

УДК 378.14

TEACHING BUSINESS COMMUNICATION TO STUDENTS OF NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES

ОБУЧЕНИЕ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

Belova N.M. / Белова Н.М.

s.p.s., as.prof. / к.п.н., доц.

Mikhin M.N. / Михин М.Н.

s.p.-m.s., as.prof. / к.ф.-м.н., доц.

SPIN: 6949-4356

*Branch of the Russian State University for the Humanities,
Kashirskoe Shosse 4 Bldg 2, Moscow Region, Domodedovo, 142001, Russia.
Филиал Российского Государственного Гуманитарного университета,
142001, Московская область, г. Домодедово, Каширское шоссе, д. 4, корп. 2.*

Аннотация. В работе рассматриваются вопросы обучения деловому общению студентов, обучающихся в неязыковых вузах. Рассматриваются пути повышения эффективности обучения деловому общению. Авторы показывают, что расширенная трактовка понятия «общение» позволят пересмотреть содержание «коммуникация» в обучении иностранному языку.

Ключевые слова: деловое общение, коммуникация в обучении, иноязычная атмосфера.

Вступление. Во все времена содержание и характер образования определялись насущными потребностями общественного производства, экономического развития, государства и потребностями духовной культуры. В настоящее время образование рассматривается скорее, как отрасль, продукция которой является квалифицированными специалистами. В свою очередь, современный студент рассматривает образование как способ вложения капитала, который должен приносить доход.

Основной текст. Следует отметить тот факт, что в последние годы у работодателей сложился определенный набор требований к выпускникам: наличие профильного образования, компьютерная грамотность, коммуникабельность, владение иностранным языком. В новых условиях преподавания иностранных языков стало очевидно, что радикальное повышение уровня обучения коммуникации может быть достигнуто только при ясном понимании и реальном учете социокультурного фактора. Овладение иностранным языком предполагает формирование способности и готовности

понимать ментальность носителей изучаемого языка, а также особенности коммуникативного поведения народа этой страны.

Человеческие языки, имеющие развитую литературную традицию, отличаются большим многообразием функционально-стилистических проявлений. Функционально-стилистическое разнообразие языковых проявлений сказывается и на преподавании иностранного языка. Даже когда учащийся стремится изучить «язык в целом», он вначале должен уточнить, какой функциональный стиль интересует его в первую очередь, чтобы на нем сосредоточить свои усилия. В преподавании иностранного языка делового общения проблема обучения связана с формированием языковых навыков и творческих умений в различных видах речевой деятельности — чтении, говорении, аудировании и письме. Это обусловило и широкое введение терминов «коммуникация», «обучение коммуникативному общению» как способности обмениваться различного рода информацией на иностранном языке.

Английский язык делового общения — это «взаимобусловленное 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 переписка (Business Correspondence), деловая документация и контракты (Business documents and contracts), деловая встреча (Business meetings), презентация (Presentations), техника ведения переговоров (Negotiating) и язык средств массовой информации, ориентированный на деловой мир (The business media) [1].

Как в теоретическом, так и в практическом плане весьма существенную роль играет дифференциация между «деловым английским наиболее общего предназначения» (General Business English) и «деловым английским для специальных целей» (Business English for Specific Purposes). Первый ориентирует обучающихся современному английскому языку на общее между разными видами предпринимательской деятельности. Второй отражает специфику определенной отрасли бизнеса.

Лексика языка делового общения представлена в многочисленных словарях и лексикографических пособиях. Разнообразие учебных пособий, курсов и словарей нередко вызывает у изучающих впечатление кажущегося однообразия лексического состава английского языка и простоты в усвоении лексического материала. Эти поверхностные впечатления весьма далеки от реальности. Во-первых, словарный состав языка делового общения отличается явной неоднородностью. Во-вторых, он не может быть сведен к сугубо терминологическим обозначениям. В-третьих, без решения проблем, связанных с обучением словарному составу, едва ли возможно эффективное усвоение основ профессионального общения. Именно поэтому столь важны работы, обращающие внимание на неоднородность лексики и демонстрирующие различия между разными категориями слов.

Заслуживает внимания категоризация рассматриваемая словарный состав английского языка делового общения как динамическое соотношение таких пластов лексики, как слова общего языка (General English words), общеупотребительная лексика делового общения (General Business English Vocabulary), общеупотребительная терминология делового общения (General Business English Terminology) и специализированная терминология разных предпринимательских областей (Specialized Terminology). Каждому из этих пластов присущи особенности. Первая разновидность указывает на связь общего языка и делового общения. Общеупотребительная лексика делового общения включает официально-деловые эквиваленты слов общего языка, преимущественно используемые в деловой корреспонденции и деловой документации. Общеупотребительная терминология делового общения объединяет понятия, общие для разных областей делового общения. Она как бы подготавливает почву для овладения специализированными понятиями более узких областей предпринимательской деятельности. Словарный состав нередко рассматривается как некая однородная масса, не требующая специальных методик и научных категоризаций. При общей ориентации значительной части дидактической литературы на весьма широкую аудиторию изучающих

английский язык, не удивительно то обстоятельство, что языковые потребности русскоязычных студентов чаще всего не принимаются во внимание. Весьма важным шагом на данном этапе изучения словарного состава делового английского языка является соотнесение видовых понятий и их определений на английском языке с их русскоязычным толкованием и эквивалентами. Данная методика позволяет не только расширить и углубить знание изучающих английский язык, но и является существенным шагом в плане расширения понятий картины русскоязычных студентов и изучения основ делового общения в целом.

Соотнесение англоязычных понятий с русскоязычными эквивалентами расширяет познания студентов-иностранцев о деловом мире и способствует сближению англоязычной и русскоязычной картин мира. Понятийный материал в дальнейшем должен закрепляться за счет усвоения наиболее воспроизводимых словосочетаний, актуальных для делового общения. С точки зрения лексической сочетаемости для изучающих английский язык делового общения интересны выражения с термином *account*:

By all accounts from what one hears on all sides.

On account of because; for the reason that.

On his account for his sake; in his interest. In this account for this reason.

To take account of to take notice of; to give due weight to.

To leave out of account to take no notice of; intentionally not to include.

Усвоение наиболее распространенных словосочетаний и контекстов улучшает коммуникативные навыки обучаемых.

На первых двух курсах неязыковых вузов закладываются основы владения иностранным языком. Очевидно, что данный этап является наиважнейшим для формирования навыков и умений бытового общения. Исходя из этого многие преподаватели уделяют наибольшее внимание на данном этапе усвоению и тренировке соответствующего грамматического лексического материала, организованного по тематическому принципу на основе языковых, условно-речевых и речевых упражнений, ситуаций ролевых игр. Часто это принимает

форму обмена информацией, облеченной в нужную грамматическую форму с использованием лексики по определенной теме, что можно назвать «общением на коммуникативной основе». Обучая общению на иностранном необходимо включать речевое общение в другие виды деятельности, где оно служит средством их осуществления и возможностью не только обменяться с собеседником определенной информацией, но и понять его как личность, что ведет к успеху в совместном сотрудничестве.

Обучение основам делового общения предполагает личностную ориентацию, и понимание внутренних мотивов и эмоций собеседника, сопереживание, некое «оживание» в ситуацию, и приобретение в связи с этим нового личностного опыта, что предполагает разработку различных форм организации совместной деятельности студентов в процессе межличностного и ролевого общения в группе, определенных методов, приемов и средств обучения.

Консолидация и сплочение группы, постоянное поддерживание интереса и благожелательности друг к другу, снятие психолингвистических барьеров, затрудняющих общение — достаточно трудная проблема, которая во многом зависит от профессионализма и творческих умений преподавателя. Аутентичное владение языком, проведение дискуссий и обсуждений на основе тех или иных тематических проблем, реализация совместных проектов — все это возможно, когда основы продуктивного и творческого общения создаются уже на первых двух курсах.

Эффективным условием обучения иностранному языку относится, иноязычная атмосфера, которая вне страны изучаемого языка создается искусственно, приближая обучение к естественному общению. К сожалению, данная искусственность, как правило превалирует на младших курсах специальных факультетов, концентрируя внимание студентов на правильном употреблении тех или иных лексических единиц и грамматических структур, определенного тематического материала. Это заставляет студентов относиться к иностранному языку все-таки не как к средству общения, а как к предмету,

успешность владения которым зависит от знания теории, количества текстов и диалогов, выученных наизусть, элементы которых комбинируются в последующих ситуациях общения. Ситуации общения, создаваемые на тематической основе, являются своеобразной формой отчета студентов во владении тем или иным материалом, они часто искусственны, не переживаются ими в личностном плане, не дают возможности высказать собственное мнение, не содержат проблемности, возможности полярных точек зрения. Часто и сам материал, предлагаемый к той или иной теме, не включает в себе ничего нового для расширения социокультурных и страноведческих знаний студентов, а содержит лишь новые лексические единицы и грамматические структуры, предназначенные для отработки в ситуациях бытового общения. Действительно, трудно дать что-либо новое по тем или иным темам, но новизну неожиданных сюжетов, дискуссии и полярные мнения по одному и тому же вопросу в ситуативных заданиях и сценариях ролевых игр необходимо вводить, чтобы стимулировать интерес, мотивацию, творчество. Например, это может быть проект открытия ресторана или кафе, специализирующегося на вегетарианских или национальных блюдах. Проект может включать различные проблемы: обстановка, интерьер, создание особой атмосферы, обучение обслуживающего персонала, меню, фирменные блюда с совершенно фантастическими названиями и рецептами, униформа и костюмы официантов, эмблема, вывески, реклама с различными логотипами и слоганами. После разработки различных сторон проекта в малых группах, вся группа представляет его в целостном варианте, отвечая на каверзные вопросы присутствующих зрителей, защищая основные составляющие проекта и доказывая их целостность [2, 3].

Сегодня невозможно себе представить изучение иностранного языка без использования Интернета. Всемирная сеть создает уникальную возможность для изучающих язык делового общения пользоваться аутентичными текстами, общаться с иностранными собеседниками в режиме реального времени. Использование информационных ресурсов сети и их интеграция в учебный

процесс при условии соответствующей дидактической интерпретации помогает эффективно решать следующие дидактические и методические задачи:

- формировать навыки и умения чтения, непосредственно используя материалы сети разной степени сложности;
- формировать и совершенствовать умения аудирования на основе аутентичных звуковых текстов, подготовленных преподавателем;
- совершенствовать монологические и диалогические умения на основе проблемного обсуждения материалов сети;
- пополнять свой запас как активной, так и пассивной лексикой современного английского языка, отражающего определенный этап развития культуры народа, социального и политического устройства общества;
- приобретать культурологические, в частности, страноведческие знания;
- формировать культуру общения, а также воспитывать культуру мышления и критическое восприятие информации;
- формировать устойчивую мотивацию иноязычной деятельности обучающихся на занятиях на основе систематического использования «живых материалов», обсуждения жгучих проблем, интересующих всех и каждого;
- формировать социокультурную компетенцию в процессе диалога культур.

Таким образом, использование информационных ресурсов сети оптимизирует учебный процесс, делает более продуктивной работу преподавателя и приучает учащихся к последовательной и планомерной работе в изучении основ делового английского языка.

Выводы

Были рассмотрены вопросы обучения деловому общению студентов, обучающихся в неязыковых вузах. Наш опыт преподавания показывает, что расширенная трактовка понятия «общение» позволят пересмотреть содержание «коммуникация» в обучении иностранному языку, и наряду с определением

существующих проблем сформулировать новые задачи в методике обучения иноязычному общению в неязыковых вузах.

Литература:

1. Назарова Т.Б. Английский язык делового общения: диалектика понятийной и языковой картин мира / Т.Б. Назарова, Л.А. Юршева. — Макс пресс, 2001. — 50 с.

2. Белова Н.М., Михин М.Н. Внутренняя мотивация учебной деятельности студента как фактор качества подготовки специалиста // «Вестник современных исследований» — Выпуск № 3.11, 2019. С. 20-23.

3. Белова Н.М., Михин М.Н. Профессионально ориентированное обучение в рамках компетентностного подхода // Научный взгляд в будущее. Издательство: Институт морехозяйства и предпринимательства. Том 2. № 13. — Одесса: КУПРИЕНКО СВ, 2019 – С.78-82.

DOI: 10.30888/2415-7538.2019-13-02-037

References:

1. Nazarova T. B. English language of business communication: dialectics of conceptual and linguistic pictures of the world / T. B. Nazarova, L. A. Yursheva. Max press, 2001. - 50 p.

2. Belova N. M., Mikhin M. N. Internal motivation of educational activity of the student as a factor of quality of preparation of the expert // "Bulletin of modern researches" - Issue No. 3.11, 2019. Pp. 20-23.

3. Belova N. M., Mikhin M. N. Professionally oriented training within the competence approach //Scientific view into the future. Publisher: Institute of Sea Economics and Entrepreneurship. Volume 2. No. 13. - Odessa: KUPRIENKO SV, 2019-C. 78-82.

Abstract. *The paper deals with the issues of teaching business communication to students studying in non-linguistic universities. The paper considers the ways of improving the efficiency of business communication training. The authors show that the expanded interpretation of the concept of "communication" will allow to revise the content of "communication" in teaching a foreign language.*

Key words: *business communication, communication in training, foreign language atmosphere.*

Статья отправлена: 03.11.2019 г.

© Белова Н.М., Михин М.Н.