

Современная терминология менеджмента: англицизмы как средство адаптации к новым экономическим реалиям

Захарова Ирина Олеговна

Ассист. каф. иностранных языков

ORCID 0000-0003-0479-2116, e-mail: irina.sakharova@inbox.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Предметом настоящего исследования является важная часть новейшей терминологии современной сферы управления, а именно англицизмы. Цель статьи заключается в определении роли англицизмов как эффективного средства адаптации участников управленческих процессов в Российской Федерации к современным экономическим условиям. На примере около 100 бизнес-терминов англоязычного происхождения в статье дается классификация англицизмов по структуре, способам образования, частоте употребления и сферам применения в менеджменте, приводится расшифровка значений отдельных компонентов заимствований, что способствует наилучшему пониманию и использованию терминологии сферы бизнес-управления специалистами. Англицизмы изначально проникли в русский язык для обозначения совершенно новых для российской действительности понятий и явлений, их возникновение, интеграция в словарный состав русского языка и активное употребление представляются неизбежным процессом, отвечающим коммуникативным нуждам общества. Благодаря своей высокой коммуникативной значимости англицизмы из сферы бизнеса прочно вошли в русский лексикон и широко в нем используются.

Ключевые слова

Англицизмы, англицизмы в сфере менеджмента, бизнес-терминология, терминология управленческих процессов, терминология менеджмента

Для цитирования: Захарова И.О. Современная терминология менеджмента: англицизмы как средство адаптации к новым экономическим реалиям // Вестник университета. 2023. № 8. С. 109–115.



Modern terminology of management: Anglicisms as a means of adaptation to new economic realities

Irina O. Zakharova

Assistant at the Foreign Languages Department
ORCID 0000-0003-0479-2116, e-mail: irina.sakharova@inbox.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The subject of this study is an important part of the latest terminology of the modern management sphere, namely, anglicisms. The purpose of the article is to determine the role of anglicisms as an effective means of adapting participants in management processes in Russia to modern economic conditions. On the example of about 100 business terms of English origin, the article gives a classification of anglicisms according to structure, methods of formation, frequency of use and areas of application in management, provides a decoding of the meanings of individual components of borrowings, which contributes to the best understanding and use of business management terminology by specialists. Anglicisms originally entered the Russian language to denote concepts and phenomena completely new to the Russian reality, their emergence, integration into the vocabulary of the Russian language and active use seem to be an inevitable process that meets the communicative needs of society. Due to their high communicative significance, anglicisms from business sphere have firmly entered the Russian lexicon and are widely used in it.

Keywords

Anglicisms, anglicisms in the field of management, business terminology, management processes terminology, management terminology

For citation: Zakharova I.O. (2023) Modern terminology of management: Anglicisms as a means of adaptation to new economic realities. *Vestnik universiteta*, no. 8, pp. 109–115.



ВВЕДЕНИЕ

Новые экономические реалии требуют от участников экономических отношений высокой степени адаптируемости к современным условиям для эффективного решения новых задач. Одним из средств адаптации к новой экономической системе в Российской Федерации (далее – РФ) на рубеже XX–XXI вв. можно назвать англицизмы в сфере экономики в целом и управления бизнесом, в частности.

Англоязычная бизнес-терминология получила широкое распространение в РФ, начиная с 1990-х гг. При этом процесс проникновения англоязычных заимствований в русский язык приобрел поистине лавинообразный характер в связи с ликвидацией социалистического строя и исчезновением «железного занавеса» [1]. Данный процесс особенно активизировался в начале XXI в. по причине существенного увеличения интенсивности коммуникаций в различных сферах (экономической, политической, культурной), благодаря, в том числе, беспрецедентному рывку в развитии информационных технологий. Возникновение и взрывное развитие Интернета и новейших технических средств связи крайне упростило и ускорило процесс коммуникации между участниками экономической деятельности из разных стран.

Деловая сфера является одной из областей общественной жизни в РФ, испытавшей на себе максимальное влияние заимствований из английского языка. Это связано с полным отсутствием понятий и явлений, свойственных капиталистической системе, в постсоциалистической РФ 1990-х гг. Новые бизнес-термины хлынули в русский язык одновременно с возникновением и развитием капитализма в стране. Параллельно с переходом к капиталистической экономике широкое распространение в РФ получили разнообразные бизнес-теории, в том числе теории управления, исходным языком терминологии которых являлся английский по причине экономического доминирования на тот момент именно ведущих англоязычных стран: «Наличие в международной экономической терминосистеме устоявшихся терминов из английского языка привело к тому, что большинство заимствований представляют собой англоязычную терминологию» [2].

Так, в обиход прочно вошли такие лексемы, как маркетинг, бренд, мерчендайзинг, таргетинг, кастомизация, сегментирование (сфера рекламы и продвижения продукции); менеджмент, стартап, дедалайн, бизнес-кейс, аутсорсинг, КРІ, коуч (управление бизнесом); бонд, блокчейн, майнинг, крипт, койн (финансы); провайдер, девелопер, кэшбэк, маркетплейс, каршеринг (потребительские товары и услуги), фьючерсные торги, трейдер, брокер, ПРО, опцион, своп, хедж-фонд, шорт (биржевая сфера) и многие другие.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Источником приведенных в данной работе англицизмов стали российские средства массовой информации (телевидение: каналы «РБК», «Известия»; радио: «Бизнес ФМ», «Москва ФМ», «Коммерсант ФМ»; интернет-журналы и прочие Интернет-ресурсы, посвященные бизнесу). Случаи употребления фиксировались автором в период с сентября 2021 г. по январь 2023 г. В статье также были использованы материалы программы повышения квалификации для преподавателей Государственного университета управления, «Менторской поддержки студенческих проектов», разделов «Целеполагание», «Маркетинг и продвижение продукта», «Бизнес-планирование», «Дифференциация и оценка бизнес-идей» (08.11.2021 г. – 18.12.2022 г.).

Методами исследования данной работы являются анализ, сравнение, классификация, обобщение.

В статье был использован сервис подборки ключевых слов и оценки пользовательского интереса к определенным тематикам и словам Яндекс Wordstat, являющийся эффективным инструментом анализа предпочтительности и частотности употребления отдельных лексем населением.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ англицизмов в современной российской деловой лексике показал, что существуют различные группы заимствований в зависимости от степени ассимиляции в русском языке, способа образования и структуры. Объединяет их высокая востребованность и частота использования среди участников управленческих процессов в бизнесе.

Отдельной разновидностью англицизмов в бизнес-сфере являются аббревиатуры, сохранившие графику языка-источника. Они состоят из начальных букв терминов и полностью сохраняют исходное написание. Данные заимствования используются в полностью неадаптированном виде, так как в случае трансформации произошла бы утрата мнемонических свойств исходной аббревиатуры. Как известно, мнемонические аббревиатуры используются для кодирования информации. При этом понятия

и термины преобразуются в компактную систему, с помощью которой можно без усилий восстановить каждое исходное слово [3].

Среди англицизмов в сфере менеджмента есть целый ряд подобных аббревиатур. Один из основных терминов современного целеполагания – SMART. Термин составлен из начальных букв следующих слов, характеризующих цель: Specific (конкретная), Measurable (измеримая), Attainable (достижимая), Relevant (значимая или актуальная), Time bound – (ограниченная по времени). Данный термин позже был дополнен двумя дополнительными буквами – E (Evaluate – «оценивать») и R (Redo – «переделывать»), в итоге превратившись в SMARTER [4].

С этим термином тесно связан следующий – PSW (от англ. Problem Statement Worksheet – шаблон для описания бизнес-задач). Постановка цели по SMART-модели – первый шаг к построению шаблона PSW [4].

По аналогии со SMART создана и следующая мнемоническая аббревиатура из области маркетинга по технологиям запуска новой продукции – SCAMPER, где S – Substitute (замена), C – Combine (комбинирование), A – Adapt (адаптация), M – Modify/Magnify (модификация/увеличение), P – Put to other uses (новое применение), E – Eliminate (устранение) и R – Rearrange/Reverse (переделка/изменение) [4].

Также популярны в российской деловой сфере следующие обозначения бизнес-моделей: B2B или B2B (Business To Business – «бизнес для бизнеса») – бизнес-модель, при которой компания реализует продукцию или услуги другим компаниям; B2C или B2C (Business To Consumer – «бизнес для потребителя») – бизнес-модель, при которой компания реализует продукцию или услуги конечному потребителю или частному лицу [5]. Для данных аббревиатур имеются русифицированные соответствия, однако успешными и распространенными их назвать нельзя. Обратимся за статистикой их использования к сервису Яндекс Wordstat. На данный момент неадаптированные аббревиатуры с английской графикой многократно превосходят по частоте употребления русифицированные модификации. Так, сервис Яндекс Wordstat выдает 159 650 показов в месяц для аббревиатуры B2B, 6 584 показа в месяц по запросу B2B и всего 876 показов по запросу «бизнес-модель B2B», причем компактное русифицированное соответствие для B2B отсутствует: либо используется многословное определение данного понятия («бизнес-модель, при которой компания реализует продукцию или услуги другим компаниям»), либо словосочетание «бизнес-модель B2B». Аналогичная ситуация с термином B2C: 160 423 показа в месяц против всего 787 показов по запросу «модель бизнес-потребитель» [6].

Две следующие аббревиатуры созданы по аналогии с двумя предыдущими. Первая, P2P или P2P (Peer To Peer – «равный для равного»), представляет равноправную, партнерскую модель взаимодействия «на равных». Вторая, B2G (Business To Government – «бизнес для государства»), обозначает бизнес-модель, в рамках которой компания реализует товары или услуги для государственных организаций [5].

Один из наиболее употребительных бизнес-терминов – SWOT-анализ (инструмент стратегического планирования, который позволяет систематизировать информацию о внутренней и внешней среде компании или проекта) [5]. Аббревиатура образована начальными буквами следующих слов: Strengths (сильные стороны компании), Weaknesses (слабые стороны компании), Opportunities (возможности внешней среды), Threats (угрозы внешней среды). Адаптация термина в русском языке проявляется только в способности к словообразованию, т.е. присоединении к английской аббревиатуре русских слов «анализ» или «модель» (SWOT-анализ, SWOT-модель), английская графика заимствования при этом сохраняется.

Прочно вошел в российскую деловую среду термин KPI (Key Performance Indicator – «ключевой показатель эффективности») [5]. Анализ случаев употребления аббревиатуры в деловой прессе, на радио, рекрутинговых платформах выявил полное отсутствие русифицированных эквивалентов. Данный факт подтверждает и статистика сервиса Яндекс Wordstat [6].

В сфере менеджмента широко используются также следующие термины-аббревиатуры: KAP (Key Attention Point – «точка контроля/внимания»); OKR (Objectives and Key Results – «цели и ключевые результаты»), GIST (Goals – «цели», Ideas – «идеи», Step-projects – «проекты», Tasks – «задачи») – система достижения целей путем их разбивания на малые последовательные задачи; RICE Scoring (Reach – «охват», Impact – «влияние», Confidence – «уверенность в оценке», Effort – «усилия») – метод приоритизации идей; MVP (Minimum Viable Product – «минимально жизнеспособный продукт») – тестовая версия сервиса/продукта с минимальным набором функций; IPO (Initial Public Offering – «первичное публичное предложение») – процесс первичного размещения акций компании на фондовом рынке; R&D (Research and Development) – исследования и разработки; PR (Public Relations) – связи с общественностью;

CEO (Chief Executive Officer) – исполнительный директор; CPO (Chief Product Officer) – директор по продукту; ROI (Return On Investment) – коэффициент окупаемости инвестиций; CPO (Cost Per Order – «стоимость заказа») – параметр, показывающий стоимость привлечения одного клиента; ESG (Environmental, Social, Governance – «экологичность», «социальная ориентированность», «управление») – стратегия развития компании, которая предусматривает прозрачность в менеджменте, заботу об экологии и людях; JTBD (от Jobs To Be Done) – задачи, которые надо выполнить [5].

Завершают выборку заимствованных из английского языка аббревиатур следующие термины из сферы маркетинга: CJM (Customer Journey Map – «карта путешествия клиента») – анализ поведения клиента; STP (Segmentation, Targeting, Positioning – «сегментирование», «нацеливание», «позиционирование») – стратегический подход в маркетинге; USP (Unique Selling Proposition) – уникальное торговое предложение; AIDA (Attention (внимание), Interest (интерес), Desire (желание), Action (действие)) – модель воронки продаж; CRM (Customer Relationship Management) – управление взаимоотношениями с клиентами; CustDev (от Customer Development – «развитие клиента») – тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях с помощью интервью; CTM (Community Trade Mark) – собственная торговая марка; PAM (Potential Available Market) – потенциальный объем рынка; TAM (Total Addressable Market) – общий целевой объем рынка; SAM (Serviceable Addressable Market) – доступный объем рынка; SOM (Serviceable and Obtainable Market) – достижимый объем рынка; TA (Target Audience) – целевая аудитория; RM (Retention Marketing) – набор действий и инструментов, направленных на удержание клиентов; PLM (Product Life-cycle Management) – управление жизненным циклом продукта [7].

Наряду с неадаптированными аббревиатурами в бизнес-лексику проникло значительное количество англицизмов, подвергшихся различным видам ассимиляции в русском языке, например: краудфандинг (от англ. crowdfunding – «народное финансирование») – коллективное финансирование проекта, производства товара или услуги; аутсорсинг (от англ. outsourcing – «привлечение внешних ресурсов») – привлечение к выполнению контрактной работы внешних соисполнителей; таргетинг (от англ. targeting – «нацеливание») – маркетинговый механизм, который позволяет вычлнить среди общей массы потребителей целевую аудиторию; промоушен (от англ. promotion – «продвижение, раскрутка») – комплекс маркетинговых мероприятий по увеличению продаж; бренд (от англ. brand – «торговая марка, бренд») – торговая марка; нейминг (от англ. naming – «присваивание имен») – процесс разработки и развития бренда; мерчендайзинг (от англ. merchandising – «деятельность, направленная на ускорение продвижения товара») – комплекс мер по рекламированию и продаже товаров; фейсинг (от англ. face – «лицо») – выкладка товаров в магазинах определенным образом для увеличения объема продаж; кастомизация (от англ. customization – «модификация в соответствии с требованиями заказчика») – индивидуализация продукции под заказы конкретных потребителей путем внесения изменений; маркетинг-микс (от англ. marketing mix – «комплекс маркетинга») – набор основных компонентов маркетингового воздействия; таргетолог (от англ. target – «цель») – специалист, настраивающий таргетированную рекламу; бизнес-адвайзер (от англ. advisor – «советник») – бизнес-консультант; форсайт-сессия (от англ. foresight – «предвидение») – методика прогнозирования будущего; листинг (от англ. listing – «включение в список») – процедура добавления ценной бумаги в список ценных бумаг, допущенных к биржевым торгам; токен (от англ. token – «знак, жетон») – цифровая единица учета, аналог акций на фондовой бирже в мире криптовалют; лид (от англ. lead – «возглавлять, вести») – потенциальный клиент, который заинтересовался товаром или услугой; кейс (от англ. case – «случай, ситуация») – случай из практики; дедлайн (от англ. deadline – «конечный срок») – срок окончания работы; фреймворк (от англ. framework – «структура, каркас») – программная платформа, формирующая структуру проекта; лэндинг (от англ. landing page – «целевая страница») – сайт, состоящий из одной страницы, на который попадают пользователи при нажатии на ссылку или интернет-рекламу [8–10].

Среди остальных выделяется также группа англицизмов, которые образуют словосочетания со словами русского языка, сохраняя при этом исходную английскую графику и выполняя активную словообразовательную функцию, в результате чего возникают композиты: event-менеджер (от англ. event – «событие, мероприятие») – организатор мероприятий; travel-эксперт (от англ. travel – «путешествие») – менеджер по туризму; IT-технологии (от англ. Information Technologies) – информационные технологии; SEO-продвижение (от англ. Search Engine Optimization) – поисковая оптимизация (продвижение сайтов); SMS-таргетинг (от англ. Short Message Service – «сервис коротких сообщений») и targeting –

«нацеливание») – рассылка мобильных сообщений только заинтересованным сегментам целевой аудитории, welcome-набор (от англ. welcome – «приветствовать кого-либо») – набор предметов первой необходимости для клиентов отелей и др.

Отдельную группу заимствований представляют слова и словосочетания, являющиеся кальками англоязычных прототипов: дорожная карта (от англ. roadmap – «дорожная карта») – стратегический план; мозговой штурм (от англ. brainstorming – «мозговой штурм») – метод коллективного поиска решений задач.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Все без исключения приведенные выше заимствования служат для обозначения понятий и явлений, изначально отсутствовавших в экономической сфере РФ. Все они в свое время были неологизмами, т.е. новыми словами и выражениями, создающимися для обозначения новых понятий [11]. В этой связи представляется очевидным, что процесс появления и дальнейшего укоренения англицизмов из сферы бизнеса в русском языке является абсолютно оправданным и необходимым.

Наряду с необходимостью обозначения новых понятий имеются и другие функции заимствований в языке-реципиенте. Так, в ряде случаев они позволяют сократить длинную фразу или словосочетание на русском языке (например, В2В вместо «бизнес-модель, при которой компания реализует продукцию или услуги другим компаниям»), подчиняясь закону экономии языка, предполагающему достижение предельного коммуникативного эффекта при наименьших усилиях [12].

Кроме того, дальнейшей причиной использования англицизмов вместо слов родного языка является тот факт, что исконно русское слово может не полностью или неточно отражать смысл понятия. Например, значение слова «бренд» не равнозначно значению словосочетания «торговая марка», т.к. бренд – это «набор атрибутов и ассоциаций, которые позволяют потребителям его идентифицировать и формируют у них предпочтение к покупке», в то время как торговая марка – это «товарный знак, фирменное обозначение, обеспечивающее различия между категориями товаров» [10].

Следует отметить, что в рамках данной работы представилось возможным проанализировать только ограниченное количество единиц англицизмов в сфере менеджмента в связи с форматом статьи. Ввиду высокой востребованности англоязычной бизнес-терминологии среди участников современных управленческих процессов в РФ, а также по причине чрезвычайной актуальности вопроса обилия англицизмов в современном русском языке и в связи с постоянным возникновением новых единиц необходимы дальнейшие исследования в данной области [13].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании анализа приведенных в данном исследовании англицизмов из области менеджмента можно сделать вывод о том, что заимствованная англоязычная бизнес-терминология является своего рода кодом, понятным всем пользователям не только в РФ, но и во всем мире. Заимствованные термины, по сути, являются интернационализмами. Их использование позволяет подключиться к глобальному бизнес-пространству. Глобализация мировой экономики, интернационализация хозяйственной жизни и деятельности предприятий, рост числа интеграционных объединений требует владения международной бизнес-терминологией.

Кроме того, англицизмы из сферы менеджмента заполнили понятийный вакуум конца 1990-х гг. в РФ, неизбежный в связи со сломом прежней модели экономики и возникновением нового капиталистического уклада, послужив своего рода средством адаптации российского бизнес-сообщества к новым экономическим условиям.

На сегодняшний день заимствования из английского языка в экономической сфере, в том числе в области менеджмента, исчисляются сотнями. Очевидно, что хорошее знание англоязычной терминологии в сфере экономики и бизнеса в настоящее время является одной из необходимых предпосылок эффективной деятельности участников управленческих процессов.

Библиографический список

1. Багана Ж. *Английские заимствования в русском и немецком языках в условиях глобализации: монография*. М.: ИНФРА-М; 2022. 120 с. DOI <https://doi.org/10/12737/1956>
2. Алексеева Т.Е., Федосеева Л.Н. Английские заимствования в современной экономической терминологии. *Вестник ВГПУ*. 2019;4(285):203–207.

3. Динов Е.Н. Возможности использования аббревиации как приема мнемотехники в учебной деятельности. *Мир науки. Педагогика и психология*. 2019;5(7).
4. Россия – страна возможностей. *Официальный сайт*. <https://rsv.ru/blog/> (дата обращения: 05.06.2023).
5. Skillbox. *Skillbox Media*. <https://skillbox.ru/media/management/> (дата обращения: 05.06.2023).
6. Яндекс Wordstat. *Официальный сайт*. <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 05.06.2023).
7. Skillbox. *Skillbox Marketing*. <https://skillbox.ru/media/marketing/> (дата обращения: 05.06.2023).
8. Мюллер В.К. *Большой англо-русский, русско-английский словарь*. М.: Стандарт; 2020. 1072 с.
9. Cambridge dictionary. *Официальный сайт*. <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 05.06.2023).
10. Trends.RBC. *Официальный сайт*. <https://trends.rbc.ru/> (дата обращения: 05.06.2023).
11. Воронцова Ю.А. Неология и неологизмы. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2016;2-1.
12. Шамак А.А., Красноперова Ю.В. Лексические средства реализации принципа экономии в языке (на материале англоязычной прессы). *Амурский научный вестник*. 2022;3:67–72.
13. Фролова Е.Д. *Мировая экономика и международные экономические отношения: современное состояние, проблемы и основные тенденции развития: учебное пособие*. Екатеринбург: УрФУ; 2016. 184 с.

References

1. Bagana J. *English loanwords in Russian and German in the context of globalization: monograph*. Moscow: INFRA-M; 2022. 120 p. DOI <https://doi.org/10/12737/1956> (In Russian).
2. Alekseeva T.E., Fedoseeva L.N. English borrowings in modern economic terminology. *Bulletin of the VGPU*. 2019;4(285):203–207. (In Russian).
3. Dinov E.N. Possibilities of using abbreviation as a method of mnemonics in educational activities. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2019;5(7). (In Russian).
4. Russia is a country of opportunities. *Official website*. <https://rsv.ru/blog/> (accessed 05.06.2023). (In Russian).
5. Skillbox. *Skillbox Media*. <https://skillbox.ru/media/management/> (accessed 05.06.2023). (In Russian).
6. Yandex Wordstat. *Official website*. <https://wordstat.yandex.ru/> (accessed 05.06.2023).
7. Skillbox. *Skillbox Marketing*. <https://skillbox.ru/media/marketing/> (accessed 05.06.2023). (In Russian).
8. Myuller V.K. *Large English-Russian, Russian-English dictionary*. Moscow: Standart; 2020. 1072 p.
9. Cambridge dictionary. *Official website*. <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed 05.06.2023).
10. Trends.RBC. *Official website*. <https://trends.rbc.ru/> (accessed 05.06.2023). (In Russian).
11. Vorontsova Yu. A. Neology and neologisms. *Actual problems of humanitarian and natural sciences*. 2016;2-1. (In Russian).
12. Shamak A.A., Krasnoporova Yu.V. Lexical means of implementing the principle of economy in a language (on the material of the English-language press). *Amur Scientific Bulletin*. 2022;3:67–72. (In Russian).
13. Frolova E.D. *World economy and international economic relations: current state, problems and main development trends: textbook*. Yekaterinburg: Ural Federal University; 2016. 184 p. (In Russian).