

12+

Кирилл Шатилов

ВЕСКИЙ
АНГЛИЙСКИЙ
СЛОВА, КОТОРЫЕ ВЕСЯТ

Кирилл Шатилов

Веский английский.

Слова, которые весят

<https://litres.ru/74503982>

ISBN 9785007129688

Аннотация

Ваши слова весят ровно столько, сколько вы им позволяете. Большинство курсов учат «правильным» фразам, но не учат управлять вниманием, тоном и статусом. Этот цикл — не про грамматику. Это про власть. Как заставить собеседника слышать вас, а не просто слушать. Как перестать быть «ещё одним менеджером» и начать звучать как человек, с которым считаются. Никаких «I think» и «Best regards». Только инструменты, которые работают.

Содержание

Вынужденное Предисловие	10
О чем молчат все курсы	10
Как устроен этот цикл	12
Кому это нужно и зачем	14
Как читать этот цикл	15
Честное обещание	16
Модуль 1. Фундамент: как устроена власть в языке	17
СТАТЬЯ 1.1. ЧЕТЫРЕ СЛОЯ УВЕРЕННОСТИ	17
Сцена из фильма, который мы все видели	17
Слой первый. Факт — абсолютный контроль	18
Слой второй. Убежденность — сильный контроль	19
Слой третий. Допущение с контролем — мягкий контроль	21
Слой четвертый. Субъективное мнение — зона запрета	23
Как это выглядит в одном диалоге (межотраслевой пример)	24
Упражнение для читателя	25
Секретный прием. Управление временем	27

глагола	
Итоговая шпаргалка	27
Челендж для тех, кто дочитал до конца	28
СТАТЬЯ 1.2. ВРЕМЕНА ГЛАГОЛОВ КАК ИНСТРУМЕНТ СТАТУСА	31
Сцена из фильма, который мы все видели	31
Группа Present. Сигналы настоящего	32
Present Simple — язык фактов и констант	32
Present Continuous — язык временности и неопределенности	33
Present Perfect — язык результата и завершенности	35
Present Perfect Continuous — язык длящегося результата	37
Группа Past. Сигналы прошлого	38
Past Simple — язык завершенных фактов	38
Past Continuous — язык незавершенных историй	40
Past Perfect — язык последовательности и причинности	41
Группа Future. Сигналы будущего	42
Going to — язык планов и намерений	43
Present Continuous for Future — язык договоренностей	44
Future Perfect — язык завершенных целей	45
Как это выглядит в реальной переписке	45

Упражнение для читателя	47
Челендж для тех, кто дочитал до конца	47
СТАТЬЯ 1.3. ПАССИВНЫЙ ЗАЛОГ —	50
ВАША БРОНЯ ИЛИ ТРУСОСТЬ?	
Сцена из фильма, который мы все видели	50
Почему пассивный залог вообще	51
существует в деловом английском	
Ситуация первая. Когда пассивный залог	52
— ваша броня	
Ситуация вторая. Когда пассивный залог —	54
смертельная опасность	
Как понять, какой залог выбрать. Три теста	58
Разбор реальных писем	59
Письмо первое. Проигравшее письмо от	59
поставщика	
Письмо первое. Выигравшая версия	60
Письмо второе. Проигравшее письмо от	61
руководителя	
Письмо второе. Выигравшая версия	61
Письмо третье. Сложный случай (выбор	62
залога в одном письме)	
Упражнение для читателя	63
Челендж для тех, кто дочитал до конца	64
Итоговая шпаргалка	66
Итог первого модуля	67
Модуль 2. Лексический костяк: как выбирать	68

СТАТЬЯ 2.1. СЕМЬ СУПЕР-ГЛАГОЛОВ	68
Сцена из фильма, который мы все видели	68
Первый хамелеон. GET — универсальный захватчик	69
Второй хамелеон. HAVE — владение и ответственность	72
Третий хамелеон. MAKE — создание и трансформация	75
Четвертый хамелеон. RUN — управление системами	77
Пятый хамелеон. DRIVE — движение и изменение	80
Шестой хамелеон. HOLD — удержание и владение пространством	83
Седьмой хамелеон. SET — установка правил и стандартов	85
Как это выглядит в реальном рабочем разговоре (межотраслевой пример)	88
Упражнение для читателя	88
Челендж для тех, кто дочитал до конца	90
СТАТЬЯ 2.2. КОЛЛОКАЦИИ	92
Сцена из фильма, который мы все видели	92
Что такое коллокации и почему они важны	93
Тип первый. Глагол + существительное (самый важный для бизнеса)	94

Группа MAKE — создание и трансформация	94
Группа DO — действия и процессы	95
Группа TAKE — получение и использование	96
Группа GIVE — предоставление и коммуникация	97
Тип второй. Прилагательное + существительное	98
Тип третий. Существительное + существительное (атрибутивные конструкции)	99
Тип четвертый. Глагол + предлог (фразовые глаголы и предлоговые конструкции)	100
Как коллокации экономят вам 50% времени	101
Как учить коллокации, а не отдельные слова	102
Разбор реального письма. Коллокации как маркер профессионализма	103
Упражнение для читателя	104
Челендж для тех, кто дочитал до конца	105
Супер-челендж	106
Итоговая шпаргалка	107
СТАТЬЯ 2.3. СМЕРТЬ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ	109

Сцена из фильма, который мы все видели	109
Почему «very good» и «very bad» убивают вашу речь	110
Конец ознакомительного фрагмента.	111

Веский английский Слова, которые весят

Кирилл Шатилов

© Кирилл Шатилов, 2026

ISBN 978-5-0071-2968-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вынужденное Предисловие

О чем молчат все курсы

Вы когда-нибудь замечали странную вещь? Вы учите английский годами, сдаете экзамены, знаете сотни слов для переговоров, но когда дело доходит до реального разговора с иностранным партнером или письма топ-менеджеру — вы звучите... как ученик. Вежливо, правильно, но безцветно¹.

Вас не воспринимают всерьез, хотя вы знаете предмет лучше собеседника.

Вам говорят «Ok, got it», но через день переспрашивают то же самое.

Ваши письма читают, но на них не отвечают с той же энергией, с какой вы их писали.

Проблема не в вашем словарном запасе. Проблема в том, что вас учили **лексике**, но не учили **тактике**.

Большинство курсов делового английского — это мертвый язык. Они учат фразам, которые никто из живых носителей в переговорной не говорит. «*I would appreciate it if you could kindly revert at your earliest convenience*» — это не дело-

¹ Это не опечатка. Я давно и сознательно не использую «бесов», придуманных большевиками.

вой английский. Это языковой труп, который кочует из одного учебника в другой.

Настоящий деловой английский — это не про «правильные слова». Это про **управление вниманием, тоном и дистанцией**. Это про то, чтобы заставить собеседника чувствовать вас так, как вы хотите, а не так, как случайно получилось.

Поэтому этот цикл статей — не просто очередной «деловой английский». «Деловой» — это про сферу применения. «Бизнес» — про контекст. А мы здесь говорим о другом: о **весе** ваших слов. О том, как сделать так, чтобы вас слышали, воспринимали и — главное — чтобы ваши слова влияли на решения.

Это не учебник. Это **инструментарий для тех, кто хочет, чтобы его слова весили**.

Как устроен этот цикл

Мы не будем учиться новым словам. Мы будем учиться по-новому использовать те слова, которые вы уже знаете. Мы не будем разбирать времена глаголов в отрыве от жизни — мы покажем, как выбор времени меняет ваш статус в глазах собеседника. Мы не будем давать списки фраз для презентаций — мы научим вас строить нарративы, в которые верят.

Каждая статья — это один инструмент. Один навык. Одна тактика, которую можно применить уже сегодня, прямо сейчас, в вашем следующем письме или звонке.

Мы будем двигаться по семи модулям, от фундамента к вершине.

Первый модуль — **основы управления тоном**. Мы разберем «Лестницу Контроля»: четыре уровня силы ваших утверждений. От безличного факта до стратегической глупости. Вы перестанете быть заложником собственной неуверенности и начнете выбирать, сколько веса вкладывать в каждое слово.

Второй модуль — **лексический костяк**. Мы покажем, как семь супер-глаголов покрывают 90% ваших рабочих действий, и как один и тот же глагол может сделать вас разнорабочим или капитаном корабля. Мы научимся распознавать коллокации, убивать прилагательные-паразиты и говорить о деньгах так, чтобы вас слушали.

Третий модуль — **устная речь**. Мы разберем, как строить выступление как историю, а не как набор слайдов. Как вести малый разговор, который приносит реальную пользу. Как перебивать, не обижая, и как говорить «нет» без скандала.

Четвертый модуль — **письменная речь**. Мы научимся писать письма, которые читают, а не просто открывают. Как отказать клиенту так, чтобы он сказал «спасибо». Как писать в мессенджерах, не теряя статуса. Как описывать цифры так, чтобы читатель видел историю, а не таблицу.

Пятый модуль — **переговоры**. Живой разговор с возражениями, торгом и эскалацией. Как нейтрализовать сомнения, как торговаться без потери лица и как фиксировать договоренности так, чтобы их нельзя было отменить.

Шестой модуль — **цифровой этикет и будущее**. Темы, которых нет в учебниках. Как использовать ChatGPT в деловой переписке, чтобы письма звучали живо. Как вести Zoom-встречи так, чтобы вас слушали даже на фоне детского крика. И как не попасть в ловушку автоматического перевода.

Седьмой модуль — **ваш личный сценарий**. Мы соберем все в единую систему и дадим пять готовых речевых каркасов для ваших ежедневных ролей: эксперт, лидер, партнер, клиент, критик. Вам останется только вставить свою терминологию.

Кому это нужно и зачем

Этот цикл для тех, кто устал чувствовать себя младшим, когда вы старший. Для тех, кто знает, что говорит дело, но язык делает его неубедительным. Для тех, кто хочет не просто общаться на английском, а управлять разговором.

Вы можете быть юристом, маркетологом, айтишником, финансистом, продактом, логистом, консультантом — не важно. Специфическая терминология у всех разная. Но механика власти, тона и статуса — одна и та же в любой индустрии. Именно этим мы и занимаемся.

Здесь не будет упражнений на подстановку слов и скучных диалогов для запоминания. Здесь будет только то, что работает. То, что превращает правильный, но безцветный английский в английский, который **впечатляет**. В английский, который имеет **вес**.

Как читать этот цикл

Вы можете читать статьи подряд — они выстроены в логическую последовательность. Но вы можете начать с любой, которая болит прямо сейчас. Каждая статья самодостаточна.

В конце каждой статьи вы найдете упражнение и челендж. Не пропускайте их. Это не «домашка» в школьном смысле. Это инструмент, который переводит знание из головы в мышцы. Прочитали — сделайте. Прямо в тот же день, в реальной рабочей ситуации.

И последнее. Этот цикл не про то, как говорить правильно. Он про то, как говорить эффективно. Иногда правильно и эффективно — одно и то же. Иногда — нет. Мы всегда выбираем эффективность.

Честное обещание

После этого цикла вы больше никогда не напишете письмо, которое не прочитают. Вы больше никогда не скажете «*I think*», когда нужно сказать «*I am convinced*». Вы больше никогда не назовете себя «*responsible for*», если можете сказать «*I run*».

Ваши слова обретут вес. Их будут слышать. Им будут верить. И вас начнут воспринимать так, как вы этого заслуживаете, — как профессионала, с которым считаются.

Вы перестанете быть переводчиком своих мыслей с русского на английский. Вы начнете **режиссировать** свою речь на английском так же естественно, как на родном языке.

Добро пожаловать в «**Веский английский**».

Поехали.

Модуль 1. Фундамент: как устроена власть в языке

СТАТЬЯ 1.1. ЧЕТЫРЕ СЛОЯ УВЕРЕННОСТИ КАК УПРАВЛЯТЬ СИЛОЙ СВОИХ СЛОВ

Сцена из фильма, который мы все видели

Менеджер спрашивает в Zoom: *«Ты успеешь сдать этот отчет к пятнице?»*

Вы отвечаете: *«I think I can finish it by Friday, but I'm not sure if the data from the finance team will be ready, so maybe we need to delay it a little bit, I guess?»*

В этот момент менеджер мысленно ставит на вас крест. Не потому, что вы плохой сотрудник, а потому что вы **звучите** как некомпетентный человек. В английском деловом мире паузы, слова-паразиты и постоянная рефлексия (*I think, maybe, I guess, perhaps*) убивают авторитет быстрее, чем фак-

тическая ошибка.

Обычные курсы скажут: «*Учите синонимы для I think: I believe, I suppose, I reckon*». Это бесполезно. Это как учить ругаться на разных языках, но не знать, когда бить.

Сегодня мы учимся **режиссуре тона**. В одной и той же ситуации можно звучать как жертва обстоятельств, равноправный партнер, жесткий диктатор или мудрый наставник. Выбирать будете вы. Английский язык дает для этого четыре технических слоя. Запомните их как «**Лестницу Контроля**».

Слой первый. Факт — абсолютный контроль

Это язык богов и машин. Здесь нет места человеку. Вы убираете «Я» полностью. Это делает утверждение неопровержимым, потому что оно существует само по себе.

Инструменты: безличные обороты + пассивный залог + настоящее простое время (Present Simple).

Как это звучит:

Пример 1. IT-сфера (сроки разработки):

Вместо «*I think we can deploy the update by Monday*» говорите «*The update is scheduled for Monday deployment*».

Пример 2. Финансы (отчетность):

Вместо «*I believe the numbers are correct*» говорите «*The numbers have been verified against the source data*».

Пример 3. Юриспруденция (договорные обязательства):

Вместо *«I think we need to include this clause»* говорите *«This clause is required for compliance with GDPR»*.

Пример 4. Маркетинг (результаты кампании):

Вместо *«I guess the campaign performed well»* говорите *«The campaign delivered a 15% conversion increase»*.

Пример 5. Логистика (поставки):

Вместо *«I think the shipment will arrive on time»* говорите *«The shipment is confirmed for delivery by Thursday EOD»*.

Эффект на собеседника: Он не может поспорить с вами лично. Он может спорить с фактами. Вы переводите разговор из плоскости *«Ты справишься?»* в плоскость *«Как устроен процесс?»*. Это ваша броня.

Когда включать этот слой: Когда вы докладываете цифры, подводите итоги или сообщаете плохие новости, которые не зависят от вашего мнения. *«The budget has been frozen»* звучит в десять раз страшнее и весомее, чем *«I think the budget is frozen»*. В первом случае вы — вестник реальности. Во втором — просто пугливый комментатор.

Слой второй. Убежденность — сильный контроль

Это уровень пророка. Вы не просто знаете, вы **верите** в это настолько сильно, что готовы ручаться. Здесь мы убира-

ем неуверенное «I think» и заменяем его на эпистемические маркеры высокой вероятности.

Инструменты: наречия уверенности (Evidently, Clearly, Obviously), модальные глаголы высокой силы (Must, Cannot), глаголы убежденности (I am convinced, I hold that).

Как это звучит:

Пример 1. IT-сфера (решение проблемы):

Вместо «*I think the bug is in the authentication module*» говорите «*Clearly, the authentication module is the root cause of the bug*».

Пример 2. Финансы (прогноз):

Вместо «*I suppose we'll see growth next quarter*» говорите «*Evidently, the market trends indicate a growth trajectory for Q3*».

Пример 3. Юриспруденция (интерпретация):

Вместо «*I think this contract is risky*» говорите «*I am convinced this contract exposes us to significant liability*».

Пример 4. Маркетинг (стратегия):

Вместо «*I believe we should target Gen Z*» говорите «*I am convinced that Gen Z is our primary audience based on engagement metrics*».

Пример 5. Логистика (оптимизация):

Вместо «*I think we can reduce costs by changing suppliers*» говорите «*Clearly, switching suppliers is the only viable cost-reduction strategy*».

Эффект на собеседника: Вы показываете, что *про-*анализировали ситуацию и сделали вывод. Вы берете на

себя ментальную ответственность. Обратите внимание на психологическую разницу: *Think* — это процесс сомнения, *Convinced* — это результат мышления. Когда вы говорите «*I am convinced*», вы не размышляете вслух, вы оглашаете вердикт.

Когда включать этот слой: В спорах, при защите своей стратегии, на презентациях перед стейкхолдерами. Это ваш голос эксперта. Если вы используете его слишком часто — вы рискуете прослыть заносчивым. Но если не используете никогда — вас никогда не воспримут всерьез.

Слой третий. Допущение с контролем — мягкий контроль

Самый элегантный слой. Это когда вы хотите предложить идею, но не хотите давить. Вы хотите, чтобы собеседник сам «додумался» до вашего вывода. Это метод Сократа на английском. Вы не утверждаете, вы **наводите**.

Обычные люди здесь говорят: «*I think we should redesign the homepage*» — скучно и давяще. Профессионал говорит: «*It strikes me that the bounce rate correlates with the old homepage layout*».

Инструменты: перцептивные глаголы (*It strikes me, It appears, It seems*), модальные глаголы средней силы (*Would, Could, Might*), условное наклонение.

Как это звучит:

Пример 1. IT-сфера (архитектурное решение):

Вместо *«I think we should migrate to the cloud»* говорите *«It seems that our on-premise infrastructure is reaching its capacity limits. Might I suggest exploring cloud options?»*

Пример 2. Финансы (инвестиционное решение):

Вместо *«I think we should invest in bonds»* говорите *«It strikes me that bonds are offering better risk-adjusted returns than equities at this moment»*.

Пример 3. Юриспруденция (формулировка):

Вместо *«I think we need to change this wording»* говорите *«It appears that the current wording could be interpreted in multiple ways. It would be prudent to clarify it»*.

Пример 4. Маркетинг (каналы продвижения):

Вместо *«I think we should use TikTok»* говорите *«It strikes me that our competitors are gaining traction on TikTok. Perhaps we could test it with a small budget?»*

Пример 5. Логистика (маршрутизация):

Вместо *«I think we should change the delivery route»* говорите *«It seems that the current route is causing delays. Would it make sense to reroute through the eastern corridor?»*

Эффект на собеседника: Вы выглядите не как начальник, который раздает указания, а как **мыслитель**, который замечает детали. Вы даете слушателю иллюзию, что вывод он сделал сам. Этот слой обязателен для переговоров с равными по статусу или с упрямыми клиентами, у которых аллергия на прямой приказ.

Слой четвертый. Субъективное мнение — зона запрета

Это мусорная зона. Сюда входят все ваши старые друзья:
I guess, I think, I suppose, perhaps, maybe, sort of, kind of.

Этот слой нужно использовать только в одном случае: когда вы сознательно понижаете свой статус, чтобы спровоцировать собеседника на агрессию или чтобы вытянуть из него информацию. Это называется «стратегическая глупость».

Как это звучит (только для манипуляции):

Пример 1. IT-сфера (вытягивание информации от разработчиков):

«I guess I just don't get why this module is taking so long. Perhaps you could walk me through the bottlenecks?»

Пример 2. Финансы (провокация партнера):

«Maybe I'm missing something, but I don't quite see the logic behind your valuation. Could you explain your assumptions?»

Пример 3. Юриспруденция (выявление позиции оппонента):

«I suppose you have a different interpretation of this clause. I wonder if you'd share your reasoning?»

Пример 4. Маркетинг (разведка):

«I'm not entirely sure why this campaign underperformed. Perhaps you have a perspective on what went wrong?»

Пример 5. Логистика (диагностика):

«I guess I don't fully understand why we're using this carrier. Maybe there's a reason I'm not aware of?»

Эффект на собеседника: Вы намеренно надеваете маску простака, чтобы заставить оппонента раскрыть все карты. Но по умолчанию — **удалите эти слова из своего активного словаря.** Они делают вас маленьким. Они съедают вашу зарплату. Они превращают эксперта в стажера.

Как это выглядит в одном диалоге (межотраслевой пример)

Представьте, что вы обсуждаете задержку поставки с логистом, а заодно и с финансовым директором, который волнуется о бюджете. Посмотрите, как один и тот же человек (вы) использует все три рабочих слоя в одной связке. Это не переключение личности — это грамотное управление диалогом.

Слой первый (факт) открывает разговор: *«The shipment hasn't cleared customs yet. The data shows a 48-hour backlog at the port.»* — констатация реальности, без паники, без эмоций. Вы просто ставите всех перед фактом.

Слой третий (допущение) предлагает гипотезу: *«It seems the weather in Rotterdam is causing the backlog. However, it also appears that alternative ports are available, though they might add to the cost.»* — вы не гадаете, вы анализируете. Звучит как экспертное мнение, а не как «может быть, а может и

нет». И вы мягко вводите фактор бюджета.

Слой второй (убежденность) закрывает вопрос и **включает финансиста**: «*I am convinced we need to preemptively inform the client about a possible 24-hour shift. Furthermore, I am convinced that the additional freight cost is justified to avoid a larger penalty from the client.*» — вот это уже лидерское решение, которое учитывает интересы логистики, клиента и финансов. Вы не спрашиваете разрешения, вы озвучиваете стратегию, которая снимает возражения всех сторон.

Упражнение для читателя

Откройте свой черновик или последнее отправленное письмо на работе. Найдите все предложения, где есть **I think** или **I believe**.

Теперь сделайте «режиссерскую замену» по следующему алгоритму в зависимости от индустрии.

Если вы айтишник и пишете коллеге-разработчику — перепишите предложение в **Слой третий** (It appears / It seems). Не говорите «*I think the API is down*» — скажите «*It appears the API is unresponsive. Could you check the logs?*» Вы не обвиняете, вы констатируете наблюдение.

Если вы финансист и пишете руководству — перепишите в **Слой второй** (I am convinced). Не пишите «*I think we need to diversify the portfolio*» — пишите «*I am convinced that*

portfolio diversification is essential based on the current volatility indices». Вы звучите как аналитик, а не как гадалка.

Если вы юрист и пишете клиенту — перепишите в **Слой первый** (пассивный залог и безличные обороты). Не пишите «*I think we should amend this clause*» — пишите «*This clause requires amendment to ensure compliance*». Ваше мнение не важно — важно требование закона.

Если вы маркетолог и пишете стейкхолдерам — перепишите в **Слой третий** (It strikes me). Не пишите «*I think we should shift to influencer marketing*» — пишите «*It strikes me that influencer marketing is gaining traction in our segment. Might I suggest a pilot campaign?*» Вы не навязываете, вы направляете мысль.

Если вы логист и пишете подчиненным — перепишите в **Слой первый** (чистый факт). Не пишите «*I think we need to reorganize the warehouse*» — пишите «*The warehouse layout is being reorganized to optimize picking routes*». Приказ уже отдан, и он не обсуждается.

Если вы пишете клиенту об ошибке — используйте **Слой первый** с пассивным залогом. Никогда не пишите «*I think I made a mistake*». Пишите «*The invoice was processed incorrectly*». В первом случае вы выглядите как ребенок, который пришел с повинной. Во втором — как ответственный партнер, который уже исправляет ситуацию.

Секретный прием.

Управление временем глагола

В деловом английском можно управлять уверенностью даже через времена глаголов, и об этом молчат 99% учебников.

Обратите внимание на разницу между «*I am feeling that this is wrong*» (Present Continuous) и «*I feel this is wrong*» (Present Simple). Первое звучит как временное состояние — вы слабы, это пройдет. Второе звучит как ваше кредо — вы жесткий, такова ваша позиция, и она постоянна.

Если вы хотите смягчить отказ, используйте **Past Continuous**. Это так называемое «вежливое прошлое». «*I was thinking we might delay the meeting*» звучит как «Я думал об этом раньше, но не настаиваю, выбор за тобой». Собеседник не чувствует давления.

Если вы хотите продемонстрировать итоговый вердикт и закрыть обсуждение — используйте **Present Perfect**. «*I have thought about it, and we proceed*» означает, что размышления завершены, решение принято, возврата нет.

Итоговая шпаргалка

Если ваша цель — сообщить жесткий факт, используйте пассивный залог и безличные обороты. «*The decision has been*

made» звучит как приговор, от которого не отмахнуться.

Если ваша цель — показать экспертность, используйте наречия типа *Clearly* и модальный глагол *Must*. «*Clearly, this is the bottleneck*» звучит как диагноз от профессионала.

Если ваша цель — предложить идею без давления, используйте конструкции *It strikes me* и *It would seem*. «*It would seem we have an option here*» звучит как приглашение к разговору, а не как ультиматум.

Если ваша цель — сознательно прикинуться дураком, чтобы выманить информацию, используйте *I guess* и *I wonder*. «*I wonder if you have a better plan?*» звучит не как слабость, а как хитрость, если вы делаете это осознанно.

Если ваша цель — закрыть вопрос раз и навсегда, используйте *Present Perfect* в связке с *I am convinced*. «*I am convinced we have covered everything*» — это точка в конце разговора.

Челендж для тех, кто дочитал до конца

Возьмите самую банальную рабочую фразу, актуальную для вашей индустрии. Если вы айтишник, пусть это будет «*Я думаю, нам нужно обновить сервер*». Если вы финансист — «*Я думаю, нам нужно пересмотреть бюджет*». Если вы юрист — «*Я думаю, нам нужно изменить формулировку*». Если маркетолог — «*Я думаю, нам нужно запустить новую кампанию*». Если логист — «*Я думаю, нам нужно сменить поставщика*».

Переведите эту фразу на английский **четырьмя разными способами**, используя каждый из четырех слоев.

Слой первый (факт): «*The server requires an update.*» / «*The budget requires revision.*» Сухо, фактологично, без вашего мнения.

Слой второй (убежденность): «*I am convinced that a server update is critical.*» / «*I am convinced the budget needs revision.*» Вы ставите свою репутацию на карту.

Слой третий (допущение): «*It appears that the server is underperforming. Perhaps an update would resolve the issue?*» / «*It seems the budget could be optimized. Might I suggest a review?*» Вы направляете мысль собеседника, не давая.

Слой четвертый (манипуляция): «*I guess I don't fully understand why we haven't updated the server yet. Perhaps there's a reason I'm missing?*» / «*Maybe I'm missing something, but I don't quite see why the budget hasn't been revised.*» Вы провоцируете собеседника на оправдания, чтобы понять его логику.

Теперь почувствуйте, как меняется воздух в комнате от одной и той же мысли, выраженной по-разному. Одна фраза — четыре разных впечатления о вас. Какое впечатление вы хотите производить в следующей встрече?

Отныне «*I think*» — это не нейтральная фраза. Это выбор, который либо возвышает вас, либо топит. И вы теперь знаете, как им управлять.

В следующей статье мы разберем, как управлять действием. Но сначала — потренируйтесь с лестницей контроля.

Она того стоит.

СТАТЬЯ 1.2. ВРЕМЕНА ГЛАГОЛОВ КАК ИНСТРУМЕНТ СТАТУСА ПОЧЕМУ PRESENT CONTINUOUS ДЕЛАЕТ ВАС СЛАБЫМ, А PRESENT PERFECT — РЕШАЮЩИМ

Сцена из фильма, который мы все видели

Вы пишете руководителю: *«I am working on the report. I am trying to finish it by Friday. I am thinking about the best way to present the data.»*

Руководитель читает и чувствует смутное беспокойство. Вроде бы все правильно, но вы звучите... неуверенно. Как будто вы оправдываетесь. Как будто процесс важнее результата.

Теперь представьте, что вы пишете: *«I have the report under control. I will deliver it by Friday. I have considered several presentation options and will recommend the best one.»*

Руководитель выдыхает. Вы звучите как человек, который знает, что делает. Разница — не в словах. Разница — во **временах глаголов**.

Обычные курсы скажут: «*Present Continuous* используем для действий в процессе, *Present Perfect* — для завершённых действий с результатом в настоящем». Это правда. Но это скучная правда, которая не объясняет главного: **каждое время в деловом английском посылает собеседнику сигнал о вашем статусе.**

Сегодня мы учимся **управлять восприятием через времена**. Мы разберем все основные времена, но не как грамматические конструкции, а как **инструменты позиционирования**.

Группа Present. Сигналы настоящего

Present Simple — язык фактов и констант

Сигнал статуса: Высокий. Вы говорите о реальности, которая не обсуждается.

Когда использовать: Для фактов, постоянных процессов, регулярных действий, общеизвестных истин.

Ключевой эффект: Вы убираете субъективность. Это не ваше мнение — так работает мир.

Примеры из разных контекстов:

Письмо руководству (отчет):

«*The system generates 10,000 transactions per day.*» — факт. Не «*is generating*» (временный процесс), а «*generates*» (постоянная характеристика). Вы звучите как человек, который знает систему, а не как тот, кто сейчас в нее смотрит.

Разговор с коллегой (расписание):

«*The meeting takes place every Monday at 10 AM.*» — факт. Не «*is taking place*» (в этот раз), а «*takes place*» (регулярность). Вы показываете, что владеете структурой, а не просто текущей ситуацией.

Переговоры (условия):

«*Our standard terms require 30-day payment.*» — факт. Вы не обсуждаете, вы констатируете. Это дает вам позицию силы.

Электронное письмо клиенту (процедура):

«*We process all orders within 48 hours of receipt.*» — факт. Клиент чувствует стабильность, а не то, что вы сейчас «пытаетесь» что-то сделать.

Совещание с командой (роли):

«*Anna handles the technical side; I handle the client relations.*» — факт. Вы не договариваетесь сейчас, вы описываете структуру.

Present Continuous — язык временности и неопределенности

Сигнал статуса: Низкий. Вы звучите как человек, кото-

рый находится в процессе, а не как тот, кто контролирует ситуацию.

Когда использовать: Только когда вы действительно хотите показать, что действие временное, незавершенное или что вы находитесь в состоянии неопределенности. В деловой речи — редко.

Ключевой эффект: Вы показываете неуверенность, процессуальность, отсутствие контроля.

Почему это делает вас слабым:

Сравните две фразы в письме руководителю:

«I am working on the budget.» — вы в процессе. Руководитель не знает, когда это закончится. Вы не даете точки опоры.

«I have the budget.» (Present Simple — факт владения) — вы показываете, что бюджет в вашей зоне контроля. Точка.

«I am thinking about the proposal.» — вы размышляете. Это процесс без результата.

«I have considered the proposal.» (Present Perfect — завершенное действие с результатом) — вы уже подумали и готовы к решению.

Когда Present Continuous все-таки нужен (и полезен):

Ситуация 1. Вы действительно заняты прямо сейчас и не можете ответить мгновенно:

«I am in a meeting right now. I will get back to you in an hour.» — честно и уместно.

Ситуация 2. Вы описываете временный проект:

«*We are currently running a pilot program in three regions.*» — вы показываете, что это эксперимент, а не постоянный процесс.

Ситуация 3. Вы сообщаете о динамике:

«*The situation is changing rapidly, so we need to stay flexible.*» — вы описываете реальность, а не свою неуверенность.

Опасная зона (никогда не используйте Present Continuous в этих контекстах):

Не говорите «*I am believing that this is the right approach*» — *believe* не используется в Continuous, это грубая ошибка. Но даже в допустимых случаях: «*I am thinking we should change the supplier*» звучит как сомнение. «*I think we should change the supplier*» (Present Simple) звучит как мнение.

Не говорите «*I am having the report*» — *have* в значении владения не используется в Continuous. Только «*I have the report*».

Не говорите «*We are needing more resources*» — звучит как временная потребность, которая может исчезнуть. «*We need more resources*» (Present Simple) звучит как постоянная нехватка, которую надо решать.

Present Perfect — язык результата и завершенности

Сигнал статуса: Очень высокий. Вы показываете, что действие завершено, результат есть, и вы готовы к следующему

щему шагу.

Когда использовать: Для завершенных действий, которые имеют результат в настоящем. Для действий, совершенных в неопределенное время в прошлом. Для опыта и достижений.

Ключевой эффект: Вы звучите как человек, который закрывает вопросы, а не создает новые.

Примеры из разных контекстов:

Письмо руководству (отчет):

«I have reviewed the quarterly numbers and have identified three areas for improvement.» — вы уже сделали работу. Вы не *«am reviewing»* (в процессе), вы закончили и готовы предлагать.

Разговор с коллегой (обсуждение):

«We have discussed this issue multiple times. Now we need to act.» — вы показываете, что дискуссия завершена. Дальше только решения. Точка.

Переговоры (подведение итогов):

«We have agreed on the price. Now we need to finalize the delivery terms.» — вы фиксируете договоренности. Часть работы сделана.

Электронное письмо клиенту (обновление статуса):

«We have processed your order, and it has been shipped.» — клиент чувствует прогресс. Вы не *«are processing»* (все еще в процессе), вы уже сделали.

Совещание с командой (итоги):

«*We have achieved our Q3 targets ahead of schedule.*» — вы сообщаете о завершенном успехе. Это достижение, а не процесс.

Особый случай: Present Perfect для демонстрации опыта

Когда вы говорите о своем опыте, используйте Present Perfect, чтобы показать, что у вас есть **накопленный багаж**.

«*I have managed projects of this scale before.*» — вы опытный.

«*I have worked with similar clients.*» — у вас есть референции.

«*I have seen this approach fail in other companies.*» — вы предупреждаете на основе опыта.

Present Perfect Continuous — язык длящегося результата

Сигнал статуса: Средний. Вы показываете, что действие началось в прошлом, длилось и **все еще имеет значение** в настоящем.

Когда использовать: Когда важно подчеркнуть **длительность** действия и его продолжение. В деловом контексте — реже, чем Present Perfect, но иногда необходимо.

Ключевой эффект: Вы показываете **инвестицию времени**, что может быть сигналом серьезности.

Примеры:

«*We have been working on this project for six months.*» — вы показываете, что проект не возник вчера. Это серьезное усилие.

«*I have been negotiating with the supplier for three weeks.*» — вы показываете, что это длительный процесс, и вы вложили в него время.

«*The team has been running tests on the new system since Monday.*» — вы показываете, что проверка идет уже несколько дней, это не поверхностная оценка.

Опасность: Не злоупотребляйте. Если вы слишком часто используете Present Perfect Continuous, вы рискуете звучать как человек, который **только и делает, что пытается**, но так и не достигает результата. Сравните:

«*I have been trying to fix this bug for two days.*» — вы в процессе. Это хорошо, если вы отчитываетесь о затраченном времени. Но если вы хотите показать результат, используйте Present Perfect: «*I have fixed the bug.*»

Группа Past. Сигналы прошлого

Past Simple — язык завершенных фактов

Сигнал статуса: Нейтральный. Вы просто констатируете, что произошло в прошлом. Это не несет ни силы, ни сла-

бости — только фактологию.

Когда использовать: Для завершённых действий в прошлом с конкретным временем или без него, но когда результат уже не имеет значения для настоящего.

Ключевой эффект: Вы звучите объективно, без эмоций.

Примеры:

«*We launched the product in March.*» — факт. Без оценки.

«*The client approved the budget last week.*» — факт.

«*I sent the proposal yesterday.*» — факт.

Особый случай: Past Simple в вежливых формах

В деловом английском Past Simple может использоваться для **смягчения** просьб и предложений. Это так называемое «вежливое прошлое».

«*I wanted to ask if you have a moment to discuss the project.*» — звучит мягче, чем «*I want to ask...*»

«*I thought we might consider an alternative approach.*» — звучит как размышление, а не как давление.

«*I wondered if you could review the document.*» — звучит вежливее, чем «*I wonder if you could...*»

Золотое правило вежливого прошлого: Используйте его, когда хотите показать уважение к собеседнику и не выглядеть требовательным. Но не злоупотребляйте — слишком много вежливости тоже снижает статус.

Past Continuous — язык незавершенных историй

Сигнал статуса: Низкий. Вы звучите как человек, который описывает ситуацию в процессе, без четкого завершения.

Когда использовать: Для действий в прошлом, которые длились и были прерваны. В деловом контексте — редко.

Ключевой эффект: Вы показываете процесс, но не результат.

Примеры:

«*I was working on the report when the client called.*» — вы описываете сцену. Это хорошо для нарратива, но плохо для статуса.

«*The team was trying to meet the deadline, but we faced unexpected issues.*» — вы объясняете, почему не успели. Это звучит как оправдание.

Когда это может быть полезно: Если вы рассказываете историю или объясняете контекст принятия решения.

«*When the CEO called, we were already implementing the new process.*» — вы показываете, что изменения начались до звонка CEO. Это демонстрирует проактивность.

Past Perfect — язык последовательности и причинности

Сигнал статуса: Высокий. Вы показываете, что понимаете хронологию событий и можете объяснить, что чему предшествовало.

Когда использовать: Для действий, которые произошли **до** другого действия в прошлом. Когда важна последовательность.

Ключевой эффект: Вы показываете аналитическое мышление и способность выстраивать причинно-следственные связи.

Примеры:

«*We had already signed the contract before the new regulations were introduced.*» — вы показываете, что подписали контракт до того, как регуляции изменились. Это важный юридический факт.

«*I had reviewed the proposal before the meeting, so I was prepared for the questions.*» — вы показываете подготовку.

«*The client had approved the budget, so we proceeded with the next phase.*» — вы показываете логику.

Особый случай: Past Perfect в отчетах

В отчетах и анализах Past Perfect помогает показать, как развивалась ситуация.

«*By the time we identified the issue, the system had already*

processed 5,000 transactions.» — вы показываете масштаб проблемы.

«The team had completed the pilot before the competitor launched their product.» — вы показываете преимущество во времени.

Группа Future. Сигналы будущего Will — язык обещаний и решений

Сигнал статуса: Высокий. Вы принимаете решение сейчас. Вы берете на себя обязательство.

Когда использовать: Для спонтанных решений, обещаний, предсказаний, предложений.

Ключевой эффект: Вы звучите решительно. Вы — человек, который принимает решения на месте.

Примеры:

«I will handle the client call.» — вы берете на себя. Сейчас. Немедленно.

«We will deliver the project by Friday.» — обещание. Конкретное.

«I will find a solution.» — обязательство. Вы не говорите *«I am going to try»* — вы говорите *«will»*.

Опасность: Не используйте *will* для планов, которые могут измениться. Это подрывает доверие.

Going to — язык планов и намерений

Сигнал статуса: Средний. Вы показываете, что у вас есть план, но он еще не окончательный.

Когда использовать: Для запланированных действий. Для намерений.

Ключевой эффект: Вы звучите организованно, но без излишней жесткости.

Примеры:

«*We are going to launch the new product in Q4.*» — план. Еще не факт, но уже решили.

«*I am going to present the findings at the next meeting.*» — запланированное действие.

Разница между Will и Going to в деловом контексте:

«*I will call the client.*» — вы принимаете решение сейчас. Это спонтанно, но решительно.

«*I am going to call the client.*» — вы уже планировали это. Это организованно, но менее волевое.

Когда использовать Going to для демонстрации профессионализма:

Когда вы хотите показать, что вы все продумали заранее, а не действуете импульсивно.

«*I am going to review the numbers and then get back to you with a recommendation.*» — звучит как продуманный план действий.

Present Continuous for Future

— язык договоренностей

Сигнал статуса: Высокий. Вы сообщаете о том, что **уже согласовано**. Это не планы — это факты будущего.

Когда использовать: Для договоренностей, встреч, расписаний.

Ключевой эффект: Вы звучите как человек, который работает в системе, а не как тот, кто договаривается на ходу.

Примеры:

«*We are meeting with the client on Thursday.*» — это уже согласовано. Не «*will meet*» (решение сейчас), а «*are meeting*» (факт расписания).

«*I am presenting the report at 3 PM.*» — это в календаре. Это факт.

Разница между Will, Going to и Present Continuous для будущего:

«*I will call the client tomorrow.*» — я решил сейчас.

«*I am going to call the client tomorrow.*» — я планировал это.

«*I am calling the client tomorrow at 10 AM.*» — это уже в календаре. Это самый сильный сигнал — вы часть системы.

Future Perfect — язык завершенных целей

Сигнал статуса: Очень высокий. Вы показываете, что к определенному моменту в будущем все будет сделано. Это взгляд назад из будущего.

Когда использовать: Для целей, которые должны быть завершены к конкретному сроку.

Ключевой эффект: Вы звучите как стратег, который видит финишную черту.

Примеры:

«*We will have completed the rollout by the end of Q2.*» — вы видите точку завершения.

«*I will have reviewed all proposals by Friday.*» — вы даете четкий дедлайн и показываете, что результат будет.

«*By the time the client arrives, we will have prepared everything.*» — вы показываете подготовку заранее.

Как это выглядит в реальной переписке

Теперь соберем все времена в один email, чтобы показать, как они работают вместе.

Плохой email (слабый статус):

«*I am working on the report. I am thinking about the best way to present the data. I am trying to finish by Friday. I am hoping the*

client will approve it. I am going to send it to you when I am done.»

Что здесь не так:

— Слишком много Present Continuous — вы звучите как человек, который находится в процессе без контроля.

— Нет завершенных действий — вы не показываете результаты.

— Нет четких обязательств — только попытки и надежды.

Хороший email (сильный статус):

«I have reviewed the quarterly data and have identified three key trends. I have prepared a presentation that highlights these trends and will share it with you by Thursday EOD. I will present the findings to the client on Friday, as we agreed. By the end of next week, we will have a clear roadmap for Q4.»

Что здесь работает:

— «*I have reviewed*» (Present Perfect) — вы уже сделали работу.

— «*I have prepared*» (Present Perfect) — результат есть.

— «*will share*» (Will) — обещание.

— «*we agreed*» (Past Simple) — факт договоренности.

— «*will have*» (Future Perfect) — вы видите будущий результат.

Вы звучите как человек, который контролирует ситуацию, имеет результаты, держит слово и видит перспективу.

Упражнение для читателя

Откройте свое последнее рабочее письмо на английском. Просмотрите его и ответьте себе на вопросы.

Вопрос первый: Сколько раз вы использовали Present Continuous (*I am working, I am thinking, I am trying, I am hoping*)? Если больше двух раз — вы звучите слабо. Замените их на Present Perfect или Present Simple там, где это уместно.

Вопрос второй: Есть ли в письме завершенные действия, описанные в Present Perfect (*I have reviewed, I have considered, I have prepared*)? Если нет — вы звучите как человек, который все еще в процессе. Добавьте их.

Вопрос третий: Есть ли в письме четкие обязательства через *will*? Если нет — вы звучите нерешительно. Добавьте конкретные обещания.

Вопрос четвертый: Есть ли в письме договоренности, описанные через Present Continuous для будущего (*We are meeting, we are presenting*)? Если нет — вы не показываете систему. Добавьте их.

Теперь перепишите письмо с учетом ответов на эти вопросы. Сравните две версии. Почувствуйте разницу.

Челендж для тех, кто дочитал до конца

Возьмите любую рабочую ситуацию, которая у вас сейчас

в процессе. Напишите **четыре разных email** одному и тому же человеку (например, руководителю) на одну и ту же тему, но с использованием разных времен.

Тема: «Отчет по проекту».

Вариант первый (слабый — много Continuous):

«I am working on the project report. I am analyzing the data. I am trying to finish by Friday. I am hoping it will meet your expectations.»

Вариант второй (нейтральный — Past Simple и Future):

«I started working on the project report. I analyzed the data yesterday. I will finish by Friday. I hope it will meet your expectations.»

Вариант третий (сильный — Present Perfect и Will):

«I have started working on the project report. I have analyzed the data and have identified the key findings. I will finish by Friday and will present it to you on Monday.»

Вариант четвертый (очень сильный — Present Perfect, Will, Future Perfect):

«I have completed the data analysis for the project report and have identified the key findings. I will finish the full report by Friday and will present it to you on Monday. By the end of next week, we will have a final version ready for the client.»

Теперь представьте, что руководитель получает каждый из этих четырех email. Какое впечатление о вас сложится в каждом случае? В первом вы — старательный, но неуверен-

ный. Во втором — организованный, но без блеска. В третьем — решительный и компетентный. В четвертом — стратег, который видит не только текущую задачу, но и следующий шаг.

Одна ситуация, четыре разных статуса. Какой вы выбираете для себя?

Отныне выбор времени глагола — это не грамматика. Это выбор вашего статуса в глазах собеседника.

В следующей статье мы разберем **пассивный залог**. Научимся прятаться за ним, когда это выгодно, и избегать его, когда он делает вас слабым. Но сначала — потренируйтесь с временами. Они определяют, как вас воспринимают.

СТАТЬЯ 1.3. ПАССИВНЫЙ ЗАЛОГ — ВАША БРОНЯ ИЛИ ТРУСОСТЬ? КОГДА ПРЯТАТЬСЯ ЗА ПАССИВОМ ВЫГОДНО, А КОГДА СМЕРТЕЛЬНО ОПАСНО

Сцена из фильма, который мы все видели

Вы получаете письмо от поставщика: *«The shipment was delayed due to unforeseen circumstances. The documents were misplaced during the transfer. The issue is being investigated.»*

Вы читаете и чувствуете раздражение. Вас не волнует, что там случилось. Вас волнует, **кто** это сделал и **кто** за это ответит. А письмо молчит. Оно прячется за пассивным залогом, как ребенок за спиной мамы.

Теперь представьте, что вы получили другое письмо: *«We delayed the shipment because we misrouted the documents. We are investigating the issue and will resolve it today.»*

Вы выдыхаете. Да, они ошиблись. Но они взяли ответственность на себя. Они звучат как взрослые люди.

Обычные курсы скажут: *«Пассивный залог используем, ко-*

гда исполнитель не важен или неизвестен». Это правда. Но это поверхностная правда. В деловом мире выбор между активом и пассивом — это **выбор между ответственностью и уклонением**.

Сегодня мы учимся **осознанно выбирать залог** в зависимости от того, хотим ли мы взять на себя ответственность, переложить её или скрыть исполнителя. Мы разберем реальные письма, которые выиграли или проиграли из-за одного единственного выбора — актив или пассив.

Почему пассивный залог вообще существует в деловом английском

Пассивный залог (*The report was prepared by the team* вместо *The team prepared the report*) решает три задачи.

Задача первая: Фокус на объекте, а не на субъекте. Вам не важно, кто сделал. Важен результат. Это полезно в отчетах, технической документации, протоколах.

Задача вторая: Скрытие исполнителя. Вы не хотите называть имя, когда результат плохой. Или вы не знаете, кто это сделал.

Задача третья: Создание официального, безличного тона. Это полезно в юридических документах, регламентах, формальных уведомлениях.

Но проблема в том, что большинство людей используют пассивный залог **по умолчанию**, думая, что это звучит «бо-

лее профессионально». Это ошибка. В большинстве деловых ситуаций пассивный залог звучит как **уклонение от ответственности**.

Ситуация первая. Когда пассивный залог — ваша броня

Ситуация 1.1. Вы сообщаете плохую новость, где не хотите указывать виноватого

Это классика. Если вы не знаете, кто конкретно ошибся, или если вы не хотите публично называть имя, пассивный залог спасает вас от конфликта.

Пример (IT, письмо команде):

Вместо: «*Sergey accidentally deleted the production database.*» (вы называете имя — это публичное унижение)

Используйте: «*The production database was accidentally deleted.*»

Эффект: Вы сообщаете о проблеме, но не создаете конфликт внутри команды. Все знают, что нужно исправлять, а не искать виноватого.

Ситуация 1.2. Вы сообщаете факт, где исполнитель действительно не важен

В отчетах и технической документации часто важно только то, что произошло, а не кто это сделал.

Пример (финансы, письмо руководству):

Вместо: «*The accounting team reconciled the accounts.*» (за-

чем руководству знать, кто именно?)

Используйте: «*The accounts have been reconciled.*»

Эффект: Вы говорите о результате. Руководству не нужно знать, кто держал калькулятор.

Ситуация 1.3. Вы описываете процедуру или регламент

Когда вы описываете стандартный процесс, активный залог звучит странно, потому что исполнитель — любой человек, следующий инструкции.

Пример (юриспруденция, письмо клиенту):

Вместо: «*We sign all contracts in duplicate.*» (звучит как описание привычки, а не процедуры)

Используйте: «*All contracts are signed in duplicate.*»

Эффект: Это звучит как установленный порядок, а не как предпочтение конкретного человека.

Ситуация 1.4. Вы создаете официальный, формальный тон

В некоторых ситуациях излишняя человечность неуместна. Например, в юридических уведомлениях, официальных предупреждениях.

Пример (юриспруденция, официальное уведомление):

Вместо: «*We terminate your contract because you didn't pay.*» (слишком лично, звучит агрессивно)

Используйте: «*Your contract is terminated due to non-payment.*»

Эффект: Это звучит как факт, а не как личное решение. Это защищает вас от обвинений в предвзятости.

Ситуация 1.5. Вы сообщаете о достижениях, где командная работа важнее отдельных имен

Когда вы хотите подчеркнуть результат, а не то, кто его добился.

Пример (маркетинг, письмо стейкхолдерам):

Вместо: «*Our team increased brand awareness by 25%.*» (хорошо, но звучит как хвастовство)

Используйте: «*Brand awareness was increased by 25% over the last quarter.*»

Эффект: Вы сообщаете о достижении, но без лишнего эго. Это выглядит профессионально.

Ситуация вторая. Когда пассивный залог — смертельная опасность

Ситуация 2.1. Вы признаете ошибку

Это самый частый и самый опасный случай. Когда вы ошиблись, активный залог — ваш лучший друг. Пассивный — ваш враг.

Реальное письмо, которое проиграло (логистика):

«*The shipment was delayed due to a miscommunication. The incorrect address was entered into the system. The issue is being resolved.*»

Что чувствует клиент? Раздражение. Кто ошибся? Непо-

нятно. Кто отвечает? Непонятно. Когда это исправят? «Being resolved» — звучит как процесс без финиша.

Это же письмо, переписанное правильно (активный залог):

«We delayed your shipment because we entered the wrong address. We are resolving the issue right now and will deliver it by tomorrow. We apologize for the error.»

Что чувствует клиент? Спокойствие. Они признали ошибку. Они знают, что случилось. У них есть план. Они извинились. Вы можете злиться, но вы им доверяете.

Золотое правило: Если вы признаете ошибку, всегда используйте активный залог. Это называется «взять ответственность».

Ситуация 2.2. Вы даете обещание или обязательство

Когда вы обещаете что-то сделать, пассивный залог убивает ваше обещание. Потому что обещание — это акт воли. А воля принадлежит конкретному человеку.

Реальное письмо, которое проиграло (IT):

«The bug will be fixed by Friday.»

Что чувствует заказчик? Он не знает, кто будет фиксить. Может быть, это сделает стажер. Может быть, вообще никто. Обещание звучит обезличенно.

Это же письмо, переписанное правильно:

«We will fix the bug by Friday.»

Что чувствует заказчик? Конкретные люди взяли на себя

обязательство. Они сказали «we» — это команда. Им можно верить.

Ситуация 2.3. Вы сообщаете о своем действии или решении

Когда вы принимаете решение, важно показать, что это сделали именно вы. Пассивный залог скрывает субъекта решения, и вы выглядите как человек, который просто передает информацию.

Реальное письмо, которое проиграло (финансы):

«The budget for Q4 has been reduced by 10%.»

Что чувствует команда? Кто-то где-то что-то сделал. Но кто? Может быть, это случайность. Может быть, это не окончательно.

Это же письмо, переписанное правильно:

«We have reduced the Q4 budget by 10%.»

Что чувствует команда? Руководство приняло решение. Это окончательно. Обсуждать нечего. Есть конкретный субъект, к которому можно обратиться с вопросами.

Ситуация 2.4. Вы хвалите себя или свою команду

Когда вы сообщаете о своих достижениях, пассивный залог крадет у вас заслуги. Вы выглядите скромным, но в бизнесе чрезмерная скромность — это слабость.

Реальное письмо, которое проиграло (маркетинг):

«The campaign was successfully executed, and the targets were met.»

Что чувствует руководство? Молодцы... но кто именно?

Может быть, это само собой получилось.

Это же письмо, переписанное правильно:

«We successfully executed the campaign and met all targets.»

Что чувствует руководство? Команда сработала. Конкретные люди приложили усилия и добились результата. Это достижение, а не случайность.

Ситуация 2.5. Вы критикуете или даете негативную обратную связь

Когда вы критикуете, пассивный залог звучит как пассивная агрессия. Вы говорите о проблеме, но не указываете, кто её создал. Это вызывает раздражение.

Реальное письмо, которое проиграло (менеджмент):

«The deadlines were missed, and the quality standards were not met.»

Что чувствует команда? Кто-то где-то что-то не сделал. Но кто? Может быть, это про нас, а может быть, про других. Мы не знаем, поэтому мы не чувствуем ответственности.

Это же письмо, переписанное правильно:

«We missed the deadlines and did not meet the quality standards. Let's discuss what went wrong and how to fix it.»

Что чувствует команда? Нас объединили с проблемой. Мы — команда, и мы вместе ошиблись. Теперь мы вместе будем исправлять. Нет обвинений, есть совместное решение проблемы.

Как понять, какой залог выбрать. Три теста

Тест первый. Тест на субъекта

Задайте себе вопрос: «**Мне важно, кто это сделал?**»

Если да — используйте активный залог. Если нет — пассивный.

Пример:

— «*The contract was signed.*» (Важно только то, что подписан. Кто — не важно.)

— «*We signed the contract.*» (Важно, что именно мы, а не кто-то другой.)

Тест второй. Тест на ответственность

Задайте себе вопрос: «**Это хорошая новость или плохая?**»

Если хорошая — активный залог (возьмите заслугу). Если плохая и вы виноваты — активный залог (возьмите ответственность). Если плохая и вы не виноваты — пассивный залог (защитите себя).

Пример:

— Хорошая новость: «*We increased revenue by 20%.*» (актив — заслуга ваша)

— Плохая новость, вы виноваты: «*We made a mistake.*» (актив — ответственность)

— Плохая новость, вы не виноваты: «*The shipment was*

delayed by the carrier.» (пассив — вина не ваша)

Тест третий. Тест на тон

Задайте себе вопрос: «**Я хочу звучать официально или человечно?**»

Если официально — пассивный залог. Если человечно — активный.

Пример:

— Официально: «*Payment is required within 30 days.*»

— Человечно: «*We require payment within 30 days.*»

Разбор реальных писем

Письмо первое. Проигравшее письмо от поставщика

«We regret to inform you that the delivery of your order #4567 has been delayed. The shipment was damaged during transit. The issue is being investigated by our logistics team. You will be notified once the investigation is completed.»

Разбор:

— «*has been delayed*» — пассив. Кто задержал? Непонятно.

— «*was damaged*» — пассив. Кто повредил? Непонятно.

— «*is being investigated*» — пассив. Кто именно? «By our

logistics team» — добавлено, но это слабый пассив.

— «*will be notified*» — пассив. Кто уведомит? Непонятно.

Итог: Клиент чувствует, что поставщик прячется. Он не знает, что произошло, кто виноват, когда это исправят. Доверие падает.

Письмо первое. Выигравшая версия

«We have delayed your order #4567 because the shipment was damaged during transit. We are investigating the issue right now and will update you within 24 hours. We apologize for the inconvenience.»

Почему это работает:

— «*We have delayed*» — актив. Мы признаем, что это мы задержали (даже если виновата транспортная компания, мы — лицо, контактирующее с клиентом).

— «*We are investigating*» — актив. Мы делаем это, а не кто-то там в логистическом отделе.

— «*will update*» — актив. Мы даем обещание.

— «*We apologize*» — актив. Мы лично извиняемся.

Итог: Клиент злится на задержку, но не на поставщика. Поставщик выглядит ответственным и профессиональным.

Письмо второе. Проигравшее письмо от руководителя

«The project deadlines have been missed. The quality of the deliverables has been questioned by the client. The performance issues are being reviewed.»

Разбор:

— *«have been missed»* — пассив. Кто пропустил? Непонятно. Это звучит как обвинение без адресата.

— *«has been questioned»* — пассив. Кто усомнился? «By the client» — добавлено, но это не смягчает. Это звучит как «нас критикуют, и мы не знаем почему».

— *«are being reviewed»* — пассив. Кто рассматривает? Непонятно. Когда будет результат? Непонятно.

Итог: Команда чувствует себя неопределенно. Они знают, что что-то не так, но не знают, что делать. Вместо мотивации — тревога.

Письмо второе. Выигравшая версия

«We missed the project deadlines, and the client questioned the quality of our deliverables. I am reviewing our performance issues right now and will share an action plan with you by tomorrow. We need to fix this together.»

Почему это работает:

— «*We missed*» — актив. Руководитель объединяет команду с проблемой. Это не обвинение — это признание общей неудачи.

— «*the client questioned*» — актив. Конкретный субъект (клиент) выразил недовольство. Это факт, а не слух.

— «*I am reviewing*» — актив. Руководитель берет на себя анализ ситуации. Он не перекладывает на кого-то.

— «*will share*» — актив. Обещание конкретного действия.

— «*We need to fix this together*» — актив. Призыв к совместным действиям.

Итог: Команда чувствует, что лидер рядом. Он не обвиняет, он ведет за собой. Вместо тревоги — готовность действовать.

Письмо третье. Сложный случай (выбор залога в одном письме)

Иногда в одном письме нужно использовать и актив, и пассив в зависимости от того, о чем вы говорите.

Ситуация: Вы — руководитель IT-проекта. Пишете клиенту о задержке, но при этом хотите показать, что вы контролируете ситуацию и уже приняли меры.

Плохое письмо (всё пассив):

«*The deployment was delayed due to technical issues. The issues have been identified, and a solution is being developed. The new timeline will be communicated by the end of the week.*»

Почему плохо: Всё звучит обезличенно. Клиент не знает, кто задержал, кто разрабатывает решение, кто сообщит новый срок. Доверие низкое.

Хорошее письмо (смесь актива и пассива):

«We have delayed the deployment due to technical issues that we identified during the final testing. The issues have been resolved, and we are now developing a solution. We will communicate the new timeline by the end of the week.»

Разбор:

— *«We have delayed»* — актив. Мы признаем, что это мы задержали (ответственность).

— *«we identified»* — актив. Мы нашли проблемы (проактивность).

— *«The issues have been resolved»* — пассив. Здесь исполнитель не важен. Важно то, что проблемы решены.

— *«we are now developing»* — актив. Мы делаем это прямо сейчас (вовлеченность).

— *«We will communicate»* — актив. Мы даем обещание.

Итог: Клиент видит, что вы признаете проблему, уже решили часть её и активно работаете над остальным. Вы выглядите ответственным и компетентным.

Упражнение для читателя

Откройте свое последнее письмо на английском, где вы сообщали плохую новость, признавали ошибку или давали

обещание. Выпишите все предложения в пассивном залоге. Теперь задайте себе три вопроса для каждого предложения.

Вопрос первый: Это хорошая новость или плохая?

Если хорошая — перепишите в актив. Заберите заслугу себе или своей команде.

Если плохая и вы виноваты — перепишите в актив. Возьмите ответственность.

Если плохая и вы не виноваты — оставьте пассив. Не берите чужую вину.

Вопрос второй: Мне важно, кто это сделал, или только то, что это сделано?

Если важно — актив. Если не важно — пассив.

Вопрос третий: Я хочу звучать официально или человечно?

Если официально — пассив. Если человечно — актив.

Теперь перепишите письмо с учетом ответов на эти вопросы. Сравните две версии.

Челендж для тех, кто дочитал до конца

Возьмите три реальные рабочие ситуации, которые произошли с вами за последний месяц.

Ситуация первая: Вы признавали ошибку перед клиентом или руководством.

Напишите две версии письма об этой ситуации:

Версия А (всё в пассиве) — как обычно пишут люди, которые боятся ответственности.

Версия Б (актив там, где нужно) — как пишет профессионал, который берет ответственность на себя.

Покажите обе версии коллеге и спросите, какая из них вызывает больше доверия.

Ситуация вторая: Вы сообщали хорошую новость о достижениях команды.

Напишите две версии:

Версия А (пассив) — скромная, безликая.

Версия Б (актив) — забирающая заслуги.

Почувствуйте разницу в тоне. В бизнесе скромность часто читается как неуверенность.

Ситуация третья: Вы сообщали плохую новость, в которой вы не виноваты (например, задержка от поставщика).

Напишите две версии:

Версия А (актив) — «*We delayed...*» — вы берете чужую вину. Это не всегда правильно.

Версия Б (пассив) — «*The shipment was delayed by the supplier*» — вы защищаете себя, но не выглядите безответственным, потому что называете виноватого.

Ощутите, где пролегает граница между ответственностью и мазохизмом.

Итоговая шпаргалка

Пассивный залог — ваша броня, когда:

- Вы сообщаете плохую новость, где не знаете виноватого или не хотите называть имена.
- Вы описываете процедуру или регламент, где исполнитель не важен.
- Вы создаете официальный, формальный тон.
- Вы сообщаете о фактах в отчетах и технической документации.
- Вы защищаете себя от чужой вины (в сочетании с указанием виноватого: «*by the supplier*»).

Пассивный залог — смертельная опасность, когда:

- Вы признаете ошибку (убивает доверие).
- Вы даете обещание (убивает обязательство).
- Вы сообщаете о своем решении (скрывает субъект власти).
- Вы хвалите себя или команду (крадет заслуги).
- Вы критикуете (звучит как пассивная агрессия).

Золотое правило: Если вы сомневаетесь, какой залог выбрать, выбирайте активный. В 80% случаев он будет правильным. Пассивный залог — это специя. Используйте его дозированно, когда точно знаете, зачем он вам.

Итог первого модуля

Мы закончили первый модуль — фундамент делового английского как инструмента власти.

В статье 1.1 мы научились управлять уверенностью через четыре слоя контроля.

В статье 1.2 мы научились использовать времена глаголов как сигналы статуса.

В статье 1.3 мы научились выбирать между активом и пассивом в зависимости от того, хотим мы взять ответственность или защитить себя.

Теперь у вас есть три инструмента, которые вы можете использовать в каждом письме, в каждом разговоре, в каждой презентации. Они работают независимо от вашей индустрии. Они работают независимо от вашего словарного запаса. Они работают потому, что они — механика восприятия.

В следующем модуле мы перейдем к лексике — семи супер-глаголам, коллокациям, языку цифр и убийству прилагательных-паразитов. Но сначала — закрепите первый модуль. Напишите одно письмо, используя все три инструмента. И посмотрите, как изменится ответ.

Отныне вы не просто говорите по-английски. Вы управляете тем, как вас слышат.

Модуль 2. Лексический костяк: как выбирать слова

СТАТЬЯ 2.1. СЕМЬ СУПЕР-ГЛАГОЛОВ КАК ПРЕВРАТИТЬ РАЗНОРАБОЧЕГО В КАПИТАНА

Сцена из фильма, который мы все видели

На совещании вас просят взять на себя новый проект. Вы уверенно киваете и говорите: *«Okay, I will do this project.»*

Все кивают. Все довольны. Но через неделю вы чувствуете, что тонете. Вы делаете, делаете, делаете, а руководство спрашивает: *«Ну и как там проект? Ты справляешься?»* Вы в недоумении: *«Я же сказал, что сделаю!»*

Проблема в том, что английский глагол *to do* — это глагол-убийца вашего имиджа. Он означает механическое исполнение. Он не несет ни статуса, ни стратегии, ни роли. Когда вы говорите *«I will do»*, вы ставите себя в позицию раз-

норабочего. Вы — руки, а не мозг.

Обычные курсы скажут: «*Учите больше синонимов: perform, execute, accomplish, achieve*». Это скучно, академично и в реальной речи звучит как робот. Никто в переговорной не говорит «*I will accomplish this task*» — это язык отчетов, а не живого управления.

Сегодня мы учимся **экономии когнитивной нагрузки**. В деловом английском есть всего семь супер-глаголов, которые покрывают 90% всех ваших рабочих действий. Они называются **глаголами-хамелеонами**. Выучить их легко. Научиться менять их оттенок в зависимости от контекста — вот где рождается мастерство.

Эти семь глаголов: **Get, Have, Make, Run, Drive, Hold, Set**.

Запомните их как свой рабочий инструментарий. Остальные глаголы — декоративные. Эти семь — несущие стены.

Первый хамелеон. GET — универсальный захватчик

Get — самый мощный и самый опасный глагол в деловом английском. Он может значить всё: получить, достичь, понять, купить, принести, заработать, стать. Но в деловом контексте у него есть три четких вектора.

Вектор первый: достижение цели. Здесь *get* заменяет *achieve, obtain, secure*.

Вместо «*I will achieve the target*» (сухо, бюрократично) говорите «*I will get us to the target by Q3*». Слышите разницу? Во втором случае вы не просто выполняете план — вы ведете команду к цели. Появляется движение, появляется «мы».

Вектор второй: понимание. Здесь *get* заменяет *understand, comprehend*.

Вместо «*I understand your concern*» (шаблонно, холодно) говорите «*I get your concern*». Это звучит эмпатично, живо, по-человечески. Вы не просто зафиксировали факт — вы прочувствовали проблему.

Вектор третий: приобретение ресурсов. Здесь *get* заменяет *obtain, acquire, find*.

Вместо «*We need to obtain more data*» (скучно) говорите «*We need to get more data from the sales team*». Коротко, ясно, бьет прямо в цель.

Десять контекстов использования GET в разных ситуациях:

1. Письмо коллеге (запрос информации):

«*Can you get the latest sales figures from the regional offices?*» — вместо «*Can you obtain the latest sales figures?*»

2. Разговор с подчиненным (постановка задачи):

«*I need you to get this report to the client by 5 PM.*» — вместо «*I need you to deliver this report by 5 PM.*»

3. Переговоры с поставщиком (достижение договоренности):

«*If we can get them to agree on the payment terms, we'll sign the*

contract today.» — ВМЕСТО *«If we can persuade them to agree...»*

4. Презентация для руководства (формулировка цели):

«Our goal is to get the new product to market within six months.» — ВМЕСТО *«Our goal is to launch the new product within six months.»*

5. Электронное письмо клиенту (эмпатия):

«I get your frustration with the delay, and we're doing everything we can to resolve it.» — ВМЕСТО *«I understand your frustration...»*

6. Совещание с командой (мобилизация):

«Let's get everyone on board with the new strategy before the end of the week.» — ВМЕСТО *«Let's ensure everyone supports the new strategy...»*

7. Техническая документация (результат):

«The system will get you the processed data within seconds.» — ВМЕСТО *«The system will provide you with the processed data...»*

8. Финансовый отчет (прогноз):

«We expect to get a 12% ROI on this investment.» — ВМЕСТО *«We expect to achieve a 12% ROI...»*

9. Обратная связь подчиненному (оценка):

«You really get what this project is about. That's exactly the mindset we need.» — ВМЕСТО *«You really understand what this project is about...»*

10. Разговор с руководителем (обещание):

«I'll get it done by the deadline, no matter what.» — ВМЕСТО

«*I'll complete it by the deadline...*»

Золотое правило для GET: Этот глагол всегда звучит как **действие в процессе**. Вы не говорите «*I got it*» (я это получил) — вы говорите «*I'll get it*» (я этим займусь). *Get* — это глагол-обещание, глагол-движение. Используйте его, когда хотите показать вовлеченность.

Второй хамелеон. HAVE — владение и ответственность

Have в деловом английском — это не про обладание вещами. Это про **зону ответственности**. Когда вы говорите «*I have the report*», вы говорите не просто «у меня есть отчет». Вы говорите «отчет в моей зоне контроля, я за него отвечаю, спрашивайте с меня».

Вектор первый: ответственность за процесс.

Вместо «*I am responsible for the budget*» (длинно, официально) говорите «*I have the budget*». Коротко, весомо. Вас воспринимают как владельца, а не как исполнителя.

Вектор второй: обязательства. Здесь *have* работает с *to*: *have to*.

Но профессионал не говорит «*I have to finish this*» (я вынужден — звучит как принуждение). Профессионал говорит «*I have a deadline to meet*» (у меня есть дедлайн). Сместите фокус с принуждения на факт. Вы не жертва обстоятельств — вы человек с обязательствами.

Вектор третий: решение проблем. Здесь *have* в конструкции *have + someone + do something*.

Вместо «*I will ask the assistant to call the client*» говорите «*I'll have the assistant call the client*». Разница огромна. В первом случае вы просите. Во втором — вы организуете процесс. *Have* в этой конструкции — это мягкая форма делегирования. Вы не приказываете, но вы ставите задачу в систему.

Десять контекстов использования HAVE в разных ситуациях:

1. Письмо руководству (отчет о зоне ответственности):

«*I have the Q3 budget under control. No deviations expected.*»
— ВМЕСТО «*I am responsible for the Q3 budget...*»

2. Разговор с коллегой (делегирование):

«*I'll have the legal team review the contract by tomorrow morning.*» — ВМЕСТО «*I'll ask the legal team to review the contract...*»

3. Переговоры (позиция силы):

«*We have the leverage here. They need us more than we need them.*» — ВМЕСТО «*We possess the leverage...*»

4. Электронное письмо партнеру (подтверждение):

«*We have your proposal and will get back to you within 48 hours.*» — ВМЕСТО «*We received your proposal...*»

5. Совещание с командой (распределение ролей):

«*Anna has the technical side, and I have the client relationship.*» — ВМЕСТО «*Anna is responsible for the technical*

side...»

6. Техническая документация (функциональность):

«*The system has the capability to process up to 10,000 transactions per second.*» — ВМЕСТО «*The system can process up to...*»

7. Финансовый отчет (активы и пассивы):

«*We have sufficient cash reserves to cover the unexpected expenses.*» — ВМЕСТО «*We possess sufficient cash reserves...*»

8. Обратная связь подчиненному (зона роста):

«*You have everything you need to succeed in this role. Now it's about execution.*» — ВМЕСТО «*You possess everything...*»

9. Разговор с поставщиком (требование):

«*We have a deadline to meet, so we need the materials by Friday.*» — ВМЕСТО «*We need the materials by Friday because of our deadline...*»

10. Письмо клиенту (обязательство):

«*You have my personal guarantee that we will resolve this issue.*» — ВМЕСТО «*I guarantee that we will resolve this issue...*»

Золотое правило для HAVE: Если вы используете *have* как глагол владения, вы звучите как собственник. Если как часть конструкции *have to* — вы звучите как жертва. Смещайте акцент на владение, а не на принуждение.

Третий хамелеон. МАКЕ — создание и трансформация

Make — это глагол-творец. Он означает, что вы создаете что-то из ничего, меняете состояние объекта или человека. В бизнесе *make* — это глагол добавленной стоимости.

Вектор первый: создание результата.

Вместо «*We need to create a new strategy*» (академично) говорите «*We need to make a new strategy*». Просто, по-деловому, без пафоса. *Make* звучит как действие, а *create* — как искусство. В бизнесе мы не искусство создаем, мы продукты делаем.

Вектор второй: причинение эффекта. Здесь *make* в значении *cause, force*.

Вместо «*This will cause delays*» (сухо) говорите «*This will make us miss the deadline*». Теперь это звучит как личная ответственность. Вы не констатируете абстрактные задержки — вы показываете, как проблема влияет на конкретных людей.

Вектор третий (самый ценный): МАКЕ в значении «превращать».

Конструкция *make + object + adjective* работает как волшебная палочка.

Вместо «*We need to improve our efficiency*» (скучно) говорите «*We need to make our processes more efficient*». Вы не про-

сто улучшаете — вы трансформируете. Это звучит как стратегия, а не как текучка.

Десять контекстов использования MAKE в разных ситуациях:

1. Письмо руководству (предложение изменений):

«*We need to make the onboarding process more streamlined to reduce time-to-productivity.*» — ВМЕСТО «*We need to improve the onboarding process...*»

2. Разговор с коллегой (принятие решения):

«*Let's make a decision on the vendor by the end of this week.*» — ВМЕСТО «*Let's decide on the vendor...*»

3. Переговоры (уступка и компромисс):

«*We can make concessions on the delivery timeline, but we need to hold firm on the price.*» — ВМЕСТО «*We can compromise on the delivery timeline...*»

4. Электронное письмо клиенту (объяснение ошибки):

«*The system error made us lose two days of processing time. We apologize for the delay.*» — ВМЕСТО «*The system error caused us to lose two days...*»

5. Совещание с командой (мотивация):

«*We're not just making a product. We're making a difference for our customers.*» — ВМЕСТО «*We're not just creating a product...*»

6. Техническая документация (настройка):

«*Make sure the configuration file is updated before*

deployment.» — ВМЕСТО «*Ensure the configuration file is updated...*»

7. Финансовый отчет (прибыль):

«*We made a 15% profit margin on the last project.*» — ВМЕСТО «*We achieved a 15% profit margin...*»

8. Обратная связь подчиненному (корректировка):

«*You made a good point in the meeting, but let's make the presentation more visual for the client.*» — ВМЕСТО «*You raised a good point...*»

9. Разговор с поставщиком (требование качества):

«*We need you to make sure every batch meets our quality standards.*» — ВМЕСТО «*We need you to ensure every batch...*»

10. Письмо партнеру (предложение сотрудничества):

«*We can make this partnership work if we align our expectations from the start.*» — ВМЕСТО «*We can ensure this partnership works...*»

Золотое правило для MAKE: Никогда не используйте его в пассивном залоге, если не хотите потерять всю силу. «*The decision was made by me*» — это слабо. «*I made the decision*» — это весомо. *Make* требует активного субъекта.

Четвертый хамелеон. RUN — управление системами

Run — это глагол-дирижер. Он означает, что вы управля-

ете чем-то сложным, что требует координации: процессами, проектами, отделами, системами. Когда вы говорите «*I run the marketing department*», вы звучите как капитан корабля. Когда вы говорите «*I manage the marketing department*», вы звучите как чиновник.

Вектор первый: управление процессами.

Run заменяет *manage, operate, control, direct, oversee*.

Сравните: «*I manage the logistics*» — звучит как функция. «*I run the logistics*» — звучит как ответственность за всю цепочку.

Вектор второй: проведение мероприятий.

Run в значении *conduct, carry out*.

«*We ran a successful campaign*» звучит динамичнее, чем «*We conducted a campaign*». Провести — это протокол. Запустить — это энергия.

Вектор третий: технические системы.

Если вы айтишник или инженер, *run* — ваш лучший друг. «*The system runs smoothly*» звучит как результат вашей работы. «*The system operates*» — звучит как инструкция к холодильнику.

Десять контекстов использования RUN в разных ситуациях:

1. Письмо руководству (отчет о статусе):

«*I run the regional operations, and I can confirm that all branches are performing within expectations.*» — ВМЕСТО «*I manage the regional operations...*»

2. Разговор с коллегой (организация процесса):

«*Who's going to run the meeting tomorrow? I need to know who to brief.*» — ВМЕСТО «*Who's going to chair the meeting...*»

3. Переговоры (руководство проектом):

«*We've run similar projects in the past, so we know what to expect.*» — ВМЕСТО «*We've managed similar projects...*»

4. Электронное письмо клиенту (проведение анализа):

«*We'll run a full analysis of your current infrastructure and provide recommendations.*» — ВМЕСТО «*We'll conduct a full analysis...*»

5. Совещание с командой (запуск инициативы):

«*We're going to run a pilot program for three months before rolling it out company-wide.*» — ВМЕСТО «*We're going to implement a pilot program...*»

6. Техническая документация (функционирование):

«*The application runs on a cloud-based infrastructure with automatic scaling.*» — ВМЕСТО «*The application operates on...*»

7. Финансовый отчет (эффективность процессов):

«*We need to run more efficient operations to maintain our margins.*» — ВМЕСТО «*We need to implement more efficient operations...*»

8. Обратная связь подчиненному (развитие навыков):

«*You've run this project from the start. You know it better than anyone.*» — ВМЕСТО «*You've managed this project...*»

9. Разговор с поставщиком (тестирование):

«*We'll run a few tests on the samples you sent before placing the bulk order.*» — вместо «*We'll conduct a few tests...*»

10. Письмо партнеру (управление ожиданиями):

«*We're running a tight schedule on this one, so we'll need your team to be responsive.*» — вместо «*We have a tight schedule...*»

Золотое правило для RUN: Используйте его, когда хотите показать, что вы не просто участвуете в процессе, а **задаете ритм** и несете ответственность за всю цепочку. *Run* — это про динамику, а не про статику.

Пятый хамелеон. DRIVE — движение и изменение

Drive — это глагол-локомотив. Он означает, что вы не просто участвуете в процессе, а задаете его направление. *Drive* — это про инициативу, про лидерство, про создание импульса.

Вектор первый: инициация изменений.

Вместо «*We need to start a new initiative*» (скучно) говорите «*We need to drive a new initiative*». Вы не просто стартуете — вы ведете за собой.

Вектор второй: достижение результатов.

Drive в значении *push toward a goal*.

«*We need to drive revenue growth*» звучит агрессивно и целенаправленно. «*We need to increase revenue*» звучит пассивно.

но — как будто рост случится сам собой.

Вектор третий: анализ причин.

В деловом английском *drive* часто используют в пассивных конструкциях для объяснения причин. «*The delay was driven by supply chain issues*» — звучит аналитично и объективно. Вы не обвиняете, вы объясняете механику.

Десять контекстов использования DRIVE в разных ситуациях:

1. Письмо руководству (стратегическое видение):

«*We need to drive innovation across all departments to stay ahead of competitors.*» — ВМЕСТО «*We need to promote innovation...*»

2. Разговор с коллегой (мотивация команды):

«*You need to drive the team harder on this project. We're falling behind.*» — ВМЕСТО «*You need to push the team harder...*»

3. Переговоры (создание импульса):

«*We're looking to drive a partnership that benefits both sides in the long run.*» — ВМЕСТО «*We're looking to create a partnership...*»

4. Электронное письмо клиенту (объяснение результатов):

«*The increase in sales was driven by your recent marketing campaign.*» — ВМЕСТО «*The increase in sales was caused by...*»

5. Совещание с командой (постановка целей):

«*Our objective is to drive user engagement by 20% over the next quarter.*» — ВМЕСТО «*Our objective is to increase user*

engagement...»

6. Техническая документация (причины производительности):

«*The system's performance is driven by the underlying database architecture.*» — ВМЕСТО «*The system's performance depends on...*»

7. Финансовый отчет (факторы роста):

«*The revenue growth was primarily driven by the new product line.*» — ВМЕСТО «*The revenue growth was mainly due to...*»

8. Обратная связь подчиненному (развитие лидерства):

«*You're driving the project in the right direction. Keep pushing.*» — ВМЕСТО «*You're leading the project...*»

9. Разговор с поставщиком (давление):

«*We need to drive down costs without compromising on quality.*» — ВМЕСТО «*We need to reduce costs...*»

10. Письмо партнеру (создание общих целей):

«*Our joint efforts will drive value for both our organizations.*» — ВМЕСТО «*Our joint efforts will create value...*»

Золотое правило для DRIVE: Используйте его, когда хотите показать, что вы — двигатель процесса. *Drive* — это про энергию, про направление, про лидерство. Но не злоупотребляйте им в ситуациях, где требуется мягкость — там лучше использовать *guide* или *steer*.

Шестой хамелеон. HOLD — удержание и владение пространством

Hold — это глагол-якорь. Он означает, что вы удерживаете позицию, сохраняете контроль или организуете пространство для обсуждения.

Вектор первый: проведение встреч.

Вместо «*We will have a meeting*» (нейтрально) говорите «*We will hold a meeting*». Звучит официально, весомо. Вы не просто встречаетесь — вы созываете.

Вектор второй: сохранение позиции.

Hold в значении *maintain, keep*.

«*We need to hold our market position*» звучит как оборонительная стратегия. «*We need to keep our market position*» звучит как пассивное ожидание.

Вектор третий: временное решение.

Конструкция *hold off* — отложить, *hold on* — подождать, *hold back* — сдерживать.

«*Let's hold off on the decision until we have more data*» звучит как мудрость, а не как нерешительность. Вы не тянете время — вы собираете информацию.

Десять контекстов использования HOLD в разных ситуациях:

1. Письмо руководству (организация встречи):

«*We will hold a quarterly review meeting on the 15th to discuss*

our progress.» — ВМЕСТО «*We will have a quarterly review meeting...*»

2. Разговор с коллегой (сохранение позиции):

«*We need to hold our ground on this issue. They're trying to push us into an unfavorable position.*» — ВМЕСТО «*We need to maintain our position...*»

3. Переговоры (отсрочка решения):

«*Let's hold off on the final agreement until we've reviewed all the documents.*» — ВМЕСТО «*Let's delay the final agreement...*»

4. Электронное письмо клиенту (извинение за задержку):

«*We will hold the shipment until the payment is confirmed.*» — ВМЕСТО «*We will keep the shipment...*»

5. Совещание с командой (управление временем):

«*Hold on a moment. I want to clarify that point before we move on.*» — ВМЕСТО «*Wait a moment...*»

6. Техническая документация (емкость системы):

«*The system can hold up to 50,000 concurrent users without performance degradation.*» — ВМЕСТО «*The system can support up to...*»

7. Финансовый отчет (резервы):

«*We hold sufficient reserves to cover any unexpected expenses in the next quarter.*» — ВМЕСТО «*We have sufficient reserves...*»

8. Обратная связь подчиненному (сдержанность):

«*You held your composure well during the client meeting, even when they pushed back.*» — ВМЕСТО «*You maintained your*

composure...»

9. Разговор с поставщиком (заморозка цены):

«*Can you hold the current pricing for the next three months if we place a larger order?*» — вместо «*Can you maintain the current pricing...*»

10. Письмо партнеру (приоритеты):

«*We'll hold the budget for this project until the scope is fully defined.*» — вместо «*We'll reserve the budget...*»

Золотое правило для HOLD: Используйте его, когда хотите показать, что вы **владеете ситуацией**, а не просто плывете по течению. *Hold* создает ощущение устойчивости и надежности. Это глагол для тех, кто не паникует.

Седьмой хамелеон. SET — установка правил и стандартов

Set — это глагол-законодатель. Он означает, что вы устанавливаете правила, стандарты, цели и границы. *Set* — это про создание системы.

Вектор первый: установка целей.

Вместо «*We need to define our goals*» (академично) говорите «*We need to set our goals*». Определить — это пассивно. Установить — это активно и авторитетно.

Вектор второй: создание стандартов.

Set в значении *establish, create*.

«*We set the industry standard*» звучит как заявление домини-

нирования. «*We created the standard*» звучит как описание процесса.

Вектор третий: запуск процессов.

Конструкция *set up* — организовать, настроить.

«*We need to set up a new system*» звучит практичнее, чем «*We need to implement a new system*». Внедрить — это бюрократия. Настроить — это ручная работа.

Десять контекстов использования SET в разных ситуациях:

1. Письмо руководству (стратегическое планирование):

«*We need to set clear priorities for the next quarter to avoid resource conflicts.*» — ВМЕСТО «*We need to define clear priorities...*»

2. Разговор с коллегой (создание правил):

«*Let's set some ground rules for the collaboration to avoid misunderstandings.*» — ВМЕСТО «*Let's establish some ground rules...*»

3. Переговоры (границы):

«*We need to set boundaries on what we're willing to compromise on.*» — ВМЕСТО «*We need to establish boundaries...*»

4. Электронное письмо клиенту (ожидания):

«*We want to set realistic expectations about the delivery timeline from the start.*» — ВМЕСТО «*We want to establish realistic expectations...*»

5. Совещание с командой (стандарты качества):

«We're setting a new quality standard with this product. There's no room for compromise.» — ВМЕСТО *«We're creating a new quality standard...»*

6. Техническая документация (конфигурация):

«Set the timeout value to 30 seconds to prevent long-running processes.» — ВМЕСТО *«Configure the timeout value...»*

7. Финансовый отчет (бюджет):

«We need to set a realistic budget for the project before we start the procurement process.» — ВМЕСТО *«We need to determine a realistic budget...»*

8. Обратная связь подчиненному (цели роста):

«I want to set a development goal for you: lead the next major project independently.» — ВМЕСТО *«I want to establish a development goal...»*

9. Разговор с поставщиком (стандарты):

«We need you to set up a quality assurance process that meets our requirements.» — ВМЕСТО *«We need you to implement a quality assurance process...»*

10. Письмо партнеру (условия сотрудничества):

«We're happy to set up a meeting to discuss the terms of our partnership in detail.» — ВМЕСТО *«We're happy to arrange a meeting...»*

Золотое правило для SET: Используйте его, когда хотите показать, что вы **создаете структуру**, а не просто реагируете на обстоятельства. *Set* — это глагол архитектора, а не строителя.

Как это выглядит в реальном рабочем разговоре (межотраслевой пример)

Представьте, что вы обсуждаете запуск нового продукта с командой. Ваш старый, «школьный» английский звучит так:

«I will do the market research. We need to create a marketing plan. I am responsible for the budget. We will have a meeting next week.»

Скучно, плоско, без статуса. Вы — просто функция.

Теперь тот же разговор, но с использованием глаголов-хамелеонов:

«I'll run the market research and drive the marketing strategy. I have the budget, so I'll make sure we stay on track. Let's hold a meeting next week to set our priorities.»

В этой версии вы звучите как лидер. Вы не просто делаете — вы управляете, «драйвите», держите ответственность, устанавливаете правила. Ваш статус в глазах команды поднимается мгновенно, хотя вы сказали ровно то же самое по сути.

Упражнение для читателя

Откройте свой список задач на сегодня или последнее письмо, которое вы написали. Посмотрите, какие глаголы вы обычно используете, описывая свои действия. Скорее всего,

там сплошные *do, make, have* в самых примитивных значениях.

Теперь перепишите каждую задачу, заменив слабые глаголы на хамелеоны из семерки.

Если вы айтишник: Вместо «*I will prepare the deployment*» напишите «*I'll set up the deployment pipeline*». Вместо «*I will fix the bug*» напишите «*I'll get to the bottom of this issue and run the necessary tests*».

Если вы финансист: Вместо «*I will analyze the data*» напишите «*I'll run the numbers and drive the forecast process*». Вместо «*I will manage the budget*» напишите «*I have the budget under control*».

Если вы юрист: Вместо «*I will review the contract*» напишите «*I'll hold a review session with the team and set the revision priorities*». Вместо «*I will negotiate the terms*» напишите «*I'll drive the negotiation strategy and hold the line on key clauses*».

Если вы маркетолог: Вместо «*I will create a campaign*» напишите «*I'll run a campaign and drive engagement through multiple channels*». Вместо «*I will manage the social media*» напишите «*I have the social media strategy and I'll make sure we hit our targets*».

Если вы логист: Вместо «*I will coordinate the deliveries*» напишите «*I'll run the delivery schedule and hold suppliers accountable for timelines*». Вместо «*I will solve the routing problem*» напишите «*I'll get to the root of the routing issues and set up a more efficient system*».

Почувствуйте, как меняется не только звучание, но и ваше собственное ощущение задачи. Когда вы говорите «*I'll run this*», вы берете на себя большую ответственность, чем когда говорите «*I'll do this*». Язык формирует мышление. Если вы будете использовать сильные глаголы, вы начнете мыслить как сильный специалист.

Челендж для тех, кто дочитал до конца

Возьмите любую рабочую задачу, которая сейчас висит на вас. Опишите ее по-английски **тремя разными способами**, используя три разных хамелеона из семерки.

Например, задача: «подготовить отчет для клиента».

Способ первый (через RUN): «*I need to run the client report process to ensure everything is accurate.*» — вы звучите как координатор, который держит под контролем всю цепочку.

Способ второй (через GET): «*I'll get the report ready for the client by Friday.*» — вы звучите как исполнитель, но энергичный и вовлеченный, а не механический.

Способ третий (через SET): «*I'll set up a reporting template that we can reuse for the client.*» — вы звучите как системный человек, который создает стандарты, а не просто выполняет одноразовую задачу.

Теперь представьте, что вы описываете эту же задачу своему руководителю, своей команде и клиенту. Для каждого

собеседника вы выберете разный глагол, потому что у каждого из них разное восприятие вас. Руководителю вы скажете «*I have the report*» — покажете ответственность. Команде скажете «*I'll run the report process*» — покажете координацию. Клиенту скажете «*We'll get you the report by Friday*» — покажете вовлеченность.

Одна задача, три глагола, три разных впечатления о вас. Какое впечатление вы хотите производить на каждого из них — решать вам.

Отныне *do* и *make* в их базовом значении — это не ваши друзья. Ваши друзья — те, кто управляет, драйвит, держит, устанавливает и захватывает.

В следующей статье мы разберем третий уровень мастерства — **коллокации**. Научимся не просто выбирать правильные глаголы, а соединять их с существительными так, как это делают носители, чтобы звучать естественно и авторитетно. Но сначала — потренируйтесь с семеркой. Они того стоят.

СТАТЬЯ 2.2. КОЛЛОКАЦИИ КАК НЕ ИЗОБРЕТАТЬ ВЕЛОСИПЕД. ПОЧЕМУ НОСИТЕЛИ ГОВОРЯТ «MAKE A DECISION», А НЕ «DO A DECISION», И КАК ЭТО ЗНАНИЕ ЭКОНОМИТ ВАМ 50% ВРЕМЕНИ

Сцена из фильма, который мы все видели

Вы пишете важное письмо клиенту. Вы стараетесь. Вы выбираете слова. Вы выдаете: «*We did a decision about the budget. We need to make a research before the meeting. We will do our best to increase the quality.*»

Клиент читает. Всё правильно? Да. Всё понятно? Да. Но что-то не так. Что-то режет слух. Клиент не может объяснить, но он чувствует: вы не носитель. Вы звучите как человек, который переводит с русского.

Проблема в том, что вы **изобрели велосипед**. В английском языке слова живут не поодиночке. Они живут в устой-

чивых парах и тройках. Эти пары называются **коллокациями**. Носители не думают, какое слово выбрать. Они просто знают, что *decision* всегда дружит с *make*, а *research* — с *conduct* или *do*.

Обычные курсы скажут: «Учите устойчивые выражения». Дадут список из 100 фраз. Вы выучите. Забудете. Потому что список — это не система.

Сегодня мы учимся **экономить 50% времени на говорении**. Вам не нужно изобретать фразы. Вам нужно знать, какие слова уже дружат друг с другом. Мы разберем не список, а **логику** коллокаций. Поймем, почему *make* дружит с одними словами, а *do* — с другими. И научимся видеть эти пары в любой ситуации.

Что такое коллокации и почему они важны

Коллокация — это устойчивое сочетание слов, которое носители используют автоматически. Нарушение коллокации не делает предложение грамматически неправильным. Оно делает его **неестественным**.

Сравните:

— «*Make a decision*» — естественно.

— «*Do a decision*» — грамматически правильно, но носитель никогда так не скажет. Это как «одеть пальто» на русском — все поймут, но режет слух.

Почему коллокации экономят вам время?

Потому что вы перестаете **думать** над каждым словом. Вместо того чтобы конструировать фразу из отдельных кирпичиков (*I want to + verb + noun + preposition*), вы берете готовый блок (*make a decision*). Вы говорите быстрее. Вы делаете меньше ошибок. Вы звучите естественно.

Коллокации делятся на несколько типов. Мы разберем самые важные для делового контекста.

Тип первый. Глагол + существительное (самый важный для бизнеса)

Это самые частые коллокации в деловом английском. Именно здесь чаще всего ошибаются русскоязычные, потому что в русском языке падежи и предлоги работают иначе.

Группа МАКЕ — создание и трансформация

Make дружит со словами, которые означают **создание** чего-то нового или **принятие** решения.

Коллокации с МАКЕ, которые нужно знать:

— *make a decision* — принять решение (не *do a decision*)

— *make a choice* — сделать выбор

— *make a plan* — составить план

— *make a proposal* — внести предложение

- *make a recommendation* — дать рекомендацию
- *make a suggestion* — предложить идею
- *make a change* — внести изменение
- *make an improvement* — улучшить что-то
- *make an effort* — приложить усилие
- *make a mistake* — совершить ошибку (не *do a mistake*)
- *make a profit* — получить прибыль
- *make a loss* — понести убыток
- *make progress* — добиться прогресса
- *make a call* — принять решение / позвонить (в зависимости от контекста)
- *make an appointment* — назначить встречу
- *make arrangements* — организовать, договориться
- *make a contribution* — внести вклад
- *make a difference* — изменить ситуацию, повлиять
- *make sure* — убедиться (не *do sure*)
- *make sense* — иметь смысл

Группа DO — действия и процессы

Do дружит со словами, которые означают **действие** или **работу**. Это глагол для процессов, а не для создания.

Коллокации с DO, которые нужно знать:

- *do business* — вести бизнес (не *make business*)
- *do work* — выполнять работу
- *do a task* — выполнить задачу

— *do a job* — выполнить работу

— *do research* — проводить исследование (но можно и *conduct research*)

— *do an analysis* — провести анализ (но можно и *conduct an analysis*)

— *do a test* — провести тест

— *do an experiment* — провести эксперимент

— *do a project* — выполнять проект (но *run a project* — управлять проектом)

— *do the paperwork* — заниматься бумагами

— *do the shopping* — делать покупки (бытовое)

— *do someone a favor* — оказать услугу

— *do your best* — сделать всё возможное (не *make your best*)

Группа **ТАКЕ** — получение и использование

Take дружит со словами, которые означают **получение** контроля, использование возможности или принятие на себя.

Коллокации с ТАКЕ, которые нужно знать:

— *take a decision* — тоже возможно (в британском английском), но *make a decision* — универсально

— *take action* — предпринять действие

— *take steps* — предпринять шаги

- *take measures* — принять меры
- *take control* — взять контроль
- *take responsibility* — взять ответственность
- *take charge* — взять на себя руководство
- *take a look* — взглянуть
- *take a break* — сделать перерыв
- *take time* — занять время / потратить время
- *take advantage* — воспользоваться преимуществом
- *take part* — принимать участие
- *take place* — происходить, иметь место
- *take into account* — принять во внимание
- *take a risk* — рискнуть
- *take an approach* — использовать подход

Группа GIVE — предоставление и коммуникация

Give дружит со словами, которые означают **передачу** информации, прав или ресурсов.

Коллокации с GIVE, которые нужно знать:

- *give a presentation* — сделать презентацию
- *give a report* — представить отчет
- *give a speech* — произнести речь
- *give an update* — сообщить обновленную информацию
- *give feedback* — дать обратную связь
- *give advice* — дать совет

- *give permission* — дать разрешение
- *give access* — предоставить доступ
- *give priority* — отдать приоритет
- *give an example* — привести пример
- *give a reason* — объяснить причину
- *give an explanation* — дать объяснение
- *give a guarantee* — дать гарантию

Тип второй. Прилагательное + существительное

Эти коллокации помогают вам звучать **точно**, а не обобщенно. Вместо «*big problem*» вы говорите «*major issue*». Вместо «*good plan*» — «*sound strategy*».

Коллокации, которые нужно знать:

- *major issue* — крупная проблема (не *big issue* — тоже возможно, но *major* звучит профессиональнее)
- *key factor* — ключевой фактор
- *critical point* — критический момент
- *strategic decision* — стратегическое решение
- *competitive advantage* — конкурентное преимущество
- *financial stability* — финансовая стабильность
- *operational efficiency* — операционная эффективность
- *market share* — доля рынка (не *market part*)
- *customer satisfaction* — удовлетворенность клиентов
- *brand awareness* — узнаваемость бренда

- *business environment* — деловая среда
- *economic growth* — экономический рост
- *sustainable development* — устойчивое развитие
- *mutual benefit* — взаимная выгода
- *long-term relationship* — долгосрочные отношения
- *short-term goal* — краткосрочная цель
- *clear objective* — четкая цель
- *strong position* — сильная позиция
- *weak point* — слабое место
- *potential risk* — потенциальный риск

Тип третий. Существительное + существительное (атрибутивные конструкции)

В деловом английском часто используют одно существительное как определение к другому. Это экономит предлоги и делает речь лаконичной.

Примеры:

- *decision-making process* — процесс принятия решений
- *cost-cutting measures* — меры по сокращению расходов
- *risk management strategy* — стратегия управления рисками
- *performance review meeting* — совещание по оценке эффективности
- *market research data* — данные маркетинговых исследований

дований

- *sales forecast report* — отчет по прогнозу продаж
- *client relationship management* — управление отношениями с клиентами
- *supply chain logistics* — логистика цепочки поставок
- *project implementation timeline* — сроки внедрения проекта
- *quality assurance standards* — стандарты обеспечения качества

Тип четвертый. Глагол + предлог (фразовые глаголы и предлоговые конструкции)

Здесь важно не путать предлоги, потому что в русском языке они часто работают иначе.

Коллокации, которые нужно знать:

- *deal with a problem* — иметь дело с проблемой (не *deal about*)
- *discuss a topic* — обсуждать тему (без предлога! Не *discuss about*)
- *explain a situation* — объяснять ситуацию (без предлога! Не *explain about*)
- *ask for help* — просить о помощи
- *apply for a position* — подать заявку на должность
- *apply to a company* — подать заявку в компанию

- *apply a rule* — применить правило (без предлога)
- *focus on a task* — сосредоточиться на задаче
- *insist on something* — настаивать на чем-то
- *depend on something* — зависеть от чего-то
- *rely on someone* — полагаться на кого-то
- *comply with regulations* — соблюдать правила
- *conform to standards* — соответствовать стандартам
- *consist of parts* — состоять из частей (не *consist from*)
- *succeed in a task* — преуспеть в задаче
- *succeed to a position* — унаследовать/занять должность
(совсем другое значение)

Как коллокации экономят вам 50% времени

Представьте, что вы хотите сказать по-английски: «Мы должны принять решение о бюджете и предпринять шаги для улучшения нашей позиции на рынке».

Без знания коллокаций (вы изобретаете велосипед):

Вы думаете: «Принять решение» — как сказать? *Take? Make? Do?* Вы вспоминаете. Потом «предпринять шаги» — *make steps? Do steps?* Вы сомневаетесь. Потом «улучшить позицию» — *improve position? Strengthen position?* Вы тратите 30 секунд на одну фразу.

С коллокациями (вы берете готовые блоки):

Вы берете:

— *make a decision* — ГОТОВЫЙ БЛОК

— *take steps* — ГОТОВЫЙ БЛОК

— *improve our position* — МОЖНО, НО ЛУЧШЕ *strengthen our market position* — ГОТОВЫЙ БЛОК

Итог: «*We need to make a decision on the budget and take steps to strengthen our market position.*»

Вы сказали это за 5 секунд. Вы не думали над каждым словом. Вы собрали фразу из готовых кирпичиков.

Как учить коллокации, а не отдельные слова

Большинство людей учат слова отдельно: *decision, budget, steps, market, position*. Потом они пытаются соединить их, как пазл. Это медленно и часто ошибочно.

Правильный способ: **учите слова в компаниях.**

Вместо *decision* учите *make a decision*.

Вместо *steps* учите *take steps*.

Вместо *market* учите *market position*.

Вместо *position* учите *strengthen your position*.

Когда вы встречаете новое слово в тексте, не записывайте его одно. Записывайте его с соседями. Спросите себя: «С какими глаголами это слово дружит? С какими прилагательными?»

Пример:

Вы встретили слово *budget*.

— С какими глаголами? *set a budget, approve a budget, cut a budget, exceed a budget, meet a budget.*

— С какими прилагательными? *annual budget, tight budget, flexible budget, fixed budget.*

— В каких конструкциях? *within budget, over budget, under budget.*

Теперь у вас не одно слово, а целая сеть. Вы можете использовать его в любом контексте.

Разбор реального письма. Коллокации как маркер профессионализма

Плохое письмо (без коллокаций, с прямым переводом с русского):

«*We did a decision about the budget. We need to make a research before we start. We will do a plan for the next quarter. We hope to get a good result. We want to make our position stronger in the market.*»

Что здесь не так:

— *did a decision* — должно быть *made a decision*

— *make a research* — должно быть *do research* или *conduct research*

— *do a plan* — должно быть *make a plan*

— *get a good result* — лучше *achieve a good result* или *deliver results*

— *make our position stronger* — лучше *strengthen our position*

Хорошее письмо (с коллокациями):

«We made a decision on the budget. We need to conduct research before we start. We will make a plan for the next quarter. We hope to achieve good results and strengthen our market position.»

Разница не в значении. Разница в том, как вы звучите. В первом случае — человек, который учил английский по словарию. Во втором — профессионал, который владеет языком.

Упражнение для читателя

Возьмите любой деловой текст на русском — ваше письмо, отчет, презентацию. Выпишите 10 ключевых существительных, которые вы используете чаще всего.

Например: *решение, бюджет, проект, рынок, клиент, команда, результат, стратегия, проблема, возможность.*

Теперь для каждого существительного найдите 3—5 коллокаций на английском.

Пример:

— *decision* — *make a decision, take a decision (BrE), a key decision, a strategic decision, reach a decision*

— *budget* — *set a budget, approve a budget, cut a budget, exceed a budget, within budget*

— *project* — *run a project, manage a project, launch a project, complete a project, a major project*

— *market* — *enter a market, dominate a market, analyze a market, market share, market position*

— *client* — *deal with a client, serve a client, satisfy a client, a potential client, a loyal client*

— *team* — *lead a team, manage a team, build a team, a strong team, a cross-functional team*

— *result* — *achieve results, deliver results, produce results, a positive result, a negative result*

— *strategy* — *develop a strategy, implement a strategy, change a strategy, a long-term strategy, a winning strategy*

— *problem* — *solve a problem, address a problem, identify a problem, a major problem, a recurring problem*

— *opportunity* — *identify an opportunity, seize an opportunity, miss an opportunity, a unique opportunity, a business opportunity*

Теперь напишите три предложения на английском, используя эти коллокации. Не изобретайте. Берите готовые блоки.

Челендж для тех, кто дочитал до конца

Возьмите одну рабочую тему, которую вы обсуждаете на этой неделе. Например, запуск нового продукта, пересмотр бюджета, реорганизация команды.

Напишите **пять предложений** на эту тему. Но с одним условием: каждое предложение должно содержать минимум две коллокации. Не отдельные слова — готовые блоки.

Пример (тема: запуск нового продукта):

«We have made a decision to launch the new product in Q3. We need to conduct market research before we finalize the strategy. Our team will take responsibility for the implementation. We hope to achieve strong results and strengthen our market position. We will take into account all the feedback from our key clients.»

Теперь посчитайте, сколько коллокаций вы использовали:

- *made a decision*
- *launch a product*
- *conduct research*
- *finalize a strategy*
- *take responsibility*
- *achieve results*
- *strengthen position*
- *take into account*
- *key clients*

Девять коллокаций в пяти предложениях. Вы не думали над каждым словом. Вы брали готовые блоки. Ваша речь стала быстрее, естественнее и профессиональнее.

Супер-челендж

Переведите это же предложение на русский и потом обратно на английский, но **намеренно** используя неправильные коллокации:

«We did a decision to launch the new product in Q3. We need

to do a research before we finish the strategy. Our team will give responsibility for the implementation. We hope to get strong results and make our market position stronger. We will consider all the feedback from our important clients.»

Почитайте вслух. Почувствуйте, как это режет слух. Теперь сравните с правильной версией. Разница — не в грамматике. Разница — в коллокациях.

Итоговая шпаргалка

Коллокации — это готовые кирпичики вашей речи. Они экономят вам 50% времени, потому что вы не изобретаете велосипед.

Главные глагольные коллокации в деловом английском:

— *Make* — с решениями, планами, предложениями, ошибками, прогрессом, изменениями.

— *Do* — с работой, задачами, исследованиями, бизнесом.

— *Take* — с действиями, шагами, мерами, контролем, ответственностью, временем.

— *Give* — с презентациями, отчетами, обратной связью, советами, разрешениями.

Главные правила:

— Не переводите с русского слово в слово. Спросите себя: «С какими словами это существительное дружит?»

— Учите слова не отдельно, а в коллокациях.

— Если сомневаетесь, проверьте в словаре коллокаций (их много в интернете).

— Обращайте внимание на коллокации, когда читаете деловые тексты на английском. Выписывайте их.

В следующей статье мы разберем **смерть прилагательных**. Научимся заменять «*very good*» и «*very bad*» на точные деловые прилагательные, которые создают объем и вес. Потому что в бизнесе обобщения — это враг убедительности.

Но сначала — потренируйтесь с коллокациями. Напишите одно письмо, используя готовые блоки. И посмотрите, как изменится восприятие.

СТАТЬЯ 2.3. СМЕРТЬ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ ПОЧЕМУ «VERY GOOD» И «VERY BAD» — ВАШИ ВРАГИ, И КАК ЗАМЕНИТЬ ИХ НА ТОЧНЫЕ ДЕЛОВЫЕ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ ОБЪЕМ И ВЕС

Сцена из фильма, который мы все видели

Вы пишете отзыв о работе подчиненного: «*Anna did a very good job on the project. Her presentation was very good. The client was very happy. The results were very good.*»

Вы читаете это и чувствуете: что-то не так. Слишком много «very good». Слишком плоско. Слишком... никак. Вы хвалите, но похвала не звучит. Она тонет в обобщениях.

Теперь представьте, что вы пишете: «*Anna delivered an outstanding performance on the project. Her presentation was compelling and well-structured. The client was impressed with her*

approach. The results exceeded our expectations.»

Что изменилось? Вы не сказали «очень хорошо» ни разу. Но похвала стала весомее. Объемнее. Убедительнее.

Обычные курсы скажут: «*Учите синонимы к good: great, excellent, wonderful, fantastic*». Это бесполезно. Вы просто замените одно обобщение на другое. Вы все равно не скажете ничего конкретного.

Сегодня мы учимся **убивать прилагательные-паразиты**. Мы разберем, почему «*very good*» и «*very bad*» — это не нейтральные слова, а враги вашего авторитета. И заменим их на точные деловые прилагательные, которые создают вес, объём и доверие.

Почему «very good» и «very bad» убивают вашу речь

Причина первая. Они ничего не значат.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.