

ЛИНГВОДИДАКТИКА

О проблеме отбора содержания обучения деловому общению студентов лингвистического профиля¹

© кандидат педагогических наук А.В. Литвинов,
кандидат филологических наук И.А. Подольская, 2012

Разработка содержательного аспекта обучения деловому общению должна осуществляться на основании комплексного подхода и целей обучения (формирование соответствующих компетенций в данной сфере общения). Для делового общения характерна однотипность, сходство речевых действий во многих ситуациях. Именно поэтому коммуникативный минимум курса должен быть организован на основании следующих процедур:

- выделение и описание основных социо-коммуникативных ролей, свойственных данной сфере общения, и их конфигураций;
- классификация и характеристика основных типов ситуаций, связанных с исполнением основных коммуникативных ролей;
- выделение основных коммуникативных намерений, их ситуативно-ролевая отнесенность;
- составление текстотеки монологических (документальных, публицистических, научных) и диалогических текстов, адекватно представляющих основные ситуации и коммуникативные роли, их объединение по способу выражения контекстуальных параметров общения в деловом дискурсе;
- составление каталога речевых действий, их группировка и методическая интерпретация.

Необходимо отметить, что профессиональный минимум курса делового общения для студентов-лингвистов также должен формироваться на основе коммуникативно-деятельностного подхода. В основе профессиональной компетенции будущих специалистов-лингвистов лежат базовые знания по теории языкознания и теории изучаемого языка (фонетике, лексике, грамматике, стилистике), эти знания являются определенным фундаментом, на основе которых осуществляется усвоение профессионально ориентированного обучения деловому общению. Центральным звеном этой информации являются основные понятия лингви-

¹ Авторы: **Литвинов Александр Викторович**, кандидат педагогических наук, доцент Университета Российской академии образования и Московского городского психолого-педагогического университета; **Подольская Ирина Александровна**, кандидат педагогических наук, доцент Московского государственного института международных отношений (Университета)

стических дисциплин: теория речевых актов, теория межкультурной коммуникации и др. Студенты должны знать и понимать, что такое коммуникация и сфера общения, какова специфика коммуникации в деловой сфере, что такое речевой акт, речевая ситуация и речевое действие, каковы основные компоненты речевой ситуации, воздействующие на речевую ткань высказывания. Изучение стандартных ситуаций деловой сферы общения, ролевых позиций и ролевых конфигураций, основных тактик и стратегий общения будет не только способствовать повышению их лингвистической компетенции, но станет существенным фактором, постоянно поддерживающим мотивацию обучения, сознательный подход к овладению материалом. Другим важным информационным блоком, способствующим усвоению материала, должны явиться знания студентов по общей стилистике, стилистике русского и изучаемого (английского) языков, а также практическое владение стилистическими нормами в области родного и изучаемого языков. Не нуждается в доказательстве тот факт, что овладение нормами делового общения на иностранном языке происходит более успешно, если обучаемый обладает соответствующей компетенцией в родном языке [Малюга: 2004; 2007; 2008].

Таким образом, структура содержания обучения деловому общению студентов-лингвистов сложна и имеет многоуровневый характер, включает в себя как теоретические знания в области теории речевых актов, стилистики и межкультурной коммуникации, так и комплекс речевых умений и навыков, составляющих коммуникативную компетенцию студентов [Литвинов: 2003; 2005].

Известно, что деловое общение в достаточной степени стереотипично и речевые клише и формулы связаны, в данном случае, не с тематикой общения, а с конкретными ролями участников коммуникативного акта. Ролевое представление речевого материала в наибольшей степени способствует его активизации и закреплению на стадии углубления и развития. Ролевой принцип структуризации речевого материала предполагает изучение тем, так как он связан с ситуациями общения. Для делового общения как специфического дискурса наиболее репрезентативны следующие роли и ролевые конфигурации: юридическое лицо (государство и предприятие любой формы собственности и любой сферы деятельности); физическое лицо (руководитель, подчиненный, представитель юридического лица, проситель). Общение между юридическими лицами осуществляется только в письменной документальной форме (различные жанры документов); общение между юридическими и физическими лицами также осуществляется в письменной документальной форме, но в этом случае используются несколько иные жанры документа; общение между физическими лицами может производиться как в письменной документальной форме, так и в устной форме. Устное общение в дан-

ном случае может быть моностилевым, а может включать и различные стилевые элементы, что определяется параметрами ситуации общения (адресатом, условиями, отправителем информации).

Овладение языком деловой сферы на основе ситуативной организации речевого и лексико-грамматического материала становится главным мотивационным моментом для студентов, изучающих английский язык профессионально, так как данный вид знания предполагает возможность получать и обмениваться информацией, связанной с будущей профессиональной деятельностью. Отбор основных ситуаций общения для изучения проводится по нескольким параметрам: во-первых, должен быть детально проанализирован тематический план учебной дисциплины «Микроэкономика, или Экономика фирмы»; во-вторых, необходимо произвести анализ методической литературы; в-третьих, изучить в содержательном плане учебники, учебные пособия и учебные материалы по деловому общению. В результате обобщения полученных данных нами были выделены следующие темы и их составляющие:

1. Устройство на работу. Документы, необходимые соискателю места для трудоустройства (анкета, резюме, CV, сопроводительные и благодарственные письма). Интервью, собеседование. Действия, предпринимаемые для поиска работы. Объявления о наборе сотрудников. Представление. Обсуждение условий работы: оплата, оплачиваемый отпуск, страхование.

2. На фирме. Знакомство с фирмой, с коллегами по работе. Рабочее место и должностные обязанности переводчика, офис-менеджера, агента по продажам. Устройство офиса: помещения, материально-техническое обеспечение деятельности, рабочее место. Виды компаний США и Великобритании: товарищества, компании с ограниченной ответственностью, совместные предприятия, фонды. Визитная карточка сотрудника.

3. Целый день у телефона. Телефонные разговоры и переговоры. Факс, электронная почта, телеграмма, телекс. Основные сокращения, используемые в деловой переписке. Структура делового письма. Различия между английским и американским вариантами в деловой переписке.

4. Визит зарубежного партнера: телефонный разговор, заказ места в гостинице, встреча в аэропорту. Знакомство, приветствия, благодарности, прощания, формы обращения. Прибытие в страну (таможенный и паспортный контроль, в аэропорту, на вокзале, расписание, городской транспорт). Сопровождение зарубежного партнера.

5. Знакомство с фирмой, презентация фирмы. Корпоративная культура. Основные направления деятельности предприятий малого и среднего бизнеса: оптовая и розничная торговля, сфера услуг, производство потребительских товаров. Презентация товара. Письмо-предложение.

6. Предложение о сотрудничестве, переговоры. Письмо-запрос. Договор о сотрудничестве. Соглашение о намерениях. Работа торгового агента. Работа рекламного агента. Заказ, подтверждение и отклонение заказа. Рекламный текст, его типы. Рекламные тексты в различных видах СМИ. Система подготовки рекламных текстов.

7. Заключение контракта (предмет контракта, сроки поставки, условия оплаты, отгрузочная документация, гарантии, упаковка, маркировка товара, страхование, санкции). Базисные условия поставки. Различия в американском и британском вариантах языка делового общения в этой сфере.

8. Обсуждение финансовых условий сделки. Финансы предприятия (денежные средства, форма оплаты, наличные и безналичные средства, валюта). Платеж как важнейшее звено любой коммерческой сделки. Письма об оплате и письма-напоминания. Условия оплаты за посреднические услуги. Деньги и чеки в Англии и США.

9. Рабочее совещание у шефа. Конфликты на работе и способы их разрешения. Обсуждение ситуации. Анализ деятельности фирмы: чтение и комментирование диаграмм, графиков. Карьера сотрудника фирмы, карьерный рост.

10. Неприятная ситуация (претензии и жалобы, невыполнение условий поставки: недопоставка, задержка в поставке, повреждение, нарушение условий контракта, форс-мажор). Письмо-рекламация и ответ на него.

Необходимо определить основные задачи применительно к каждому ситуативному блоку, являвшемуся в нашем случае основной единицей обучения.

Практические цели и задачи курса могут конкретизироваться в требованиях к коммуникативным умениям во всех видах речевой деятельности, связанным с восприятием и порождением дискурса, интеракцией (диалогическое общение) и медиацией (перевод и интерпретация).

Так, в области говорения студенты владеют монологической и диалогической речью в деловом общении, могут построить сообщение и доклад на определенную тему, участвовать в беседе, интервью или дискуссии, связанной с предложенным ситуативным минимумом. Студенты в состоянии адекватно реализовать собственное коммуникативное намерение, при этом их речь должна обладать такими качествами, как логичность, содержательность, ясность, связность, смысловая и структурная завершенность; она должна соответствовать языковой норме, а также прагматическим и социокультурным параметрам, актуализирующимся в деловой общении. Студенты умеют аудировать как оригинальную звукозапись (спонтанную монологическую и диалогическую речь, опираясь на изученный языковой материал, социокультурные знания и навыки языковой и контекстуальной догадки), так и в непосредственном деловом общении. Студенты владеют письменной речью официального характера в пределах изу-

ченного материала; знают основные текстовые жанры канцелярского стиля и порождают их в соответствии с языковой нормой и прагматическими параметрами дискурса. Студенты владеют основными видами чтения: чтением, направленным на понимание основного содержания текста; чтением, имеющим целью максимально точное и адекватное понимание текста с установкой на наблюдение за языковыми явлениями; чтением, направленным на быстрое нахождение определенной информации.

В процессе изучения курса английского языка делового общения студенты овладевают определенным набором речевых действий для передачи фактической информации, выражения интеллектуальных отношений, эмоциональной оценки, убеждения или оказания воздействия на собеседника; знакомятся с особенностями функционирования формул речевого этикета в деловом дискурсе; учатся структурировать как устную, так и письменную речь.

Так, в области речевого этикета студент должен уметь:

- привлечь внимание собеседника,
- использовать формы официального и неофициального обращения, ответить на эти обращения,
- познакомиться с деловым партнером, представить своих коллег, ответить на представления,
- попрощаться, высказать пожелания дальнейшего сотрудничества,
- извиниться и принять извинения,
- поблагодарить партнера (коллегу), ответить на благодарность,
- выразить понимание, непонимание; попросить повторить, уточнить, разъяснить сказанное,
- перефразировать и объяснить другими словами,
- осведомиться, понял ли собеседник его слова,
- высказать комплимент, любезность, добрые пожелания и ответить на них,
- выразить сочувствие, соболезнование, ответить на них.

При структурировании речи студент должен:

- постоянно проводить самокоррекцию,
- уметь вводить тему, изменять тему;
- корректно выражать собственное мнение;
- обобщать, делать выводы, суммировать сказанное;
- инициировать внимание собеседника, оценивать показатели внимания собеседника к собственной речи;
- поощрять собеседника к продолжению речи;
- корректно прерывать собеседника, подталкивать его к смене темы.

В плане выражения фактической информации студент должен уметь строить сообщение соответственно замыслу и теме; корректиро-

вать, уточнять и выяснять информацию. В плане выражения интеллектуальных отношений и состояний студент должен уметь выражать согласие/несогласие, знание/незнание, выражать степень вероятности или необходимости чего-либо, высказывать предположение, уверенность/неуверенность, компетентность/некомпетентность, способность/неспособность сделать что-либо; изъявлять желание, потребность, намерение и предпочтение. Студент должен уметь корректно или контекстуально выражать свои эмоциональные оценки и воспринимать эмоциональные оценки собеседника (симпатию, расположение, интерес, огорчение, заинтересованность, сожаление и т.д.). Студент должен научиться воздействовать на собеседника: предлагать помощь, содействие, совет; высказывать предостережение и поощрение к действию; предлагать помощь, принимать предложения; давать однозначные или уклончивые ответы.

Указанный выше перечень речевых умений и речевых действий студента формируется в ходе занятий, организованных по ситуативному принципу. В рамках специального практического курса может быть выдвинуто и решаться множество различных задач, но основной всегда являлась задача формирования речевых умений и навыков в тех видах, и формах общения, на которых основывается их учебная и будущая профессиональная деятельность.

Особо следует остановиться на исследованиях, проводимых на кафедре английского языкознания филологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова в рамках научного направления Business English Studies.

В учебном пособии «Региональное варьирование в деловом общении на английском языке» руководитель этих исследований профессор Т.Б. Назарова пишет: «Весьма важным представляется то обстоятельство, что к настоящему моменту границы английского языка делового общения определены с достаточной степенью четкости» [Назарова: 2009, 8-9]. Исследование этого вопроса завершилось выявлением регистров, взаимообусловленное единство которых и составляет английский язык делового общения (Business English). Сегодня английский язык делового общения понимается как «взаимообусловленное единство различающихся по функциональной направленности разновидностей устной и письменной речи, используемых в деловых целях: техника ведения беседы (Socializing), телефонное общение в деловых целях (Telephoning), деловая корреспонденция (Business correspondence), деловая документация и контракты (Business documents and contracts), деловая встреча (Business meetings), презентация (Presentations), техника ведения переговоров (Negotiating), средства массовой информации,

Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2012. – Вып. 44. – 112 с. ISBN 978-5-317-04129-8

ориентированные на мир бизнеса (The business media)» [Назарова: 2004; 2007; 2009].

В рамках проводившихся работ были выявлены «те тематические разделы, которые отличаются максимальной целесообразностью для русскоязычных студентов, осваивающих основы делового общения на английском языке. В этом смысле приоритетными оказываются следующие темы:

- Types of Companies and Company Structures
- Setting up a Company
- Small Business versus Big Business
- People in Business: Recruitment, Job Titles and Company Hierarchy
- Corporate Culture and Intercultural Communication
- Company Performance
- The Stock Exchange
- Banking» [Назарова: 2009, 149].

На сегодняшний день всячески следует приветствовать дальнейшие исследования отраслевого дискурса делового английского [Богородицкая: 2010]. Это подтверждается практической работой студентов факультета иностранных языков Университета Российской академии образования (УРАО) в качестве переводчиков на международных мероприятиях, в том числе на Международной конференции «Эффективная генерация энергии» и на 8-ом горнопромышленном форуме «МАЙНЕКС Россия 2011». Опыт показывает, что без проведения дальнейших исследований отраслевого дискурса представление, как учёных, так и студентов о мире бизнеса будет неполным.

Л и т е р а т у р а

- Богородицкая В.А. Общеупотребительная бизнес-терминология в аутентичном иноязычном деловом дискурсе информативной направленности. – Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики языка делового и профессионального общения: Материалы IV Международной научно-практической конференции. – М.: РУДН, 2010 – С. 22-23.
- Литвинов А.В. О содержании обучения «деловому общению» на старших курсах факультетов лингвистики // Вестник Международного Славянского Университета имени Г.Р. Державина. – 2003. – № 8. – С. 60-64.
- Литвинов А.В. Виды компетенций, формируемые при обучении деловому общению студентов-лингвистов // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. Вып. 29. – М.: МАКС Пресс, 2005. – С. 135-145.
- Малюга Е.Н. Особенности языка и культуры в деловой коммуникации. – М.: МАКС Пресс, 2004. – 173с.
- Малюга Е.Н. Функциональная прагматика межкультурной деловой коммуникации. Изд. 2-е, доп. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2008. – 320с.
- Малюга Е.Н. Функционально-прагматические особенности речевого поведения британских и американских участников межкультурной деловой коммуникации. – М.: Российский университет дружбы народов, 2007. – 196с.

Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2012. – Вып. 44. – 112 с. ISBN 978-5-317-04129-8

- Назарова Т.Б. Английский язык делового общения: Курс лекций и практикум: Учеб. пособие/Т.Б. Назарова. – М.: АСТ/Астрель, 2004. – 272с.
- Назарова Т.Б. Региональное варьирование в деловом общении на английском языке. Спецкурс: учеб. пособие / Т.Б. Назарова, И.А. Преснухина; под ред. д-ра филол. наук, проф. Т.Б. Назаровой. – М.: АСТ/Астрель, 2009. – 254с.
- Назарова Т.Б. Словарный состав английского языка делового общения. Спецкурс / Т.Б. Назарова, Ю.Н. Кузнецова, И.А. Преснухина; под ред. проф. Т.Б. Назаровой. – М.: Астрель: АСТ, 2007. – 319с.
- Тенберг Р. Деловой английский. Глоссарий: учеб. пособие / Райнхард Тейнберг, Деррик Ферни; пер. на русский и предисловие Т.Б. Назаровой. – М.: АСТ:Астрель, 2010. – 384с.