
ФИЛОЛОГИЯЛЫҚ БІЛІМ БЕРУДЕГІ ЗАМАНАУИ ТӘСІЛДЕР

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ФИЛОЛОГИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

MODERN APPROACHES IN PHILOLOGICAL EDUCATION

УДК 372.881.1

С.К. Нурпеисова, Б.К. Тунгушбаева

*Карагандинский государственный технический университет, Казахстан
(E-mail: Svetlana943865@gmail.com)*

Об основных принципах обучения языку делового общения в неязыковом вузе

Статья посвящена рассмотрению вопросов, касающихся формирования у студентов неязыкового вуза способности к аргументации, которая актуализируется в процессе устного делового межкультурного общения. На основе анализа различных подходов к выделению компонентов содержания обучения устному общению в неязыковом вузе определена совокупность тех знаний, умений и отношений, которые составляют способность к устной деловой аргументированной речи и которые призваны обеспечить результативность деятельности студентов в процессе подготовки устных высказываний. С целью организации процесса усвоения отобранных компонентов содержания были выработаны и методически обоснованы принципы обучения, опора на которые может способствовать эффективной подготовке студентов неязыкового вуза к устной деловой аргументированной речи. Выявлен ряд как общедидактических, методических, так и частных специальных принципов: принцип доступности, принцип ассоциативности, принцип экспрессивности, принцип интенсивности. Даны примеры уместности и целесообразности использования специальной терминологии, профессионализмов в процессе делового общения, а также некоторой иноязычной лексики, канцеляризмов и др. Результаты работы могут быть использованы в преподавании русского языка на технических специальностях и способствовать формированию профессиональной коммуникации будущих специалистов. Практическая значимость работы связана с использованием результатов исследования в практике преподавания языка как составной части профессиональной подготовки специалиста и одной из предпосылок его дальнейшей успешной трудовой деятельности.

Ключевые слова: принцип обучения, деловое общение, коммуникативные навыки, специальная терминология, профессионализмы, устная речь.

Сегодняшний рынок ставит перед образованием самую важную цель — подготовку высококвалифицированного, конкурентоспособного, стремящегося к постоянному профессиональному росту специалиста. Современный бизнес — это сложное производство на всех уровнях, обмен информацией, взаимопонимание, планируемое общение с учетом интересов обеих сторон. Одним из основных качеств будущего специалиста, бесспорно, являются коммуникативные навыки делового общения. По этой причине обучение деловому общению требует особого внимания.

Для достижения целей обучения деловому общению наиболее эффективным, по словам Н.М. Громовой [1; 32], является использование в учебном процессе таких ситуаций, в основе которых лежит какая-либо профессионально значимая проблема [1; 32]. Поэтому содержание и тематика учебных материалов по деловому русскому языку должна соотноситься с проблематикой дисциплин профессионального характера. Сферы общения в профессиональной деятельности будут различными у студентов юридических, экономических, инженерных специальностей. И поэтому содержание понятия «деловое общение» применительно к практике обучения языку студентов различных специальностей имеет разное наполнение. Важным при создании ситуаций общения является взаимодействие

преподавателя языковой кафедры с представителями кафедр специальных дисциплин, что способствует тому, что ситуации общения будут отражать реальное речевое взаимодействие в соответствующей сфере общения.

Говоря о профессиональной направленности курса, необходимо выделить раздел обучения деловому иноязычному общению, который является неизменным и ситуативно-независимым. Он включает речевые жанры, непосредственно функционирующие в сфере международного сотрудничества. К устным речевым жанрам межкультурной деловой коммуникации относятся презентация, деловая беседа (в том числе по телефону) и переговоры. Деловая корреспонденция (деловое письмо, факс, телекс, электронное сообщение) и документация (контакт, договор, соглашение) — это письменные жанры делового общения. Планируя учебный процесс, преподаватель должен учитывать, что наиболее сложным для обучающихся является составление деловых писем. Это обусловлено тем, что при устном общении происходит непосредственное речевое взаимодействие собеседников, что позволяет им корректировать свою позицию с учетом реакции другой стороны. Кроме того, оно может дополняться разнообразными невербальными средствами, которые передают отдельные моменты ситуации общения. А письменная речь характеризуется ее большей осознанностью, что требует от пишущего более тщательного отбора лексического материала. Необходимо также продумать структуру письменного сообщения. Поэтому обучение деловому общению целесообразно начинать с презентации и деловой беседы, опираясь уже на сформированные ранее умения, такие как умения устной монологической и диалогической речи.

Известно, что выработанные общие нормы организации учебного процесса называются принципами (от лат. *principium* — основа, начало) обучения и определяют, каким образом следует обеспечивать достижение целей обучения. Следует отметить, что ученые по-разному подходят к понятию «принцип». Одни считают их нормой, которая определяет методы дидактической работы преподавателя. Другие полагают, что в разных дидактических системах могут действовать различные принципы обучения, считая это свидетельством самостоятельности этих систем. Сторонники такого подхода считают, что преподавателю достаточно придерживаться в своей работе представлений о самых общих закономерностях, наделяя принципы качеством универсальности для всех предметов на всех уровнях дидактической работы [2; 18].

При изучении ряда методик профессионального обучения мы руководствовались работами авторов В.В. Егорова, С.М. Ударцевой, Ж.Е. Алшинбаева, которые под принципами обучения понимают руководящие положения, лежащие в основе обучения и определяющие его содержание, методы и формы организации. По существу, это нормы дидактического поведения, соблюдение которых позволяет преподавателю ознакомить студентов с основами тематических знаний о мире, развивать их познавательные интересы и способности, формировать их мировоззрение, а также приобщать к самообразованию. Цели обучения определяют — чему следует учить, принципы обучения устанавливают — как это следует сделать. Авторами подчеркивается, что при использовании принципа доступности, необходимо учитывать культурно-образовательный уровень слушателей, их жизненный и производственный опыт. Никогда не следует забывать, что многие люди слышат то, что хотят слышать. Поэтому необходимо принимать во внимание эмоционально-психологическое расщепление каждой аудитории, особенности межнационального и межкультурного контекста.

Для усиления принципа доступности, по мнению И.Н. Кузнецова, эффективен прием, который заключается в сообщении малоизвестной информации (новизна и оригинальность), а также в сочетании разнохарактерных сведений [3; 241]. Автором отмечается, что принцип ассоциативности позволяет вызвать у слушателей переживания и размышления, обращает внимание к их эмоциональной и рациональной памяти. Для появления соответствующих ассоциаций используются такие приемы, как аналогия, ссылки на прецеденты, образность высказываний.

Следующий принцип экспрессивности выражается в эмоционально напряженной речи выступающего, его мимике, жестах и позе, свидетельствующих о полной самоотдаче. Страстность, неподдельная радость или грусть, сострадание — все это конкретные формы экспрессивности. Использование принципа интенсивности характеризуется темпом подачи информации. Различная информация и разные люди нуждаются в дифференцированном темпе изложения и усвоения речи. Надо учитывать темперамент людей, их подготовленность к восприятию конкретного вида информации. В связи с этим важны: умение выступающего ориентироваться в настроении аудитории; способность аудитории работать в определенном информационном клише; умение выступающего предлагать аудитории необходимый скоростной режим усвоения информации [3; 242]. На наш взгляд, предлагаемые

И.Н. Кузнецовым примеры целесообразны на различных этапах процесса обучения русскому языку. Так, например, в разговорной деловой речи для обозначения новых понятий нередко создаются новые слова от иностранных по словообразовательным моделям русского языка. В результате появляются такие «неуклюжие» термины, как *шлюзовать* (от *шлюз*), *штабелировать* (от *штабель*), *кабелизировать* или *каблировать* (от *кабель*).

Нельзя также признать правомерной замену привычных, вошедших в язык терминов новыми, образованными на иностранный манер (сейчас это особенно модно). Например, вместо понятного всем слова *штабелеукладчик* можно часто услышать *штабилер* и даже *штабиятор*. В деловой речи часто встречаются слова, не ставшие общеупотребительными, но активно используемые в деловой сфере. Это так называемые профессионализмы, которые служат для обозначения различных производственных процессов, орудий производства, сырья, получаемой продукции и т.д.

Очевидно, что, в отличие от терминов, представляющих собой официальные научные наименования специальных понятий, профессионализмы воспринимаются как «полуофициальные» слова, не имеющие строго научного характера. Нельзя не согласиться с автором о преимуществе профессионализмов перед их общеупотребительными эквивалентами, так как они служат для разграничения близких понятий, которые для неспециалиста имеют одно общее название. Благодаря этому для людей одной профессии специальная лексика является средством точного и лаконичного выражения мысли. Однако информационная ценность профессионализмов утрачивается, если с ними сталкивается неспециалист. Поэтому использование профессионализмов в речи бизнесменов нежелательно, и его следует отнести к недостаткам словоупотребления.

К явным недостаткам деловой речи автор относит использование в ней слов-паразитов: *так, как сказать, понимаете, значит, вот, это самое* и др. Такие слова не украшают деловую речь, а только вызывают раздражение слушателей. Слова-паразиты — это такая же проблема, как и проблема правильного выбора слов. Они делают речь неуверенной, лишая ее силы и выразительности. Однако многие так привыкли к ним, что заполняют ими все паузы в речи.

Паузы между предложениями, группами слов, выражающими законченную мысль, должны быть. Нет необходимости заполнять их чем-либо. Кроме того, непрерывно произнося подобные слова-паразиты, говорящий лишает себя возможности использовать возникающие паузы для спокойного продумывания последующих своих фраз [3; 234]. К речевой избыточности в деловой речи следует отнести и употребление без надобности иностранных слов, которые дублируют русские слова и тем самым неоправданно усложняют высказывание. Не следует, например, говорить *ничего экстраординарного*, когда можно сказать *ничего особенного, индифферентно* вместо *равнодушно, игнорировать* вместо *не замечать, лимитировать* вместо *ограничивать, ориентировочно* вместо *примерно, диверсификация* вместо *разнообразие* и т.д. [3; 237].

Автором приводятся примеры неправильного или параллельного употребления иноязычной лексики, которое ведет, как правило, к ненужным повторениям: *промышленная индустрия* (в слове *индустрия* уже заключено понятие *промышленная*), *форсировать строительство ускоренными темпами* (*форсировать* и означает *вести ускоренными темпами* или *потерпеть полное фиаско* (слово *фиаско* означает *полное поражение*)).

На практике известно, что к стилистическим формам многословия следует прежде всего отнести злоупотребление канцеляризмами, засоряющими язык деловых людей, придающими ему казенный оттенок. Примером могут служить следующие фразы: *Эти товары допустимы к продаже после специальной обработки, Переходные кольца в этом узле служат в качестве изоляции, Подача напряжения осуществляется здесь через посредство двухполюсного контактора, Разгрузку товаров производят на базе использования ленточного конвейера.*

Следует отметить, что особенно часто канцеляризмы проникают в речь деловых людей в результате неуместного использования так называемых отыменных предлогов *в деле, по линии, за счет, в части*, которые лишают такую речь эмоциональности и краткости, например: *в деле повышения экономичности работы двигателя, за счет снижения налогообложения, выступая по линии критики.*

Не вызывает сомнения, что каждый слышит то, что понимает, поэтому следует максимально заботиться о доступности речи, особенно в деловом разговоре, когда требуется излагать свои мысли как можно проще и доходчивее [3; 238].

Для того, чтобы добиться этой цели, известный ученый П. Сопер в своей книге «Основы искусства речи» предлагает использовать вспомогательный материал речи: определения, сравнения, примеры. Практика показывает, что определения нужны для слов, значения которых собеседники не

знают, а также терминов, употребляемых говорящим в особом смысле. Обычно самый верный способ дать определение какого-либо понятия заключается в том, что можно сказать следующее: *Приведу пример, который пояснит то, что я имею в виду* и после этого описать конкретный случай, который типичен для данного понятия [3; 238].

Вот как, например, рекомендуется давать определение понятия в учебнике «Логика» А.А. Ивина: *«Определение — это логическая операция, раскрывающая содержание понятия»*.

Определяя, например, понятие *«термометр»*, мы указываем, что это, — во-первых, прибор, во-вторых, именно такой прибор, с помощью которого измеряется температура. То есть мы сначала относим данное понятие к ближайшему родовому понятию, а затем называем его отличительный признак (признаки) в ряду подобных понятий [4; 40].

Очень важно в речи употребление сравнений. Умственный процесс сравнения — существенный фактор познания. Пока мы не узнаем, на что вещь похожа и чем она отличается от остальных вещей, мы не сможем понять ее. Сравнения служат одной цели — сделать более ясными и убедительными те высказанные мысли, к которым они имеют непосредственное отношение. Действительно, сравнения могут быть различными. Так, например, оборот речи, заключающий скрытое уподобление, образное сближение слов на основе их переносного значения, называется метафорой. Поэтому при сравнении часто используют выражение *подобно тому, как...* Более пространная форма сравнения — аналогия — представляет собой умозаключение: если два предмета схожи в одном отношении, то они похожи и в других.

В свою очередь, аналогии бывают фигуральными и буквальными. Если при фигуральной аналогии сравниваются два явления из одной области, одного порядка, то аналогия в буквальном смысле обладает большой значимостью как доказательство в споре. Фигуральная аналогия обычно стимулирует работу воображения. Известно также, что пример — наиболее эффективный и доходчивый прием речи, как бы приближающий предмет к слушателю. Существенное качество примера — конкретность. Примеры могут быть краткими или более подробными, фактическими или предположительными, шуточными или серьезными. Краткие примеры незаменимы, когда приходится в условиях ограниченного времени пояснять многочисленные подробности. Предположительные примеры не содержат утверждений о подлинных фактах, но они могут оказаться полезными, когда отвлеченные или общие идеи нужно сделать наглядными.

При прочих равных условиях фактический пример производит большее впечатление, чем предположительный. У слушателей обычно возникает интерес уже при словах: *А теперь позвольте рассказать вам об одном случае, действительно имевшем место...* Кроме того, только примеры-факты могут найти применение как доказательства или обоснования [3; 238].

Важно подчеркнуть, что большое внимание в процессе обучения следует уделять логике, как научной и учебной дисциплине, которая рассматривает также правильность строения суждения (высказывания), умозаключения, доказательства и опровержения, действующие логические законы. Конкретные языковые условия логичности связаны, во-первых, с синтаксическим построением речи. Нарушение логических связей между словами и частями высказывания называют *алогизмами*. Например: *Конструкция данной машины аналогична старому образцу*. Алогизм в этом примере состоит в уравнивании двух несоотносимых понятий *конструкция* и *образец*. Следовало сказать: *Конструкция данной машины аналогична конструкции машины старого образца*.

Вот примеры нелогичности слов в составе предложения. В предложении *Летом в лесах вспыхивают пожары благодаря неосторожному обращению с огнем* слово *благодаря* противоречит содержанию мысли. Смысл высказывания *«Коммунальные услуги надо оплачивать не только в первых числах каждого месяца, но и раньше»* искажается, так как неверно использовано слово *надо* вместо *можно*. Получается, что коммунальные услуги надо оплачивать дважды [5; 41].

Таким образом, профессиональный компонент и речевые жанры, функционирующие в устном и письменном общении в области деловых контактов, в совокупности составляют суть содержания обучения деловому русскому языку в неязыковом вузе. И как отмечают современные исследователи, «эту категорию следует рассматривать не в плане статики, а постоянной динамики, так как она определяется социальным заказом общества, его потребностями» [1; 110].

Правила делового общения — это те нормы и стандарты, которые используются в процессе общения. И от того, насколько придерживается говорящий этих норм и стандартов, зависит достигнет ли цели его общение. Результатом любого делового общения является бесконфликтное решение поставленной задачи, достижение компромисса, а без соблюдения норм и правил делового общения это

невозможно. Использование таких норм — общепринятая закономерность среди деловых людей, заботящихся о своем имидже и репутации.

Роль общения в профессиональной деятельности специалиста трудно переоценить. Во многом от умения установить контакт с деловым партнером, от правильного речевого поведения, умения в беседе придерживаться своей стратегической линии зависит успех деловых встреч.

Исследования показывают, что успех людей, работающих в сфере делового общения, на 80–85 % зависит от коммуникативной компетентности, которую определяют как совокупность знаний, умений и навыков в области речевой коммуникации, как умение соотносить языковые средства с задачами и условиями общения [5; 81].

Наряду с этим, при приеме молодых специалистов на работу учитываются коммуникабельность, способность согласовывать свои действия с другими, умение работать в команде, способность к коллективному принятию решений, что требует от преподавателя решения определенных педагогических задач в учебном процессе.

Следовательно, дидактические принципы — это инструменты преподавателя профессионального обучения, позволяющие грамотно организовать современный учебный процесс для достижения поставленных целей. Проводя каждое конкретное занятие, следует учитывать требования ряда дидактических принципов и создавать условия для их комплексного осуществления.

Список литературы

- 1 Громова Н.М. Деловое общение на иностранном языке: методика обучения / Н.М. Громова. — М.: Магистр; ИНФРА-М, 2010. — 286 с.
- 2 Егоров В.В. Методика профессионального обучения: учеб. пос. / В.В. Егоров, С.М. Ударцева, Ж.Е. Алшинбаева. — Караганда: Изд-во КарГТУ, 2015. — 112 с.
- 3 Кузнецов И.Н. Деловое общение: учеб. пос. / И.Н. Кузнецов. — М.: Изд-торг корп. «Дашков и К», 2008. — 528 с.
- 4 Салагаев В.Г. Культура делового общения. Деловая риторика. Деловые документы: учеб. пос. / В.Г. Салагаев. — Алматы: Каржы-Каражат, 2003. — 232 с.
- 5 Осик Ю.И. Деловой этикет: учеб. пос. / Ю.И. Осик, З.С. Гельманова, Д.С. Наплеков. — Алматы: Заң әдебиеті, 2008. — 230 с.

С.К. Нурпейсова, Б.К. Тунгушбаева

Тілдік емес университетте іскери қарым-қатынас тілін оқытудың негізгі принциптері туралы

Мақала тілдік емес жоо студенттерінің ауызша іскерлік мәдениаралық қарым-қатынас барысында өзектілендірілетін дәлелдеу қабілетін қалыптастыруға қатысты мәселелерді қарастыруға арналған. Тілдік емес жоо-да ауызша қарым-қатынасқа оқыту мазмұнының компоненттерін бөлуге әртүрлі тәсілдерді талдау негізінде ауызша іскерлік дәлелді сөйлеуге қабілетті құрайтын және ауызша пікірлерді дайындау процесінде студенттердің қызметінің нәтижелілігін қамтамасыз етуге бағытталған білім, білік және қарым-қатынас жиынтығы анықталды. Мазмұнның іріктелген компоненттерін менгеру процесін ұйымдастыру мақсатында тілдік емес жоо студенттерінің ауызша іскерлік дәлелді сөйлеуге тиімді дайындалуына ықпал ететін оқыту қағидаттары әзірленіп, әдістемелік тұрғыдан негізделген. Жалпы, белсенді, әдістемелік, сондай-ақ жеке арнайы қағидаттар қатары анықталды: қолжетімділік, ассоциативтілік, экспрессивтілік және қарқындылық. Іскерлік қарым-қатынас процесінде арнайы терминологияны, кәсіпқойлықты, сондай-ақ кейбір өзге тілді лексиканы, канцеляризмдерді және т.б. қолданудың орындылығы туралы мысалдар берілген. Жұмыстың практикалық маңыздылығы зерттеу нәтижелерін тілді оқыту тәжірибесінде маманды кәсіби даярлаудың құрамдас бөлігі және оның әрі қарай табысты еңбек қызметінің алғышарттарының бірі ретінде пайдаланумен байланысты.

Кілт сөздер: оқыту принципі, іскерлік қарым-қатынас, коммуникативтік дағдылар, арнайы терминология, кәсіпқойлық, ауызша сөйлеу.

S.K. Nurpeisova, B.K. Tungushbayeva

About the basic principles of teaching business communication language at a non-linguistic university

The article is devoted to the consideration of issues related to the formation of non-linguistic University students' ability to argue, which is updated in the process of oral business intercultural communication. On the basis of the analysis of different approaches to the allocation of components of the content of teaching oral communication in a non-linguistic University defined set of knowledge, skills and relationships that make up the ability to oral business reasoned speech and which are designed to ensure the effectiveness of students in the preparation of oral statements. In order to organize the process of assimilation of the selected components of the content, principles of training were developed and methodically justified, the reliance on which can contribute to the effective preparation of students of non-linguistic University for oral business reasoned speech. A number of both general didactic, methodical, and particular special principles is revealed: the principle of accessibility, the principle of associativity, the principle of expressiveness, the principle of intensity. The examples of relevance and expediency of using special terminology, professionalism in the process of business communication, as well as some foreign language vocabulary, clerical and other results can be used in teaching Russian in technical specialties, the formation of professional communication of future specialists. The practical significance of the work is associated with the use of research results in the practice of language teaching as an integral part of professional training and one of the prerequisites for its further successful work.

Keywords: teaching principle, business communication, communication skills, special terminology, professionalism, oral speech.

References

- 1 Gromova, N.M. (2010). *Delovoe obshenie na inostrannom yazyke: metodika obucheniia [Business communication in a foreign language: teaching methods]*. Moscow: Mahistr, INFRA-M [in Russian].
- 2 Yegorov, V.V., Udartseva, S.M., & Alshinbaeva, Zh.E. (2015). *Metodika professionalnogo obucheniia [Methods of professional education]*. Karaganda: Izdatelstvo Karahandinskoho gosudarstvennogo universiteta [in Russian].
- 3 Kuznetsov, I.N. (2008). *Delovoe obshchenie [Business communication]*. Moscow: Izdatel'sko-torhovaia korp.«Dashkov i K» [in Russian].
- 4 Salagaiyev, V.G. (2003). *Kultura delovoho obucheniia. Delovaiia ritorika. Delovye dokumenty [Culture of business communication. Business rhetoric. Business document]*. Almaty: Karzhy-Karazhat [in Russian].
- 5 Osik, Y.I., Gelmanova, Z.S., & Naplekov, D.S. (2008). *Delovoi Etiket [Business etiquette]*. Almaty: Zan adebiety [in Russian].