**Гущина Юлия Александровна**

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Факультет иностранных языков и регионоведения

julchen\_gut@mail.ru

**Julia Gushchina**

Lomonosov Moscow State University

Faculty of Foreign Languages and Area Studies

julchen\_gut@mail.ru

**Актуальность обучения студентов-магистров лингвистики основам устной и письменной коммуникации в рамках курса «Подготовка и проведение деловых переговоров»**

**The topicality of teaching oral and written communication within the course “Preparing & Conducting Business Negotiations” to the Masters of Linguistics**

**Аннотация:**

Данная статья посвящена вопросу актуальности и целесообразности обучения студентов-магистров языковых вузов/факультетов подготовке и проведению переговорного процесса. В рамках курса делового английского языка упомянутому аспекту не уделяется достаточного внимания, несмотря на то, что он является одним из первостепенных элементов речевой деятельности в сфере деловой коммуникации.

**Abstract:**

The article examines the topicality and expediency of teaching Master-students at linguistic universities/faculties how to prepare for and conduct business negotiations. Oftentimes, this matter is kept in the background, despite the fact that it is one of the most crucial elements in oral activity within the sphere of business communication.

**Ключевые слова:** преподавание делового английского языка, деловые переговоры, деловая коммуникация, языковой вуз/факультет.

**Key words:** teaching Business English, business negotiations, business communication, linguistic university/faculty.

На сегодняшний день, английский язык – это не только язык культуры, науки, но также и язык мирового бизнеса и деловых взаимоотношений. Исходя из этого, нельзя не отметить высокую заинтересованность в нем, как среди коммерсантов, так и среди обучающихся, которым только предстоит встретиться лицом к лицу со сферой бизнеса после студенческой скамьи. Фирмы и организации, идущие в ногу со временем, ищут высококвалифицированных работников, способных не только читать и понимать тексты узконаправленной тематики, но также и осуществлять эффективное иноязычное деловое общение. Обязательным условием приема на работу становится знание одного иностранного языка, а в некоторых случаях - двух и более. Также нужно учитывать и тот фактор, что в России представлены многочисленные зарубежные компании, ищущие сотрудников, способных оперировать языком на профессиональном уровне. Международное сотрудничество и расширение межкультурных деловых связей и контактов диктует необходимость подготовки кадров, исходя из социального заказа общества. Находясь под влиянием этих процессов, меняются и появляются новые компоненты содержания обучения, появляется потребность в овладении новыми навыками и умениями, а также расширении профессиональных обязанностей, а именно: помощника-референта, секретаря, управленца, который может вести переговоры и заключать сделки с зарубежными коллегами.

Когда мы слышим термин "переговоры", в первую очередь, у нас возникают ассоциации с международными дипломатическими контактами или же ситуациями, имеющими отношение к сфере бизнеса. Деловые переговоры тесно вошли в нашу повседневную жизнь, мы сталкиваемся с ними при решении любых бизнес - задач, будь это обсуждение условий приема на работу, заключение договора найма и т. д. Как следствие, существует огромное количество определений для данного понятия. Переговоры можно рассматривать с различных позиций, например, как особый вид деятельности, обмен информацией, способ решения спорных ситуаций или конфликтов, форму интеракции и, наконец, способ влияния.

В последнее время можно наблюдать повышенный интерес к искусству ведения деловых переговоров, не только в профессиональной, но также и в академической среде. Если пару десятилетий назад немногие факультеты предлагали курс ведения деловых переговоров, то в настоящее время данная дисциплина входит в обязательный перечень изучаемых предметов во многих вузах [10, с.4]. То же самое происходит и в коммерческом мире – предлагаются самые разнообразные тренинги и семинары, посвященные этому вопросу.

Очевидно, что деловое общение невозможно представить без такого компонента, как деловые переговоры. Они представляют особый жанр деловой коммуникации, который отличается своими строгими правилами и регламентированностью. «Роль переговоров в официально-деловой сфере постоянно растет, поэтому необходимо знать правила их подготовки и проведения; учитывать принципы и законы общения; соблюдать речевые, стилистические, этикетные нормы; применять специальные коммуникативные тактики и стратегии речевого взаимодействия. И наконец, важно не только научиться вести репродуктивные модели переговоров, но и переходить на спонтанную деловую речь в профессиональных ситуациях, когда этого требуют непредвиденные обстоятельства»[1,с.85].

Так как коммуникантами в данном случае будут выступать представители зарубежного делового сообщества, то объединяющим элементом для сторон будет английский язык. Примечательно, что «если за рубежом лингвокультурологические параметры деловых переговоров и лингвистической компетенции участников переговорного процесса обсуждаются приблизительно с середины 70-х годов прошлого века, то в нашей стране на эту сферу научного знания стали обращать внимание только после экономических событий, произошедших в конце прошлого столетия» [5,с.52].

Более того, как отмечает Е.А. Спинова: «российские участники не ориентируются в особенностях национальной и региональной психологии своих партнеров по переговорам. Очень негативно сказывается на переговорной практике незнание российскими участниками переговоров иностранных языков, а также их неумение оформлять переговорную документацию» [9,с. 67]. По этой причине, кажется явной необходимость ознакомления студентов со спецификой теории и практики ведения переговорного процесса на английском языке.

Учитывая тот факт, что «культура делового общения не является изначально заданным качеством, а выступает сложным структурно-уровневым образованием, которое проходит длительный период становления, совершенствования и развития» [2, с.73-77], особо важным является обучение деловому общению как предмету в высших учебных заведениях. Зачастую, преподаватели английского языка не могут, в силу тех или иных причин, полноценно формировать у студентов умения профессиональной деловой иноязычной коммуникации во время своих занятий. Если брать такие дисциплины, как «Business English», можно смело говорить о том, что с помощью таких значимых аспектов, как деловые переговоры и переписка, можно обучать наших студентов не только самому языку, но и культуре деловой коммуникации.

Обучение деловой коммуникации в настоящий момент представляет активно развивающееся направление, так как навыки делового общения нужны людям не только на работе, но и в обычной жизни. Деловой мир требует, чтобы человек быстро и эффективно принимал решения, в соответствии со своими интересами, а также четко доносил до окружающих свои мысли и идеи. Исходя из этого, не знать основных правил делового этикета (например, при составлении писем), превалирующих в корпоративной культуре или не уметь правильно вести переговоры совершенно немыслимо для успешного человека. Более того, в условиях модернизации высшего профессионального образования «поставлена задача подготовки специалистов, способных осуществлять деловое иноязычное общение, владеть компетенциями, относящимися к владению устной и письменной коммуникацией, а также межкультурными компетенциями, предполагающими знание культуры, традиций, этических и этикетных норм различных стран» [6, с.119]. Однако можно заметить недостаточную разработанность проблемы обучения студентов-лингвистов данным аспектам деловой англоязычной коммуникации.

Хотелось бы подчеркнуть, что в подавляющем числе случаев, курс, связанный с деловыми переговорами читается исключительно для студентов-международников или студентов, специализирующихся на внешней торговле, государственном управлении, или менеджменте. На наш взгляд, студенты языковых направлений также должны обладать практическими умениями и необходимыми прагматическими компетенциями в данной сфере. Ведь, «постоянные деловые контакты с иностранными партнерами требуют умения составить стилистически, грамматически и лексически корректное деловое письмо, адекватно понять содержание документов и экспортно-импортных контрактов на английском языке, а также владения навыками ведения деловых переговоров, способности выступать в роли переводчика, осуществляющего двусторонний перевод беседы договаривающихся сторон» [7,с.16]. Также, исходя из запроса современного общества и популярности делового английского языка, именно эти студенты в дальнейшем будут обучать специалистов из других сфер практическому деловому общению на иностранном языке.

Кроме того, в ФГОС ВО по направлению подготовки 45.04.02 (Лингвистика, программа магистратуры от 18 июля 2016 г.) предусмотрено, что выпускник, освоивший программу магистратуры, должен быть готов решать профессиональные задачи.

Если мы затрагиваем консультативно-коммуникативную деятельность, то это будет связано с проведением деловых переговоров, конференций, симпозиумов, семинаров с использованием нескольких рабочих языков; если рассматривать организационно-управленческую деятельность - организация деловых переговоров, конференций, симпозиумов, семинаров с использованием нескольких рабочих языков[[1]](#footnote-1).

Ведущая роль английского языка в мировом коммерческом взаимодействии бесспорна. Деловые контакты и связи устанавливаются именно с помощью этого языка, поэтому все большим и большим спросом пользуются услуги профессионалов в сфере перевода, межкультурной коммуникации, а также высококлассных специалистов, способных обучать обычных людей премудростям деловой коммуникации на иностранном языке. Исходя из этого, нельзя не отметить важность и актуальность проблемы обучения студентов филологического или лингвистического профиля, которая носит особый характер. При рассмотрении современной тенденции преподавания иностранных языков, можно заметить, что наиболее приоритетными являются практическая направленность обучения и его сознательность. Реализация данных идей заключается главным образом, в формировании у лингвистов и филологов коммуникативной и профессиональной компетенций.

Необходимо отметить, что обучение студентов этих направлений использованию языка деловой сферы общения продиктовано задачей специализации их образования. Иными словами, в отличие от всех студентов из других отраслей подготовки, мы можем говорить о том, что их ключевой целью будет безупречное владение и применение иностранного языка в *любой* области его использования, что подразумевает высочайший уровень развития коммуникативной компетенции учащихся.

Основными задачами курса по деловому английскому является формирование коммуникативной компетенции, освоение базовых элементов дискурса деловой сферы, грамотный анализ частных проявлений коммуникативного поведения. «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»[4, с.7]. Если содержательное наполнение курса деловой коммуникации для студентов - нефилологов включает в себя узконаправленные моменты специального назначения, которые связаны с конкретным видом профессиональной деятельности, то студенты-лингвисты помимо языковых и речевых аспектов, должны овладеть принципами анализа и истолкования устного и письменного делового дискурса. Несомненно, одно - «…речь выпускников специального вуза – будущих преподавателей и переводчиков – должна быть аутентичной не только стилистически, но и в том плане, что мысль оформляется именно теми средствами, которые чаще всего употребляются в аналогичных речевых ситуациях носителями языка» [3,с.55]. Нужно учесть, что при наличии такого курса можно было бы говорить о профессионализации образования, созданию условий подготовки высококомпетентных кадров, что полностью отвечает современному социальному заказу общества. Ознакомление и изучение основных ситуаций, распространённых в сфере бизнес-коммуникации, а также различных применяемых речевых стратегий, не только повышает уровень профессиональной компетенции учащихся, но и способствует увеличению их мотивации, активирует сознательный подход к освоению материала.

Обучение студентов языковых специальностей деловому английскому языку характеризуется своими особенностями. Для начала стоит сказать, что студенты как языковых, так и неязыковых вузов начинают изучать дисциплину «Business English», когда они уже обладают определенными знаниями и речевыми умениями в области General English. Студенты языковых вузов приступают к изучению бизнес-английского, когда они обладают определенными знаниями и умениями, а также владеют различными компетенциями, в том числе и стратегической, которая позволяет вывести содержание их обучения на более высокий уровень, что предполагает, что они смогут решать более сложные и неоднозначные коммуникативные задачи. Студенты языковых направлений обладают значительным преимуществом, так как они могут без особых затруднений заменять элементы, отсутствующие в их лексическом репертуаре на другие, тождественные по смыслу и функции. Нелингвистическим аспектам делового общения тоже уделяется повышенное внимание. Студентам-филологам гораздо легче приступать к изучению делового английского языка еще и потому, что в отличие от их коллег - нелингвистов, у них есть мощная образовательная языковая база, помимо которой они еще знакомы с лингвострановедением и нюансами межкультурной коммуникации, а также многими другими дисциплинами, которые значительно упрощают процесс восприятия нового материала. Очевидным и явным преимуществом студентов-лингвистов и филологов является тот факт, что они обладают обширными знаниями, касающимися теории языка, также сюда относится фонетика, стилистика, грамматика и, безусловно, лексика. Наличие этих знаний, вкупе с прочным «интеллектуальным фундаментом», несомненно, облегчает задачу их обучения деловому общению на иностранном языке.

 Благодаря перечисленным особенностям, реализуется возможность преподавателя «поднять языковое содержание обучения на достаточно высокий уровень, а также не только ставить перед обучаемыми сложные коммуникативные задачи, но и уделять значительное время неязыковым аспектам деловой коммуникации», что необычайно важно [8,с.118].

Нужно отметить, что дисциплина «деловой английский язык» или «Business English» предлагает отличные возможности для формирования коммуникативной компетенции у учащихся вузов лингвистической специальности. Ведь при освоении английского языка расширяется лексический запас студентов, происходит развитие грамматических навыков при работе с текстами, шлифуются стилистические навыки. Однако нам кажется, что зачастую, в данном курсе уделяется недостаточное внимание деловым переговорам и переписке, в связи с чем представляется целесообразным выделение данных аспектов в отдельный курс по выбор.

Подводя итог, хотелось бы сказать, что умение выразить мысли, убедительно и доступно их аргументировать во время деловых переговоров, профессионально вести деловую беседу — качества, необходимые для осуществления межкультурной деловой коммуникации. Поэтому наличие такого курса способствовало бы повышению конкурентоспособности выпускников, так как студенты будут более подготовлены к профессиональной деятельности. Помимо этого, навыки и умения ведения переговоров полезны не только на работе, но и в повседневной жизни.

В связи с тем, что научные работы, посвященные данной проблеме, имеют узкоспециализированное направление и не рассматривают в достаточной мере психологическую составляющую и возникающие метапредметные связи, существует необходимость теоретической разработки подхода к преподаванию курса, связанного с обучением ведению деловых переговоров студентов лингвистических направлений, а также в практической разработке стратегий, которые могли бы успешно применяться выпускниками в их дальнейшей профессиональной деятельности.

**Список литературы:**

1. Гатауллина Э. В., Евтюгина А. А. Модель поведения в переговорах русского человека // Молодой ученый. — 2016. — №7.5. — С. 83-86.
2. Кленина Н. В. Формирование культуры делового общения будущих юристов средствами иностранного языка // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2010. №3. С.73-77
3. Лапидус Б. А. Проблемы содержания обучения языку в языковом вузе / М.: Высшая школа, 1986. — 144 с.
4. 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 : Москва, 2004.- 224 c.
5. Малюга Е. Н. К вопросу о языке деловых переговоров как жанре межкультурной деловой коммуникации // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2009. №3. С.52-60.
6. Осина Е. В. Формирование коммуникативной компетенции студентов на основе этикетных норм делового иноязычного общения // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2008. №2 С.118-121.
7. Полякова С. Г. Деловой английский язык в современном социально-экономическом пространстве // Вестник Брянского государственного университета. 2009. №3 С.15-19.
8. Путырская О. Г. Обучение деловому иностранному языку в языковом вузе // Педагогическое образование в России. 2012. №1 С.117-119.
9. Спинова Е. А. Разрешение конфликта на переговорах // Российский внешнеэкономический вестник. 2006. №6. С.63-68.
10. Фишер Р., Юри У., Паттон Б. Переговоры по-гарвардски / Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2005
1. Приказ Минобрнауки России от 16.07.2016 N 783 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика (уровень магистратуры)" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.07.2017 N 42896). [↑](#footnote-ref-1)