

Исследование эффективности курса делового английского языка и факторов успешности деловой коммуникации

Усманов Фаррух Мусоевич
usmfar16@gmail.com

Старший преподаватель
Самаркандский государственный институт иностранных языков

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются теоретические вопросы обучения деловому английскому языку как средство межкультурного общения. Данное исследование обусловлено потребностью общества в специалистах, способных к работе в условиях международного пространства, и необходимостью в разработке педагогических аспектов развития навыков межкультурной коммуникации у студентов на занятиях по иностранному (английскому) языку. В исследовании также представлена система работы по обучению деловому английскому языку в целях повышения познавательных способностей студенческой молодёжи, в том числе система работы, разработанная специально для студентов, способствующие оптимизации учебного процесса в высших учебных заведениях. Традиционно язык делового общения рассматривается как один из разделов языка для специальных целей. Кроме этого, язык делового общения тесно переплетается с разговорно-бытовой лексикой, так как используется в процессе трудовой деятельности, которая предполагает широкий спектр ситуаций: от неформально-бытовых до узкопрофессиональных. Поэтому существует множество подходов в научном изучении и методическом обеспечении языка делового общения. Язык деловой коммуникации характеризуется спецификой дискурсных особенностей текста. В деловой коммуникации присутствует большой разброс текстов от неофициального общения до сложных операций с графиками и цифрами, от несложных деловых переговоров до трудоемких технических описаний, от шаблонных контрактов до сложных экономических и финансовых докладов и отчетов.

Ключевые слова: деловая коммуникация, английский язык, коннотация, культура, коммуникант, межкультурная коммуникация, контекст.

Research on the effectiveness of business English course and factors of success in business communication

Usmanov Farruh Musoevich
usmfar16@gmail.com

senior teacher
Samarkand State Institute of Foreign Languages

Annotation. This article examines theoretical issues of teaching business English as a means of intercultural communication. This study is determined by society's need for specialists capable of working in an international environment, and the need to develop pedagogical aspects of developing intercultural communication skills among students in foreign (English) language classes. The study also presents a system of work for teaching business English in order to increase the cognitive abilities of students, including a system of work developed specifically for students, helping to optimize the educational process in higher educational institutions. Traditionally, the language of business communication sounds like one of the sections of the language for special purposes. In addition, the language of business communication is briefly intertwined with colloquial and everyday vocabulary, also used in the process of work, which involves a wide range of situations: from informal every day to highly professional. Therefore, there are many approaches to the scientific study and

methodological support of the language of business communication. The language of business communication is characterized by the specific discourse features of the text. In business communication there is a wide range of texts from informal communication to complex operations with graphs and figures, from simple business negotiations to labor-intensive technical descriptions, from template contracts to complex economic and financial reports and reports.

Key words: business communication, English language, connotation, culture, communicator, intercultural communication, context.

Biznes ingliz tili kursining samaraliligi va biznes muloqotlarida muvaffaqiyat omillari haqidagi tadqiqotlar

Usmanov Farrux Musoyevich

usmfar16@gmail.com

katta o'qituvchi

Samarqand davlat chet tillar instituti

Annotatsiya. Ushbu maqolada biznes ingliz tilini madaniyatlararo muloqot vositasi sifatida o'qitishning nazariy masalalari ko'rib chiqiladi. Ushbu tadqiqot jamiyatning xalqaro muhitda ishlashga qodir mutaxassislarga bo'lgan ehtiyoji va chet (ingliz) tili darslarida talabalar o'rtasida madaniyatlararo muloqot ko'nikmalarini rivojlantirishning pedagogik jihatlarini rivojlantirish zarurati bilan belgilanadi. Shuningdek, tadqiqotda talabalarining bilim qobiliyatini oshirish maqsadida ishbilarmonlik ingliz tilini o'rgatish bo'yicha ishlar tizimi, jumladan, oliy o'quv yurtlarida o'quv jarayonini optimallashtirishga yordam beruvchi talabalar uchun maxsus ishlab chiqilgan ishlar tizimi taqdim etilgan. An'anaga ko'ra, ishbilarmonlik aloqasi tili maxsus maqsadlar uchun tilning bo'limlaridan biri kabi eshitiladi. Bundan tashqari, ishbilarmonlik aloqasi tili qisqacha so'zlashuv va kundalik lug'at bilan bog'langan bo'lib, ish jarayonida ham qo'llaniladi, bu keng ko'lamli vaziyatlarni o'z ichiga oladi: norasmiy kundan tortib yuqori professionalgacha. Shu sababli, ishbilarmonlik aloqalari tilini ilmiy o'rganish va uslubiy jihatdan ta'minlashga ko'plab yondashuvlar mavjud. Ishbilarmonlik aloqalari tili matnning o'ziga xos nutq xususiyatlari bilan tavsiflanadi. Ishbilarmonlik aloqalarida norasmiy muloqotdan tortib, grafik va raqamlar bilan murakkab operatsiyalargacha, oddiy biznes muzokaralaridan tortib ko'p mehnat talab qiladigan texnik tavsiflarga, shablonli shartnomalardan murakkab iqtisodiy va moliyaviy hisobotlar va hisobotlarga bo'lgan matnlarning keng doirasi mavjud.

Kalit so'zlar: ishbilarmonlik aloqasi, ingliz tili, konnotatsiya, madaniyat, kommunikator, madaniyatlararo muloqot, kontekst.

Язык деловой коммуникации характеризуется спецификой дискурсных особенностей текста. В деловой коммуникации присутствует большой разброс текстов от неофициального общения до сложных операций с графиками и цифрами, от несложных деловых переговоров до трудоемких технических описаний, от шаблонных контрактов до сложных экономических и финансовых докладов и отчетов. Так как само понятие текста охватывает огромное множество специфически организованных отрезков речи, соответствующих различным ситуациям коммуникации, определение понятия языка делового общения представляется весьма сложным (Дубовский Ю., 2014).

Язык делового общения как область современного английского языка подразделяется на общий (General Business English) и специальный или профессиональный (Professional Business English). Общий деловой английский используется как профессионалами, так и непрофессионалами в процессе общения в самых разнообразных ситуациях и обстоятельствах. Т.С. Самохина пишет, что даже с точки зрения словарного запаса общий

деловой английский не представляет собой обособленной области внутри лексической системы современного английского языка, а за словами и контекстами закрепляются специальные значения и функции, соответствующие деловым контекстам. Специальный деловой английский требуется специалистам в конкретной области при осуществлении трудовой деятельности и содержит специальные термины, профессионализмы (Ерофеева Л., 2016).

Одной из важнейших проблем в исследованиях специфики деловой коммуникации является передача национальной социокультурной информации, а именно, стереотипов поведения, индивидуальных и общественных особенностей ведения бизнеса, национального этикета и национальных речевых характеристик, общественной и индивидуальной психологии, языка жестов и манеры одеваться, общего уровня образованности и т.п. Характерной чертой официально-делового текста является ситуативная мотивированность, которая напрямую связана с мировидением народа – носителя языка, поэтому необходимо учитывать их национальную специфику и культурную коннотацию. По определению Колесниковой Н., «культурная коннотация – это интерпретация образно мотивированного аспекта значения в категориях культуры» (Колесникова Н., 2011). Система единиц официально-делового языка связана с материальной, социальной и духовной культурой языковой общности и, поэтому, является отражением её культурно-национального опыта. Зачастую содержание устойчивых выражений не мотивировано для непосвященного, а потому не прозрачно для него. Использование делового языка гармонирует с соответствующим ему кодом культуры и, если коммуниканты являются субъектами единой культуры, её код осознанно или бессознательно распознаётся в тексте. В противном случае возникают «культурные лакуны». В настоящее время считается общепринятым тезис о том, что в стандартных ситуациях большинство говорящих на каком-либо языке ограничиваются запоминанием и воспроизведением таких языковых единиц, которые уже до них были образованы и приняты языковым коллективом. «Языковая сокровищница является неистощимым запасом готовых мыслей, шаблонов, фраз, образов и оборотов и охотно снабжает ими своих клиентов, которые в большинстве случаев просто повторяют услышанное» (Дубовский Ю., 2014). Это относится и к языку делового общения.

В целом, вопрос о соотношении творческого и нетворческого в деловой коммуникации решается в пользу преобладания нетворческих элементов. Общение с использованием готовых "блоков", застывших языковых образований является характерным для всех типов дискурса, которые имеют место в деловой коммуникации. Важно отметить, что все единицы блокового характера имеют параллели в других языках, как пишет Рябцева Н., «блоковость проявляется не только на уровне словосочетаний и предложений, но и на уровне целых текстов (презентационные материалы, банковские документы, деловая переписка)» (Рябцева Н., 2006). Даже неофициальная диалогическая речь между участниками общения, как правило, не выходит за рамки стандартных, формальных, клишированных единиц синтаксиса.

Клишированность устного делового общения оправдана только относительно построения некоторых речевых ситуаций, таких как диалогов на разговорно-бытовую тематику: «Установление контакта», «Телефонные разговоры». Воздействие на партнера в деловой коммуникации осуществляется не через создание оригинальных творческих языковых единиц, а через средства оформления высказываний, т.е. через стиль и тональность высказывания, поэтому правильный выбор модальности, а также соответствующей тональности является его необходимым условием. Например, фразы «он сейчас занят», переведенной как "he is busy now", и «его сейчас в городе нет» "he is away" имеют грубый и резкий оттенок для носителя английского языка, для английской речи же является характерной фраза "I'm afraid he is not in / busy now" с более вежливой стилистической

окраской. В данном случае осуществляются основные функции языка деловой коммуникации: информационная и контактоустанавливающая.

Курс делового английского реализует потребность студентов в межличностной, межкультурной, межнациональной коммуникации с носителями языка и людьми, владеющими этим языком как средством общения. Этот курс стимулирует социокультурную компетенцию учащихся, информируя их об особенностях общения в стране изучаемого языка, что способствует предотвращению возможного лингвокультурного барьера в будущем, готовит будущих бизнесменов к деловому диалогу с зарубежными предпринимателями. Конечно, не все учащиеся будут работать в области бизнеса, но знания делового общения необходимы в любой сфере деятельности (Чернова Н., 2014).

Ориентированность на обучаемого, по-нашему мнению, является одним из главных принципов преподавания делового английского языка. Также важным аспектом преподавания является создание чувства партнерства на занятиях, что увеличивает мотивацию обучающихся, а, следовательно, обучение будет более эффективным. Другой важный принцип обучения деловому английскому языку – использование кейсового метода, при котором происходит работа с аутентичными материалами (деловая документация, статьи из газет, примеры диалогов), в которых представлена определенная проблема. Учащимся нужно решить эту проблему и подготовить либо устное высказывание, либо выполнить письменное задание (Шевелева С., 2017).

Соблюдение этих принципов приведет к выработке у учащихся необходимых умений и навыков для эффективной межкультурной коммуникации. Таким образом, реализуется функция обучения деловому английскому языку как средства преодоления лингвокультурного барьера.

Комплексные цели обучения деловому английскому как средству общения способствуют обучению учащихся собственно общению, обусловленному сферами общения и темами: официально-деловому, профессионально-направленному, неофициально-деловому, повседневному.

В настоящее время существует масса учебных материалов по деловому английскому языку. Учебные материалы можно разделить на

четыре категории:

а) учебные материалы, в которых широко представлена специальная, профессиональная лексика;

б) учебные материалы, в которых делается упор на развитие коммуникативных навыков и умений;

в) учебные материалы, в которых уделяется особое внимание на использование аутентичных источников;

г) учебные материалы, сочетающие в себе особенности всех вышеперечисленных учебников.

В качестве контрольного задания можно использовать упражнения на замену и использование деловой лексики при написании письма. Например:

1. Перефразируйте предложения, используйте выражения, приемлемые в деловых письмах.

Dear Ms Smith,

Please note that Mr Green who seemed an eager beaver at first turned out to be a completely dead wood.

I will ask the HR to look for another man for this position.

Best wishes,

Mr White

Для успешного выполнения данного упражнения студенты должны уметь отличать политкорректные выражения от неpolitкорректных и использовать синонимы, допустимые в деловой переписке, вместо лексики сниженного регистра (сленг, просторечия, жаргон) (Рябцева Н., 2006).

Для того чтобы обучение деловому английскому языку как средству межкультурного общения было эффективным, нам представляется необходимым, в первую очередь, выявить аспекты, вызывающие трудности у студентов в сфере деловой коммуникации, и определить, какие навыки им нужны для эффективного делового общения. Кроме того, нами было проведено анкетирование среди студентов, направленное на выяснение их мнения об эффективности курса делового английского языка и факторов успешности деловой коммуникации.

В современном обществе, для которого характерны расширение межгосударственных отношений, торгово–экономических связей с зарубежными странами усиливается значение иностранного языка как средства устного и письменного общения между представителями разных народов и культур. Все это создало благоприятные возможности для международного сотрудничества и изучения иностранного как средства межкультурной коммуникации (Колесникова Н, 2011).

Обучение иностранному языку в языковом вузе имеет свою специфику. Целью обучения деловому английскому языку является формирование коммуникативной компетенции, что включает в себя способность эффективно осуществлять межкультурные контакты в профессиональных целях, конкурентоспособность, стремление к самосовершенствованию в постоянно меняющемся многоязычном и поликультурном мире, мобильность и гибкость в решении задач производственного и научного плана, потребности в самообразовании.

Таким образом, курс делового английского служит достижению требуемого уровня коммуникативной компетенции. Ядром такой компетенции выступает сформулированная способность к овладению иноязычной речью в ее устных (аудирование, говорение) и письменных (чтение, письмо) формах, а также переводом как видом речевой деятельности. Причем овладение этими формами общения, как было установлено ранее, должно происходить параллельно и равноценно.

Список использованной литературы:

1. Дубовский Ю.А. Английская коммуникативная фонетика [Электронный ресурс]: учеб.пособие – Электрон. дан. – Москва: ФЛИНТА, 2014. – 559 с.
2. Ерофеева Л..А. Modern English in Conversation: учеб. пособие – Москва : ФЛИНТА, 2016. – 341 с.
3. Колесникова Н.Л. Деловое общение. Business Communication учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва: ФЛИНТА, 2011. – 152 с.
4. Рябцева Н.К. Научная речь на английском языке: руководство по научному изложению: словарь оборотов и сочетаемости общенаучной лексики слов. – Москва: ФЛИНТА, 2006. – 598 с.
5. Чернова Н.А. Учебник английского языка: учеб./Н.А.Чернова, З.М. Кузнецова. – Москва: ФЛИНТА, 2014. – 464 с.
6. Шевелева С.А. Деловой английский: учебное пособие для вузов / С.А. Шевелева. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 382 с.
7. The Business 2.0 B1 Pre-Intermediate Student's Book: [учебно-методический комплекс]/[comp.] Allison John, Paul Emmerson. - London : Macmillan Building, 2009. – 159 с. : ил., фот. + 1 бр. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. прил. : Workbook.