

ниченности времени аудиторного занятия. Однако, сам факт того, что преподаватель акцентирует внимание учащихся на его полисемантической и недифференцированности значения весьма вероятно приведет к тому, что учащиеся будут более внимательны при его употреблении в речи и переводе на русский язык в том или ином контексте.

### **Основные факторы, обеспечивающие эффективность устного делового иноязычного общения**

**Иваненко Г.Л., БГЭУ**

Владение иностранным языком специалистом - объективное требование времени, и студенты экономических, юридических, технических вузов хорошо понимают, что перспективы их профессионального будущего во многом связаны в том числе и с их «языковой» компетенцией [1]. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения, необходимость повышения лингвистической компетентности лиц, вступающих в социально-правовые отношения, руководящих действиями людей. Лингвистическая компетентность становится в рыночных условиях непременным компонентом общепрофессиональной подготовки самых разных специалистов - менеджеров, муниципальных служащих, референтов, руководителей всех уровней.

Как следствие, взаимоотношения специалистов в профессиональной деятельности становятся предметом все более пристального внимания не только психологов и социологов, но и лингвистов. Исследования ученых показывают, что до 70% управленческих решений принимаются руководителями в устной форме, в процессе непосредственного взаимодействия в сфере делового общения. Характер деловых контактов оказывает решающее влияние на эффективность совместной деятельности, на успешность проведения деловых бесед и встреч, совещаний и переговоров. «Деловое общение», - как справедливо замечает М.В.Колтунова, - «это самый массовый вид социального общения». «Оно представляет сферу коммерческих и административно-правовых отношений, экономико-правовых и дипломатических отношений» [2, с. 3]. Именно поэтому при обучении будущих специалистов иностранному языку следует особое внимание уделять развитию прежде всего устноречевых иноязычных умений делового общения.

При этом необходимо помнить, что эффективность устного делового общения, в том числе и на иностранном языке, определяется рядом факторов. Важной составляющей успешной деловой коммуникации, в частности, является культура речи, которая представляет собой «владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, словоупотребления, грамматики, стилистики), а также умение

использовать выразительные средства языка в различных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи» [3, с. 247]. К критериям культуры речи, определенным еще с древнейших времен, относятся: точность, логичность, ясность и доступность, чистота, выразительность, разнообразие, эстетичность, уместность. Однако главными критериями в деловом общении принято считать все же правильность и коммуникативную целесообразность [4, с. 35-38].

Корректность иноязычного устноречевого поведения делового человека, во многом определяющая эффективность общения, зависит и от соблюдения правил речевого этикета, под которым понимаются «регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфических, стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности» [5, с. 9]. Для делового общения важна прежде всего регулирующая функция речевого этикета: выбор формулы обращения и соответствующей тональности контакта регулирует характер отношений собеседников.

Важная роль в речевом общении специалистов в сфере деловой коммуникации отводится и деловой риторике, которая трактуется как «область человеческой культуры, включающая в себя науку, искусство и живую человеческую практику убедительной и эффективной речи в различных жанрах делового общения» [6, с. 7]. Предметом современной деловой риторики, аккумулирующей все достижения психологии, лингвистики текста, социолингвистики, теории речевых актов, логики и культуры речи, являются правила и приемы эффективного делового общения [2, с. 173]. Главное отличие деловой риторики от всех остальных частных риторик состоит в том, что она рассматривает сферу межличностных отношений.

В связи с этим следует отметить, что риторические идеалы различных культур существенно различаются. Нередко возникающее непонимание в процессе переговоров между партнерами как раз и демонстрирует несовпадение риторического идеала и форм его практической реализации. Именно поэтому изучение любого иностранного языка, с нашей точки зрения, должно быть обязательно связано с изучением особенностей национальной культуры, культурой речевого общения представителей конкретного языкового сообщества. «Диалог партнеров – диалог культур» - вот что должно стать девизом обучения деловому иноязычному общению будущих специалистов.

### **Литература**

1. Образовательный стандарт высшего образования по циклу социально-гуманитарных дисциплин, утвержд. и введ. в действие приказом Министерства образования РБ от 06.07.99 № 436. Минск: БГЭУ, 1999.
2. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет: учеб. пособие для вузов. М.: Экономическая литература, 2002.
3. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.

4. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации: учебник для вузов / под ред. проф. О.Я.Гойхмана. М.: ИНФРА-М, 1997.
5. Формановская Н И Русский речевой этикет: лингвистические и методические аспекты. М., 1987.
6. Андреев В.И. Деловая риторика. Казань: КГУ, 1993.

### **Научно-методическое обеспечение при коммуникативно-ориентированном подходе к преподаванию иностранных языков**

**Иванова О.В., Петрова И.В., БГЭУ**

В обучении иностранным языкам все более весомую роль играет коммуникативный подход, который выступает стратегией, моделирующей общение и направленной на создание психологической и языковой готовности к коммуникации.

Система научно-методического обеспечения базируется на принципах коммуникативно-ориентированного подхода в преподавании иностранных языков. Суть этого подхода – научить слушателей владеть языковыми навыками (аудированием, говорением, чтением и письмом) для осуществления иноязычного общения в типичных ситуациях, формирование у слушателей определенного уровня коммуникативной компетенции.

Одним из важных видов речевой деятельности является аудирование, так как овладение устной речью на иностранном языке невозможно без умения понять других людей как при непосредственном общении, так и по средствам массовой информации. В реальных условиях коммуникации удельный вес восприятия речи на слух находится в пределах 40-50%. При этом аудирование является самым сложным для обучения видом речевой деятельности в виду того, что цель обучения аудированию – нормальное понимание речи других людей, в том числе носителей языка. Студенты должны не просто услышать, но и правильно и глубоко понять чужую речь.

Обучению аудированию уделяется недостаточное внимание при изучении иностранного языка. По сравнению с говорением, которому сейчас отданы приоритеты, аудирование является рецептивным процессом. Причину пренебрежения специальными рецептивными упражнениями следует искать в твердой уверенности, господствующей в методической практике, что все, что учащиеся могут сказать, они могут понять и на слух.

Практика показывает то, что студенты могут воспроизвести, они не всегда могут понять на слух. Это может объясняться: непривычным темпом речи, несоответствием собственных звуковых образов тем, которые воспринимаются в процессе речи говорящего. Из всего сказанного становится ясным, что репродуктивные упражнения не могут заменить рецептивных, что те и другие являются обязательными компонентами системы упражнений для развития навыков аудирования и устной речи. Соответственно, система упражнений для обучения аудированию должна быть на-