

О РОЛИ ДЕЛОВОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА-МЕЖДУНАРОДНИКА



Аннотация

В статье рассматривается вопрос о необходимости обучения будущих специалистов-международников деловому английскому как средству межкультурной коммуникации для предупреждения возможного недопонимания в общении с представителями иных культур. Автор подчеркивает значимость преподавателя иностранного языка, способного обучить студентов правилам ведения межкультурной коммуникации, знание которых позволит более глубоко понимать и принимать разнообразие культур в мировом масштабе в целом и в бизнесе в частности.



Abstract

THE ROLE OF BUSINESS ENGLISH IN DEVELOPING INTERCULTURAL COMMUNICATIVE COMPETENCE OF A FUTURE INTERNATIONAL RELATIONS SPECIALIST

The article discusses the need to teach Business English to future international specialists as a means of intercultural communication to prevent possible misunderstandings during communication with representatives of another culture. The author also outlines the importance of a foreign language teacher who is able to teach students the rules of intercultural communication. This knowledge will allow to understand and accept the diversity of cultures on a global scale in general and in business in particular.



Ключевые слова

**деловой английский язык, межкультурное
общение на профессиональном уровне, иноязычная
профессиональная коммуникация, специалист-
международник, преподаватель иностранного языка**



Keywords

**Business English language, intercultural communication
at a professional level, foreign language professional
communication, specialist in international relations, foreign
language teacher**

Введение. Для современного общества и особенно бизнес-среды характерно постоянное расширение контактов с зарубежными партнерами. Соответственно, межкультурное общение на профессиональном уровне является неотъемлемой частью международных деловых встреч. Однако следует учитывать тот факт, что успех такого сотрудничества зависит не только

от отличного знания переговорщиками языка данной страны, но и от понимания ее материальной и духовной культуры, религии и нравственных ценностей, менталитета и мировоззрения, правил делового этикета и т.д.

Исходя из вышесказанного, очевидно, что сегодня при обучении иностранным языкам особое внимание следует уделять разделу учебной программы о межкультурном общении, в котором, безусловно, должны детально рассматриваться особенности инокультур и принципы, обеспечивающие успешное деловое общение на международном уровне, так как только «сумма знаний, умений и характеристик позволяют человеку осуществлять действие» [13, с. 9]. Также можно заключить, что преподавателям ИЯ «необходимо целенаправленно использовать средства и возможности иностранного языка в профессиональной подготовке специалиста с целью формирования у него коммуникативной компетентности как необходимой составляющей глобальной стратегии личностного и профессионального становления и развития индивида» [8, с. 62].

Данное утверждение подтверждается результатами исследований как российских, так и зарубежных ученых. Например, Т. Н. Астафурова [2], Н. В. Барышников [3], А. В. Гусева [5], Е. В. Мусницкая [7], И. И. Халева [9] и др. выделяют лингвистическую, социокультурную и прагматическую компетенции, владение которыми поможет будущим специалистам-международникам сформировать межкультурную коммуникативную компетенцию, необходимую для ведения успешной межкультурной профессиональной коммуникации. Зарубежные ученые Д. Ягер [11], Д. Честара [10], Г. Бройнинг [4] и др. в своих работах показывают, что продуктивное деловое общение только на 15 % обеспечивается профессиональными языковыми знаниями переговорщиков и на 85 % зависит от умения общаться с представителями других культур.

Известно, что «язык присутствует во всех сферах человеческой жизни, а вместе с языком также и культура проникает во все сферы человеческой жизни» [6, с. 55]. Поэтому «для становления и последующего успешного ведения межкультурного делового общения будущие специалисты должны научиться, а преподаватель иностранного языка должен их научить осуществлять иноязычную профессиональную коммуникацию, учитывая не только лингвистическую компоненту, но социокультурные особенности данной страны, конкретную ситуацию и обстоятельства общения, статус партнера по речевому общению, время, место и т.д.» [1, с. 69]. Другими словами, должно проводиться профессионально-ориентированное обучение, способствующее накоплению знаний по языковому и социокультурному аспектам общения, а также формированию понятийного аппарата бизнес-общения, характерного для той или иной страны, что, в свою очередь, позволит выпускникам стать более конкурентными на рабочем рынке, так как на данном этапе практически все международные компании хотят иметь в штате сотрудников, владеющих иностранными языками на высоком уровне и обладающих прочными навыками межличностного общения, поскольку они смогут эффективно работать над реализацией поставленных задач, находить решения при встречах с зарубежными деловыми партнерами, успешно трудиться в команде и т.д.

Участвуя в деловых переговорах на английском языке в странах с другой культурой, российским специалистам необходимо владеть культурологическими знаниями и быть способными понимать ментальность другого народа при вербальной, невербальной и паравербальной коммуникации, причем следует помнить, что понимание и использование паравербального общения особенно важно при осуществлении контакта с восточными народами.

Будущим специалистам, ориентирующимся на работу в области внешнеторговой деятельности, надо объяснять, что в процессе взаимодействия необходимо создавать атмосферу уважения, так как только вежливость и проявление учтивости обеспечат взаимный успех.

Понимая необходимость владения данными знаниями для наших выпускников, преподаватели кафедры английского языка ВАВТ уже на первом курсе уделяют особое внимание обучению студентов правилам ведения иноязычной неофициальной и деловой коммуникации с учетом социальных, культурных и профессиональных ценностей, важных для представителей другой страны. Включенные в учебные программы курса по английскому языку зарубежные учебники *Navigate* [12] и *Business Result 2^{ed}*, а также учебные пособия *Business English Cases* и *Business English through Case Studies*, разработанные преподавателями кафедры на базе аутентичных текстов, содержат разделы, посвященные изучению тех или иных аспектов коммуникации. Остановимся на некоторых из них.

По мнению преподавателей кафедры, которое, согласно результатам анкетирования, совпадает с оценкой студентов, одним из средств обучения, способствующих эффективному формированию межкультурной компетенции у обучающихся, является учебно-методический комплекс *Business Result 2^{ed}*, каждый уровень которого содержит задания или даже целые разделы, посвященные вопросам организации или ведения деловой коммуникации с представителями других культур.

Например, *Student's Book* уровня *Pre-Intermediate* [15] содержит раздел под названием *Entertaining*; в его подразделе *Hospitality or bribery* предлагается организовать дискуссию о том, что и при каких условиях может рассматриваться как знак внимания к деловому партнеру / клиенту, а что — как подкуп.

Student's Book уровня *Intermediate* [16] содержит раздел *Guests and visitors* и предлагает последующее изучение материала, посвященного организации комфортного пребывания гостя из другой страны. Для окончательного закрепления знаний из пройденного раздела студенты смотрят видео и выполняют задания, в которых акцент ставится на понимание культурных различий при ведении бизнеса; затем они разбирают небольшие проблемные бизнес-ситуации и пытаются найти решения. Приведем пример такого задания: «*A Belgian manager is working in Thailand. He is unhappy because his Thai assistant is often late for work (between 30 minutes to an hour sometimes). One day he tells her off in front of other employees. She resigns soon after*».

Конфликт заключается в следующем: менеджер-европеец не знает, что публичная критика действий сотрудника на рабочем месте в восточных странах недопустима из-за «потери лица», после такого инцидента у работника нет другого выхода, кроме как уйти из компании. Без знания данных культурных особенностей общения в восточных компаниях студенты не смогут предположить, в чем проблема, соответственно, не смогут ее урегулировать. Это упражнение еще раз показывает, что успешный бизнес в инокультурах возможен только при осознании и принятии межкультурных различий как в бизнесе, так и вне его.

Student's Book уровня *Upper-Intermediate* [14] содержит еще больше информации и заданий, расширяющих представления студентов о различиях и тонкостях коммуникации при ведении бизнеса за рубежом как в восточных,

так и в западных компаниях. Из первого же раздела обучающиеся узнают, как следует оформить сайт компании, если она планирует выйти на китайский рынок и привлечь, а не оттолкнуть будущих клиентов. В следующем разделе достаточно подробно комментируются темы, которые рекомендуются или, наоборот, не рассматриваются для обсуждения при установлении первых контактов. Весьма интересно и полезно видео о том, как начинать бизнес, что приводит к успеху или краху стартапов, если не учитывается ряд условий, например игнорирование местных правил и традиций.

Нельзя не упомянуть и следующий раздел этого учебника, который так и называется – *Culture*. Уже первое его задание погружает обучающихся в увлекательный мир исследования различных культур и традиций.

Starting point:

1. *A common piece of advice for people living or working in another country is 'When in Rome, do as the Romans do'. What do you think this expression means?*
2. *How much do you change your behaviour if you visit another country for work or as a tourist? Why?*

Дискуссия по заданию «*If you do business with a different culture, what is it useful to know about this culture?*» предвосхищает работу студентов над текстом *Working across culture* о различных классификациях культур, предлагаемых современными исследователями, в частности нидерландским социологом Гертом Хофстедом. Предлагаемый текст содержит соответствующую лексику, такую как «*liberal and egalitarian cultures*», «*self-centered approach*», «*masculine society*». В нем названы страны, для которых характерны данные типы культур. Читая текст, обсуждая и сравнивая свои предположения и факты, приведенные Хофстедом, о том, как ведется бизнес в той или иной стране, студенты начинают понимать, что именно нужно учитывать, чтобы деловая межкультурная коммуникация была успешной.

В наши программы включены все три уровня УМК *Business Result 2^{ed}*, и их разделам, посвященным вопросу межкультурной коммуникации, преподаватели кафедры уделяют особое внимание, понимая, насколько данные знания важны, так как большинство наших студентов начинают свою карьеру в международных компаниях.

В течение нескольких лет мы предлагаем выпускникам бакалавриата, наиболее увлеченным вопросом межкультурной коммуникации, дополнительную программу «Специалист в сфере обеспечения межкультурной деловой коммуникации». Интерес к ней растет с каждым годом, так как она является квинт-эссенцией полученных ранее знаний и имеет исключительно практическую направленность, способствуя еще более глубокому погружению студентов в деловую культуру изучаемых стран.

В ходе занятий по данной программе мы обсуждаем трактовки понятий «культура», «межкультурная коммуникация», «деловое межкультурное общение» различными учеными. В ходе беседы студенты предлагают свое понимание данных терминов, мы дискутируем по поводу приемлемых, а также не всегда соответствующих ситуации стилей общения и поведения участников бизнес-общения, изучаем стереотипы и культурные различия стран Запада и Востока, деловой этикет. Особый отклик у участников программы вызывают темы, связанные с возможным культурным шоком, его стадиями и шагами,

которые необходимо предпринять людям, отправляющимся в страну с другим менталитетом, традициями и обычаями.

На протяжении всего курса студенты ведут самостоятельную исследовательскую работу по подбору материала, связанного с особенностями деловой культуры и культуры речи в странах изучаемых ими иностранных языков, для своего финального выступления по завершении программы. В этом году многие выпускники готовили презентации о правилах ведения межкультурной коммуникации в странах Востока, таких как Япония, Китай, Таиланд, Индонезия, Южная Корея. Студенты не оставили без внимания и страны Африки, подробно остановившись на процессе ведения переговоров в ОАЭ, Египте и Алжире. Иран, Турция и Индия также стали предметом изучения участников программы. Как видим, практически никто не выбрал страны Европы, хотя деловые отношения с ними не прервались. Однако на данном этапе активное развитие и становление новых направлений бизнеса происходит именно в этом векторе, студенты это понимают и хотят быть среди первых специалистов, которые будут приглашены в международные компании, работающие именно в этих странах.

По окончании обучения участники программы отмечают, что в ходе занятий и самостоятельной работы им удалось значительно расширить свои знания о культуре изучаемых стран в целом и деловой культуре в частности; теперь они смогут осознанно применять их на рабочем месте в ситуациях профессионального межкультурного взаимодействия.

Как уже отмечалось ранее, успешное развитие навыков делового межличностного общения может быть подкреплено наличием прочных знаний профессиональной терминологии и этики речевого поведения. Тем не менее следует понимать, что, если хотя бы для одного представителя английский язык не является родным, излишняя насыщенность речи профессиональными жаргоном и сокращениями, понятными только одной стороне, может привести к неверному толкованию сообщения, искажению смысла сказанного и даже конфликту, результатом которого будет срыв запланированных сделок. Включение эмоционально окрашенной лексики, метафор, а также других средств языковой выразительности также зависит от уровня владения английским языком участниками межкультурной коммуникации.

В заключение хочется отметить, что знание общей культуры любой страны необходимо, когда речь идет о ее посещении, целью которого может быть туризм или визит к друзьям или родственникам. Понимание традиций, обычаев и правил поведения в разных странах позволяет почувствовать их неповторимую атмосферу, избежать неловких ситуаций, установить дружеские взаимоотношения с ее жителями и т.д. В данном случае очень важно наличие высокого уровня общего английского языка.

Отличное знание делового английского языка необходимо специалистам, работающим на международных рынках и представляющим нашу страну на переговорах, официальных встречах, приемах и конференциях. Уверенное владение деловым английским помогает сформировать экспертную коммуникативную компетенцию для эффективного осуществления межкультурных контактов в профессиональных целях, для повышения своей конкурентоспособности на рынке труда, развития гибкости в решении задач профессионального характера. Тем не менее, помимо задачи углубить профессиональные языковые знания обучающихся, перед преподавателями

ИЯ стоит задача с помощью делового английского научить студентов вести успешную межкультурную коммуникацию, постоянно фиксируя их внимание на том, что в процессе международной деятельности важно учитывать национальные традиции, особенности менталитета и поведенческие стереотипы данной страны, а любое межкультурное общение, деловое в особенности, должно проходить в атмосфере взаимопонимания и уважения друг к другу.



Литература

1. **Аверьянова С. В.** Деловой английский как неотъемлемая составляющая коммуникативной компетенции специалистов-международников // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – № 9. – С. 68–73.
2. **Астафурова Т. Н.** Лингвостилистические аспекты межкультурной деловой коммуникации. – Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. ун-та, 1997. – 108 с.
3. **Барышников Н. В.** Мультилингводидактика // Иностр. языки в школе. – 2004. – № 5. – С. 19–27.
4. **Бройнинг Г.** Руководство по ведению переговоров. Рекомендации для успешного проведения переговоров. – М., 1996. – 112 с.
5. **Гусева А. В.** Формирование социокультурной компетенции в процессе обучения устному иноязычному общению (Школа с углубленным изучением иностранных языков, французский язык): дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02: – Москва, 2002. – 235 с.
6. **Морозкина Л. Г.** Педагогические условия обучения студентов нелингвистических факультетов реализации межкультурной коммуникации // Иностр. языки в школе. – 2022. – № 5. – С. 54–62.
7. **Мусницкая Е. В., Гусева А. В.** Принципы формирования умений автономной деятельности, направленной на приобретение социокультурной компетенции. – М.: МГЛУ, 2001. – С. 49–61.
8. **Сорокина Н. И.** Коммуникативная компетентность в профессиональной подготовке специалиста // Аграрное образование и наука. – 2016. – № 2. – С. 62–63.
9. **Халеева И. И.** Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчиков). – М.: Высшая школа, 1989. – 238 с.
10. **Честара Дж.** Деловой этикет: Паблик рилейшнз для всех и для каждого / Пер. с англ. Л. Бесковой. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 336 с.
11. **Ягер Д.** Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. – М., 1994. – 284 с.
12. **Buchanan Н.** Navigate, Intermediate / Н. Buchanan, E. Pathare, R. Roberts. – Oxford University press, 2019. – 176 p.
13. **Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A common European Framework of Reference. Draft 2 of a Framework proposal Council for Cultural cooperation.** – Strasbourg, 1998. – 161 p.
14. **Duckworth M.** Business Result (Second Edition), Upper-Intermediate, Student's Book / M. Duckworth, J. Hughes, R. Turner. – Oxford University Press, 2021. – 156 p.
15. **Grant D., Hudson J.** Business Result (Second Edition), Pre-Intermediate, Student's Book. – Oxford University Press, 2021. – 160 p.
16. **Hughes J., Naunton J.** Business Result (Second Edition) Intermediate, Student's Book. – Oxford University Press, 2021. – 160 p.

Аверьянова Светлана Вячеславовна, канд. пед. наук, доцент, заведующий кафедрой английского языка Всероссийской академии внешней торговли.
E-mail: svetlanav_d@mail.ru



Сведения
об авторе