

1.2 Иностранные языки

УДК 811.133.1

ФРАНКОФОНИЯ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Студ. Лаптенко А.К., преп. Колдуненко И.В.

Витебский государственный технологический университет

На сегодняшний день французский – один из самых популярных в мире объектов изучения среди иностранных языков. Число людей, способных свободно изъясняться на нем, достигает примерно 270 миллионов. При этом родным языком французский считают от 68 до 115 миллионов человек. Он входит в число шести рабочих языков ООН, а также является официальным языком большого числа международных организаций.

Термин «франкофония» был введен французским географом Онезимом Реклю в 1880 г. Франкофония является сообществом очень разнообразных народов, живущих на пяти континентах и объединенных французским языком. Термин «франкофония» означает предрасположенность людей говорить по-французски, а также совокупность народов, говорящих на французском языке. Людей, для которых французский язык является предпочтительным в общении, называют франкофонами.

Понятие франкофонии имеет два различных значения:

- франкофония (с маленькой буквы) – совокупность народов, которые используют французский язык в своей повседневной жизни или для общения;
- Франкофония (с большой буквы) – совокупность государств, стран или официальных инстанций, которые входят в Международную Организацию Франкофонии (OIF).

Говоря о франкофонии нужно различать страны, где французский является: государственным (единственным или не только) языком, страны; родным у большей части населения; языком культуры; используется некоторыми социальными классами населения.

В некоторых случаях, франкофония обязана своим существованием географическому фактору (таков случай Швейцарии, Люксембурга, Монако), в других случаях она связана с колониальным прошлым (страны Африки и Америки, такие как Алжир, Конго или Канада).

20 марта 1970 года в г. Ниамей (Нигер) было подписано соглашение о создании Межправительственного Агентства Франкофонии (AIF), являющегося на сегодняшний день основным институтом Международной Организации Франкофонии. Этот день и был выбран датой чествования французского языка – Международный день Франкофонии. Каждый год франкофоны пяти континентов отмечают это событие. Чествование этого дня ознаменовано проведением самых разнообразных культурных мероприятий, связанных с французским языком и организуемых в течение всего марта.

МОФ объединяет 77 государств: 57 членов и 20 наблюдателей, что составляет более 890 миллионов человек, четвертая часть которых говорит по-французски. Цель организации – популяризовать французский язык и культуру не только французского народа, но и всех остальных национальностей, использующих этот язык в повседневной жизни.

Помимо продвижения французского языка и франкоязычной культуры, в задачу МОФ входит защита демократических принципов общественного развития и принципов культурного многообразия.

Изучению и распространению французского языка также способствует проведение международных экзаменов: DELF (Diplôme d'Etudes en Langue Française) и DALF (Diplôme Approfondi de Langue Française).

Сильной стороной Франкофонии являются ее культурная составляющая, а также провозглашаемые ею общечеловеческие лозунги: сохранение национального достоинства народов, защита многообразия культур и языков и противостояние униформизации культур, борьба с любыми формами культурного и политического господства, диалог культур, гуманная глобализация.

УДК 811.111'25

СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Студ. Смык М.Ю., ст. преп. Сасновская А.В.

Витебский государственный технологический университет

Коммерческое предложение – это документ, который составляется с целью предложения потенциальному клиенту различных товаров и услуг.

Структура коммерческого предложения может быть построена таким образом:

1. Броский, интригующий или попадающий точно в рамки осознанных потребностей клиента заголовок.
2. Интересная, по возможности нестандартная формулировка сути коммерческого предложения во вводном абзаце.
3. Более подробное описание товара или услуги, их выгод для клиента, и доказательства того, что покупка принесет клиенту желаемое удовлетворение. Для усиления эффективности коммерческого предложения желательно его ведущую идею повторить в письме несколько раз, не менее 3-х, каждый раз сформулировав ее в иной форме.
4. Побуждение клиента к действию в конце письма. Не забывайте в конце письма напомнить о том, как можно получить дополнительную информацию, сделать заказ, включить купон заказа, если это возможно и т.д. Простое упоминание от координатах, по которым с вами можно связаться, электронный адрес, конверт с заполненным обратным адресом (как показывают исследования, наличие марки на конверте существенного влияния на процент отзывает не влияет) также увеличивают шансы положительного ответа.

Важную роль играет грамотный перевод коммерческих предложений на иностранный язык. Необходимо учитывать особенности лексики целевой аудитории. Например, адресаты, чья профессиональная деятельность связана с экономикой, обратили бы внимание на такие слова в тексте, как *budget* – бюджет, *marketing* – маркетинг, *target group* – целевая аудитория. Однако, перегрузка текста громоздкими и абстрактными терминами недопустима. Коммерческое предложение содержит характерные для делового стиля пассивные конструкции: *terms of payment are enclosed* – условия оплаты прилагаются, *to arrange the goods to be delivered* – организовать доставку товара. Употребление сослагательного и условного наклонений с целью снижения категоричности высказывания также является особенностью грамотного перевода коммерческого предложения на английский язык: *we would like you to be our distributor* – мы хотели бы, чтобы вы стали нашим агентом по продаже, *if you would kindly let us know* – если бы Вы были столь любезны сообщить нам.

Таким образом, грамотно составленное и интересное потенциальному покупателю коммерческое предложение, надлежащим образом переведенное на английский язык, во многом определяет успех продаж. При этом следует учитывать, что оно должно быть креативным, оригинальным и честным.