

УДК 372.881.111.1

DOI: 10.26907/2782-4756-2024-75-1-185-193

КОНЦЕПЦИЯ ПРЕДМЕТА «АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ» В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

© Гаяне Хачатрян

THE CONCEPT OF BUSINESS ENGLISH TEACHING (HIGHER EDUCATION)

Gayane Khachatryan

This paper focuses on the differences between General English and Business English in terms of linguistic and linguodidactic approaches. References to normative documents and fundamental studies are essential for conducting in-depth research in the field of Business English. The paper presents and analyzes multiple sources that address the topic and describes the significance of the target audience in Business English. The article also discusses the key aspects necessary for modeling teaching materials and addresses the roles performed by the Business English teacher, namely: aids taking into account the needs and assessing the abilities of the target audience, the necessary conditions in a multicultural educational environment for students to exchange their cultural values, new educational and methodological resources, such as problem-based communicative tasks that promote the development of necessary competencies and skills for conducting successful intercultural communication in a business environment, etc. The paper examines and analyzes various Business English courses taught in Russian universities. It aims to correlate the course content with the requirements outlined in normative documents and educational standards.

Keywords: business English, general English, cross-cultural communication, language teaching and learning

Статья посвящена описанию различий, существующих между английским языком для общих целей (General English / GE) и английским языком делового общения (English for Business Purposes / EBP), с точки зрения лингвистики и лингводидактики. Исследование нормативных документов и фундаментальных работ в данной области помогло выделить и описать важность ключевых аспектов в обучении английскому языку делового общения, а именно: учет потребностей и оценивание способностей целевой аудитории, описание роли преподавателя иностранного языка делового общения, создание необходимых условий в поликультурной образовательной среде для осуществления обучающимися обмена культурными ценностями, создание учебно-методических материалов, таких как коммуникативно-направленные задания проблемного типа, способствующих развитию необходимых компетенций и умений для ведения успешной межкультурной коммуникации в деловой среде, и другие. С целью обоснования актуальности и выявления дальнейшей перспективы исследования в данной области в работе изучен и проанализирован ряд курсов английского языка делового общения, преподаваемых в высших учебных заведениях Российской Федерации, и произведена попытка соотнесения их содержания с требованиями, прописанными в федеральных национальных нормативных образовательных документах (ФГОС ВО (3++)).

Ключевые слова: английский язык делового общения, английский язык для общих целей, межкультурная коммуникация, языковое образование

Для цитирования: Хачатрян Г. Концепция предмета «Английский язык делового общения» в высших учебных заведениях // Филология и культура. Philology and Culture. 2024. № 1 (75). С. 185–193. DOI: 10.26907/2782-4756-2024-75-1-185-193

Языковое образование ввиду стремительного развития информационной сети Интернет, растущей технологизации и тенденции цифровизации социальной жизни общества претерпевает

ряд существенных качественных изменений на всех уровнях общего и профессионального образования, которые в том числе отражаются в таких нормативных и рекомендательных образова-

тельных документах, как Common European Framework of Reference for Languages (CEFR – Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка), Федеральные государственные образовательные стандарты, ФГОС 3(++) и другие.

В процессе изучения изменений в нормативных документах нас заинтересовал перечень универсальных компетенций (УК), приведенных в Федеральном государственном стандарте, а именно раздел *коммуникация*, который подразумевает способность «осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)» [1, с. 9]. Примечательно, что универсальные компетенции одинаковы для всех направлений подготовки специалистов по программам бакалавриата, что определяет актуальность предмета «Английский язык делового общения» для большинства обучающихся в высших учебных заведениях.

На сегодняшний день вопрос определения места предмета «Английский язык делового общения» в рамках иноязычного образования является довольно острым и неоднозначным. Е. Н. Соловова отмечает, что, несмотря на то, что «язык для делового общения не имеет специальной аббревиатуры, именно данный вариант можно смело назвать вторым по важности вариантом изучения языка, после языка для общих целей» (General English/GE) [2, с. 5]. Многие специалисты в данной области относят язык делового общения (Ellis, M. & Johnson, Hutchinson T., Gollin-Kies S., David R. Hall, Stephen H. Moore и другие) к языку для специальных целей (English for Specific Purposes / ESP). Данная статья ставит перед собой цель выявить ключевые особенности языка делового общения для определения его места в образовательном процессе в контексте современной межкультурной компетентностной парадигмы. Стоит также подчеркнуть важность английского языка в деловой среде, так как на сегодняшний день именно он является наиболее распространённым языком межкультурного и международного общения. Данная мысль подтверждается мировыми статистическими данными. Так, по оценкам статистического центра Statistica от 2023 года английский язык используют 1.45 миллиарда людей по всему миру [3].

Хотелось бы отметить, что исследования в области делового дискурса уходят своими корнями в исследования LSP (Language for Specific Purposes) (Johns, 1986), и, хотя в последние два десятилетия наблюдается значительный отрыв LSP от прикладной науки (Louhiala Salminen, 2002; Bargiela-Chiappini et al. al., 2007), количе-

ство и разнообразие накопленных исследований приводит к пониманию делового дискурса в широком смысле; он отражен в таких влиятельных периодических изданиях в данной сфере, как Business and Professional Communication Quarterly [4] под редакцией Melinda Knight и Interbational Journal of Business Communication [5] под редакцией Jacqueline and Milton Mayfield и других.

Ф. Баргиела-Чиappини поясняет, что бизнес-дискурс включает в себя все, связанное с тем, как люди общаются, используя речь или письмо, в коммерческих организациях для выполнения своих задач [6]. Подобный взгляд демонстрирует междисциплинарный характер предмета исследования. Это создает стимул для сравнения и сопоставления различных жанров, включая как устные, так и письменные способы общения (переговоры, посредничество, деловые встречи, профессиональные презентации, (новостные) интервью, дизайн документы, общение с конкурентами и клиентами и т. д.). Все вышеупомянутое говорит о том, что деловой дискурс имеет свои коммуникативные, прагматические, лексические, синтаксические, текстовые, композиционные, визуально-графические, нормативные, жанрово-стилистические и другие особенности, учет которых необходим для осмысления сути предмета «Английский язык делового общения» и обучения ему.

Рассуждая о специфике описываемого предмета, в первую очередь хотелось бы обратиться к истории его становления. Необходимо отметить, что основой предмета «Английский язык делового общения» являются исследования в области ESP (English for specific purposes); базу для него традиционно составляют такие дисциплины, как лингвистика и социолингвистика. Последняя раскрывает связь между языком и социальными условиями, где этот язык используется. Немаловажная роль в данном контексте отведена анализу языковой вариативности как в академическом, так и в профессиональном контексте. Научный подход к изучению английского для академических и профессиональных деловых целей (English for Academic / EA and Occupational Business Purposes / OBP) возник из основных исследований ESP, которые, в свою очередь, берут свое начало в прикладной лингвистике, в частности в работе М. А. К. Халлидея, А. Макинтоша и П. Стревенса о языковой вариативности в английском языке [7]. Они отмечают, что «язык меняется в зависимости от его функции; он отличается в разных коммуникативных ситуациях» (перевод наш – Г. Х.) [Там же, с. 87]. В своей работе исследователям удалось выделить разновидности языка, различаемые на основе статистически

значимых вариаций в лексико-грамматических характеристиках. С тех пор были выявлены и описаны характерные особенности различных академических и профессиональных реестров, таких как научный английский, деловой английский, юридический английский и другие.

EBP (English for Business Purposes), также известный как деловой английский, стал независимой областью изучения в конце 80-х – начале 90-х годов в первую очередь из-за глобализации в сфере торговых отношений, которая в значительной мере изменила сущность деловых взаимодействий. На тот момент международное деловое общение не учитывало межкультурные особенности коммуникации и социокультурные характеристики коммуникантов. Тем не менее рост международных контактов и глобализация бизнеса показали актуальность межкультурной составляющей общения. Массовое распространение СМИ, значительно продвинувшееся в традиционную деловую среду, стало еще одной причиной зарождения новых способов международной коммуникации без границ, чему способствовал Интернет.

Говоря о разновидностях английского языка делового общения, вслед за западными исследователями (Dudley-Evans T., Jo St. John M.) мы разделяем деловой английский для общих целей (EGBP English for General Business Purposes) и деловой английский для специальных целей (ESBP English for Specific Business Purposes). Обучающимся, которые занимаются или планируют заниматься бизнесом на профессиональном уровне, необходимо глубокое изучение делового языка с целью его практического применения в бизнес-среде. Это означает, что для обучения нужна четко разработанная программа ESBP. Курсы английского языка для делового общения, как правило, фокусируются на развитии коммуникативных умений на одном или двух иностранных языках, при этом используются конкретные коммуникативные ситуации, присущие бизнес-среде (переговоры, публичная презентация и другие). Материалы также будут отличаться, поскольку они должны иметь профессионально ориентированный характер [8 с. 56].

Ряд специалистов (Ellis, M. & Johnson, Hutchinson T., Gollin-Kies S., David R. Hall, Stephen H. Moore и другие) сходятся во мнении, что английский язык делового общения должен рассматриваться в общем контексте английского языка для специальных целей в силу того, что, как и в случае с другими разновидностями ESP, обучение английскому языку делового общения подразумевает определение конкретного языкового корпуса и конкретных видов общения в оп-

ределенном контексте. Эллис и Джонсон в своей работе «Teaching business English» отмечают: «...деловой английский отличается от других разновидностей ESP тем, что он часто представляет собой сочетание конкретного контента (относящегося к определенной области работы или отрасли) и общего контента (связанного с общей способностью общаться более эффективно, особенно в деловых ситуациях)» [9, с. 3]. Пикетт признает деловой английский разновидностью ESP и в своем рассуждении отмечает, что он (деловой английский) намного ближе к повседневному языку, на котором говорит общество, чем многие другие сегменты ESP. Язык бизнеса гораздо шире языка для специальных целей, ведь в случае с ESP общению свойственны ситуативные границы, где коммуникация, как правило, имеет узконаправленный характер. Подобная характеристика не вписывается в реалии делового общения [10]. Эта мысль находит свое подтверждение и в работе британских лингвистов Тони Дадли-Эванса и Мэгги Джо Сент Джона, которые, размышляя на тему определения места языка делового общения в языковом образовании, заключают, что с момента возникновения и до сих пор ESP неизменно связано с нуждами обучающихся: будь то анализ текста, подготовка к коммуникации в контексте определенной ситуации или рабочей обстановки [8]. Согласно Тони Дадли-Эвансу и Мэгги Джо Сент Джону (1998), деловой английский – это общий термин, охватывающий английский для общих деловых целей (EGBP) и английский для особых деловых целей (ESBP). Далее данный термин дробится на более мелкие составляющие, которые охватывают разные аспекты английского языка делового общения: английский для руководителей MBA, английский для международной торговли, английский для финансов, английский для секретарей и другие. Таким образом, различные программы EBP предназначены для удовлетворения потребностей обучающихся. Широкое разнообразие целевой аудитории определяет узкое направление обучения.

Определение потребностей конкретных групп обучающихся является основополагающей чертой деятельности ESP, особенно в контексте EBP, и рассматривается с точки зрения формирования и развития лингвистической, коммуникативной, дискурсивной стратегической и других компетенций [9]. Отправной точкой для большинства учебных программ по деловому английскому (будь то студенческая аудитория или взрослые обучающиеся) является тщательное исследование, основанное на выявлении потребностей конкретной целевой группы обучающихся.

Здесь необходимо учитывать ряд аспектов, касающихся как обучающихся: имеющиеся ресурсы, преподавательский опыт, форма и сроки обучения и прочее (см. И. И. Игнатенко, Е. Н. Соловова, Barton D., Burkart J., Sever C. и др.), так и обучающихся: уровень владения иностранным языком, фактор времени, цель обучения и другие (см. Dudley-Evans T., Jo St. John M., Ellis, M. & Johnson, C. и др.). Следом за созданием учебной программы можно перейти к разработке методических материалов. Немаловажным является выбор подходящей концепции преподавания языка. Отмечается, что особой методики для обучения деловому языку не существует, и зачастую преподаватели, учитывая андрагогические аспекты, используют то, что уже имеется для обучения языку для общих целей и ESP. Последним этапом разработки учебной программы является выбор процедуры тестирования и оценки. Несмотря на то, что в рамках данной статьи мы не рассматриваем этот вопрос, все же стоит отметить, что оценивание в курсе английского языка для делового общения отличается от оценивания в школе или даже в ВУЗе в силу андрагогических принципов.

Размышляя об особенностях коммуникации в бизнес-среде, необходимо учитывать вербальную составляющую делового общения, включающую в себя, помимо определенной, специальной, узконаправленной лексической базы, достаточный уровень владения иностранным языком, что, безусловно, является важным и определяющим отличием языка делового общения от других разновидностей ESP. Построение курса ESBP происходит на основе общего языка (GE). Вместе с общими коммуникативными способностями (бытовое социальное взаимодействие, установление оптимальных взаимоотношений с окружающими и другие) важно владеть необходимыми умениями для реализации профессионального общения (презентация, собеседование, переговоры, командная работа и другие). Обучающиеся, которые изучают английский язык делового общения, нуждаются в развитии и формировании коммуникативной компетенции как для межличностного, так и для группового общения. Очень важным является обучение не только вербальному выражению, но и невербальной составляющей. В научных публикациях отмечается, что обучение лексике представляется приоритетным направлением (Т. Б. Назарова, В. С. Слепович, И. В. Драбкина и другие), однако акцент на другие аспекты (грамматику, фонетику) также является необходимым в деловой коммуникации (см. работы Т. В. Толстовой, А. В. Морозова, Bowen T., Brieger N.,

Emmerson P. и других). Специфика обучения английскому языку делового общения состоит в том числе и в том, что преподаватель (в англоязычной терминологии часто “coach” – ‘тренер’) должен создавать определенные учебные условия, позволяющие ощутить межкультурную среду общения, которая отличается от общения с представителями своей национальности. Таким образом, преподаватель английского языка делового общения выполняет функции медиатора, выступает в качестве посредника в мир деловой межкультурной коммуникации.

В глобализированной бизнес-среде растет языковое и социокультурное разнообразие. Другими словами, деловой контекст становится все более поликультурным. Рассмотрение понятия «культура» как фактора международного делового общения и того, что в контексте различных культур общение имеет определенную, отличную от других, специфику, представляется актуальным, особенно в рамках обучения языку делового общения.

Понятийное содержание предмета «Английский язык делового общения» представляется неоднозначным, тем не менее бесспорным является тот факт, что «деловой английский (Business English) – это общий термин, который используется сейчас в отношении языка международной торговли, финансов, индустрии, то есть языка, так или иначе связанного с экономической деятельностью» [11, с.119]. Таким образом, основная специфика и особенность делового общения обусловлена тем, что подобная коммуникация возникает на основе определенного вида деятельности, связанного с бизнесом; при этом стороны общения выступают в формальных отношениях, которые определяют необходимые нормы и стандарты поведения людей. Важная отличительная черта делового общения заключается в том, что оно не является самоцелью, а служит средством для достижения других целей, зачастую связанных с коммерческими интересами одной или более сторон. В силу последних тенденций особую важность представляет межкультурный характер делового общения, что, в свою очередь, определяет необходимость развития у обучающихся культурной компетентности (cultural quotient, CQ), в том числе и в деловой среде (Ang, S. and Van Dyne L, 2003; Livermore D., 2009), которая способствует эффективному взаимодействию людей с разными культурными кодами [12]. Обладатели высокого уровня культурной компетентности имеют более глубокое и осознанное понимание своего окружения с когнитивной точки зрения. Зачастую им легче устанавливать связи и оценивать окружающую сре-

ду, поведение других и свое собственное поведение. Интересно также то, что сформированность культурной компетенции на достаточно высоком уровне помогает легче отбросить существующие стереотипы и увидеть общую картину [13]. Немаловажным для предмета «Английский язык делового общения» является также учет особенностей деловой этики в мультикультурной среде (особое внимание нужно обратить на корпоративную культуру среды, где осуществляется коммуникация). При этом общение должно базироваться на уважении, взаимопонимании и представлении не только своих интересов, но и интересов партнеров, клиентов и общества.

Безусловно, когда мы говорим об обучении английскому языку делового общения, помимо учета вышеизложенных особенностей корпоративного языка (культурная этика в мультикультурной среде, вербальная и невербальная составляющие, понимание отправной точки и конечной цели коммуникации и другие), необходимо понимать, что первостепенным для преподавателя является определение целевой аудитории посредством разделения обучающихся на тех, кто имеет опыт коммуникации в бизнес-среде (как правило, взрослые обучающиеся), и тех, кто подобного опыта не имеет (к примеру, студенты). Разработка пошаговой инструкции или модели обучения английскому языку делового общения, учитывая специфику аудитории, а также принимая во внимание вышеописанные особенности и характеристики коммуникации в деловом пространстве, может в значительной степени повысить эффективность и целесообразность образовательного процесса.

Как уже упоминалось ранее, умение вести деловую коммуникацию на иностранном языке регламентировано Федеральным государственным образовательным стандартом для студентов всех специальностей (как лингвистических, так и нелингвистических) на уровне бакалавриата. Программы по курсу «Язык делового общения» в разных российских вузах могут варьироваться, однако общий набор тем, а также развиваемые навыки и умения обычно включают в себя: основы деловой коммуникации; основные принципы эффективного делового общения, включая правила этикета; форматы деловой переписки (деловые письма, электронные письма, меморандумы, составление бизнес-планов и другие); правила представления презентации (подготовка и представление деловых презентаций, включая подбор и оформление информации, использование визуальных материалов и эффективное использование речевых навыков) и другие.

Оценка ведущих российских вузов (МГУ, СПбГУ, РУДН, ВШЭ и другие) на предмет наличия курса «Язык делового общения» в образовательных программах бакалавриата показала, что данная дисциплина представлена не на всех направлениях подготовки. Зачастую курс представлен в качестве факультатива в вариативной части образовательной программы или дополнительного образования, но нередко отдельные аспекты деловой коммуникации представлены и в учебных программах обязательных дисциплин:

– «Английский язык (базовый)» – обязательная дисциплина на экономическом факультете МГУ имени М. В. Ломоносова, преподается на первом курсе студентам, обучающимся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент». Согласно содержанию курса наряду с английским языком для общих целей обучающиеся также изучают аспекты английского языка делового общения [14].

– «Английский язык делового общения»: курс представлен на философском факультете МГУ имени М. В. Ломоносова для обучающихся на втором курсе по специальности «Связи с общественностью» [15].

– «Деловой английский язык. ВЕС»: дистанционный курс, представленный в Санкт-Петербургском государственном университете в качестве общеобразовательной программы в разделе дополнительного образования [16].

– «Английский язык для делового общения»: факультативный курс для обучающихся в Высшей школе экономики. Курс предусматривает развитие различных компетенций, знаний и умений. Тем не менее в описании не говорится о межкультурных особенностях делового общения, что является одним из ключевых аспектов современного делового взаимодействия [17].

– «Практический курс первого иностранного языка» в Московском государственном лингвистическом университете для обучающихся по программе «Реклама и связи с общественностью». Рабочая программа дисциплины включает элементы делового общения как в письменной, так и устной форме, но тем не менее не упоминается межкультурный характер подобного общения [18].

Это не исчерпывающий список проанализированных нами рабочих программ в разных высших учебных заведениях России. Тем не менее, даже приведенные в данной работе примеры показывают, насколько разнообразным является отношение к предмету «Английский язык делового общения»: различается место дисциплины в программе, ее тип, наименование и, соответственно, содержание. Безусловно, нужно отметить, что содержание учебного курса будет варьиро-

ваться в зависимости от специальности и направления подготовки, но несомненным остается необходимость учета межкультурного характера делового общения.

Анализируя вышеизложенное, можно резюмировать, что предмет «Английский язык делового общения» не представлен в российских вузах в том объеме, который бы обеспечил развитие у обучающихся необходимых компетенций для осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранных языках. Безусловно, необходимо больше внимания уделить созданию методических пособий и программ, которые бы отображали суть предмета и готовили обучающихся к практическому использованию полученных знаний. Этому, на наш взгляд, могут поспособствовать коммуникативно-направленные, проблемные задания деловой тематики. Приведем пример подобного задания, которое можно было бы внедрить в курс «Английский язык делового общения» для студентов с продвинутым или профессиональным уровнем владения иностранным языком (согласно европейской системе оценки, Common European Framework of Reference, CEFR) с целью развития необходимых компетенций для ведения продуктивной межкультурной коммуникации в деловой среде.

Приведенное ниже коммуникативно-направленное, проблемное задание направлено на развитие у студентов с продвинутым уровнем владения английским языком необходимых умений для общения на английском языке в деловой профессиональной среде; обучающиеся должны уметь применять свои знания в различных сценариях и демонстрировать эффективные коммуникативные стратегии.

Задание: Negotiation Role-Play «The International Business Deal»

Сценарий: You are a team of delegates representing a multinational company, “GlobalTech,” specializing in manufacturing and selling high-tech consumer electronics. You are negotiating a business deal with a potential client, “Pacific Electronics,” which is a well-established company based in a different cultural context. Pacific Electronics is interested in purchasing and distributing GlobalTech's latest flagship smartphone in their region. The negotiation will cover pricing, distribution channels, marketing strategies, and delivery timelines.

Инструкция:

- Students will be divided into pairs or groups and assigned different roles for a negotiation scenario.

- Each group will be given specific objectives and information about their role.

- Each team should spend time researching and familiarizing themselves with the cultural norms, communication styles, business practices, and negotiating approaches typical in the region represented by the opposing team.

- Students must use their business English skills to negotiate and reach a mutually beneficial agreement while maintaining a professional demeanor.

- Final Presentation: Each group should present their negotiation outcomes, highlighting the cultural differences that influenced their negotiation strategies, along with a reflection on the techniques utilized to reach an agreement.

- After completion of negotiation sessions, facilitate a debriefing discussion to reflect on the negotiation process, challenges faced, and lessons learned. Topics to discuss may include cultural misunderstandings, effective negotiation techniques across cultures, and strategies for creating win-win outcomes.

- Following the role-play, students will reflect on their performance, identifying strengths and areas for improvement, and discussing negotiation strategies.

Цель ролевой игры – предоставить обучающимся возможность отработать умение ведения международных переговоров в контексте кросс-культурного бизнеса. Процесс подготовки и проведение ролевой игры «Международные деловые переговоры» позволяет студентам извлекать уроки из каждого этапа переговоров и вносить коррективы в свои финальные презентации. С помощью данного задания студенты практикуют деловое общение с учетом культурных норм, вербальных и невербальных особенностей (жесты, мимика, интонация и другие), характерных технологий ведения переговоров для определенной культуры. Обеспечение обратной связи, в свою очередь, помогает выявить области, нуждающиеся в анализе и доработке.

При оценивании обучающихся важно обратить внимание на следующие критерии: точность и уместное использование языковых единиц английского языка делового общения; ясность, лаконичность и профессионализм в письменной и устной речи; способность вовлекать аудиторию в тему презентации и дискуссии; демонстрация умений критического мышления и решения проблем при анализе деловых ситуаций; умение работать в команде, включая активное слушание, уважение к чужому мнению и конструктивную обратную связь.

Данное исследование подтвердило, что по-прежнему существует потребность в развитии необходимых компетенций у обучающихся в высших учебных заведениях для осуществления

деловой коммуникации в межкультурной среде. Преподаваемые в вузах учебные дисциплины и практикуемые методики не могут быть признаны в равной степени применимыми для обучающихся всех направлений и специальностей. Исследовав сущность предмета «Язык делового общения», мы разделили его на две категории, а именно: деловой английский для общих целей (EGBP English for General Business Purposes) и деловой английский для специальных целей (ESBP English for Specific Business Purposes). Таким образом, обучающиеся высших учебных заведений, где деловая коммуникация является профильным предметом, изучают его на более глубоком уровне (ESBP); если же деловая коммуникация не входит в профиль обязательных дисциплин, студентам предлагается освоить EGBP. Такое разделение поможет в постановке цели обучения, определении нужд целевой аудитории и содержания.

В данном контексте очевидным представляется создание отдельного курса либо совершенствование существующих путем конкретизации изучаемого предмета (ESBP или EGBP), включения в программу заданий проблемного типа, учета межкультурной составляющей, изучения современных тенденций делового дискурса и другие.

Таким образом, на начальном этапе следует обратить внимание на факторы, которые в своей совокупности помогут решить поставленную задачу, а именно:

- определение целевой аудитории, а также тщательное исследование, основанное на выявлении потребностей конкретной целевой группы обучающихся;
- индивидуальный подход к постановке цели обучения в зависимости от потребностей обучающихся, вуза и рынка труда;
- содержание курса «Английский язык делового общения» должно быть направлено на формирование, закрепление, развитие компетенций по профилю соответствующей образовательной программы, учитывая современные тенденции деловой коммуникации. Анализ практикуемых в российских вузах курсов по предмету «Язык делового общения» подтвердил, что, помимо разночтений в наименовании предмета и различий в его содержании, одной из существенных сложностей является отсутствие межкультурной составляющей, важность которой сложно переоценить в контексте современной деловой коммуникации;
- разработка критериев оценивания (критерии оценивания должны в том числе включать особенности ведения деловой коммуникации, а

именно: культурную чувствительность, языковую компетентность, навыки невербальной коммуникации, эмоциональный интеллект, гибкость и адаптивность, краткость и ясность выражения, способность слушать и другие);

- определение роли преподавателя английского языка делового общения как медиатора.

Учет вышеупомянутых аспектов может помочь в создании и реализации курса «Английский язык делового общения», что впоследствии будет способствовать развитию у обучающихся необходимых компетенций для осуществления межкультурной деловой коммуникации на английском языке.

К перспективе данного исследования можно отнести межпредметные связи между дисциплиной «Язык делового общения» и предметами, включёнными в образовательную программу по направлению подготовки или специальности. Важным в перспективе также представляется изучение иностранного языка на базе родного языка, которое в том числе способствует развитию социокультурной компетенции.

Список источников

1. Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 969 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика» (уровень бакалавриата)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 25 августа 2020 г. №59448). М., 2020. 16 с. URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-45-03-02-lingvistika-969> (дата обращения: 27.12.2023).
2. Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам. Базовый курс лекций. М.: Издательство Просвещение, 2002. 298 с.
3. The most spoken languages worldwide 2023 // STATISTICA.COM: 2023. 06 December. URL: <https://www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide/> (дата обращения: 27.12.2023).
4. Business and Professional Communication Quarterly: электронный журнал. URL: <https://journals.sagepub.com/home/bcq> (дата обращения: 18.01.2024).
5. Interbational Journal of Business Communication: электронный журнал. URL: <https://journals.sagepub.com/home/IOB> (дата обращения: 18.01.2024).
6. Bargiela-Chiappini, F., A.M. Bulow-Moller, C. Nickerson, G. Poncini and Y. Zhu. Five perspectives on intercultural business communication, Business Communication Quarterly, 2003. Pp. 73–96.
7. M. A. K. Halliday, A. McIntosh & P. Strevens, The Linguistic Sciences and Language Teaching. (Longmans' Linguistic Library.) London: Longmans, 1964. 322 p.

8. Dudley-Evans T., Jo St. John M. Developments in English for specific purposes: a multi-disciplinary approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. 301 p.
9. Ellis, M. & Johnson, C. Teaching business English. Oxford: Oxford University Press, 1994. 237 p.
10. Pickett D. The Sleeping Giant: Investigations in Business English // Language International. Vol.1, 1989. Pp. 5–11.
11. Бахтиозина М. Г. Деловой английский: основы, мотивация, практика. М.: КДУ, Университетская книга, 2015. С.119–131.
12. Ang, S. and Van Dyne L. The Handbook of Cultural Intelligence. New York: M. E. Sharpe, 2008. 432 p.
13. Thomas, D. C. Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness. Group and Organization Management, 31(1), 2006. Pp. 78–99.
14. Курс «Английский язык (базовый)», экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. URL: <https://www.econ.msu.ru/departments/fl/curriculum/1/> (дата обращения: 18.01.2024).
15. Курс «Английский язык делового общения», философский факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. URL: <https://istina.msu.ru/courses/12193235/> (дата обращения: 18.01.2024).
16. Курс «Деловой английский язык. BEC», Санкт-Петербургский государственный университет. URL: <https://spbu.ru/postupayushchim/programms/dopolnitelnyeprogrammy/delovoy-angliyskiy-yazyk-ves> (дата обращения: 18.01.2024).
17. Курс «Английский язык для делового общения», Высшая школа экономики. URL: <https://www.hse.ru/edu/courses/844227741> (дата обращения: 18.01.2024).
18. Курс «Практический курс первого иностранного языка», Московский государственный лингвистический университет. URL: <https://linguanet.ru/sveden/education/spvo/> (дата обращения: 18.01.2024).
19. spoken-languages-worldwide/ (accessed: 27.12.2023). (In English)
20. Business and Professional Communication Quarterly. URL: <https://journals.sagepub.com/home/bcq> (accessed: 18.01.2024). (In English)
21. International Journal of Business Communication. URL: <https://journals.sagepub.com/home/JOB> (accessed: 18.01.2024). (In English)
22. Bargiela-Chiappini, F., Bulow-Moller, A. M., Nickerson, C., Poncini, G. and Zhu, Y. (2003). Five Perspectives on intercultural business communication. Pp. 73–96. Business Communication Quarterly. (In English)
23. Halliday, M. A. K., McIntosh, A. & Stevens, P. (1964). The Linguistic Sciences and Language Teaching. (Longmans' Linguistic Library). 322 p. London, Longmans. (In English)
24. Dudley-Evans, T., Jo St. John, M. (1998). Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach. 301 p. Cambridge, Cambridge University Press. (In English)
25. Ellis, M. & Johnson, C. (1994). Teaching Business English. 237 p. Oxford, Oxford University Press. (In English)
26. Pickett, D. (1989). The Sleeping Giant: Investigations in Business English. Language International. Vol.1, pp. 5–11. (In English)
27. Bakhtiozina M. G. (2015). Delovoi angliyskii: osnovy, motivatsiya, praktika [Business English: Basics, Motivation, Practice]. Pp.119–131. Moscow, KDU, Universitetskaya kniga. (In Russian)
28. Ang, S. and Van Dyne, L. (2008). The Handbook of Cultural Intelligence. 432 p. New York, M. E. Sharpe. (In English)
29. Thomas, D. C. (2006). Domain and Development of Cultural Intelligence: The Importance of Mindfulness. No. 31(1), pp. 78–99. Group and Organization Management. (In English)
30. Kurs “Angliyskii yazyk (bazovyi)”, e'konomicheskii fakul'tet MGU imeni M. V. Lomonosova [English for General Purposes, Moscow State University, Faculty of Economics]. URL: <https://www.econ.msu.ru/departments/fl/curriculum/1/> (accessed: 18.01.2024). (In Russian)
31. Kurs “Angliyskii yazyk delovogo obshheniya”, filosofskii fakul'tet MGU imeni M. V. Lomonosova [Business English, Moscow State University, Faculty of Philosophy]. URL: <https://istina.msu.ru/courses/12193235/> (accessed: 18.01.2024). (In Russian)
32. Kurs “Delovoi angliyskii yazyk. BEC”, Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet [Business English, Saint Petersburg State University]. URL: <https://spbu.ru/postupayushchim/programms/dopolnitelnyeprogrammy/delovoy-angliyskiy-yazyk-ves> (accessed: 18.01.2024). (In Russian)
33. Kurs “Angliyskii yazyk dlya delovogo obshheniya”, Vysshaya shkola e'konomiki [Business English, Higher School of Economics]. URL: <https://www.hse.ru/edu/courses/844227741> (accessed: 18.01.2024). (In Russian)
34. Kurs “Prakticheskii kurs pervogo inostrannogo yazyka”, Moskovskii gosudarstvennyi lingvisticheskii

References

1. Prikaz Ministerstva obrazovaniya i nauki RF ot 12 avgusta 2020 g. №969 “Ob utverzhdenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego obrazovaniya po napravleniyu podgotovki 45.03.02 ‘Lingvistika’ (uroven' bakalavriata)” (2020) [Order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation dated August 12, 2020 No. 969 “On approval of the federal state educational standard of higher education in the field of preparation 45.03.02 “Linguistics” (undergraduate level)”. (Zaregistrirvano v Minyuste RF 25 avgusta 2020 g. №59448). Moscow. 16 p. URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-45-03-02-lingvistika-969> (accessed: 27.12.2023). (In Russian)
2. Solovova, E. N. (2002). Metodika obucheniya inostrannym yazykam. Bazovy kurs leksii [Foreign Language Teaching Methodology]. 298 p. Moscow, izdatel'stvo Prosveshchenie. (In Russian)
3. The Most Spoken Languages Worldwide 2023. STATISTICA.COM: 2023. 06 December. URL: <https://www.statista.com/statistics/266808/the-most->

universitet [Foreign Language Course, Moscow State Linguistic University]. URL: <https://linguanet.ru/sveden/>

education/spvo/ (accessed: 18.01.2024). (In Russian)

The article was submitted on 28.02.2024

Поступила в редакцию 28.02.2024

Хачатрян Гаяне Самвеловна,
старший преподаватель,
Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова,
119991, Россия, Москва,
Ленинские горы, 1.
gaiane_samvelovna@mail.ru

Khachatryan Gayane Samvelovna,
Assistant Professor,
Lomonosov Moscow State University,

1 Leninskiye Gory,
Moscow, 119991, Russian Federation.
gaiane_samvelovna@mail.ru