

## **Этическая составляющая в английском языке делового общения**

© А. Салахетдинова, 2009

В наши дни английский язык прочно вошел в жизнь мирового сообщества, что и сделало его предметом изучения и обучения для достижения разнообразных целей во всех уголках земли. Английский – второй государственный язык во многих странах и основной язык межгосударственного общения, с помощью которого люди разных национальностей, рас и вероисповеданий могут общаться и понимать друг друга.

Английский язык делового общения – это неотъемлемая часть общения в среде международного предпринимательства. Это не просто один из регистров<sup>1</sup> (понятие более узкое, чем функциональные стили; больше относится к ситуационно обусловленным вариантам использования языка) английского языка. Он сам включает в себя несколько «подрегистров», обслуживающих различные коммуникативные потребности в различных ситуациях: при представлении друг другу незнакомых людей, во время деловых встреч и переговоров, презентаций, для ведения деловой переписки, при телефонных переговорах, при общении по электронной почте или с помощью других современных приспособлений, при подписании договоров и т.п. Язык, используемый в вышеуказанных обстоятельствах, будет иметь определенные регистровые различия. Однако не следует забывать, что все эти регистры тесно переплетены и взаимосвязаны, что и дает нам возможность говорить об английском языке делового общения как о сфере взаимодействия регистров<sup>2</sup>.

Поскольку английский язык делового общения уже давно является объектом интенсивного изучения, существует несметное количество учебников, пособий и словарей на эту тему. Их многообразие покрывает как разные уровни знаний изучающих английский язык делового общения, так и разнообразные сферы деятельности – переговоры, управление, корреспонденцию и т.п. Важное различие между теми или иными учебниками, пособиями состоит в том, на какой из аспектов языка они в наибольшей степени ориентированы – грамматический, лексический либо их сочетание, или же речь идет о достижении коммуникативной компетенции, что в настоящее время встречается наиболее часто.

---

<sup>1</sup> Н.Б. Гвишиани. Современный английский язык. Лексикология. = Modern English Studies. Lexicology. – М., Издательский центр «Академия», 2007.

<sup>2</sup> Это – часть определения английского языка делового общения, данного Т.Б. Назаровой в книге Business English. Introductory course for Advanced Students.

Следует особо отметить словари делового английского языка. Их можно подразделить на общие и специализированные. В общих представлены слова общего словарного запаса английского языка делового общения, деловые термины, а также наиболее употребительные термины из разных сфер делового общения. Существуют также словари деловых терминов. Классификация специализированных словарей основана на их тематической дифференциации – так, достаточно широко представлены словари для бизнесменов, юристов, финансистов, экономистов, работников торговли и т.п. И, как уже было замечено выше, различные сферы делового мира часто взаимосвязаны, проникают одна в другую, переплетаются и идут рука об руку. Поэтому не удивительно, что существуют словари, покрывающие две или более такие сферы, как, например, словари торговли и финансов, бизнеса и управления и т.д.

К сожалению, среди всего множества представленных словарей, учебников, пособий и других материалов на тему английского языка делового общения такая важная и интересная тема, как деловая этика, не нашла должного отражения. Ее можно было бы вынести в список сфер деловой деятельности как отдельную сферу наравне с другими, ранее уже упомянутыми, однако не следует забывать, что она связана со всеми из них. Этические принципы формируют основу любого вида деловой активности и на местном уровне, и на уровне международном.

Под этикой бизнеса понимаются моральные постулаты и принципы не только в сфере бизнеса в узком понимании, но и в сфере любой другой профессиональной деятельности, т.е. бизнеса (мира деловых отношений) в широком смысле.

Что же такое этика в бизнесе? На чем она основывается? Возможно ли вообще совмещать эти два понятия, и не абсурдно ли это?

С одной стороны, в основе бизнеса (коммерции, предпринимательства) лежит эгоизм, личный интерес и выгода. С другой, – этика как теория ценностей и мораль как важные для человека ценности. Авторы научно-аналитического обзора «Этика бизнеса»<sup>3</sup> выводят следующую логическую цепочку, которую мы и возьмем как основу для связи этих на первый взгляд несовместимых понятий: личный интерес двигает прогресс, является катализатором общественного развития, социальной динамики и инициатив, которые в свою очередь являются инструментом укрепления демократии. А цель демократии, по мнению авторов, – приоритет «естественных прав человека перед государственным правом, это и есть политический коррелят моральных ценностей. Отсюда вывод: во-первых, общественное развитие телеологично<sup>4</sup> и его "сверхцель" – моральный прогресс и, во-вторых, бизнес как социально-философская

<sup>3</sup> Этика бизнеса. – Москва, 1994.

<sup>4</sup> Телеологично = целесообразно, имеет целевую направленность

категория способствует моральному прогрессу общества»<sup>5</sup>. В связи с этим большинство тех, кто занимается данной проблематикой, делают основной упор на социальную ответственность бизнеса. И это уже совершенно естественно для западного мира, где собственно желание добиться успеха заставляет предпринимателей думать об этической стороне своего бизнеса. Важной составляющей в системе ценностей западного делового человека является религия как база общечеловеческих моральных устоев. В то время как в нашей стране, учитывая социально-историческое развитие нескольких прошлых десятилетий с практически полным отсутствием предпринимательства и религии как таковых, а также недавнее резкое изменение политического, а как следствие, экономического курса, деловая практика, бизнес, как отмечается во многих исследованиях на данную тему, прошли процесс стремительного роста в «диких» условиях, когда об этической составляющей если кто и задумывался, то был лишь исключением, подтверждающим правило. К счастью, ситуация меняется в лучшую сторону, российские бизнесмены многому научились за последние годы в этой области как на своем собственном опыте, так и у своих западных коллег; высшие учебные заведения, специализирующиеся на подготовке управленческих кадров и специалистов в различных областях предпринимательства, фокусируют внимание учащихся на данной проблематике; издаются соответствующие учебные пособия и сборники<sup>6</sup>.

Как отмечалось выше, в наши дни трудно переоценить значение английского языка на международной арене делового общения. Мы встречаем слова, несущие в себе морально-этические концепты, на каждом шагу и в самых разных сферах – юридической, финансовой, страховой и т.д. Они прочно вошли в наше сознание и зачастую мы не замечаем их семантические особенности и специфику их употребления. Во многих учебниках встречаются такие понятия, как “honesty” (честность), “loyalty” (преданность, лояльность), “accuracy” (точность), “discrimination” (дискриминация), но внимание изучающих язык к понятиям, выраженным этими словами, не привлекается. Подразумевается, что представление о них имеется у каждого. Однако эти представления могут быть довольно разными у представителей разных культур. Узнать же об особенностях своей собственной культуры (в том числе и с этической точки зрения) можно изучая чуждые (ведь всё, что не своё, нередко воспринимается как чуждое, враждебное) и сравнивая их со своей, родной.

---

<sup>5</sup> Там же, стр.9.

<sup>6</sup> Г.Н. Смирнов. Этика деловых отношений. Учебник. – Москва: Проспект, 2009.

Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. Этика бизнеса. Учебник. – Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.

В связи с вышесказанным представляется необходимым привлечь больше внимания к сфере деловой этики в современном английском языке делового общения. Первоначальной целью будет помочь преподавателям и изучающим английский язык делового общения обратить внимание на существование слов, отражающих понятия деловой этики, и их концептуальное наполнение, вывести их из области философии и прочно привязать к реалиям деловой практики.

Несомненно, что для овладения понятиями английского языка для делового общения в сфере деловой этики необходим определенный уровень знаний английского языка в целом и его специфики в деловом общении, в частности. Иначе говоря, изучение лексики, содержащей понятия деловой этики, требует знаний продвинутого уровня и выше. Однако это не означает, что даже владея английским языком на столь высоком уровне, изучающему не понадобится подыскивать эквивалент того или иного понятия из сферы деловой этики на русском языке. Дело в том, что многие из этих понятий принадлежат к весьма специфичным сферам деловой активности, а также нередко являются терминами, в связи с чем их значение трудно вывести из контекста или значений компонентов сочетания (если речь идет о словосочетаниях). К примеру, имеющий высокий уровень владения английским языком студент нередко затрудняется в понимании таких слов, как *barratry* (баратрия – вред, причиненный судну или грузу капитаном или командой умышленно или по преступной небрежности), *felony* (фелония – категория тяжких преступлений, по степени опасности находящаяся между государственной изменой и мисдиминором<sup>7</sup>), *embezzlement* (растрата; присвоение чужого имущества или денег) или *tort* (гражданское правонарушение), т.к. они являются терминами из юридической, транспортной и других областей. Такие сочетания, как *international minimum standard* (международный минимальный стандарт) или *loud talk* (громкий разговор) потребуют не только перевода на русский язык, но и описательного перифрастического объяснения на двух языках. Еще одним камнем преткновения могут стать так называемые ментефакты (термин, которым В.В. Красных обозначает элементы содержания сознания<sup>8</sup>), которые всегда требуют ссылки или дополнительного объяснения. Всё это обеспечит соблюдение строгого соответствия смыслу терминов и терминологических сочетаний, а также легкость их употребления, как в устной, так и в письменной речи.

---

<sup>7</sup> Мисдиминор (англ. *misdemeanour*) — в уголовном праве США и ряда других стран английского общего права категория наименее опасных преступных деяний, граничащих с административными правонарушениями.

<sup>8</sup> Цитата по: Карасик В., Ярмахова Е. Лингвокультурный типаж 'английский чудак'. – Москва: Гнозис, 2006.

Как же классифицировать слова из мира делового общения, несущие в себе значение морально-этического характера?

Один из наиболее вероятных вариантов – разделять их по сферам предпринимательской деятельности, в которых эти слова употребляются. Этот вариант представляется наиболее удобным и эффективным для учебников и пособий, посвященных тем или иным сферам английского языка делового общения. Другой формой помощи в освоении данного пласта лексики может быть толковый англо-русский словарь деловой этики. В данном случае будет уместно алфавитное расположение слов, наиболее широко применяемое в лексикографии, с примечанием о сфере употребления данной лексической единицы или каждого из ее значений. Ведь даже несмотря на то, что термины должны, строго говоря, быть сугубо моносемантическими, нередко это правило нарушается, и один термин может иметь несколько значений в зависимости от сферы употребления.

Ни в словарях на заданную тему, ни в учебниках или пособиях невозможно избежать и описания слов с точки зрения стилистики. Мир делового общения часто представляется довольно чопорным, консервативным, что отражается на его языке, делая его также формально-нейтральным. В то же время деловая активность по определению связана с риском, непредвиденными ситуациями, с вероятностью достичь вершины или с нее упасть. Язык отражает все эмоциональные составляющие любой человеческой деятельности, в том числе и деловой: позитивные или негативные эмоционально окрашенные слова постоянно появляются в разговорной речи, в ситуациях, когда участники коммуникативного процесса вольны выбирать наиболее подходящие средства выражения, как, например, *a loud talk* или *to be in the black* (в Великобритании – иметь положительное сальдо) и *to be in the red* (в Великобритании – иметь отрицательное сальдо).

В заключение хотелось бы отметить, что основным критерием отбора слов, которые можно отнести к сфере этики в английском языке делового общения, является их связь с одним из регистров английского языка делового общения и их значение в области этики как системы моральных правил и принципов поведения. Необходимость подобного отбора в целях изучения английского языка делового общения с одной стороны, и обучения и прививания этических норм и правил в бизнесе с другой очевидна. В современном мире, особенно в таких наиболее динамично и стремительно экономически развивающихся странах, как Россия, соблазн следовать исключительно собственным корыстным интересам, оправдывающим этическую нечистоплотность во имя бизнеса, в деловой среде очень велик. И тем важнее и интереснее представля-

*Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Ред. колл.: В. В. Красных, А. И. Изотов, В. Г. Кульпина. – М.: МАКС Пресс, 2009. – Вып. 37. – 100 с. ISBN 978-5-317-02897-8*

ется затронутая тема в английском языке делового общения в сопоставлении с русским языком, характером и культурой.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Bannock G., Baxter R. E., Davis E.* Dictionary of Economics. 5th Edition. Penguin Books, 1992.  
*Black's Law Dictionary.* 6th Edition. West Publishing Co., St. Paul, Minn., 1990.  
*Gvishiani N.* Terminology in English Language Teaching. Moscow: Vysšaja škola, 1994.  
*Longman Business English Dictionary.* Pearson Education Limited, 2000.  
*Longman's Dictionary of English Language and Culture.* Longman Group UK Ltd., 1992.  
*Nazarova T.* Business English. An Introductory Course for Advanced Students. М.: Диалог МГУ, 1997.  
Большой англо-русский русско-английский словарь по бизнесу. 2-е изд., М.: Джон Уайли энд Санз, 1994.  
Гвишиани, Н. Б. Современный английский язык. Лексикология. М.: Издательский центр «Академия», 2007.  
*Карасик В., Ярмахова Е.* Лингвокультурный типаж 'английский чудак'. М.: Гнозис, 2006.  
*Мюллер В. К.* Англо-русский Словарь. 22-е изд., стер. М.: Русский язык, 1989.  
Новый Большой Англо-русский Словарь: в 3-х т. М.: Русский язык, 1993.  
*Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К.* Этика бизнеса: Учебник. Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008.  
*Смирнов Г.Н.* Этика деловых отношений: учебник. М.: Проспект, 2009.  
Философский энциклопедический словарь. 2-е изд., М.: Советская Энциклопедия, 1989.  
Этика бизнеса. М., 1994.