Особенности американского варианта делового английского языка.

Т.Б. Малышева,
канд.фил.наук,
ст.преподаватель
кафедры Международного Бизнеса,
ВАВТ

В современных условиях постоянно расширяющихся международных деловых контактов России, особую актуальность приобретает изучение английского языка в аспекте его применения в деловой сфере. Современные условия ведения международных деловых операций часто продиктованы экономической политикой США, что обуславливает необходимость изучения американского варианта английского языка (АА), имеющего ряд лексических, грамматических, орфографических и фонетических отличий от британского варианта (БА). В силу того, что долгие годы преподавание английского языка во многих странах, в том числе и в России, было ориентированно на стандарты классического британского английского, у учащихся возникали серьёзные трудности в понимании американского варианта английского языка. За последние годы появился ряд книг, посвящённых методике преподавания АА в высшей школе, а также практических курсов. Однако, в условиях неуклонного совершенствования современного бизнеса, высоких технологий и развития сети Интернет, находящего отражение в языке США, нельзя отрицать необходимость нового подхода к преподаванию АА учащимся разных уровней, включая взрослых представителей отечественной науки и бизнеса. Новая парадигма преподавания американского английского должна систематизировать имеющиеся знания и опыт, а также использовать лингвострановедческий, коммуникативный и историко-культурный компоненты, что позволит реализовать принцип коммуникативной направленности, открыть доступ к современной американской культуре и избежать возможного межкультурного непонимания между участниками коммуникации в процессе их будущей деятельности.

Именно в США в настоящее время проживает наибольшее количество носителей английского языка, и этот фактор является причиной того, что «в целом ряде сфер жизни и деятельности человека — в области материальной культуры, экономики и финансов, образования и здравоохранения и многих других областях — американский вариант всё шире распространяется во всём мире и имеет тенденцию к вытеснению британизмов...». [1] Целью настоящей работы является анализ вербальных средств американского варианта делового английского языка в соотнесении с некоторыми аспектами коммуникативной культуры США на основе изучения устной речи участников деловой коммуникации — носителей АА, а также текстов контрактов. В работе также рассматриваются культурно-исторические условия развития американского английского языка и приводятся некоторые лексико-грамматические отличия последнего от британского варианта английского языка.

Из истории происхождения американского английского.

Процесс распространения английского языка в Америке начался ещё в начале 17 столетия, когда колонисты из Англии начали привносить свой язык в Америку. На формирование языка оказывали влияние и выходцы из других стран. Волна иммигрантов, хлынувшая в Америку из Ирландии, Франции, Голландии, Германии, Испании привела к лингвокультурному расслоению Америки в XVIII веке: на Западе и Юго-Западе современных Соединённых Штатов главным был

испанский язык, вдоль реки Святого Лаврентия селились французы, в Пенсильвании — немцы, а в Нью-Йорке, первоначально называвшемся Новым Амстердамом, главенствовал голландский язык. Коренные жители Америки тоже вносили свой вклад в формирование диалекта колоний. Массовая эмиграция продолжилась в XIX — XX вв. При этом, несмотря на обилие языков и культур новопоселенцев, главенствующим оставался английский. «Благодаря естественному процессу ассимиляции большинство семей иммигрантов начинали говорить по-английски в течение жизни одного-двух поколений». [2]

Поликультурный характер языка Соединённых Штатов нетрудно заметить. Он выражается на уровне антропонимики, перенявшей испанские, итальянские, немецкие португальские и другие черты. Английский язык Америки также весьма обогащен за счёт заимствований из других языков; многие английские слова получали новые значения по причине появления новых реалий, для которых в БА не хватало обозначений.Неизбежным было возникновение семантических, грамматических, фонетических и интонационных различий между традиционным британским и новым американским английским языком.

В книге профессора Стривенса говорится, что «подлинные и наиболее важные отличия американского английского от британского английского заключаются не в самом языке, а в различии между обществами, использующими тот или другой вариант. Поэтому обучение американскому английскому предполагает ориентацию на американское общество, установившиеся в США нормы и порядки, американские образовательные и другие ценности.» [3] Основной причиной различий между американским английским и британским английским послужило отношение к языку, которое получило развитие в результате конфликта между колонистами и британской империей во второй половине XVIII. Ко времени революции отделение и различные социальные условия уже привели к различным направлениям в развитии языка в Америке и Британии. Американские поселенцы заимствовали слова из индейских языков, такие как «*maize*» (маис, кукуруза), «*pecan*» (вид ореха), «*racoon*» (енот), «*wigwam*» (хижина индейцев, помещение для политических собраний). Позднее они заимствовали другие слова у поселенцев из других стран, например, «*prarie*» (прерия), «*depot*» (железнодорожное депо, железнодорожная станция) — у французов; «*hamburger*» (рубленый бифштекс), «*semester*» (семестр) — у немцев; «*lasso*» (лассо, аркан), «*cockroach*» (таракан) — у испанцев и т.д. Они также давали старым английским словам новые значения, например, «corn» — кукуруза, которое в БА обозначает любое зерно, особенно пшеницу. В Британии же в этот период происходили некоторые изменения в области грамматики и фонетики.

Требование, чтобы АА считался государственным языком, не поднималось американской элитой. Первые американские лидеры избегали вопроса о языке. Такое требование также не поддерживали американские учёные, которые в учреждении автономного американского языка видели потерю великого литературного наследия английского языка. Это произошло благодаря школьному учителю Н. Вебстеру, который хотел посвятить свою жизнь созданию национального языка, основанного не на великой литературе, а на том, как язык в действительности использовался в Америке в повседневной жизни. Это и объясняет успех книг Вебстера как инструментов стандартизации: они были доступны всем грамотным американцам, а не были лишь собственностью элиты. Целью книг Вебстера было обучение эффективному общению. Тем не менее, такой подход также означал, что академический мир отказался воспринимать американский английский как стандарт, отличный от британского английского. До Марка Твена ни один писатель не осмеливался отступать от письменных норм БА. При обучении английскому важно было «содержать язык в чистоте», а для желающих преуспеть в обществе престижным считался акцент восточной Новой Англии. До конца второй мировой войны речевые стандарты

американских актёров мало отличались от британских.

Основой систематизации американского английского является словарь Вебстера. Лексическая систематизация произошла раньше грамматической и фонологической видимо потому, что способность использовать вокабуляр является важнейшим аспектом коммуникации. В аспекте эффективности общения отклонения в лексике менее допустимы, чем в грамматике и произношении. Тем не менее, учёт особенностей американизмов на всех уровнях поможет результативной коммуникации и предотвратит взаимное непонимание участников общения.

Некоторые лексические и грамматические различия между АА и БА.

Принимая тот факт, что язык является отражением говорящего на нём общества, нельзя не согласиться с тем, что именно **лексические** единицы, обозначающие предметы и явления, специфичные для культуры США составляют основное отличие АА от БА. Поэтому при общении с представителями США необходимо помнить об этих различиях.

Например, «*chancellor*» в АА означает «действительный президент университета», а в БА — 1)"канцлер«, 2) первый секретарь посольства. «*Polititian*» — в АА 1) «политик», 2)"политикан" (может иметь негативный оттенок), в БА — «политик», «государственный деятель».

«*Politics*» в АА — политические махинации. Слово «преподаватель» в АА — «*instructor*», в БА — «*lecturer*». Всех преподавателей университетов в Америке называют «*professors*» независимо от звания. Выпускник средней школы в АА называется «*graduate*», а в БА — «*school-leaver*», в то время как «*school-leaver*» в АА тот, кто бросил школу, не окончив её. Вот ещё ряд примеров таких различий:

АА	БА
Store	shop
Apartment	flat
Sidewalk	pavement
Downtown	town centre
Gas	petrol
Vacation	holiday
Fall	autumn
Administration	government
Baggage	luggage
Windshield	windscreen
Transportation	transport
Subway	underground (the tube – метро в Лондоне)
Bill (банкнота)	note
check (счёт)	Bill
Meet with	meet smb.
Consult with	consult smb.
On weekend	at weekend
Line up	queue up

При обозначении дат на письме в БА ставится число, затем месяц и последним указывается год: 20/7/99 или 20.7.99. Такое число произносится *July the twentieth, nineteen ninety nine.* В АА вначале ставится месяц, затем число и последним год: 7/20/99. Произносится такое число *July twentieth, nineteen ninety nine*.

Наименование чисел также отличается в АА и БА.:

320 — «*three hundred twenty*» (АА) и '*three hundred and twenty*" (БА)

0 — «*zero*» (АА) и "*nought"/"oh*" (БА)

Говоря о времени, американцы вместо *past* употребляют *after*: «*It's ten after eleven*».

В области **экономической терминологии** и **лексики современного бизнеса** в АА присутствует большое количество профессионализмов, а также расслоение специальной лексики на терминологические и профессиональные слои (под профессионализмами понимаются лексические единицы в ситуациях неформального общения). Один из ведущих способов образования терминов — лексико-семантический на основе **метафор**. Например:

lame duck («хромая утка») — компания в тяжёлом финансовом положении

company doctor — («доктор компании») — финансовый консультант, специализирующийся на анализе и разрешении проблем компании

big gun advertiser (big gun — «тяжёлая артиллерия») — крупный рекламодатель

sleeping partner («спящий партнёр») — номинальный партнёр

sleeping beauty («спящая красавица») — компания- потенциальный объект поглощения, которой раньше не делалось предложений)

angel («ангел») — состоятельный человек, вкладывающий собственные средства в начало и расширение бизнеса

yellow dog contract («контракт жёлтой собаки») — обязательства рабочего о невступлении в профсоюз

yellow dog fund («фонд жёлтой собаки») — суммы, используемые для подкупа

bear («медведь») — спекулянт, играющий на понижение

bull («бык») — спекулянт, играющий на повышение (бирж.)

В ряду лингвостилистических средств, характерных для образования экономических и бизнес терминов АА, представлена **метонимия** (перенос признака с части на целое):

White collar («белый воротничок») — офисный служащий

Pink collar («розовый воротничок») — рабочий сферы обслуживания

Blue collar («голубой воротничок») — производственный рабочий

Open collar («открытый воротничок») — лицо, работающее дома по свободному графику

В лексике современного бизнеса США и Великобритании присутствует также

межвариантная синонимия терминов:

stock — обыкновенная акция (АА)

share — обыкновенная акция (БА)

В процессе словообразования лексических дериватов основными способами в АА являются аффиксация (*illiquidity, non-payment*), словосложение (*job holder, bill brocker, tax payer*), конверсия

(off — существительное со значением «снижение курсов валют против предшествующего дня», *go-between* — существительное со значением ‘посредник«).

Лексический состав бизнес терминологии АА содержит не так уж много заимствований из других языков. Но они присутствуют, и вот пример заимствования из русского языка: energy czar («влиятельное лицо в области экономики»).

Н а **грамматическом** уровне различия между АА и БА проявляются уже на уровне терминологии (Continuous Tenses в БА и Progressive Tenses в АА). Носители БА употребляют The Present Perfect с наречиями *just, already, yet:* «*We have already agreed to wait*». Американцы же нередко, особенно в устной речи, употребляют здесь The Simple Past: *«I already met him».*

В АА существует две формы Past Participle II у глагола *get: gotten* и *got*, в то время как в БА — только одна: *got.*

Конструкция «*have been to*», распространённая в БА, может видоизменяться в АА — *«I have never been in Florida».* Фраза *«Do you have a car?»* типична для АА, тогда как в БА больше принято говорить *«Have you got a car?»*

Собирательные существительные, такие как *government, committee, team, corporation, crew* в БА могут согласовываться со сказуемым как в единственном, так и во множественном числе. Американцы предпочитают согласовывать такие существительные со сказуемым в единственном числе.

Определённый артикль часто опускается в АА после «*all*», там, где в БА обязательно его использование: *«all day», «all night», «all morning*» и др. И наоборот, определённый артикль используется в АА там, где его в БА быть не должно: «*in the summer», «in the spring», «in the fall».*

Поводя итоги, можно сказать, что в современных условиях глобализации влияния культуры и экономики США на все области человеческой жизни, актуальность модернизации подхода к преподаванию американского варианта английского языка неоспорима. Создание новой парадигмы преподавания языка США должно учитывать все аспекты развития языка: культурно-исторический, лингвострановедческий, коммуникативный, лексико-грамматический, фонологический и орфографический.

Литература.

1. Ракипова М., Митчелл Т. Американский английский.//Вопросы германской филологии. Киров, 1997, с. 100-108
2. И.В. Драбкина Прагмалингвистические аспекты письменного делового общения. Автореферат диссертации. — Самара. СГУ, 2001- с.10
3. Монография «Очерк американского коммуникативного поведения» под ред. И.А. Стернина и М.А. Стерниной, Воронеж, изд. ВГУ, 2001, с.18 — 47
4. Пешехонов Е.В. О некоторых особенностях британского и американского вариантов английского языка.
5. Швейцер А.Д. История американского варианта английского языка: дискуссионные проблемы.//Вопросы языкознания, М., 1995, № 3
6. Гурьева З. И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса. Краснодар, 2003, 251 стр.
7. Томахин Г.Д. Америка через американизмы.- М., Высш. шк., 1982, 256 с.
8. Webster’s New Twentieth Century Dictionary. Collins World, 1993. — 2227 p.
9. Аракин В.Д. История английского языка. — М., 2001, 237 с.
10. Бурова В.Л. Межкультурная коммуникация в контексте когнитивной лингвистики//Лингводидактические проблемы обучения иностранным языкам в школе и в вузе.

Межвузовский сборник научных статей/Под ред. Л.Н. Борисовой. Вып.3 — Белгород, 2003, с. 23-45
11. Учебное пособие по страноведению США/Сост. В.В. Ощепкова. — М.: Новая шк., 1995. — 208 с.

Примечания

1. Аракин В.Д. История английского языка. — М., 2001, стр. 11
2. Бурова В.Л. Межкультурная коммуникация в контексте когнитивной лингвистики//Лингводидактические проблемы обучения иностранным языкам в школе и в вузе. Межвузовский сборник научных статей/Под ред. Л.Н. Борисовой. Вып.3 — Белгород, 2003, стр.37
3. Strevens P. British and American English, 1972, p.93 — в книге Т. Д. Томахина «Америка через американизмы». — М.: Высш.шк., 1982. 256 с.