

К ВОПРОСУ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

БУРЯЧЕНКО Т.И.

Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына
УДК 413.71.96

Культура устной и письменной речи делового человека влияет на успешный исход его деятельности и создает дополнительные преимущества перед конкурентами в полиязыковой среде общения. Корректное вербальное и невербальное поведение в типичных ситуациях делового общения базируется на понимании основных законов делового дискурса, знании его лингвистических и культурологических особенностей. Особо актуален данный вопрос при обучении студентов гуманитарных специальностей, изучающих язык с целью его дальнейшего применения в профессиональной сфере: специалистов по туризму и менеджменту, соработников, лингвистов, для которых владение русским языком делового общения является составляющей профессиональной компетенции. Высокий уровень владения языком делового общения возможен в результате формирования следующих компетенций:

1. Речевой – владения языковым материалом для использования в устных и письменных высказываниях деловой направленности.
2. Дискурсивной – умения конструировать тексты разных типов, продуцировать и интерпретировать тексты в зависимости от ситуации делового общения.
3. Социолингвистической – способности адекватно использовать языковые единицы, модели речевого этикета в соответствии с ситуациями делового общения.

В данной статье анализируются особенности применения социокультурного подхода на занятиях русского языка в сфере делового общения «как наиболее технологически приемлемого» [1, с. 193], так как знание специфики различных культур способствует избавлению от обобщений и стереотипов, «созданию представлений о мире как о едином поликультурном сообществе, в котором каждая культура имеет право на существование и репрезентацию» [2, с. 14]. Определяющей целью социокультурного подхода является формирование у студентов социокультурной компетенции и всех ее компонентов: лингвострановедческого, страноведческого, социолингвистического, общекультурного. Социокультурная компетенция предполагает развитие знаний о различных типах культур делового общения, способности к выявлению социокультурных особенностей и фактов, навыков адекватной интерпретации явлений культуры делового общения и умений использовать эти знания, навыки и умения для выбора стратегий взаимодействия в ситуациях делового межкультурного общения.

Возможность адекватного участия в межкультурной деловой коммуникации – необходимое условие успешной деятельности учащегося или специалиста в различных сферах. Так, уже с первого года обучения студент не только изучает язык, но и познает основные концепты культуры, национального характера, постепенно постигает картину мира, которая отражается на лингвистическом уровне и обуславливает, в том числе, специфику функциональных стилей, в том числе – языка официально-делового общения.

Поскольку картина мира языковой личности передается через культурные концепты, необходимо давать представление о них и на уроках языка делового общения. Желательно, чтобы студент владел не только языковыми, но и межкультурными знаниями, понимал культурные коды языка партнера, правила этикета, наименования реалий современного социума, бизнес-рекламу. Актуален вопрос и о роли стереотипов, которые могут отрицательно повлиять на исход деловой коммуникации независимо от реальных целей, возможностей и готовности коммуникантов. Социокультурная компетенция дает представление как о верности, так и ложности таких стереотипов, что сокращает межкультурную дистанцию в ситуациях делового общения [3, с. 54 – 60].

Формирование социокультурной компетенции достигается в результате совмещения фактов языка и культуры, когда процесс обучения выстраивается в рамках диалога культур. В содержании дисциплины «Русский язык как неродной: сфера делового общения» можно выделить блоки, ориентированные на развитие социокультурной компетенции, которые включают в себя типичные ситуации делового общения. Их можно разделить на письменный и устный модули, модуль «Чтение» и «Аудирование». К заданиям, развивающим социокультурную компетенцию, относятся:

1. Упражнения, основанные на сопоставлении языковых и культурных фактов, выявление в них общего и различного.

2. Упражнения познавательно-поискового характера, направленные на выявление стереотипов поведения и традиций деловой культуры.

3. Различные виды упражнений с использованием аутентичного материала. Например, прослушивание аутентичных деловых и коммерческих новостей. Отдельно можно выделить различные виды упражнений с текстами рекламного характера, активизирующими навыки чтения и аудирования. Для курса делового русского языка интересен последний период развития рекламы как жанра – с начала 90-х годов XX столетия, который ознаменовался появлением множества рекламных агентств и началом постепенного развития рекламы.

4. Чтение текстов страноведческого характера, которое выполняет двойную функцию: расширяет активный и пассивный словарь студентов и развивает страноведческую компетенцию.

5. Ролевые игры, проблемно-коммуникативные задания.

6. Задания, призванные сформировать навыки правильного употребления в устной и письменной деловой речи номинаций учебных заведений, профессий и компаний, платежей, а также личных номинаций.

Предлагаю к рассмотрению несколько примеров таких заданий и упражнений:

Задание № 1. Крупная фирма открыла филиал в другом городе. Начальнику отдела сбыта поручили обучить своего коллегу по сбыту этого регионального филиала. Он начал учить, но в личной беседе сказал своему коллеге, что его знания стоят денег и делиться ими он не намерен. Перспективы роста начальника отдела сбыта – руководитель филиала.

Особенность данного предприятия – большая специфика работы в области сбыта. Причем если действовать просто по разработанным инструкциям, уходит очень много времени, из-за многочисленных региональных особенностей.

Каким образом в деловой беседе коллега может подействовать на начальника отдела сбыта поделиться своими знаниями с ним?

В задании обязательно выбрать и описать: стиль общения, вид общения, рассмотреть «эффекты деловой коммуникации», выбрать поинтеры, построить диалог по 5 фазам деловой беседы.

Задание № 2. Вы работаете в крупном рекламном агентстве. Вам только, что поручили написать рекламный ролик для нового товара, появившегося на рынке. Реклама рассчитана примерно на 30 секунд. Самостоятельно выберите рекламируемый товар и включите в свой сценарий следующие пункты:

- общий план всего рекламного показа;
- все тексты (разговоры, монологи и т.д.);
- описание необходимого реквизита.

Задание № 3. На работу в фирму приняли нового дизайнера. Но вот беда – он то одно забудет сделать, то другое перепутает, то опоздает. Оплата труда фиксированная – 500 \$, рабочий день нормированный. Беседы про недопущение опозданий с ним проводились.

Директор фирмы легко может его уволить, но он хороший специалист. Подобный опыт был и с предыдущим человеком, ранее работавшим на этом месте, который также страдал подобным «недугом».

Платить больше фирма не имеет возможности, да и сотрудник не высказывает претензий по этому поводу. Знакомые владельцы других фирм говорят, что причина в том, что дизайнеры, художники – профессии творческие, поэтому приходится терпеть их выходки.

Фирма небольшая 7 человек из них директор – владелец компании. Основное направление - наружная реклама. Атмосфера в коллективе комфортная. Если в течение дня директор видит, что работа у дизайнера сделана, то всегда его отпускает домой, но настаивает на приходе на работу вовремя.

Постройте такую систему деловой коммуникации, чтобы заставить этого специалиста четко и правильно выполнять все задания руководства?

Задание № 4. Предположим, что в ближайшем магазине «Молодежная мода» вы купили свитер. Надев свитер всего один раз, вы заметили, что он расходится по швам. Вы обратились с жалобой к директору магазина, но ничего не добились. Напишите деловое письмо с рекламацией президенту фирмы. В первом абзаце вы должны изложить суть дела. Во втором – сформулировать ваши требования к магазину. В последнем абзаце следует сообщить ваши координаты и срок, к которому вы бы хотели получить ответ.

Задание № 5 Подготовьтесь к тренингу «Международные переговоры между Кыргызстаном и Китаем, основные сходства и отличия». Рекомендации по подготовке к тренингу:

- составьте устный рассказ о географическом положении Кыргызстана;
- составьте устный рассказ о географическом положении Китая;
- подумайте, как вы начнете и закончите деловые переговоры;
- какие протокольные мероприятия вы можете предложить каждой из сторон.

Цель данных заданий - развить у студентов умение оптимально использовать инструменты русского языка при различных видах общения для дальнейшей профессиональной коммуникации.

Посредством выполнения приведенных практических заданий студенты могут научиться выбирать индивидуальный стиль делового общения, строить оптимальные деловые коммуникации, организовывать протокольные мероприятия, правильно составлять деловые документы и т.д.

Студенты, у которых сформирована социокультурная компетенция, владеют следующими навыками и умениями, актуальными для делового дискурса:

1. Умеют формулировать собственное высказывание в рамках изученных тем на русском языке с использованием аргументации, апеллирующей к действительности.
2. Понимают принципы организации и умеют продуцировать связный устный или письменный текст в соответствии с социокультурной ситуацией делового общения.
3. Понимают общий смысл публицистических текстов по коммерческой и деловой тематике.
4. Имеют необходимые этикетные сведения.

Примерные задания, используемые в рамках социокультурного подхода:

1. Чтение текста страноведческого характера «Особенности делового общения в разных странах», модуль «Чтение» и «Говорение».

Каждый студент или группы студентов получают микротексты, сопровождаемые предтекстовыми заданиями на снятие лексико-грамматических трудностей и расширение лексического запаса, притекстовыми (заполнение таблицы, ориентированной на поиск главной социокультурной информации), и послетекстовыми заданиями, например, обсуждением и сопоставлением особенностей делового дискурса представленных стран, выявлением ложных и достоверных стереотипов делового поведения.

Особенности делового общения в разных странах:

(Группа 1). Япония. Поклон – традиционная форма приветствия в Японии, чем ниже поклон, тем большее уважение. В последнее время все большее распространение при общении с зарубежными коллегами получает рукопожатие. Похлопывание по плечу,

широкие объятия неуместны. Обращение по имени к японскому коллеге недопустимо. Так обращаются друг к другу только близкие друзья и родственники. Японцы пунктуальны. Чтобы не опоздать, японец может появиться раньше назначенного времени. Японцы с детства учатся сдерживать свои амбиции. Во время переговоров и деловых бесед японцы стремятся избегать конфликтных ситуаций. Отсутствие явного «нет» в деловых отношениях японцев может стать причиной сложных ситуаций. Зарубежная делегация может быть уверена в успехе переговоров, но на деле ее предложения были в вежливой форме отклонены. Японцы любят развлекать гостей и умеют делать это хорошо. Иногда деловым встречам может предшествовать целая развлекательная программа: рестораны, экскурсии. Для японцев это возможность установить личные контакты. Подарок в Японии очень важен. Упаковка подарка часто более важна, чем сам подарок. Подарок надо принимать обеими руками.

(Группа 2). ЮАР – одна из наиболее развитых стран африканского континента. Примерно пятую часть ее составляет белое население. Поэтому здесь присутствуют нормы этикета, характерные для стран Европы и Америки. Одновременно существует ряд особенностей, связанных с африканской культурой. Так, при приветствии принято рукопожатие, но оно более мягкое, чем в Европе и США. Жители африканского континента по-иному относятся ко времени. Существует даже термин «африканское время», под которым подразумевается замедленный темп деловых отношений. Это проявляется и на переговорах. Они могут длиться довольно долго, а окончательное решение по заключению сделки может откладываться. Но если вы все же договорились, обязательства выполняются. Зарубежного гостя нередко приглашают в ресторан и домой (многие южноафриканцы живут в домах со своим садом). Бутылка вина и букет цветов будут очень хорошими подарками в этом случае. Приняты и подарки-сувениры.

Предлагается таблица, которую необходимо заполнить с учетом содержания текстов:

Деловая ситуация / этикетная форма	Страна 1 (особенность поведения)	Страна 2	Страна 3
1.			
2.			

2. Работа с визитными карточками; актуализация этикетных знаний (особенно продуктивно данное задание в полиязыковой группе).

Студенты получают визитные карточки потенциальных деловых партнеров (выбор которых зависит от языкового состава группы и возможных деловых контактов ее участников), вписывают в таблицу наименования их должностей и компаний, титулов (если есть) и указывают правильную форму обращения. В результате проверяется сформированность навыка выбора профессиональных и личных номинаций, адекватных социокультурной ситуации делового общения и заполняется следующая таблица.

Имя, должность, страна (визитная карточка)	Обращение
1.	
2.	

Таким образом, применение социокультурного подхода на занятиях по русскому языку способствует лучшему усвоению культурных особенностей и традиций русского делового общения, является мотивирующим фактором для изучения лингвистических и стилистических особенностей русского делового языка и привносит в процесс обучения профессиональный компонент.

Литература:

1. Акишина Т.Е., Скоринова Т.П. Контакты для контрактов: русский язык в деловом общении. – М., 2000.

2. Будильцева М. Б., Пугачев И. А., Царева Н. Ю. Культура делового и научного общения. – М., 2005.
3. Дегтярева И.Н. Лингводидактические основы построения учебного пособия по русскому языку в сфере делового общения // Лингвистика, методика и культурология в преподавании русского языка как иностранного. – СПб, 2003.
4. Деловой этикет. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.etiquette.ru/>
5. Еремина Л.И. Любимцева С.В., Тарковская Б.М. Русский язык для бизнесменов. Интенсивный курс. – М., 2000.
6. Журавлев А.П., Павлюк Н.А. Деловой человек читает по-русски.– М., 1993.