

Е. А. Лопатина

**К ВОПРОСУ О КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ ФАКТОРЕ
В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ
ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Работа представлена кафедрой английского языка для гуманитарных факультетов.
Научный руководитель - доктор педагогических наук, профессор Г. В. Елизарова*

Статья посвящена вопросам воздействия культурологического фактора в обучении письменной деловой коммуникации студентов экономических специальностей. В ней рассматриваются особенности англоязычной деловой переписки и значимость ее культурологической составляющей в процессе межкультурного общения.

The article is devoted to the peculiarities of teaching business correspondence to future economists in the cross-cultural context. Specific features of English business letters and the importance of taking cultural peculiarities into account in the process of international business communication are also examined.

В связи с тем что число российских компаний, выходящих на международный рынок в различных областях деятельности, непрерывно растет, существенно увеличивается интерес к позитивному решению существующих проблем взаимодействия носителей различных языков и представителей различных культур в сфере деловой коммуникации и ведения деловой переписки.

К выпускникам вузов страны в настоящее время предъявляются высокие требования, обусловленные жесткой конкуренцией на рынке труда, а также расширением научных и деловых контактов с зарубежными странами, требующие соответствия качества знаний отечественных специалистов международным стандартам. Существенно возрастают требования не только к уровню владения специалистами иностранным языком, но и к глубине понимания культуры и традиций страны будущего делового партнера. Это говорит о значимости культурологического фактора в обучении иноязычной коммуникации, в частности, деловой письменной, коммуникации. В этой связи необходимость пересмотра некоторых подходов в обучении иностранным языкам

в отечественной высшей школе с целью поднять современных выпускников как языковых, так и неязыковых вузов на более высокий уровень владения основами делового общения становится в ряд наиболее актуальных. Задача, таким образом, заключается в повышении профессиональной компетентности, что обеспечивает им востребованность в современном поликультурном профессиональном и научно-образовательном пространстве.

Представляется необходимым уделять большее внимание обучению студентов неязыковых специальностей деловой переписке, поскольку, как показывает практика работы в высшей школе, большинство обучающихся постоянно сталкивается с необходимостью написания деловых писем на английском языке либо предполагает такую возможность в будущем. При этом следует учитывать существующие проблемы в обучении бизнес-коммуникации, связанные с тем, что студенты не владеют знаниями о культурологических особенностях ведения бизнеса в других странах. Без сформированных межкультурных коммуникативных умений нельзя говорить о возможности ус-

пешного ведения дел с деловыми партнерами, являющимися представителями другой культуры, поскольку культурно обусловленные коммуникативные неудачи могут привести к тому, что компания понесет непоправимый экономический урон.

Специалисты в области преподавания иностранных языков ищут все новые подходы в обучении языку делового общения, разрабатывают новые коммуникативно-ориентированные технологии для профессионалов-специалистов¹.

Обучение языку делового общения это «обучение языку взаимодействия, т. е. таким языковым единицам, которые облегчают адекватную ориентацию в замыслах коммуникантов, позволяют реализовать их потребности в установлении контакта»². Такое обучение включает обучение понятийному аппарату и идеям профессиональной и социокультурной сфер участников делового общения - сюда включается знание схем, фреймов, стереотипных ситуаций и языковых единиц - сигналов представления ситуаций и т. д. Одни и те же стереотипные ситуации могут вызвать неодинаковую реакцию у представителей разных культур, так как эти ситуации могут быть более типичными в одной культуре и очень редкими в другой. Даже в тех случаях, когда ситуации приблизительно одинаково частотны в двух культурах, сценарии и схемы поведения при предложенных обстоятельствах могут сильно отличаться.

Следует также помнить о том, что используемые в ходе общения языковые единицы, которые считаются обоими коммуникантами объективными, могут быть по-разному восприняты участниками переписки, являющимися представителями разных культур и, как следствие этого, трактуемыми те или иные понятия в силу своего опыта и особенностей национального менталитета по-разному.

При обучении деловой переписке необходимо обратить внимание студентов и на то, что в условиях дистантного положения

коммуникантов, когда общение осуществляется в письменной форме, тональность текста определяется общими экстра/интралингвистическими параметрами текста, соответствующими характеру, атмосфере общения. Официальность общения приводит, в частности, к появлению книжных, повышено-вежливых речевых этикетных формул, к употреблению полных синтаксических конструкций. Соблюдение основных правил официально-делового общения, принятых в культуре делового партнера, позволяет минимизировать непонимание и снижает риск возникновения коммуникативных неудач. Письменная форма реализации речевого этикета в деловом письме задается прагматической установкой текста, суть которой заключается в достижении взаимопонимания и взаимовыгодной договоренности между участвующими в диалоге сторонами.

Деловой текст опосредованное общение, реализованное в письменной форме. Следовательно, это предполагает большую тщательность в языковом оформлении мысли. Ответственность автора возрастает в связи с функционально-стилистическим характером письменного текста: в случае письменной деловой коммуникации увеличивается степень тщательности и четкости, отраженных как во внешнем оформлении текста, так и в строгой последовательности развертывания мысли.

Специфика официально-речевой коммуникативной деятельности, важность передаваемой информации требует соблюдения определенных правил в построении деловых текстов. Официально-деловое содержание должно быть сформулировано точно, ясно, однозначно. Точность деловой речи достигается использованием терминов, обозначающих чаще всего:

- наименование документов (постановление, запрос, контракт и др.);
- наименование лиц по профессии, выполняемой функции, социальному положению (менеджер по продажам, коммерческий директор ит. п.);

• профессиональные или процессуальные действия (подготовить справку, информировать и др.)¹.

Говоря о точности, ясности и однозначности нельзя забывать о том, что эти понятия могут по-разному трактоваться представителями различных культур. То, что по мнению участника деловой переписки из России может казаться явным и логичным, для представителя другой культуры будет представляться нелогичным и не соответствующим его представлениям о сценарии делового общения. Это один из подводных камней в осуществлении деловой переписки, которым необходимо обучить студентов.

Студентам также необходимо объяснить, что функции лиц, занимающих одинаково называемые должности в России и за рубежом, также могут сильно отличаться. В частности, менеджер по продажам в России выполняет совершенно не те функции, какие подразумевают иностранцы.

Еще одной особенностью официально-деловой коммуникации является то, что официально-деловой стиль характеризуется краткостью, компактностью изложения, экономным использованием языковых средств.

Однако культурологический фактор вносит свои коррективы и в обучение этой стороне деловой коммуникации. Так, например, русский человек не будет писать о том, что ему кажется «и так понятно». А американец обязательно распишет все пункты, касаемые обсуждаемого вопроса. И, не найдя ожидаемой логики в тексте письма делового партнера из России, обязательно уточнит в следующем письме все те детали, которые, по мнению его партнера, были и без того понятны. Вследствие этого переписка затянется, что приведет к ненужным потерям драгоценного времени.

Еще одной проблемой, связанной с экономией языковых средств, является то, что представитель российской культуры в попытке быть максимально кратким в изложении своих мыслей может показаться но-

сителю английского языка грубым и резким. Так, например, вместо фразы *I am afraid I really cannot do it* он может написать просто *I cannot do it*, что произведет на его делового партнера неблагоприятное впечатление и может привести к коммуникативным неудачам и, возможно, негативно сказаться на деловых отношениях.

Не менее пагубно на взаимодействии между бизнес-партнерами может сказаться и несоблюдение основного требования официально-делового стиля - объективности информации. Специалист должен помнить, что в документах недопустимо выражение субъективного мнения, употребление эмоционально окрашенной лексики. Официально-деловой сфере общения присуща такая черта, как неличный характер общения, так как высказывание осуществляется, как правило, от лица учреждения, должностных лиц.

Регламентированность правовых отношений, осуществление общения по определенным стандартам обусловили появление такой типичной для официально-делового стиля черты, как стандартизованность. «Каждый вид официально-делового документа имеет свою, довольно строгую архитектурную форму, которая выработалась в течение длительного существования официально-делового стиля и которая должна соблюдаться всеми пользующимися данной формой общения»⁴. Особое значение приобретает внешняя форма оформления деловых текстов. Стереотипность делового языка обусловлена стереотипностью коммуникативных ситуаций, в которых он используется. При этом выпускники российских вузов должны учитывать то, что сценарии таких стереотипных коммуникативных ситуаций могут не совпадать в родной культуре и культуре делового партнера.

Культура оформления английского делового письма имеет свои каноны, нормы, которые необходимо соблюдать. Надо также помнить о том, что в западной

культуре придается большое значение пунктуации, выбору бумаги и, естественно, общему стилю текста. В нем должны содержаться следующие реквизиты (обязательные признаки): наименование адресанта (фирмы, должностного лица); почтовый, телеграфный адрес; номер телефона, телекса, факса, адрес электронной почты; дата; фамилия адресата; его подробный адрес; обращение; тема письма; текст письма; заключительная формула вежливости; подпись адресанта; отметка о наличии приложения.

Еще одной важной особенностью письменной деловой коммуникации является необходимость соблюдения норм речевого этикета. В материалах Совета Европы по образованию подчеркивается, что соблюдение речевого этикета в письменной речи, соблюдение правил вежливости является одним из важнейших условий эффективной коммуникации. Однако в то время как в устной речи формы вежливости, помимо языковых средств, могут быть реализованы при помощи прямого зрительного контакта, улыбки и выражающих доброжелательность жестов, в письменной речи они могут быть переданы исключительно лингвистическими средствами⁵. Этикет письма является более формальным, чем этикет устной речи. Коммуникативно-функциональная нагрузка высказываний вежливости в письме носит типизированный характер и во многом зависит от их позиции в письме: в начале или в конце письма такие элементы выполняют социально-регулятивную и конативную функции, а в середине письма они имеют коммуникативную функцию - заострить внимание адресата на каком-то факте, вызвать положительную реакцию.

Суммируя вышесказанное, можно утверждать, что вопросы усовершенствования обучения межкультурной письменной деловой коммуникации требуют пристального внимания, поскольку письменная деловая коммуникация является сложным процессом взаимодействия деловых парт-

неров, и непонимание культурологической составляющей такого общения затрудняет взаимодействие сторон. Основными задачами письменной деловой коммуникации являются эффективное сотрудничество, стремление к сближению целей, достижение взаимопонимания между партнерами. При этом необходимо учитывать соответствующие нормы общения, принятые в различных культурах. Их игнорирование может привести как к незначительным коммуникативным неудачам, так и к ухудшению и прекращению деловых отношений. Поэтому при обучении студентов навыкам ведения деловой переписки необходимо ознакомить их с основными характеристиками письменного делового общения, которыми являются его регламентированность, т. е. подчинение установленным правилам и ограничениям; строгое соблюдение его участниками ролевого амплуа, т. е. необходимость вести себя в соответствии с требованиями, предъявляемыми конкретной обстановкой и принятой ролью; повышенная ответственность участников делового общения за конечный результат; более строгое отношение участников делового общения к использованию речевых средств, а также учет культурологических особенностей правил ведения деловой переписки с зарубежным партнером.

Студентам необходимо помнить и о том, что эффективность письменного делового общения определяется рядом лингвистических и экстралингвистических факторов, среди которых правильный выбор и употребление языковых средств, верная структурированность письма, соответствие письма стилистическим требованиям жанра деловой переписки и культурным традициям делового партнера.

Поскольку достижение высокого профессионального уровня возможно лишь при наличии у будущих специалистов ряда профессиональных умений и навыков, культурно ориентированное обучение письмен-

Интеграция учебных предметов как способ достижения ключевых компетентностей в условиях...

ной деловой коммуникации для студентов неязыковых специальностей является одним из основных условий подготовки бу-

дущих специалистов экономического профиля к межкультурному общению и выходу на мировой рынок.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ *Астрафуроеа Т. Н.* Интерактивная компетенция в профессионально значимых ситуациях межкультурного общения // Актуальные проблемы перевода и иностранных языков в языковом вузе. Сборник научных трудов. МГЛУ. Вып. 423. М., 1996. С. 93– 107; *Елизарова Г. В.* Культура и обучение иностранным языкам. СПб., 2005; *Халева И. И.* Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. М., 1989.

¹ *Астрафуроеа Т. Н.* Указ. соч. С. 93-107.

¹ *Панфилова А. П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 2001. С. 39-40.

**Брандес М. П.* Стилистика текста // Теоретический курс. М., 2004. С. 146.

⁵ *Van Ek J. A.* Objectives for Foreign Language Learning. Project No. 12: Learning and Teaching Modern Languages for Communication. Vol. II: Levels. Council of Europe. Council for Cultural Cooperation. Strasbourg, 1987.