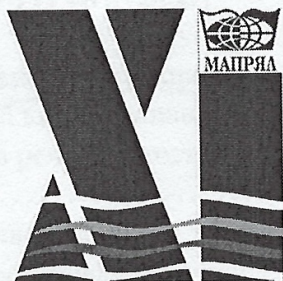


МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ
ОБЩЕСТВО РУСИСТОВ БОЛГАРИИ



МИР РУССКОГО СЛОВА И РУССКОЕ СЛОВО В МИРЕ

Том 6(2)

- **МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА
(РОДНОГО, НЕРОДНОГО, ИНОСТРАННОГО)**

Published by
Heron Press Ltd.
18, Oborische Str., BG-1504 Sofia, Bulgaria

МИР РУССКОГО СЛОВА И РУССКОЕ СЛОВО В МИРЕ

*Материалы XI Конгресса Международной ассоциации преподавателей
русского языка и литературы. Варна, 17–23 сентября 2007 г.*

Под редакцией
А. Мавровой, С. Пейчевой, Т. Петковой
Методика преподавания русского языка (родного, неродного, иностранного)

© 2007 Коллектив авторов
© 2007 Heron Press Ltd.

На обложке © «Прощание с морем» Светлина Ненова

Доклады печатаются в авторской редакции

All rights reserved. This book, or parts thereof, may not be reproduced in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying or any information storage and the retrieval system now known or to be invented, without written permission from the Publisher.

ISBN 978-954-580-219-5

КОРРЕСПОНДЕНЦИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ОБУЧЕНИИ БИЗНЕС-РУССКОМУ (НА ПРИМЕРЕ ДЕЛОВЫХ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК)

Г. Зентала

Институт русской филологии, Жешувский университет, Польша
E-mail: zietala@univ.rzeszow.pl

Abstract. The article presents rules for making business cards in Russian and their variants for foreign partners. Preparing business cards is a perfect example of intercultural teaching of correspondence as their elements (the name of the company, address, titles and posts) are characteristic of a given culture. Unfortunately, very often curricula for business language do not take this problem into account, paying more attention to such forms of written output as: reports, contracts, letters of complaint, offers.

Ключевые слова: корреспонденция, межкультурная коммуникация, бизнес-русский, деловая визитная карточка.

Обучая корреспонденции, традиционно обращаем внимание на правила составления таких документов, как: простые письма (напр.: письмо-просьба), сложные письма (напр.: запрос), контракт, резюме и т.п.

Составляя программу обучения корреспонденции, забываем о таком важном документе, как деловые визитные карточки, в то время как традиция составления визиток имеет древнюю историю: уже пять тысячелетий назад шумерские купцы и ремесленники использовали глиняные и кожаные бирки со своими именами и обозначением местонахождения, а на бумаге первые визитные карточки появились в Китае примерно в III в., а в России визитными карточками, а точнее, как их называли, «визитными билетами», стали пользоваться в конце XVIII – начале XIX в.

Составление и вручение визитных карточек культурно обусловлено; в некоторых странах – это церемония, но в данной статье мы затрагиваем лишь вопрос самого составления текстов визиток.

В эпоху интенсивных международных контактов деловые визитные карточки необходимо составлять на родном языке и на языке партнера, поэтому необходимо включить этот материал в программу межкультурного обучения бизнес-языку.

Как замечает Г. Монахов: *«деловая визитная карточка и есть документ. А раз это документ, то, во-первых, это определенный стандарт, а во-вторых, он должен содержать точные и достаточные сведения для того, чтобы информацию, содержащуюся в визитке, мы могли без сомнения в достоверности использовать и в деловом письме, и в проекте договора, и в других деловых бумагах»* [Г. Монахов <http>].

Каждая деловая визитная карточка содержит следующие культурно обусловленные элементы:

1. наименование фирмы,
2. имя, фамилия владельца карточки,
3. должность,
4. координаты для связи (адрес, телефон, факс, e-mail, Интернет-сайт).

Рассматривая визитки на русском языке, мы увидим такие типичные формы предпринимательской деятельности (и аббревиатуры) в России, как: акционерное общество (АО), общество с ограниченной ответственностью (ООО), открытое акционерное общество (ОАО), закрытое акционерное общество (ЗАО), товарищество. Составляя визитную карточку для партнера из Европы и англосаксонской культурной среды, а также партнера из США, следует помнить о некоторых различиях в наименовании этих фирм, которые представляем в Таблице № 1.

Таблица 1. Наименования форм предпринимательской деятельности

Россия	Великобритания и Европа	США
Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	Limited, Ltd.	Limited Liability Company, LLC
Закрытое акционерное общество (ЗАО)	Closed Joint-Stock Company	Corporation
Открытое акционерное общество (ОАО)	Open Joint-Stock Company	Corporation
Товарищество	Partnership	Partnership

Столь популярные в бизнес-русском аббревиатуры необходимо расшифровывать, так как они вызывают затруднения для иностранцев, особенно для представителей другой культурной среды.

Имя и отчество на визитках указываются в полном варианте, без инициалов. Что касается типичных для русской культуры отчеств есть два правила. Согласно первому – сохраняем отчество, как характерное для этой культуры, хотя оно вызывает проблемы для иностранца из другой культурной среды, а согласно второму – убираем отчество, оставляя только имя и фамилию.

Само написание русских имен собственных на иностранном языке (транслитерация) часто вызывает затруднение. Даже существующие общепринятые системы транслитерации не дают однозначного ответа. В настоящее время употребляются три варианта транслитерации: ISO 9-1995, Traveller's Yellow Pages (TYP) и Торгово-промышленной палаты РФ, которые представляем в таблице № 2.

Таблица 2. Транслитерация русского алфавита

	ISO	TYP	ТПП РФ		ISO	TYP	ТПП РФ		ISO	TYP	ТПП РФ		ISO	TYP	ТПП РФ
А	A	A	A	З	Z	Z	Z	П	P	P	P	Ч	Č	CH	CH
Б	B	B	B	И	I	I	I	Р	R	R	R	Ш	Š	SH	SH
В	V	V	V	Й	J	Y	I	С	S	S	S	Щ	S	SHCH	SCH
Г	G	G	G	К	K	K	K	Т	T	T	T	Ы	Y	Y	Y
Д	D	D	D	Л	L	L	L	У	U	U	U	Э	Ě	E	E
Е	E	E	E	М	M	M	M	Ф	F	F	F	Ю	Û	YU	JU
Ё	Ë	E	E	Н	N	N	N	Х	H	KH	KH	Я	Â	YA	YA
Ж	Ž	ZH	ZH	О	O	O	O	Ц	C	TS	TS				

Кроме того, существуют определенные образцы написания отдельных буквосочетаний:

Таблица 3. Транслитерация отдельных буквосочетаний

1. -ия	-ia	(в конце слова)	Лия	Lia
-ия	-ya	(в середине слова)	Сияние	Syanie
2. -ый	-y		Новый	Novy
-ий			Ленинский	Leninsky
3. -ья	-aya		Верхняя	Verkhnyaya
-ая			Ленинградская	Leningradskaya
4. -ья	-yaya		Выявление	Vyyavlenie
5. -кс	-x		Маркс	Marx
-Кс	-X		Ксения	Xenia
6. -ья	-ya		Татьяна	Tatyana
			Птичья	Ptichya
7. -ьи	-ii		Птичи	Ptichii
8. -ью	-ju	Третью	Tretju	
9. -ье	-ie	Аркадьев	Arkadiev	
		Аркадиев	Arkadiev	
10. -ль	-l	Исследовательский	Issledovatsky	
		Большой	Bolshoi	
		Петросян	Petrosian	

Следующий важный элемент - это должность владельца карточки. На русском языке только первое слово названия должности пишется с большой буквы, в то время, как на других языках (английский, немецкий, польский) – все его элементы.

Таблица 4. Названия должностей

<i>русский</i>	<i>английский</i>	<i>польский</i>
Президент	President	Prezes
Генеральный директор	General Director	Dyrektor Generalny
Заместитель (директора)	Deputy Director	Zastępca Dyrektora
Исполнительный директор	Chief Executive Officer (CEO)	Dyrektor Wykonawczy
	Executive Director	
Председатель	Chairman	Kierownik / Przewodniczący
Руководитель отдела	Head of Department	Kierownik Działu
Менеджер	Manager	Menadżer / Manager

Последний элемент, который оформляется по-разному в разных странах, это адрес. При написании адреса английскому/американскому партнеру можно взять за основу британский или американский вариант. Но существует одно общее правило: если по-русски мы идем от большого к малому (страна, город, улица и т.д.), то по-английски все наоборот: номер или название офиса, при необходимости этаж (и различия: Floor 2 - ам. вариант и 2nd floor - брит. вариант), номер дома, ули-

ца, город, область, индекс, страна. Необходимо помнить также, что иногда имеет смысл сохранять в английской транслитерации русские слова «улица, переулок, площадь» и т.д. как «ul., pereulok, ploschad», чтобы российская почта могла без труда найти фирму. Кстати, в англоязычных СМИ, выходящих в России, часто можно встретить названия типа «Moskovskaya oblast» и т.п.

Английские эквиваленты русских наименований пишутся следующим образом:

Таблица 5. Транслитерация адресных реквизитов

Наименование на русском языке	Транслитерация	Английский эквивалент
Улица (ул.)	Ulitsa	Street (St.)
Проезд (пр.)	Proezd	Way
Переулок (пер.)	Pereulok	Lane
Бульвар (б-р)	Bulvar	Boulevard (Blvd.)
Площадь (пл.)	Ploschad	Square (Sq.)
Набережная (наб.)	Naberezhnaya	Embankment
Проспект (пр-т)	Prospekt	Avenue (Ave)
Шоссе	Shosse	Highway (ам.) или Motorway (брит.)
Район	Rayon	District
Область	Oblast	Region
Край	Krai	Territory

Домашние телефоны на деловой визитке указывать необязательно, но и не запрещено. Есть профессии, которым без этого не обойтись (преподаватели, артисты, адвокаты и т.п.), а также тогда, когда деловой человек в силу тех или иных причин значительную часть времени работает дома и сам не возражает против контактов по домашнему адресу. На визитке можно также указать номер факса и данные электронной почты.

Составление деловых визитных карточек, это умение межкультурного характера. Обучая бизнес-языку, особенно в нерусской языковой среде, необходимо обращать внимание на те элементы, которые свойственны русской культуре. Правильное составление визитки, это один из залогов успеха в бизнесе вследствие межличностных контактов.

Обучение составлению бизнес-текстов должно проводиться параллельно на родном, русском и английском (как основном международном) языках. Поэтому курс русской корреспонденции должен сопровождаться курсом английской (или другой) корреспонденции. Только такая подготовка специалиста по языку бизнеса целесообразна в эпоху оживленной международной торговли и деловых контактов.

ЛИТЕРАТУРА

Монахов Г. Визитные карточки // http://wclub.org.ua/career/visiting_cards1.html

Визитная карточка и не только... Как это по-английски //

http://translation.language.ru/translation/business_card.php

Степанов С. Как сделать визитку не просто клочком бумаги //

http://www.visitki.com/visitki_works_1.shtml