

КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ В ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

*Слепович В.С., Белорусский государственный
экономический университет*

Английский, как и другие языки, является живым организмом и подвержен эволюционному развитию, что проявляется различных уровнях – словообразовании, функциональных сдвигах и т.д. Учитывая глобальный характер использования английского языка, следует иметь в виду, что понимание одних и тех же слов разными коммуникаторами может быть неодинаковым. Роль культурного контекста в бизнес-коммуникации является гораздо более значительной, чем многие из нас представляют.

Стандартный английский язык без учета культурного контекста становится явно недостаточным при обучении бизнес-коммуникации. Речь идет не о том, чтобы преподаватели включали в преподаваемые курсы примитивный набор клише и стереотипов о той или иной стране, а о глубоком понимании процесса международной бизнес-коммуникации, без которого невозможно выработать концепцию преподавания делового английского языка. Безусловно, это очень широкая сфера, включающая прагматику, психолингвистику, социолингвистику, лингвистическую антропологию и т.д.

Культурный контекст в широком понимании должен учитывать следующие объективные факторы развития и использования английского языка:

- многие носители и пользователи английского языка (включая тех, кому он был навязан в годы колонизации) считают, что он является их «собственностью» и мало озабочены понятиями нормы и стандарта (пример Нигерии);

- английский язык на самом деле представляет собой большую совокупность его разновидностей, которые называют *Englishes* (Британский английский, Австралийский английский, Канадский английский, Филиппинский английский и т.д.). Разные *Englishes* имеют разные коды речевой коммуникации;

- язык представляет собой код культурной деятельности, которая имплицитно присутствует в словах и проявляется в различных значениях, вкладываемых в них в международном общении (ср., например, употребляемые американцами и русскими (русскоязычными) английские слова *state, plan, competition, economic priority*).

- отношение в деловой среде к стандартному английскому как к «хорошему», правильному, а к другим его разновидностям как к «плохому», некультурному.

- носители английского языка не имеют никаких привилегий в использовании английского языка ни в одной сфере деятельности.

Преподавание делового английского языка должно быть пронизано культурными реалиями и учитывать такие проблемы, как:

- языковая интерференция;
- процесс аккультурации;
- восприятие языка через активное слушание, кодирование и декодирование;
- происходящие изменения в языке;
- реалии ведения бизнеса в той или иной стране;