзаменов.

Следствием разработки ЛДО становится появление целого ряда интересных пособий, по которым обучаются группы иностранных студентов экономического профиля конкретных учебных заведений (МГУ, СПбГУ, РУДН, МПГУ). В этот период идет активное развитие Государственной системы тестирования иностранных граждан по русскому языку, создаются новые варианты тестов по языку специальности (бизнес-тесты), становится возможной классификация функционирующих пособий в соответствии с заявленным уровнем (и курсом обучения) и оценка уровня и качества презентуемых обучающих материалов.

 DOI: 10.7816/idil-07-49-12

Так, в 2007 году появляется учебное пособие авторского коллектива МГУ – Е.А. Филатовой, И.С. Черенковой, О.В. Луценко «Русский язык для экономистов», ориентированный на иностранных учащихся первого курса.Через год выходит пособие В.В. Кавериной «Русский язык для социологов», также ориентированное на студентов первого курса.

В 2009 году выходит часть УМК «Русский язык для менеджеров. II сертификационный уровень» преподавателей МПГУ А.А. Поздняковой и И.В. Федоровой (переиздание – в 2011 и 2016 гг.), ориентированное на обучение языку специальности студентов-магистрантов экономических специальностей МПГУ. В 2010 году появляется часть УМК, предназначенная для обучения студентов бакалавриата (ТРКИ 1), в 2014 году – третья часть пособия, охватывающая второй год обучения магистрантов и ориентированная в большей степени на коррекцию сформированных умений в сфере устной и письменной деловой речи.

В качестве пособий, составленных в соответствии с новыми образовательными стандартами и с учётом последних достижений коммуникативной методики преподавания РКИ, отметим пособие авторского коллектива МГУ под руководством Л.П. Клобуковой «Русский язык для экономистов. Готовимся к профессиональной деятельности».Данное пособие адресовано иностранным учащимся экономических факультетов, осваивающим РКИ на уровне В2. Как и в вышеуказанных пособиях данной направленности в качестве цели обучения авторы видят подготовку учащихся к их будущей профессиональной деятельности на русском языке. В пособии содержатся аутентичные материалы современных российских периодических изданий экономического профиля, что позволяет учащимся в доступной форме освоить различные жанры и функционально-смысловые типы текстов, актуальные для определенных сфер общения, а также обслуживающую их необходимую терминологическую базу.

В этот период продолжается разработка аспектных пособий по языку бизнеса – пособий для «деловых людей». На начальный (базовый) уровень рассчитано трехчастное пособие под редакцией Т.В. Козловой «Начальный курс русского языка для делового общения».Общий лексический минимум курса составляет около 900 единиц. Объём материала каждой части рассчитан на 100–120 часов. В основу издания положена концепция обучения иностранных учащихся деловому общению, разработанная в МГУ им. М.В. Ломоносова. Согласно комментариям авторов, «коммуникативное, предметное и языковое содержание книги строго соответствует объёму и содержанию начального уровня обучения, а также профессиональным потребностям учащихся» (Козлова, 2007 : 3)].

Достаточно интересным нам представляется и пособие Л.В. Котане «Русский язык для делового общения».Пособие ориентировано на уровень А 2, но является достаточно информативным и содержит оптимальное для этого уровня соотношение общеупотребительной и терминологической лексики, вводимой постепенно, через систему интерактивных заданий и практикоориентированных ситуаций.

В русле обозначенных страноведческих проблем написано пособие этого периода Т.М. Балыхиной и С.И. Ельниковой «Бизнесмены всего мира говорят по-русски».В пособие включены актуальные для бизнесменов речевые темы, готовящие к межкультурному деловому взаимодействию: Что нужно знать деловому человеку, бизнесмену о России? Какие у русских традиции, обычаи, праздники? Что нужно знать бизнесмену о русском национальном характере? Как начать свой бизнес в России? Как правильно вести деловую документацию в России? Как правильно вести устное деловое общение? И т.п. На работу с терминологической лексикой пособие не ориентировано.

Определенно позитивным моментом является появление в этот период значительного количества пособий по бизнес-языку зарубежных

DOI: 10.7816/idil-07-49-12

авторов. Среди них отметим пособие 2007 года «Русский язык для бизнесменов», автор – сербский лингвист Смилька Стойкович; пособие для говорящих на китайском языке «Русский язык для деловых людей», автор – профессор Сун Шуфан; «Деловая поездка в Россию», авторский коллектив под редакцией Марины Билаш.

Достаточно полезным является и электронное учебное пособие «Этот многоликий мир бизнеса». Материалы пособия представляют собой тексты, коммуникативные ситуации, тесты, проблемные вопросы, направленные на развитие у студентов навыков порождения связного коммуникативно мотивированного монологического высказывания. Пособие ориентировано на иностранных студентов-экономистов с уровнем владения русским языков не ниже ТРКИ 1 (В1).

Появляются пособия по обучению деловому письму студентов экономических специальностей продвинутого уровня. Среди них отметим пособия «Бизнес-корреспонденция» Т.Н. Базвановой и Т.К. Орловой, «Деловой русский язык» Л.А. Константиновой и С.А. Юрмановой, «Бизнес-диалог» А.А. Поздняковой и Д. Хамуркопарана.

Таким образом, анализ содержания и структуры модульных пособий по деловому языку и языку экономики позволяет сделать ряд важных выводов о развитии русской экономической терминосистемы, сформировавшейся в постперестроечный период, а также этапах освоения этой терминосистемы новым поколением иностранцев, проходящих обучение в России.

Литература

Козлова Т.В. и др. Начальный курс русского языка для делового общения (с комментариями на английском языке). Ч. 1 / Т.В. Козлова, И.В. Курлова, М.В. Кульгавчук; под ред. Т.В. Козловой. – М.: Русский язык. Курсы, 2007. – 192 с.

Кузнецова Р.А. Изучение иностранных языков в неязыковом вузе / Р.А. Кузнецова. – Казань: Изд-во Казанского университета, 1979. – 112 с.

Пушкарева И.А. Экономическая терминосистема как метаязык описания мир-системы (на материале английского и русского языков): Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М, 2006. – 198 с.

Рамоне И. Геополитика хаоса / И. Рамоне. – М.: ТЕИС, 2001. – 128 с.

Хавронина С.А. Русский язык в профессионально-деловой сфере. – С. 4. [Электронный ресурс] URL: http://mesi.cliro.unibo.it/data/_uploaded/file/papers/Khavro nina_S.A.doc (обращение 21.09.2018).

Шелов Д. Терминология: профессиональная классификация лексики и профессионализмы специальной лексики / Д. Шелов // Вопросы языкознания. – М., 1984. – № 5. – С. 76–88.

Шмелёв Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. – Изд. 2-е, стереотипное / Д.Н. Шмелев. – М., 2006. – 282 с.