

PREDGOVOR

Prema našim saznanjima ovo bi bio prvi celovit udžbenik iz „Ruske poslovne komunikacije“ na srpskom jeziku, a svaka prvina je za istraživača izazov koji nosi mnoge rizike. Međutim, iako se nalazi na granici između atraktivnih disciplina – funkcionalne stilistike i komunikologije – ova pragmatična disciplina, ni lingvisti, ni komunikologu, ne nudi previše postora da se razmahne i da mašti na volju, jer je poslovni ili administrativni stil, među svim ostalim funkcionalnim stilovima onaj polazni, nemarkirani, „nulti“, stil sa čisto informativnom funkcijom, kojom se prenosi ogolela faktualna informacija, bez bilo kakvog ekspresivno-emocionalnog naboja. Korene stilistike nalazimo u staroj Grčkoj još u V i IV v. p.n.e, a vezuju se za ime grčkog filozofa Antistena, u vreme kada se veliki značaj pridavao umetnosti javnog govora dok se komunikologija, jedna od najmlađih disciplina, i mada je u punom zamahu, nalazi još uvek u fazi konstituisanja.

Prvu naučno zasnovanu klasifikaciju funkcionalnih stilova dao je V. V. Vinogradov, sredinom prošlog veka, i ona je do danas, uz izvesne korekcije, opšte prihvaćena u stilistici. Ona polazi od tri osnovne funkcije jezika: *komunikativne, informativne i estetske*. Polazeći od komunikativne funkcije jezika, izdvaja se *kolokvijalni (ili razgovorni) stil*; s tačke gledišta informativne – *administrativni i naučni stil*; s estetske – *umetničko-beletristički i publicistički stil*. Time je ruska škola, bez sumnje, dala značajan doprinos funkcionalnim istraživanjima jezika i funkcionalnoj stilistici kao samostalnoj naučnoj disciplini. Pored ovog pristupa postoji u zapadanoj lingvistici i *biheviroistički pristup*, čiji je rodonačelnik Čarls Moris. Biheviroistički pristup začet je u okviru filozofskih promišljanja, kao grane filozofije jezika, i u njemu se govori o „vrstama teksta“ ili „diskursu“, tj. o pragmatičkim funkcijama jezika, a ne o stilskim. Između ova dva pristupa ima i dodirnih tačaka, što dovodi do dvostrukog pristupa u tretiranju poslovnog stila tj. u dve ravni: u dijahronoj perspektivi i sinhronoj ravni. To predstavlja novinu u pristupu razmatranja poslovnog stila koji se primenjuje u datom udžbeniku.

Pored toga u udžbeniku se koristi i klasifikacija stilova Branka Tošovića, koji smatra da je „najopravdanije i najoptimalnije razlikovati

pet funkcionalnih stilova: razgovorni, administrativni, naučni, književno-beletristički i publicistički“ (Tošović, 1988, str. 81).

Prema tome, jedan od zadataka kursa *Ruska poslovna komunikacija* je da osposobi studente za identifikaciju različitih funkcionalnih stilova, da ovladaju jezičkim i stilističkim karakteristikama poslovnog jezika i da nauče da primenjuju jezičke norme i standarde u ruskoj poslovnoj prepisci i dokumentaciji jer je upoznavanje sa osobenostima ruske poslovne komunikacije izuzetno važno u proučavanju ruskog jezika.

Treba istaći da je udžbenik napravljen sa ciljem da pruži osnovne informacije o ruskoj pisanoj i usmenoj poslovnoj komunikaciji, o njihovim specifičnostima. U njemu su navedeni osnovni obrasci pisane ruske poslovne korespondencije, kao i osnovni vidovi ruske usmene poslovne komunikacije.

Osnovni zadatak datog udžbenika da je studenti nauče osnovne pojmove poslovnog ruskog jezika, savladaju sistematizaciju poslovne dokumentacije i rusku korespondenciju, kao i da ovladaju leksikom i frazeologijom administrativnog ili poslovnog stila ruskog jezičkog standarda, sa osnovama praktične retorike, govornom etikecijom, kao i etikecijom poslovne korespondencije.

Udžbenik ima tri poglavlja: I. *Ruska pisana poslovna komunikacija*; II. *Ruska usmena poslovna komunikacija*; III. *Osobnosti ruske komunikacije* i dva priloga: Prilog 1. *Ispitna pitanja i testovi*; i Prilog 2. *Rečnik biznismena - Словáрь бизнeсмена*. Na kraju udžbenika ponuđen je izbor odgovarajuće literature za individualno proširivanje znanja studenata iz ove oblasti.