распространение получил семантический критерий; в литературе описаны следующие типы конверсии: традиционная, окказиональная конверсия, вербализация, субстантивация, адъективация и адвербиализация.

1. Арбекова Т.И. Лексикология английского языка (практический курс). – М., 1977. – 240 с.
2. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Высшая школа, 1986. – 295 с.
3. Бизе М. Происхождение и развитие конверсии в английском языке. – М.: АКМОС-ПРЕСС, 2015.
4. Жлуктенко Ю.А. Конверсия в современном английском языке как морфолого-синтаксический способ словообразования // Иностранные языки в школе. – 2015. – № 5. – С. 53–54.
5. Смирницкий А.И. По поводу конверсии в английском языке // Иностранные языки в школе. – 2010. – С. 12–24.
6. Arthur A. Conversion and Confusion of the Parts of Speech // Reading in Modern English Lexicology. – Leningrad, 1975.
7. Ginsburg A. A Course in Modern English Lexicology. – Moscow, 2006.

Кузнецова М.А.

Особенности английской бизнес-лексики и трудности её перевода

*Балашовский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
(Россия, Балашов)*

doi: 10.18411/lj-10-2020-183

idsp: ljjournal-10-2020-183

Аннотация

Данная статья посвящена вопросам перевода английской бизнес-лексики. В статье рассматривается бизнес-английский как частный аспект официально-делового стиля общения, отличия Business English от General English. Автор дает характеристику данного стиля, выделяет отличительные лексические особенности, а также описывает трудности, с которыми можно столкнуться в процессе перевода данной области.

Ключевые слова: английский язык, лексика, бизнес, бизнес-английский, перевод

Abstract

This article is devoted to the translation of English business vocabulary. The article examines business English as a private aspect of the official business style of communication, the differences between Business English and General English. The author gives a characteristic of this style, highlights the distinctive lexical features, and describes the difficulties that can be encountered in the process of translation in this area.

Keywords: English, vocabulary, business, Business English, translation

Иностранный язык как действенный фактор общекультурного, научного, экономического, технического и социального прогресса общества и как средство коммуникации обладает определенными возможностями [1; с. 296]. В современных экономических и политических реалиях значение международной коммуникации чрезвычайно велико. Глобализация и непрерывный процесс интеграции в мировое сообщество ведет к развитию международного делового партнерства и большому проценту людей, включенных в деловые отношения в сфере внешнеэкономической деятельности.

В связи с этим возникает необходимость в качественном и точном переводе официальных деловых бумаг, бизнес-встреч, конференций, что только усиливает значимость английского языка как языка международных отношений, и, бизнес-

английского (Business English), в частности, как языка деловых международных отношений.

Business English формально относится к официально-деловому стилю и в связи с этим имеет некоторые отличия от обычного английского языка (General English). Деловой стиль представляет собой совокупность языковых средств, который выполняют функцию обслуживания официально-деловых отношений (отношений, возникающих в процессе производственной, хозяйственной и юридической деятельности) [2].

Официально-деловой стиль общения характеризуется рядом общих черт, в числе которых:

- высокая регламентированность речи, официальность;
- отсутствие эмоциональности и субъективности, превалирование нейтрального тона;
- точность, лаконичность в совокупности с полнотой информации;
- безличность конструкций [3].

Отличительными лексическими особенностями делового стиля и бизнес-английского в частности являются:

- специальная лексика (special terms) и общепринятая экономическая терминология, профессионализмы;
- аббревиатура;
- условные знаки и сокращения;
- иные нетерминологические слова и абстрактная лексика и т.д.

По сравнению с художественными текстами и General English – тексты официальных документов и деловая речь является высоко стандартизированными во всех аспектах, сохраняя определенные структурные и синтаксические формы и конструкции, речевые клише и обороты речи. Например, некоторые деловые бумаги или официальные письма имеют определенную строгую структуру, которая регулируется как лексически, так и синтаксически и включает заголовок, дату, вступительное обращение, основной текст, заключительную форму вежливости и подпись.

Официально-деловой стиль имеет определенную коммуникативную цель – установление адекватного и эффективного взаимодействия между договаривающимися сторонами. Целью перевода экономических тем является донесение наиболее точного смысла с учетом различий, имеющих в экономических реалиях стран [4]. Компетентному переводчику необходимо сделать перевод эквивалентным (т.е. обеспечить максимально возможную лингвистическую близость перевода и оригинала [5; с. 246.]) и адекватным (т.е. обеспечить совпадение коммуникативной интенции в языке оригинала с языком перевода), так как перевод в сфере экономических отношений и бизнеса носит информативный характер и направлен на передачу содержания сообщения.

Перевод с бизнес-английского языка на русский язык и наоборот должен осуществляться с учетом описанных черт официально-делового стиля, а также соответствовать требованиям компетентного перевода: точность; сжатость; ясность; литературность. Такая задача не всегда может решаться легко и в процессе своей деятельности переводчик может столкнуться с рядом трудностей.

Одной из особенностей перевода с бизнес-английского является соблюдение строгих правил и использование стандартных языковых клише. Переводчик должен не просто свободно владеть английским языком, но и знать особенности деловых переписок, правила использования стандартизированных клише и речевых оборотов, иметь представление об особенностях их использования в разных странах, и, кроме того, иметь навыки делового этикета.

Эксперт британского делового английского Н. Бригер считает, что бизнес не только включает некоторое знание языка, но и навыки общения и культурный фон [6].

Поэтому перед переводчиком стоит задача преодоления этнолингвистического барьера с целью обеспечения такого эффективного взаимодействия, которое можно было бы назвать идентичным монопольному общению. Эта задача представляет собой определенную трудность, так как в американском и британском вариантах английского могут возникать некоторые лингвистические недоразумения и расхождения в значении определенных терминов и фраз (например, в Великобритании для названия учреждения может использоваться термин «company», в то время как в США – «corporation»).

Официально-деловая сфера характеризуется достаточной степенью консервативности и стандартизацией документов. Вследствие этого, переводчику необходимо знать расшифровки аббревиатур, символов и знаков, относящихся к данной экономической области (например, BOP (balance of payments) – платежный баланс). Тем не менее, при переводе бизнес-лексики не всегда можно найти подходящий эквивалент, что может привести к неверной интерпретации слова или фразы. В таких случаях, если условия позволяют, переводчик старается прибегнуть к дословному переводу или приему описания, раскрывающего значение термина (например, defined benefit scheme – пенсионная схема, зависящая от стажа работника).

Несмотря на наличие определенной консервативности и стандартизации, факт появления неологизмов или терминов, которые могут не соответствовать экономическим реалиям разных стран не исключается. Так, многие термины появились в русском языке сравнительно недавно или были заимствованы из разных языков, а понятия, которым они соответствуют, либо отсутствуют вовсе, либо только формируются под влиянием тех же реалий. Сюда же относятся и неологизмы – слова или обороты, возникшие для обозначения нового (прежде всего неизвестного) предмета или явления для выражения нового понятия, связанные с различными изменениями в жизни общества и имеющие окказиональный характер [7]. Стремительное и интенсивное развитие бизнеса привело к тому, что в современном мире неологизмы появляются все чаще, что может служить существенной помехой при переводе, так как стихийность данного процесса может не позволять найти многие из таких слов или фраз в словарях. Например, для передачи понятия «комплексный» в последнее время все чаще употребляется слово package, а не complex: комплексная сделка package deal и др. Трудность перевода состоит в учете особенностей контекста. Один и тот же термин или крылатые, образные выражения из бизнес-лексики могут иметь несколько значений, часть из которых может быть пригодна для одних ситуаций, но совершенно не подходить для других.

Необходимо учитывать, что перевод с Business English должен адекватно передавать смысл оригинала в форме максимально близкой к форме оригинала. Однако возможны отступления в тех случаях, если они оправданы особенностями языка оригинала и языка перевода, а также требованиями стиля [8].

Знание соответствующей английской терминологии столь же необходимо, как и знание английских эквивалентов для русских слов-реалий в деловом общении наряду с обозначением реалий англо-американской деловой жизни.

Таким образом, переводчик должен постоянно следить за новыми тенденциями в языке при переводе бизнес-лексики. От него требуется быть в курсе всех изменений, происходящих не только в языке, но и в сфере международных экономических отношений и иметь глубокие знания в области экономики и бизнеса, иначе перевод терминов или специфической лексики нельзя будет считать достаточно адекватным, а цель коммуникации достигнутой.

1. Камардина Ю. С. Формирование экологической культуры обучающихся в предметной области «Английский язык» / Биоразнообразие и антропогенная трансформация природных экосистем : матер. Всеросс. науч.-практич. конф. 6-8 июня 2019 г. г. Балашиха / под ред. А.А. Овчаренко. – Саратов : Саратовский источник, 2019. – С. 295-297

2. Культура русской речи : учебник / отв. ред. Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – Москва : Норма : ИНФРА-М, 2020. – 560 с.
3. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка / И. Р. Гальперин. – М. : Либроком, 2014. – 336 с.
4. Стрелецкая И. В., Новаковская Е. В. Некоторые особенности перевода экономических текстов с английского языка на русский / И. В. Стрелецкая, Е. В. Новаковская // Мир современной науки, 2011. – № 6. – С. 49-54.
5. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
6. Brieger Nick, The language of business English : grammar & functions / Nick Brieger and Simon Sweeney / Nick Brieger. – Harlow : Pearson Education, 2002. – 250 p.
7. Особенности перевода делового языка. Бизнес-лексика и её особенности [Электронный ресурс] : Studwood. – URL: https://studwood.ru/984362/literatura/osobennosti_perevoda_delovogo_yazyka (дата обращения: 08.09.2020).
8. Темирбулатова А.К., Бутенко К.В. Особенности перевода деловых документов (с английского языка на русский) [Электронный ресурс] / А. К. Темирбулатова, К. В. Бутенко // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – URL: <http://scienceforum.ru/2015/article/2015011820> (дата обращения: 08.09.2020).

Михеева Л.Д.

**Развитие и функционирование новой английской терминологии в области
экономической лингвокультуры**

Московский международный университет

(Россия, Москва)

doi: 10.18411/lj-10-2020-184

idsp: ljjournal-10-2020-184

Аннотация

Актуальность настоящей работы обусловлена появлением большого количества новых экономических терминов в английском языке, которые необходимы российским специалистам в экономической сфере для организации общения и взаимодействия с зарубежными коллегами. Цель исследования - проведение комплексного анализа развития и функционирования новой английской терминологии в области экономической лингвокультуры на материале зарубежных источников. В статье исследуется влияние новой английской терминологии на культуру делового общения российских специалистов в экономической сфере. Новая английская терминология в области экономической лингвокультуры рассматривается с позиции лингвистического и функционально-коммуникативного подходов, которые воздействуют на формирование активного словаря, на характер словообразовательных связей внутри английского языка и лингвокультуру современного экономиста.

Новизна исследования: выявлено и установлено, что особыми чертами семантики новой английской терминологии в области экономической лингвокультуры выступает максимальная интернационализация терминологии на семантическом уровне в рамках отдельных экономических сфер деятельности специалистов. Результаты и материалы работы могут использоваться на практических занятиях по английскому языку в вузах и на факультетах экономического профиля.

Ключевые слова: специальная терминология, новации, английский язык, американский вариант английского языка, культура делового общения, лингвокультура.

Abstract

The relevance of this work is due to the emergence of a large number of new economic terms in the English language, which are necessary for Russian specialists in the economic field to organize communication and interaction with foreign colleagues. The purpose of the study is to conduct a comprehensive analysis of the development and functioning of new English terminology in the field of economic linguistic culture based on the material of foreign sources. The article examines the influence of the new English