

Т.Б. Назарова,

доктор филологических наук, профессор, Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова;
e-mail: tamara_nazarova@mail.ru

ОТ АВТОРСКОЙ КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕС-АНГЛИЙСКОГО К АВТОРСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ПЕРЕВОДА В ДЕЛОВЫХ ЦЕЛЯХ

В статье представлена авторская концепция английского языка делового общения, следующим шагом в развитии которой является обоснование авторской концепции перевода в деловых целях с особым вниманием к ключевым составляющим предлагаемого подхода в сочетании с разъяснением методологических принципов и методических приёмов, лежащих в основе перевода в многообразии ситуаций устного и письменного делового общения в глобальном коммуникативном пространстве.

Ключевые слова: английский язык делового общения, функционально-коммуникативный тип речи, перевод, единица перевода понятийной ориентации, единица перевода коммуникативной значимости.

1. Авторская концепция бизнес-английского

Английский язык делового общения (Business English) и особенности деловой коммуникации на английском языке (English for business purposes/ business communication in English) неоднократно становились объектом и предметом обсуждения в научных и методических работах отечественных и зарубежных специалистов-теоретиков и практиков [Nazarova, 2002, 2004, 2006, 2009; Donna, 2000; Frendo, 2005; Ellis, Johnson, 2009]. С начала 90-х гг. прошлого столетия на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова развивается фундаментальное научное направление «**Английский язык делового общения: теория и практика**»/ «**Business English: Theory and Practice**» [Nazarova, 1997, 2000, 2002, 2004, 2006, 2007, 2009]. На первом этапе в становлении и формировании этого направления научных исследований была поставлена и со временем выполнена следующая задача: прояснить структуру делового английского, выходя за рамки слишком общих и не всегда прозрачных определений ключевого термина. В ряде работ научной и методической направленности [Nazarova, 1997,

2000, 2004, 2006, 2009; Nazarova, Levina, 2006; Nazarova, Kuznetsova, Presnukhina, 2007] совершенно ясно показано, что **английский язык делового общения** представляет собой **взаимообусловленное единство большой совокупности функционально-коммуникативных типов речи** (a mix of registers/an interplay of functional uses, здесь и далее полужирный шрифт мой — Т.Н.): техника ведения беседы в деловых целях (Socializing for business purposes), телефонное общение в деловых целях (Telephoning for business purposes), деловая корреспонденция (Business correspondence/Business letter-writing), деловая документация и контракты (Business documents and contracts), деловые совещания (Business meetings), презентации (Presentations), техника ведения переговоров (Negotiating) и язык средств массовой информации, ориентированных на мир бизнеса (the English of the business media).

К концу 1990-х гг. приведённый выше перечень из 8 функционально-коммуникативных типов речи был дополнен художественной литературой жанра business fiction (“business books written as novels”) [Nazarova, 2000: 137]. С методологической точки зрения подобное совмещение не представляется лишённым смысла, так как нельзя не замечать постоянного взаимодействия реальности деловой жизни и вымышленного аналога, предлагаемого пишущими в произведениях жанра business fiction с опорой на опыт работы в рамках того или иного бизнес-предприятия. За последние десятилетия в англоязычных странах издано немало романов, демонстрирующих особенности этого жанра, например: *The Goal* [Goldratt, Cox, 1992], *The Chain Imperative* [McHugh, Hannon, 1994], *Company* [Barry, 2007]. Приведу ещё один показательный пример взаимодействия мира бизнеса и мира художественного вымысла. В 1995 выходит роман Дугласа Коупленда *Microserfs* (переведён на русский язык в 2004 году как «Рабы Майкрософта»), в котором рассказывается о людях, работающих в сфере разработки программного обеспечения; роман написан в виде дневника, который ведёт рассказчик, и вследствие этого повествование в художественном произведении имеет много общего со стилем современного блога — веб-сайтом, содержимое которого регулярно обновляется и представляет собой текст, сопровождаемый изображениями или мультимедиа. В 1999 году внимание общественности привлекает книга *Business @ the Speed of Thought* (в русском переводе «Бизнес со скоростью мысли») написанная Биллом Гейтсом и Коллинзом Хемингуэем о компании Microsoft и дающая исчерпывающее представление о роли цифровой инфраструктуры и информационных сетей в эффективном ведении бизнеса.

В реальных ситуациях делового общения на английском языке вышеперечисленные устные и письменные функционально-коммуникативные типы речи сосуществуют, неразрывно связаны и постоянно взаимодействуют, например: деловая беседа (*face-to-face communication*), осуществляющаяся с непосредственным участием двух (и более) сторон, может быть продолжена по телефону (*telephoning for business purposes*) или через деловую переписку (*business letter-writing*), которая, в свою очередь, может повлечь за собой серию деловых встреч на разных уровнях внутри и за пределами компании (*intradepartmental / interdepartmental / intercultural business meetings*), презентаций (*informative and/or persuasive presentations*) и переговоров (*negotiations*); результаты заключения контракта (*signing a contract*); результаты всех этих видов деловой коммуникации в устной и письменной формах могут оказаться на страницах газет и журналов, заинтересованно комментирующих события деловой жизни [Nazarova, Levina, 2006: 7–8].

В некоторых случаях возрастает удельный вес одних видов общения, в то время как объём других сокращается, например: участники переговоров избегают телефонного обсуждения деталей предстоящей сделки и настаивают на письменном подтверждении всех составляющих контракта; стороны заинтересованы в более тесных деловых отношениях и поэтому используют разные формы общения — информативные презентации и деловые совещания, сопровождающиеся планомерным обменом информацией. Возможны и другие комбинации, соотношения и сочетания разных видов общения, но наиболее существенным моментом является то, что все они находятся в отношениях взаимообусловленного единства. В работах начала тысячелетия для обозначения специфики этого отношения использовано понятие «симбиоза» (*англ. symbiosis*) [Nazarova, 2004, 2009]. Известный специалист по английскому языку делового общения Эван Френдо говорит об аналогичных явлениях, используя понятие *discourse flow* [Frendo, 2016].

Каждый из перечисленных регистров описан с разных точек зрения в большом количестве научных работ и прояснён в такой степени, что переход от теории к практике в стенах Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова стал естественной частью программ учебных дисциплин по практическому английскому с особым вниманием к обучению основам устного и письменного общения в деловых целях [Назарова, 2017: 75–76].

The Multi-strand General Business English (GBE) Syllabus:

1. Core business terminology and, wider, Business English vocabulary (BEV).

2. Spoken discourse.

2a. Socializing for business purposes + Listening comprehension.

2b. Telephoning for business purposes + Listening comprehension.

3. Written discourse.

3a. Business letter-writing: block style layout.

3b. Business letter-writing: formal and personal business letters.

3c. Business letter-writing: genre distinctions.

4. English-Russian and Russian-English translation for business purposes.

В устных функционально-коммуникативных типах речи — технике ведения беседы (Socializing for business purposes) и телефонном общении в деловых целях (Telephoning for business purposes) — на первый план выходит динамика коммуникативных функций и устойчивых моделей речеупотребления. Обратимся в связи со сказанным к технике ведения беседы: столь распространённая в этом функционально-коммуникативном типе речи функция *Introducing yourself* (или *Introducing others*) опирается на устойчивую модель *Name + Relevant information* (или *Phrase of politeness + Name + Relevant information*), например: *Hello, I'm David Spencer from Texaco. / Hello, I'm Helen Hart, I'm in charge of accounting. / I want you to meet John Benny. He's with the Chicago Group* [Nazarova, 2009: 38–41].

Модель речеупотребления может меняться в движении от этого функционально-коммуникативного типа речи к другому, обладающему свойствами, сближающими его с техникой ведения беседы. Имеется в виду телефонное общение в деловых целях, реализующееся в устной форме и, как правило, в диалогическом режиме, например: *Good morning, Lightways, Jane speaking. How may I help you? / Good morning. This is Karen Jones from Stylehouse. I need to speak to someone in your after-sales service. / After Sales, Fred speaking. How may I help? / Hi. It's Karen here, from Stylehouse. One of my clients has an urgent problem with a lighting system you supplied recently. It seems to be defective* [Ibid.: 32–34].

Динамика реализации моделей речеупотребления, показанная в ходе научного описания названных функционально-коммуникативных типов речи в составе бизнес-английского, легла в основу приёма **register-switching** («переключение с регистра на регистр»), позволяющего развивать и закреплять коммуникативные навыки, необходимые для эффективного владения устной и письменной формами английского языка делового общения [Назарова, 2017].

В деловой переписке как письменном функционально-коммуникативном типе речи важнейшим звеном реального бытования является формат (например block style layout) и основополагающий перечень следующих друг за другом блоков (The letterhead, Addressee's name and address, References, The date, Salutation, Subject heading, Opening, The main body, The close, The complimentary close, The signature block, Enclosures, Postscript). Большую роль играет стилистическое варьирование речевупотребления: в зависимости от характера отношений между пишущим (the sender/writer) и адресатом (the addressee) предпочтение отдаётся либо официально-деловому стилю (formal business letter-writing), либо менее формальному стилю (personal business letters), например: We have seen your advertisement for the Autocomm car phone in the February edition of "Business Systems". / We thank you for your letter of 2 February 2012, in which you enquired about our Autocomm car phone. / Thank you for your letter of 22 January concerning ... / Thank you for your letter about ... / We look forward to hearing from you. / I look forward to hearing from you soon. / I hope to hear from you soon [Nazarova, 2009: 19, 20, 67]. Приведённый материал даёт представление об онтологии стилистического варьирования в деловой переписке на английском языке.

Формат, блоки и стиль оказываются тесно связанными с системой жанров делового письма. Восприятие особенностей определенного жанра и того, что отличает его от других (*англ.* awareness of genre distinctions), является опорным для приёма **genre-switching** («переключение с жанра на жанр»), направленного на выявление навыков эффективного использования английского языка делового общения в письменной коммуникации [Назарова, 2017]. Умение корректного составления делового письма проверяется легкостью, с которой обучаемый **переключается** с одного жанра на другой, двигаясь, например, от запроса к ответу на запрос или совершая движение в обратном направлении — от ответа на запрос к восстановлению/воссозданию текста запроса. Аналогичным образом можно двигаться от ответа на запрос к написанию сопроводительного письма к заказу фирмы и далее к подтверждению получения заказа, уведомлению об отправке заказа. С методической точки зрения возможно движение в обратном направлении, когда обучаемый воссоздаёт жанры, предшествующие каждому из названных, например: от уведомления об отправке к подтверждению получения заказа, от него к сопроводительному письму для заказа и т.д.

1.2. Функциональная стратификация словарного состава английского языка делового общения

Прояснение структуры английского языка делового общения с последующим перечислением и описанием основных функционально-коммуникативных типов речи деловой направленности сопровождалось выявлением лексических и терминологических пластов (или страт) в словарном составе бизнес-английского. К настоящему моменту обоснованы 10 страт, отличающихся друг от друга функционально и стилистически [Назарова, 1997, 2000, 2014, 2016, 2017, 2018]:

слова общего языка (General English words) —

name, be, do, work, have, holiday, food, house, country, same, high, seem, well, late,

официально-деловая лексика (formal vocabulary items) —

advise, alternative, appoint, appreciate, indicate, terminate, stipulate,

общепотребительная бизнес-терминология (core business terminology) —

company, shareholder, management, workforce, employer, employee, manager (senior manager, middle manager), department, function, sector, division, head office, branch,

отраслевые терминологические системы (industry-specific terminological systems), например: термины фармацевтической отрасли (the terms from the pharmaceutical industry) —

drug, drug development, drug safety, drug safety associate, drug dosage forms, prescription drug, non-prescription drug, experimental drug (on trial), a target patient profile, preclinical data, preclinical testing, clinical testing, clinical trials,

термины-фразеологизмы (idiomatic terms/special phraseology/terminological phraseologisms) —

capital flight, insider trading, mirror trade(s), mirror trading, sleeping partner, toxic assets,

бизнес-идиомы (business idioms) —

know/learn the ropes, give someone a sack, (don't) rock the boat, read the small print, in/into hot water, off the top of your head, start/get/set the ball rolling, have egg on your face/ have egg all over your face, make a killing, knock on/at sb's/the door, knock on doors, take a (hard/severe, etc.) knock,

фразовые глаголы, имеющие хождение в устном и письменном бизнес-дискурсе (high-frequency phrasal verbs) —

take on, lay off, set up, start up, pile up, turn around, spin off, fend off, ward off, kill sth off, knock off, knock sth off sth,

НЕОЛОГИЗМЫ И ОККАЗИОНАЛИЗМЫ (neologisms and occasionalisms) —

guerrilla publicity, corporate citizenship, civil corporation, intellectual capital, knowledge assets, intellectual assets, talent management, slack control, individual public offering (IPO), boomerang C.E.O.s, mirror trade(s), mirror trading,

ЗАИМСТВОВАНИЯ (borrowings) —

laissez-faire (*for example* laissez-faire economics/capitalism) (*also spelled* laissez-faire) (a French phrase), kaizen (from the Japanese words for ‘improvement’), kanban (*also* kanban system) (from a Japanese term meaning ‘sign’ or ‘billboard’), keiretsu (in Japan, a group of companies that own large numbers of shares in each other, with the result that it is difficult for companies outside the group to gain control of any of them),

ЕДИНИЦЫ, ТРЕБУЮЩИЕ ЗНАНИЯ ВЕРТИКАЛЬНОГО КОНТЕКСТА (lexical items with vertical context) —

Goliath/goliath — a person or company that is very large or powerful (cf: Goliath — a giant in the Bible who was killed by the boy David with a stone); Gnomes of Zurich — Swiss bankers who control foreign money; Madison Avenue — used to refer to the US advertising industry (the street in New York City where many large advertising companies established their offices in the 1940s and 50s).

К перечисленным выше 10 пластам в результате исследовательской работы последних нескольких лет были добавлены 5 лексических страт в словарном составе английского языка делового общения [Nazarova, 2019]:

аббревиатуры (abbreviations),

названия товаров / брендов (brands and brand names),

названия компаний и бизнес-предприятий (company names),

имена ведущих деятелей мира бизнеса и влиятельных теоретиков менеджмента (names of business thinkers and management giants),

коннотативные лексические и терминологические единицы (connotative lexical and terminological items).

Каждый из 15 пластов — лексических и терминологических — в словарном составе бизнес-английского представляет интерес как с точки зрения научной теории, связанной с английским языком делового общения, так и с точки зрения практики обучения деловому английскому и, что чрезвычайно важно для настоящей статьи, с точки зрения перевода в деловых целях. Изучение вопроса о переводческих эквивалентах применительно к отдельно взятому пласту (или совокупности пластов) является актуальнейшей научно-теоретической проблематикой, которая может быть исследована с учётом перечня методологических принципов и методических

приёмов, разработанных в курсе «Перевода в деловых целях» для магистрантов 2 года обучения отделения Теории и практики перевода на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

2. Авторская концепция перевода в деловых целях

По мере продвижения в разработке каждого из двух представленных выше поднаправлений в рассматриваемом научном направлении — структура бизнес-английского, с одной стороны, и стратификация лексики английского языка делового общения, с другой стороны, — пришло также и понимание того, что реальное бытование делового английского в стране, государственным языком которой является русский язык, связано с поиском межъязыковых соответствий и необходимостью перехода, в зависимости от специфики и особенностей разнообразия коммуникативных ситуаций, с русского языка на английский и с английского языка на русский [Nazarova, 1997, 2000, 2004, 2009]. Эти многообразные перемещения из недр одной семасиологической системы, служащей важнейшим и незаменимым средством устного/ письменного/ диалогического/ полилогического общения в деловых целях, в глубины другой самобытной семасиологической системы неизбежно привносят в обсуждение свойств, характеристик и функций английского языка в современном деловом общении в русскоязычном государстве весьма сложную и недостаточно разработанную в научном плане проблематику **Перевода в деловых целях (Translation for Business Purposes)**.

Постановка этой специальной проблематики, сосредоточенной на подъязыке, вполне естественно опирается на сочетание следующих составляющих:

во-первых, знание теории перевода — ключевых понятий и основополагающих категорий; перечислю наиболее существенные для обсуждаемого вопроса: объект и предмет современной теории перевода, системный подход к изучению перевода, общая теория перевода, частные теории перевода, теория устного перевода, теория письменного перевода речевых произведений разного содержания и разных жанров, теория художественного перевода, единица перевода, эквивалентность и адекватность перевода, перевод как процесс межъязыковой трансформации;

во-вторых, понимание мира бизнеса, основывающееся на знании ключевой бизнес-терминологии, основных концептуальных составляющих, современных процессов и тенденций в развитии де-

лового сообщества в эпоху глобализации, например: Industry profile, Country profile, Company structures, Company profile, Management theories, People in business, Recruitment, Setting up and growing a business, Going public, Globalization, Corporate social responsibility/ CSR, etc.;

в-третьих, знание подъязыка — английского языка делового общения как взаимообусловленного единства целого ряда функционально-коммуникативных типов речи деловой направленности: Socializing for business purposes, Telephoning for business purposes, Business correspondence, Business documents and contracts, Business meetings, Presentations, Negotiating, the English of the business media, Business fiction; с каждым из этих функционально-коммуникативных типов речи связаны реальные и потенциальные переводческие решения в многообразии ситуаций делового общения в устной и письменной формах;

в-четвёртых, знание основных составляющих авторской теории перевода в деловых целях: методологические принципы для каждого этапа (и/или для каждой разновидности) перевода в деловых целях; единицы перевода — единица перевода понятийной ориентации и единица перевода коммуникативной значимости; единица/единицы перевода в устных функционально-коммуникативных типах речи; единица/единицы перевода в письменных функционально-коммуникативных типах речи;

в-пятых, умения по применению совокупности этих взаимосвязанных знаний к практике устного и письменного перевода в деловых целях с учётом динамики методологических принципов и методических приёмов.

Среди существующего многообразия толкований и дефиниций термина **перевод** предпочтение отдаётся развёрнутому определению, предлагаемому в книге *Теория перевода* профессора Н.К. Гарбовского: «Перевод — это общественная функция коммуникативного посредничества между людьми, пользующимися разными языковыми системами, реализующаяся в ходе психофизической деятельности билингва по отражению реальной действительности на основе его индивидуальных способностей интерпретатора, осуществляющего переход от одной семиотической системы к другой с целью эквивалентной, т.е. максимально полной, но всегда частичной, передачи системы смыслов, заключённой в исходном сообщении, от одного коммуниканта к другому» [Гарбовский, 2007: 214].

Остановлюсь более подробно на нескольких из 5 основных составляющих предлагаемой авторской концепции перевода в деловых целях, перечисленных выше.

Понимание мира бизнеса: при всей сложности, объёмности и изменчивости мира бизнеса на каждом этапе обучения переводу в деловых целях мы способны назвать те темы и проблемы, которые являются важнейшими в современном понимании особенностей и специфики делового мира, например: непреходящее значение имеет знание типовой структуры бизнес-предприятия, каждому изучающему английский язык делового общения и перевод в деловых целях необходимо иметь ясное представление о различиях и пересечениях между первичными/вторичными/третичными/четверичными отраслями в мире бизнеса, об особенностях проявления глобализации, об основных теориях менеджмента и о людях в мире бизнеса и т.д. Соответствующие текстовые материалы и образцы бизнес-дискурса из авторитетных современных источников могут использоваться для целей планомерного поиска и последовательной систематизации информации о мире бизнеса. Назову несколько аутентичных одноязычных изданий, используемых в курсе перевода в деловых целях на кафедре английского языкознания МГУ имени М.В. Ломоносова: энциклопедия *Business: The Ultimate Resource*, реферативные сборники *Executive Book Summaries*, профессиональные журналы и сетевой бизнес-дискурс (материалы сайтов разных компаний и конгломератов, корпоративные блоги).

Знание подъязыка и системы ключевых понятий авторской теории перевода в деловых целях: как отмечалось выше, структура английского языка делового общения в авторском подходе к этому явлению строится вокруг понятия **функционально-коммуникативный тип речи** (*functional use / register*). На этом типе знания основывается прогнозируемость того, что и как может происходить в реальных ситуациях делового общения в устной и письменной формах. С понятийной точки зрения связующим звеном между этими разными и взаимосвязанными разновидностями устной и письменной речи деловой направленности является **общеупотребительная бизнес-терминология** (*core business terminology*), например: *acquisition, agent, agency, agreement, alliance, bid, bond, branch, brand, client, customer, company, competition, conglomerate, etc.* Именно с опорой на бизнес-термины этой разновидности решается проблема понимания, например: *merger — the combining of two or more businesses that allows them to share costs, increase efficiency and competitiveness.* По этой причине ключевые бизнес-термины могут рассматриваться как **единицы перевода понятийной ориентации** (*unit of translation: conceptual orientation*), например: *account — счёт; acquisition — приобретение, поглощение; agent — агент; представи-*

тель; посредник; поверенный. Добавим к сказанному, что в деловом общении на английском языке общеупотребительная бизнес-терминология сосуществует с разнообразием **отраслевых терминосистем** (*industry-specific terminologies*), которые также дают нам образцы единиц перевода понятийной ориентации.

3. Методологические принципы в обучении переводу в деловых целях

Сформулирую несколько **методологических** принципов, предназначенных в наиболее общем плане для организованного обучения переводу в деловых целях (с 1 по 5) и в более частном плане (с 6 по 12) регулирующих процесс перевода двух разновидностей единиц перевода понятийной ориентации, названных выше: 1) целесообразное совмещение 5 ключевых составляющих в рамках авторской концепции перевода в деловых целях (смотри выше); 2) неразрывная связь когнитивного и коммуникативного аспектов; 3) неразрывная связь общей теории перевода и частной теории перевода в деловых целях; 4) неразрывная связь теории и практики; 5) неразрывная связь методологии и методики; 6) решение проблемы понимания через использование дефиниций ключевых бизнес-терминов и отраслевых терминологических единиц; 7) нарушение «закона знака» на уровне перевода заголовочных бизнес-терминов и лексических единиц (в движении от английского языка к русскому и от русского языка к английскому); 8) нейтрализация нарушения «закона знака» в движении от перевода заголовочных бизнес-терминов к контексту в развернутом произведении речи; 9) выявление всех регионально-маркированных (имеющих пометы *BrE* или *AmE* в словарях) терминологических и лексических единиц в движении от английского языка к русскому; 8) нейтрализация региональной маркированности в движении от английского языка к русскому; 10) восстановление/воссоздание региональной маркированности в движении от русского языка к английскому; 11) выявление предпочтений говорящего/пишущего по линии «принятого (той или иной компанией) стиля» (*англ. house style*) и их сохранение при переводе с русского на английский язык; 12) динамика понятийной и языковой составляющих в движении от перевода единиц понятийной ориентации к переводу единиц коммуникативной значимости.

Бизнес-термины — общеупотребительные и отраслевые — как единицы перевода понятийной ориентации сохраняют свою значимость при обращении к переводу функционально-коммуникативных типов речи в составе английского языка делового обще-

ния. Однако нельзя свести перевод на этом этапе к понятийной составляющей общения в деловых целях и процесса перевода. Деловое общение в устной и письменной форме зависит не только от терминов, обозначающих ключевые понятия мира бизнеса и ключевые понятия той или иной отрасли, но и от структуры развёрнутого произведения речи и коммуникативной направленности используемых сочетаний, оборотов, предложений и высказываний. Такой подход делает необходимым постановку вопроса о **единицах перевода коммуникативной значимости (unit(s) of translation: communicative significance)**.

Для разъяснения этого существенного положения предлагаемой авторской концепции перевода в деловых целях обратимся к таким функционально-коммуникативным типам речи, как Socializing (техника ведения беседы) и Telephoning (телефонное общение в деловых целях). Оба относятся к устному дискурсу, диалогическому (или потенциально полилогическому) общению, строятся вокруг реплик (turn) и механизмов обмена репликами (turn-taking). Минимальной единицей перевода в подобных случаях является реплика (ultimate unit of translation: turn). Максимальной единицей перевода являются законченные в смысловом и функциональном отношении дискурсивные единства (consummate units of translation: adjacency pairs / adjacency chunks).

Двигаясь от устного делового дискурса к письменному, целесообразно остановиться на материале деловой переписки. В деловом письме с точки зрения перевода обоснованы два типа единиц перевода. Во-первых, **предельные единицы перевода коммуникативной значимости (ultimate unit(s) of translation)**, например: opening phrases (We have received your letter of ... / We thank you for your letter of ...), binding phrases (We express confidence that ... / At the same time we would like to remind you that ...), closing phrases (Your early reply will be appreciated. / Your prompt execution of our order will be appreciated.). Во-вторых, **более развёрнутые в смысловом и законченные в синтаксическом плане единицы перевода коммуникативной значимости (consummate unit(s) of translation)**, например: Opening (We have seen your advertisement for the Autocomm car phone in the February edition of "Business Systems"), The main body (или The main message) (We are a small but expanding company which specialises in the sale of well-designed modern furniture. We are particularly interested in your sofa-beds, but would like more information about your complete range of handmade pine furniture.), The close (We look forward to hearing from you.), The complimentary close (Yours faithfully / Yours sincerely).

4. Методические приёмы в обучении переводу устных и письменных функционально-коммуникативных типов речи деловой направленности

Перечислю некоторые из **методических приёмов**, на которые следует опираться при обучении переводу образцов устной коммуникации, с одной стороны, и при обучении переводу образцов письменной коммуникации, с другой стороны. Эти перечни приёмов не являются универсальными и тем более исчерпывающими; однако весьма важно то обстоятельство, что они логично следуют из методологического принципа **диалектики глобальности и расчленённости**, позволяя развивать навыки перевода в деловых целях с использованием пошаговой методики обучения. Все эти приёмы подвергнуты апробации на занятиях с магистрантами 2 года обучения отделения Теории и практики перевода филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, а также на занятиях с магистрантами филиала МГУ в г. Баку.

Начну с тех приёмов, которые являются опорными в **обучении переводу устной деловой коммуникации**: 1) выявление ключевых знаменательных слов и бизнес-терминов (как общеупотребительных, так и отраслевых); 2) поиск эквивалента/эквивалентов; 3) выбор контекстуального значения для каждой из рассматриваемых лексических и терминологических единиц; 4) перевод единиц малого синтаксиса, т.е. сочетаний слов; 5) перевод единиц статического синтаксиса, т.е. предложений; 6) перевод единиц динамического синтаксиса, т.е. законченных высказываний; 5) сквозное редактирование с точки зрения структуры предложения и синтаксиса высказывания.

Следующие методические приёмы разработаны и обобщены в процессе **обучения переводу письменной коммуникации в деловых целях**: 1) планомерное обособление бизнес-терминов — общеупотребительных и отраслевых; 2) решение проблемы понимания через дефиниции соответствующих терминологических единиц; 3) анализ частотных моделей сочетаемости бизнес-терминов; 4) перевод бизнес-терминов с английского на русский (или с русского на английский, в зависимости от того языка, на котором написан оригинал); 5) обособление названия развёрнутого произведения письменной речи и названий соответствующих подразделов с уточнением их значений и смыслов; 6) выделение количественных показателей и уточнение их переводческих эквивалентов; 7) перевод пошаговый от предложения к предложению; 8) проверка по линии coherence и cohesion; 9) последовательное сквозное редактирование всего развернутого произведения речи с точки зрения clause relations и macro patterns.

5. Заключение

Предлагаемая теория перевода в деловых целях вполне естественно вытекает из авторского подхода к научно-теоретическому описанию структуры английского языка делового общения и научно-обоснованной стратификации словарного состава бизнес-английского. Эта частная теория перевода строится вокруг единиц перевода понятийной ориентации, которые важны для всех функционально-коммуникативных типов речи, включённых в авторское понимание английского языка делового общения, и единиц перевода коммуникативной значимости, которые могут варьироваться в движении от одного функционально-коммуникативного типа речи к другому (от техники ведения беседы к телефонному общению в деловых целях, от устной коммуникации к письменной — деловому письму и деловой документации). Представленная в настоящей статье авторская концепция перевода в деловых целях также связана с решением актуальных практических задач по более эффективной подготовке выпускников отделений перевода филологических факультетов высших учебных заведений Российской Федерации к грамотному профессиональному, межличностному и межкультурному общению в глобальном коммуникативном пространстве, что повысит их способность не только быть, но и оставаться в течение продолжительного времени объектами трудового найма (*англ.* stay employable / maintain employability).

Список литературы

Гарбовский Н.К. Теория перевода. / Н.К. Гарбовский. 2-е издание. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. 544 с.

Назарова Т.Б. Речевая деятельность в деловых целях: диалектика теории и практики // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. Выпуск 7. Нижний Новгород: НГЛУ, 2012. С. 149–154.

Назарова Т.Б. Современный англоязычный бизнес-дискурс: семиотический аспект // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. Выпуск 1 (8). Нижний Новгород: НГЛУ, 2013. С. 150–155.

Назарова Т.Б. Диалектика когнитивного и коммуникативного аспектов в учебной терминологии // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. Выпуск 2 (9). Нижний Новгород: НГЛУ, 2014. С. 145–148.

Назарова Т.Б. Динамические процессы в словарном составе английского языка делового общения // Учёные записки Орловского государственного университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки»: научный журнал. № 4 (57). Орёл, 2014. С. 271–275.

Назарова Т.Б. Учебный толковый двуязычный словарь бизнес-лексики: от однородности словника к управляемой разнородности // Теоретические

и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. Выпуск 4 (11). Нижний Новгород: НГЛУ, 2016. С. 52–57.

Назарова Т.Б. Основные этапы в исследовании английского языка делового общения и новое в преподавании бизнес-английского // Российская пиарология — 4: тренды и драйверы. Сборник научных трудов в честь Л.В. Минаевой; под ред. А.Д. Кривоносова. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2017. С. 72–77.

Назарова Т.Б. Основные этапы в функциональной стратификации словарного состава английского языка делового общения // Сборник материалов VIII Международной научной конференции «Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения» (Москва, РУДН, 19–20 апреля 2018 г.). М.: РУДН, 2018. С. 25–28.

Donna Sylvie. Teach Business English. Cambridge University Press, 2000. 370 p.

Ellis Mark and Christine Johnson. Teaching Business English. Oxford University Press, 2009. 238 p.

Frendo Evan. How to Teach Business English. Pearson Education Limited, 2005. 162 p.

Frendo Evan. Thirty years of Business English research. Business Issues. The Newsletter of the Business English Special Interest Group. Summer 2016. Issue 93, pp. 34–37.

Tamara B. Nazarova,

Doctor of Philology, Professor, Lomonosov Moscow State University;
e-mail: tamara_nazarova@mail.ru

FROM THE AUTHOR'S CONCEPTION OF BUSINESS ENGLISH TO THE AUTHOR'S CONCEPTION OF TRANSLATION FOR BUSINESS PURPOSES

The article presents the essentials of the author's conception of Business English which is further elaborated to introduce and account for the author's approach to translation for business purposes as based on the key concepts, methodological principles and translation techniques that are at the core of spoken and written business communication across cultures.

Key words: Business English, functional use, translation, unit of translation (conceptual orientation), unit of translation (communicative significance).

References

- Donna Sylvie. Teach Business English. Cambridge University Press, 2000. 370 p.
- Ellis Mark and Christine Johnson. Teaching Business English. Oxford University Press, 2009. 238 p.
- Frendo Evan. How to Teach Business English. Pearson Education Limited, 2005. 162 p.
- Frendo Evan. Thirty years of Business English research. Business Issues. The Newsletter of the Business English Special Interest Group. Summer 2016. Issue 93, pp. 34–37.
- Garbovskij N.K. Teoriya perevoda [Theory of Translation]. 2-e izdanie. Moscow: Izd-vo Mosk. un-ta, 2007. 544 p. (In Russian)
- Nazarova T.B. Business English Vocabulary: Stratification and Methodology. New Developments in Modern Anglistics. Akhmanova Readings 1996. Moscow: Dialogue-MSU, 1997, pp. 27–36.
- Nazarova T.B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students. Moscow: Dialogue-M, 1997. 138 p.
- Nazarova T.B. Business English. An Introductory Course for Advanced Students of Language and Literature. Moscow: Dialogue-M, 2000. 164 p.
- Nazarova T.B. Dictionary of General Business English Terminology. Second edition. Moscow: AST. Astrel, 2006. 128 p.
- Nazarova T.B. Semiotics in an ELT Setting. Vocabulary Acquisition as Ongoing Improvement. Moscow: AST. Astrel, 2006, pp. 306–351.
- Nazarova T.B., Levina A.A. Reading for Business Purposes. Moscow: Vysshaya shkola, 2006. 136 p.
- Nazarova T.B., Kuznetsova Ju.N., Presnukhina I.A. Business English Vocabulary. A Special Course. Moscow: AST. Astrel, 2007. 320 p.
- Nazarova T.B. Business English. A Course of Lectures with Exercises, Activities and Tasks. Second edition. Moscow: AST. Astrel, 2009. 272 p.
- Nazarova T.B. Rechevaya deyatel'nost' v delovyh celyah: dialektika teorii i praktiki [Speech Activity for Business Purposes: Theory and Practice]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty izucheniya rechevoj deyatel'nosti. Issue 7.* Nizhny Novgorod: LUNN, 2012, pp.149–154 (In Russian).
- Nazarova T.B. Sovremennyy angloyazychnyy biznes-diskurs: semioticheskij aspekt. [Modern English-based Business Discourse: the Semiotic Aspect]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty izucheniya rechevoj deyatel'nosti. Issue 1 (8).* Nizhny Novgorod: LUNN, 2013. pp. 150–155 (In Russian).
- Nazarova T.B. Dialektika kognitivnogo i kommunikativnogo aspektov v uchebnoj terminografii [The Dialectics of the Cognitive and the Communicative Aspects in Learner-oriented Terminography]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty izucheniya rechevoj deyatel'nosti. Issue 2 (9).* Nizhnij Novgorod: NGLU, 2014. pp. 145–148 (In Russian).
- Nazarova T.B. Dinamicheskie processy v slovarnom sostave anglijskogo yazyka delovogo obshcheniya [Dynamic Processes in Business English

Vocabulary]. *Scientific notes of Orel State University. Series "Humanities and social sciences"*. 2014. No. 4 (57), pp. 271–275 (In Russian).

Nazarova T.B. Uchebnyj tolkovyj dvuyazychnyj slovar' biznes-leksiki: ot odnorodnosti slovnika k upravlyaemoj raznorodnosti. [The Learner's Bilingual Explanatory Dictionary of Business Vocabulary: from the Uniformity of the Macrostructure to Regulated Diversity.]. *Teoreticheskie i prikladnye aspekty izucheniya rechevoj deyatel'nosti. Issue 4 (11)*. Nizhny Novgorod: LUNN, 2016, pp. 52–57 (In Russian).

Nazarova T.B. Osnovnye etapy v issledovanii anglijskogo yazyka delovogo obshcheniya i novoe v prepodavanii biznes-anglijskogo [The Main Stages in Business English Studies and New Developments in Teaching Business English]. *Rossijskaya piarologiya — 4: trendy i drajvery. Sbornik nauchnyh trudov v chest' L.V. Minaevoj; pod red. A.D. Krivonosova*. St. Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta, 2017, pp. 72–77 (In Russian).

Nazarova T.B. Osnovnye etapy v funkcional'noj stratifikacii slovarnogo sostava anglijskogo yazyka delovogo obshcheniya [The Main Stages in the Functional Stratification of Business English Vocabulary]. *Proceedings of the VIII International Scientific Conference "Actual problems of linguistics and linguodidactics of foreign language of business and professional communication"* (Moscow, RUDN University, April 19–20.2018). Moscow: RUDN, 2018, pp. 25–28 (In Russian).

Nazarova T.B. Special Phraseology: Forms and Functions. *Journal of Siberian Federal University* (forthcoming). 2019.