СТРАТЕГИИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК АСПЕКТ ИНОЯЗЫЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ

Аннотация

В данной статье представлен краткий обзор вопросов, связанных с обучением студентов-лингвистов стратегиям англоязычного делового общения. Учитывая направление подготовки и профили студентов бакалавриата, предлагается принимать во внимание то, что будет определять состав дисциплины, цели, методы и средства осуществления учебного процесса. Акцент сделан на необходимости применять коммуникативный и межкультурный подходы, обращать внимание на значимость соизучения языков и культур, понимание роли преподавателя и студента. Идеи автора статьи базируются на научном и практическом опыте основателя и президента факультета иностранных языков и регионоведения МГУ, профессора Светланы Григорьевны Тер-Минасовой, который успешно развивается последователями ее научной школы.

Abstract

STRATEGIES OF BUSINESS COMMUNICATION AS AN EDUCATIONAL ASPECT OF LINGUISTIC DOMAIN IN HIGHER INSTITUTIONS

The article presents a brief overview of issues concerning the strategies of business communication as an educational aspect of linguistic domain in higher institutions. We suggest that the educational area, as well as the training profile of students should be taken into consideration, which will help to determine the course content and design, it's aims, methodology and medium of instruction. The author underlines the importance of communicative and intercultural approaches in the course realization, integrity in studying languages and cultures, considering the roles of teachers and students. The ideas expressed in this article are inspired by the theories and practical experience of the founder and president of the Faculty of Foreign Languages and Area Studies, professor Svetlana G. Ter-Minasova, whose scientific school, which has long-established traditions and reputation, develops and grows.

Ключевые слова

стратегии делового общения, студенты-лингвисты, соизучение языков и культур, межкультурная коммуникация

Keywords

strategies of business communication, linguistic domain of students, integration of language and culture, intercultural communication

«...Его Величество Общение (или Ее Величество Коммуникация) правит людьми, их жизнью, их развитием, их поведением, их познанием мира. И всякая попытка осмыслить коммуникацию между людьми, понять, что ей мешает, а что способствует, важна и оправдана, так как общение — это столп, стержень, основа существования

человека» [16, с. 8]. Так видит общение и коммуникацию известный ученый-лингвист, педагог, один из основателей идеологического направления межкультурной коммуникации в нашей стране, сторонник распространения, популяризации идеи соизучения языков и культур в России и мире — профессор, доктор филологических наук Светлана Григорьевна Тер-Минасова. В данной статье мы будем ссылаться на опыт актуальных исследований (в том числе предложенных и реализованных в практике современного преподавания и изучения языков и культур С. Г. Тер-Минасовой), которые имеют непосредственное отношение к обучению иностранному языку межкультурного делового взаимодействия, его эффективным стратегиям для достижения цели в соответствии с нормами, принципами, технологиями, принятыми в конкретной социальной группе.

Деловое общение сегодня — это глобальный процесс, который превратился в неотъемлемую часть нашей жизни. Дисциплины, связанные с получением знаний о том, как общаться на иностранном языке в деловой сфере, используя соответствующие приемы и стратегии, приобрели особый статус благодаря широкому внедрению на всех ступенях образовательной системы в России и мире: начиная со старших классов школы, а далее — в вузовском (бакалавриат/специалитет, магистратура, аспирантура) и дополнительном образовании взрослых [2; 4; 11]. Соответственно, изучение аспектов делового общения на английском языке с точки зрения современной образовательной парадигмы, особенно в части ее лингвистических и методических составляющих, заслуживает серьезного научного внимания. В частности, это касается такой важной целевой аудитории, как студенты-лингвисты (бакалавриата): к этой категории на факультете иностранных языков и регионоведения МГУ имени М. В. Ломоносова относятся обучающиеся по профилям «Преподавание» и «Межкультурная коммуникация».

Задачи главных участников учебного процесса (учитель — ученик), безусловно, имеют свою специфику. Если принять во внимание особенности языкового образования студентов лингвистических направлений, вопросы о том, кто преподает и для кого предназначена дисциплина, являются не просто значимыми, а основополагающими. Реализация профильно-ориентированного обучения иностранному языку требует лингвистического осмысления и методической точности. «Научить людей общаться (устно и письменно), научить производить, создавать, а не только понимать иностранную речь, — это трудная задача, осложненная еще и тем, что общение — не просто вербальный процесс. Его эффективность, помимо знания языка, зависит от множества факторов: условий и культуры общения, правил этикета, знания невербальных форм выражения (мимики, жестов), наличия глубоких фоновых знаний и многого другого» [16, с. 27]. Важными достижениями российской науки, повлиявшими на тактики и способы обучения студентов высших учебных заведений иностранному языку делового общения, явились: определение роли социальной природы языка [12]; социокультурной компетенции в обучении языку как специальности [13]; социальной [14] и межкультурной [5] компетенций; соизучения языка и культуры [16].

Вопросы, связанные с преподаванием иностранного языка делового общения, которые не сходят с повестки дня научных и научно-практических конференций, активно обсуждаются в академических кругах и являются предметом фундаментальных трудов и статей. Авторы авторитетных зарубежных изданий также обращаются к этой теме. Так, например, она представлена в книге для преподавателей *The Business English Teache*r: «Тот факт, что мы имеем диплом, позволяющий преподавать иностранный язык, покрывает два базовых аспекта: владение методикой обучения и знание языка» [20]. Авторы отмечают достаточное количество проблемных ситуаций, которые могут возникнуть в процессе обучения студентов разных целевых аудиторий. Они связаны прежде всего с направленностью

курса, специализацией, определяющей тематику и языковое наполнение. Кроме этого, внимание акцентируется на роли обучающего как медиатора учебного процесса, или, скорее, тренера (*coach*) [20], что влечет за собой применение соответствующих методических приемов, начиная с того, что точкой отсчета является планирование, основанное на интересах обучающихся (тематике, мотивации получить конкретные умения, изучить определенные аспекты), и заканчивая оцениванием результатов (преподавателем, само-/взаимооценивание, прогресс при прохождении курса). Следует отметить, что набор профессиональных компетенций преподавателя иностранного языка в высшей школе не может охватить всего. Ныне существующий ОС МГУ включает достаточно ценные компетенции, которыми должен обладать выпускник магистратуры направления «Лингвистика», то есть будущий преподаватель иностранного языка, в том числе такие, как ПК-11 М, ПК-6 М, ПК-4 М, ПК-5 М, ОПК-3 М, однако степень осведомленности обучающего по вопросам актуальной организации деловой активности и коммуникации в деловой сфере является его собственной ответственностью[1]. Это означает, что на определенных этапах ему придется заниматься самообразованием, требующим дополнительных физических, умственных и материальных затрат. К тому же, студент бакалавриата — это очень молодой человек; его социализация в основном связана с бытовой сферой, а включение в деловое общение, даже на родном языке, — это нечто новое, неизведанное [3; 15]. Наша практика преподавания позволяет утверждать, что в случае студентов-лингвистов этот вопрос имеет свои особенности.

[1] Образовательный стандарт, самостоятельно устанавливаемый МГУ имени М. В. Ломоносова для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика (уровень бакалавриата), 45.04.02 Лингвистика (уровень магистратуры). Утвержден и введен в действие Приказом МГУ «Об утверждении образовательных стандартов МГУ» от 22 июля 2011 г. № 729. Изменения: утверждены Приказом МГУ имени М. В. Ломоносова «Об утверждении изменений в самостоятельно устанавливаемые образовательные стандарты МГУ» от 30 декабря 2016 г. № 1694.

Жанр статьи не позволяет в полной мере осветить все многообразие проблем, возникающих у преподавателя, принявшего смелое решение стать не просто личностью обучающей, но и своеобразным наставником, организатором образовательного процесса. Кратко перечислим лишь наиболее очевидные вопросы содержательного характера, требующие осмысления при планировании и непосредственной работе со студентами-лингвистами. К ним относятся: знание делового этикета и способов его вербального и невербального сопровождения при выражении и восприятии идей; умение поддерживать коммуникацию, учитывая этнопсихологические особенности; понимание особенностей жанров деловой коммуникации, ведь мы обучаем жанрам дискурса, в то время как именно в деловом дискурсе они имеют тенденцию меняться, порождаются новые, отвечающие условиям временного контекста (подробнее о современной жанровой парадигме в деловом дискурсе, представленной с точки зрения языковой прагматики, и о значимости понимания актуальных лингвистических типологий текстов соответствующей тематики см. [19, с. 157–168]); не только готовность распознавать и применять стратегии и тактики делового общения самому, но и способность обучать других соответствующим умениям и навыкам, релевантным в сегодняшнем плюрикультурном контексте делового взаимодействия.

Студенты российских вузов со специализациями «Экономика», «Бизнес и администрирование», «Управление», «Туризм» традиционно изучают английский язык как язык для специальных целей, и тема делового общения для них зачастую представляется более актуальной, чем для студентов со специализацией «Лингвистика», но это не вполне так. С учетом современных социальных и политических реалий, существующих в мире, лингвистам тоже важно быть успешными, чтобы представить себя достойно на рынке труда. Однако в силу специфики их профиля обучения внедрение дисциплин, дающих возможность овладеть знанием англоязычного делового дискурса, требует работы со стороны преподавателя, позволяющей создать условия для мотивации студентов: «...Важнейшей предпосылкой создания интереса к учению является воспитание широких социальных мотивов деятельности, понимание ее смысла, осознание важности изучаемых процессов для собственной деятельности» [8, с. 225–226].

Все вышеизложенное важно учитывать при разработке общей концепции дисциплины, которая будет определяться тем, какие цели лягут в ее основу, формируя таким образом спектр тематик, языкового наполнения, методических приемов. Затем можно будет перейти к ожидаемым результатам, выраженным в измерении знаний, умений и навыков, которые должны получить студенты-лингвисты.

В своем базовом курсе «Методика обучения иностранным языкам» Е. Н. Соловова с самого начала акцентирует внимание на необходимости учитывать социальный заказ общества на изучение иностранных языков, обозначает язык для делового общения как отдельный вариант[2]: «...Именно данный вариант можно смело назвать вторым по важности вариантом изучения языка, после языка для общих целей. Не следует путать язык для делового общения с языком для профессиональных целей, где также может прослеживаться специфика делового этикета в устной и письменной деловой или бизнес-коммуникации» [14, с. 5]. В то же время, определяя деловое общение как «вид общения, целью которого является обмен информацией в профессиональной, коммерческой и некоммерческой деятельности» [1, с. 57], авторы словаря методических терминов отмечают, что «для обучения Д. О. (деловому общению — комментарий наш, М. Б.) издаются специальные учебные пособия, знакомящие с использованием языка в специальных целях» [1, с. 57].

[2] При этом язык для общих целей — *English for General Purposes (EGP)*, язык для академических целей — *English for Academic Purposes (EAP)*, язык для специальных целей — *English for Specific Purposes (ESP)*, язык для науки и техники — *English for Science and Technology (EST)*, язык узкопрофильного применения — *English for Occupational Purposes (EOP)* описаны в соответствии с их собственными целями.

Проблема того, является ли дисциплина, обучающая деловому английскому языку в вузе, предметом для специальных целей, достаточно часто обсуждается в научных кругах. Отношение к этому неоднозначное и требует внимательного осмысления, как и в случае языкового образования будущих лингвистов. Обстоятельное описание языка для деловых целей (***EBP***) дано Т. Дадли-Эванс и М. Дж. Сент-Джон. Авторы используют подробный онтологический анализ для описания систем обучения этому языку, в основе которых лежат интересы пользователей. Именно определение интересов целевой аудитории является точкой отсчета при построении обсуждаемого курса. Такой подход позволяет отделить студенческую аудиторию от профессиональной (взрослых обучающихся), в связи с чем авторы настаивают, что преподавание делового английского в вузах должно осуществляться в соответствии с общими принципами преподавания иностранных языков для академических целей [23]. Также важным в отношении обучения студентов вузов является предложенное в работе разделение на два основных направления: английский язык для общих (***EGBP***) и специальных деловых целей (***ESBP***), где первый обычно является предметом обучения в академической среде, то есть может быть предназначен для тех, кто не обладает опытом профессиональной деятельности [23].

В исследованиях последних лет делается акцент на коммуникативные цели и контекстную обусловленность учебного материала. Подчеркивается, что язык для деловых целей имеет в своей основе общий английский, однако разноплановость контента, ориентированного как на общие, так и на специальные цели, профессиональные тематики, заставляет внимательно относиться к выбору средств обучения [24]. Интеграция двух направлений в методике обучения английскому языку, используемому в деловой сфере (обучение английскому для деловых целей — *Teaching English for Business Purposes*, а деловой коммуникации — *Teaching English Business Communication*), привела к созданию актуального направления «английский для деловой коммуникации/общения» (***EBC***) [21; 27; 25]. Именно вектор, направленный на обучение основам деловой коммуникации в ее широком понимании, способности общаться в устной и письменной форме, используя стратегические речевые приемы и языковой репертуар, а не узконаправленное обучение, ориентированное на специализацию, подобную деловому английскому для специальных целей (***ESBP***), и является сейчас наиболее актуальным для студентов-лингвистов. «Специфика языка деловой сферы общения заключается в том, что она представляет собой

также и определенный метаязык данной области предметной деятельности и области знания, определенный тезаурус, раскрывающий универсальное и национально специфичное в предпринимательской сфере англоязычного языкового континуума, поэтому правильно построенный практический курс делового общения для обучающихся в России студентов-филологов и лингвистов должен рассматриваться не только как средство получения знаний и умений, средство мотивации при формировании умений, но и как важный компонент языковой способности вторичной языковой личности, один из приоритетных компонентов учебной деятельности в системе подготовки специалиста высшей квалификации» [9].

Принимая во внимание все изложенное выше и основываясь на практике преподавательской деятельности в этом направлении, отметим ключевые, наиболее значимые моменты в процессе создания и реализации дисциплины, цель которой — обучение студентов-лингвистов английскому языку делового общения.

- В основе подхода, выбираемого в качестве направляющего образовательный процесс в рамках дисциплины, должна лежать идея обучения современным приемам и стратегиям устной и письменной коммуникации, принятым в сложившейся деловой сфере. Это определяет и средства обучения, и методы его реализации.
- В основе тематической организации дисциплины должен лежать методически обоснованный план, базирующийся на содержательных блоках, позволяющих охватить материал, дающий общее, но достаточно полноценное представление о навыках и умениях, которые будут необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности. Отрыв от практики и устаревшие материалы демотивируют обучающихся.
- Технологизация процесса коммуникации, особенно заметная в деловой сфере, требует того, чтобы в качестве средств и методологий обучения выступали обновленные, актуальные, значимые. Это касается применения цифровых технологий [17], использование медиатекста во всех форматах существования, учитывая его мультимодальность [26].
- Ориентир на обучение устным и письменным, а также жанрам электронной коммуникации позволяет дать достаточно полноценное представление о реальных способах и методах делового взаимодействия.
- Английский язык делового общения — это международный язык, и межкультурный подход, основанный на коммуникативном, должен найти непосредственное отражение в курсе.
- Ключевая особенность делового дискурса — это его эффективность и результативность. Соответственно, интерактивные умения, «интерактивные виды деятельности и стратегии» [22, с. 71), характерные для данной сферы использования английского языка, крайне важны.
- Опора на практику всегда дает студентам возможность легче представлять, активнее воспринимать и осваивать сложный материал. Использование кейс-технологий и справочной литературы очень приветствуется при преподавании данной дисциплины.
- Аналитические и исследовательские умения, способность критически мыслить должны не только развиваться в ходе прохождения курса, но и способствовать автономии студентов, помогая им организовать самостоятельную работу и повысить образовательный и культурный уровень, воспитывая в себе стремление к постоянному саморазвитию и самосовершенствованию. «Необходимое условие для создания у учащихся интереса к содержанию обучения и к самой учебной деятельности — возможность проявить в учении умственную самостоятельность и инициативность. Чем активнее методы обучения, тем легче заинтересовать ими учащихся. Основное средство воспитания устойчивого интереса к учению — использование таких вопросов и заданий, решение которых требует от учащихся активной поисковой деятельности» [8, с. 226].

- Обучение лексике, являющееся одним из приоритетных направлений [10], не должно сводиться исключительно к заучиванию деловой терминологии. Широкий спектр лексических средств, идиоматических выражений, средств экспрессивности, введенных в контекстно-обусловленных ситуациях, позволяет ощутить разнообразие языка делового общения.
- Несмотря на то что обучение грамматике не является непосредственной задачей данной дисциплины, стоит уделить внимание некоторым характерным для англоязычного дискурса средствам, определяющим степень формальности стиля и архитектонику жанра.
- Оценивание должно быть мотивирующим, учитывающим прогресс освоения знаний, развития необходимых умений и навыков на всех этапах реализации курса; само- и взаимооценивание также являются неотъемлемыми элементами данного процесса.
- Курс должен гармонично вписываться в общую образовательную концепцию, поддерживая междисциплинарные связи, и максимально ориентировать обучающихся на получение знаний, умений и навыков, формирующих профессионально-ориентированные компетенции.

Тема, которой посвящена данная статья, безусловно, актуальна и имеет перспективы развития. Деловой дискурс меняется, появляются новые жанры, форматы, стратегии, происходит обновление лексики, набор стилистических средств и приемов, используемых в конкретных случаях устной и письменной коммуникации, варьируется, отвечая внешним условиям. Что немаловажно, расширяется круг пользователей. Внешние и внутренние условия деловой коммуникации, связанные в том числе и с экстралингвистическими факторами, вызывают деконвенционализацию норм использования языка [18]. Вопрос, можно ли всему этому обучить, остается открытым. Человек учится в течение всей своей жизни, и научить учиться — это первостепенная задача вуза, а в нашем случае — языкового образования студентов-лингвистов.

Литература

1. **Азимов Э. Г., Щукин А. Н.** Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: ИКАР, 2009. – 448 с.
2. **Безус С. Н.** Обучение элементам делового письма учащихся старших классов средней школы: На материале английского языка: дис. … канд. пед. наук: 13.00.02. – Пятигорск, 2004. – 239 с.
3. **Валиуллина Г. Г.** Возрастно-половые особенности развития профессионального мышления студентов: дис. … канд. психол. наук: 19.00.13. – Астрахань, 2007. – 193 с.
4. **Галеева Т. И.** Английский язык. Деловое общение. (Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура): Учебник. – М.: Русайнс, 2024. – 244 с.
5. **Гальскова Н. Д., Гез Н. И.** Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: Учебное пособие. 7-е изд. – М.: Академия, 2013. – 336 с.
6. **Гез Н. И.** Формирование коммуникативной компетенции как объект зарубежных методических исследователей // Иностр. языки в школе. – 1985. – № 2. – С. 17–24.
7. **Данюшина Ю. В.** Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса: дис. … док. филол. наук: 10.02.04. – М., 2011. – 486 с.
8. **Зимняя И. А.** Педагогическая психология: Учебник для вузов. Изд. второе, доп., испр. и перераб. – М.: Логос, 2005. – 384 с.
9. **Литвинов А. В.** Теория и практика обучения деловому общению в сфере бизнеса и внешней торговли на старших курсах языкового вуза: Английский язык: дис. … канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 2004. – 224 с.
10. **Назарова Т. Б., Кузнецова Ю. Н., Преснухина И. Л.** Словарный состав английского языка делового общения. – М.: Астрель, 2006. – 319 с.

11. **Павлова И. В.** Преподавание курса делового английского языка в старших классах школ с углубленным изучением иностранного языка: дис. … канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 2000. – 156 с.
12. **Пассов Е. И., Кузовлева Н. Е.** Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: методическое пособие для преподавателей русского языка как иностранного. – М.: Русский язык. Курсы, 2010. – 568 с.
13. **Сафонова В. В.** Социокультурный подход к обучению иностранному языку как специальности: автореф. дис. … док. пед. наук: 13.00.02. – М., 1993. – 50 с.
14. **Соловова Е. Н.** Методика обучения иностранным языкам: базовый курс: пособие для студентов пед. вузов и учителей. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 238 с.
15. **Тарасова Е. М.** Некоторые психологические особенности студентов поколения Z // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. – 2020. – № 2. – С. 62–70.
16. **Тер-Минасова С. Г.** Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово / Slovo, 2000. – 146 с.
17. **Титова С. В.** Цифровая методика обучения иностранным языкам. – М.: Юрайт, 2024. – 248 с.
18. **Храмченко Д. С.** Функционально-прагматическая эволюция английского делового дискурса: дис. … док. филол. наук: 10.02.04. – М., 2015. – 448 с.
19. **Ширяева Т. А.** Структурно-содержательная и функциональная парадигма современного делового дискурса: дис. … док. филол. наук: 10.02.19. – Пятигорск, 2014. – 422 с.
20. **Barton D., Burkart J., Sever C.** The Business English Teacher. – Delta Publishing, 2010. – 120 p.
21. **Bhatia Vijay K., Bremner Stephen.** English for Business Communication. – Cambridge, 2012. – Vol. 45, Issue 4. – P. 410–445.
22. Common European Framework of Reference for Language Learning, teaching assessment – Companion Volume, Council of Europe Publishing, Strasbourg. – URL: https://www.coe.int / en / web / common-european-framework-reference-languages (дата обращения: 02.06.2024).
23. **Dudley-Evans T., John M., Jo St.** Developments in English for Specific Purposes: a multi-disciplinary approach. – Cambridge University Press, 2012. – 317 p.
24. **Fitria Tira N.** Business English as a Part of Teaching English for Specific Purposes (ESP) to Economic Students // Journal Education and Economics (JEE). – 2019. – Vol. 2. – № 2. – P. 143–152.
25. **Peng YaXue** Research on Teaching Methods and Ways of the Course Business Communication in Application-oriented Colleges // 2nd International Conference on Education, Social Science, Management and Sports / (ICESSMS 2016). – Atlantis Press, 2017. – DOI: http://dx.doi.org / 102991 / icessms-16.2017.79 (дата обращения: 01.06.2024).
26. **Selander S.** A Design-Theoretic and Multimodal Approach to Language Teaching and Learning // Multimodality in English learning / [ed] S. Diamantopoulou; S. Ørevik. – Routledge, 2021. – P. 16–27.
27. **Thill John V., Bovée Courtland L.** Excellence in Business Communication.. – 14th ed. – United States: Pearson Education, 2024. ISBN 978-0-13-786845-2 – URL: https://api.pageplace.de / preview / DT0400.9781292450124_A46795135 / preview-9781292450124_A46795135.pdf (дата обращения: 02.06.2024).

Сведения об авторе

Бахтиозина Марина Георгиевна*, канд. филол. наук, доцент кафедры теории преподавания иностранных языков Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова.*
E-mail: marbakh@mail.ru