

**ИНДУКТИВНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ ИНОЯЗЫЧНОМУ ЭТИКЕТУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБЩЕНИЯ В КУРСЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ В НЕЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ВУЗЕ**

Ольга Викторовна Налиткина

*заведующая кафедрой иностранных языков,
Государственный институт экономики, финансов,
права и технологий, к.п.н., доцент, Гатчина*

Раушан Мохамедовна Хасан

*старший преподаватель кафедры иностранных языков,
Государственный институт экономики, финансов,
права и технологий, Гатчина*

**INDUCTIVE APPROACH TO TEACHING FOREIGN LANGUAGE ETIQUETTE OF PROFESSIONAL
COMMUNICATION AT NON-LINGUISTIC UNIVERSITY**

Olga Nalitkina

*Head of the Department of Foreign Languages, PhD in Pedagogics, associate professor,
State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina*

Raushan Khasan

*senior teacher, the Department of Foreign Languages,
State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina*

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы обучения культурно-этическим нормам иноязычного делового общения будущих работников сферы туризма. Обосновывается целесообразность применения индуктивного подхода к преподаванию иноязычного речевого этикета.

Abstract. We look at the challenges of teaching cultural and ethical norms of foreign language business communication to future specialists in tourism. We substantiate the advisability of applying inductive approach in teaching foreign language business etiquette.

Ключевые слова: деловое общение; индуктивный подход; профессиональный стандарт; иноязычная профессионально-ориентированная коммуникативная компетентность; обучение иностранным языкам; нелингвистический вуз.

Keywords: business communication; inductive approach; professional standard; foreign language professional communication competence; foreign languages teaching; non-linguistic university.

Пандемия COVID-19 и ее последствия для всех сфер жизни мирового сообщества наводят нас на размышления о том, что константой современных реалий, как ни парадоксально это звучит, стали изменения, скорость и направление которых порой трудно предсказать. Занимаясь подготовкой специалистов для сферы туризма и гостеприимства, мы не можем не задумываться о будущем отрасли. Ряд экспертов прогнозируют реализацию отложенного спроса на туристические услуги, что в свою очередь приведет к возобновлению конкуренции в сфере мирового туризма. Кто-то говорит о возможном увеличении доли виртуального туризма и значимости цифровых технологий для данной сферы. Составить сколь либо точный прогноз пока не представляется возможным, но мы можем быть уверены в одном – будущие специалисты должны быть готовы к общению в профессиональной сфере, какой бы характер оно не носило. Специфика сферы туризма и гостеприимства такова, что коммуникация, в том числе иноязычная, является ее краеугольным камнем. Постоянная вовлеченность в прямое или опосредованное, устное или письменное профессиональное общение позволяет нам говорить о том, что сформированность навыков общения во многом определяет успешность профессиональной реализации. В этой связи в нелингвистическом ВУЗе в процессе обучения иностранному языку акцент делается на развитие способности осуществлять межличностную, межкультурную и деловую коммуникацию в устной и письменной форме на изучаемом языке.

Разрабатывая рабочую программу дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», мы соотносим цели и задачи иноязычной подготовки студентов с требованиями Профессионального стандарта специалиста по организации и предоставлению туристских услуг, в котором предусмотрено владение культурой межличностного общения; владение техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры; соблюдение этики делового общения и профессионального этикета. [5] Данные требования отражены в составе иноязычной профессионально-

ориентированной коммуникативной компетентности как цели языкового образования в нелингвистическом ВУЗе. Формируя в процессе обучения лингвистическую компетенцию, мы даем студентам знания в области специализированной и общепрофессиональной лексики, норм речевого поведения, грамматических правил, развиваем их способность грамотно употреблять языковые единицы во время профессионального общения. Под нормами речевого поведения, или речевыми конвенциями, мы понимаем коммуникативные клише, профессиональные термины, этикетные реплики. В рамках данного исследования нам бы хотелось уделить особое внимание обучению культурно-этическим нормам иноязычного делового общения будущих работников сферы туризма. Именно в процессе овладения иностранным языком происходит так называемая аккультурация студентов, усвоение норм и ценностей иноязычной культуры, устранение стереотипов, связанных с ее восприятием, формирование положительного отношения к иной культуре и народу, являющемуся ее носителем. Залогом успеха будущей иноязычной профессиональной коммуникации является не только владение лексикой изучаемого языка и знание грамматических правил. Процесс приобретения лингвистических знаний, умений и навыков должен сопровождаться усвоением культурно-этических норм и правил речевого поведения, формированием умения выбрать нужную речевую форму, адекватную ситуации общения.

Мы понимаем речевой этикет как «социально заданные и национально-специфические правила речевого поведения, реализующиеся в системе устойчивых форм и выражений, принятых в предписываемых обществом ситуациях вежливого «контакта» с собеседником». [1] Вопросы обучения аспектам иноязычного речевого этикета становились предметом целого ряда ученых трудов. Ряд исследователей (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров) отмечают важность и необходимость употребления клише в иноязычном общении, особенно в ситуациях неподготовленной или частично подготовленной речи [2], а также считают его важным элементом коммуникации [4]. Несомненно, владение устойчивыми речевыми и этикетными формами и их использование делает речь более точной, грамотной и понятной и указывает на высокий профессиональный уровень специалиста. Как отмечает Е.Н. Малюга, «если люди, профессии которых связаны с общением, не владеют речевым этикетом, то можно говорить об их профессиональной непригодности». [3]

Какие именно аспекты иноязычного речевого этикета необходимо учесть при реализации курса иностранного языка для специальных целей в нелингвистическом ВУЗе? На наш взгляд, основным критерием отбора должны являться типы ситуаций делового общения, в которых окажется будущий специалист, приступив к профессиональной деятельности.

Итак, деловое общение реализуется в двух основных видах с точки зрения способа передачи информации – *устное* и *письменное*. В свою очередь, в рамках устного общения принято выделять *монологические* и *диалогические* формы. К монологу мы относим различного рода публичные выступления и презентации, целью которых является доведение некоторой информации до группы лиц одним говорящим; диалогические формы делового общения могут происходить в формате беседы, переговоров, дискуссии, совещания, пресс-конференции. С точки зрения механизма коммуникации, устное деловое общение может носить *прямой* характер, когда оно осуществляется лицом к лицу, или *опосредованно*, например, в формате телефонных переговоров. Работа в дистанционном формате, получившая в последнее время особенно широкое распространение в связи с пандемией COVID-19 и сопутствующих ей ограничительных мер, дала импульс развитию видеоконференций в режиме реального времени с использованием различных интернет-платформ и мессенджеров. С одной стороны, данный вид деловой коммуникации можно в определенной мере считать прямым, с другой стороны, контакт между собеседниками носит опосредованный характер, что влечет за собой ряд особенностей. Такой *смешанный* формат имеет свой собственный этический кодекс, и овладение им необходимо для будущего специалиста.

Письменное деловое общение также претерпевает определенные трансформации. Среди традиционных письменных документов, умение работать с которыми требует владения определенными иноязычными клише и знания этики, - деловое письмо, электронное письмо, договор, служебная записка, протокол, отчет, справка, заявление, положение, инструкция, распоряжение, и т.д. Вместе с тем, нельзя не отметить рост доли деловой коммуникации, происходящей в мессенджерах, причем мы говорим не только об обмене мгновенными сообщениями, когда необходимо срочное оповещение и быстрый отклик, ряд компаний переносит отчетность в цифровой формат. Использование в профессиональной деятельности данных форм письменной коммуникации также требует владения этическими нормами и устойчивыми речевыми формами.

Таким образом, обучая студентов культурно-этическим нормам профессионального общения, мы ставим перед собой цель ознакомить их с нормами делового иноязычного этикета, расширить общепрофессиональный кругозор и повысить уровень общей и профессиональной культуры, обучить функциональной лексике, соотносимой с ситуациями и типами деловой коммуникации.

Уточнив содержание обучения иноязычному деловому этикету, нам хотелось бы уделить внимание методам, позволяющим добиться поставленных целей и задач обучения. В родном языке освоение норм этикета профессионального общения осуществляется в основном в процессе наблюдения и осмысления поведения коллег и последующего подражания ему. Если перенести данный механизм в учебную аудиторию, где студенты

нелингвистического ВУЗа изучают иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации, мы можем говорить о реализации индуктивного подхода к преподаванию.

Оппозиция дедуктивного и индуктивного подходов, а также целесообразность их сочетания в практике преподавания иностранного языка на протяжении многих лет является предметом изучения в отечественной и зарубежной методике. Поскольку индукция – это разновидность умозаключения от частного к общему, индуктивный подход подразумевает знакомство с языковыми явлениями в речи с их последующим обобщением в формате вывода или правила и дальнейшего выполнения действия в соответствии с наблюдаемой моделью на основе имитации. Приоритетным при данном подходе является именно практическое применение языка, а не предоставление теоретической информации о нем, что чрезвычайно важно для нас в свете целей и задач языкового образования в современном нелингвистическом ВУЗе. Индуктивный подход способствует развитию у учащихся критического мышления, активизирует навыки анализа и обработки информации, позволяет актуализировать имеющиеся у студентов знания предмета, иными словами, данный подход позволяет формировать целевые компетенции, предусмотренные Государственным образовательным стандартом. Немаловажным является и то, что индуктивный подход в первую очередь ориентирован на интересы и потребности студента. Вслед за А.П. Пузановым, нам хотелось бы отметить еще одно явное преимущество применения индуктивного подхода в преподавании иностранного языка в сфере профессиональной коммуникации – являясь более свободным и естественным путем получения знаний и формирования практических навыков, он способствует формированию любви к изучаемому предмету, которая и создает фундамент для дальнейшего развития и самообразования. [6, с.91-92]

Готовя студентов к устному и письменному деловому общению в рамках индуктивного подхода, мы начинаем с развития рецептивных навыков. Представляется целесообразным использовать аутентичные или учебные видео и аудио материалы, демонстрирующие взаимодействие работников туристической отрасли с клиентами, а также образцы письменной документации, свойственные данной профессиональной сфере. Иллюстрируя реальные ситуации общения, данные виды опор являются оптимальными инструментами для знакомства с деловым этикетом, введения речевых клише для устной и письменной коммуникации, поскольку на основе наблюдения и подражания они позволяют заложить основу для перехода к продуктивным видам речевой деятельности и дальнейшего самостоятельного моделирования ситуаций профессионального иноязычного общения. В аспекте устной коммуникации применяемый нами подход позволяет учащимся уже на этапе презентации усвоить ритмико-интонационные особенности употребления различных клише, обратить внимание на сопутствующие невербальные средства коммуникации, проанализировать различные сценарии построения диалога в схожих ситуациях делового общения.

Поскольку индуктивный подход подразумевает путь «снизу вверх», от простого к сложному, методически правильно будет начать с усвоения отдельных языковых единиц на основе микро-диалогов, мини-презентаций или небольших письменных документов. Данный вид работы направлен на обучение студентов верной интерпретации речевого произведения собеседника и адекватному реагированию на него. В зависимости от учебно-речевой ситуации студенты учатся использовать различные клишированные выражения в процессе общения, проявляя внимание к собеседнику, заинтересованность, выражая сомнения, согласие или несогласие, просьбу и так далее.

При обучении этикету устного делового общения за предъявлением речевого образца следует ряд упражнений для поэтапной отработки изучаемого материала. Исходя из предложенной ситуации учащемуся может быть предложено:

- отреагировать на предложенную фразу;
- продемонстрировать разное интонационное оформление реплики в зависимости от цели общения;
- дополнить высказывание пропущенными речевыми клише;
- подставить пропущенную реплику;
- адекватно начать или завершить ситуацию общения;
- из предложенного ряда реплик выбрать подходящую к заданной и т.д.

На следующем этапе студенты уже могут озвучить видео-образец и составить собственный монолог или диалог по ролевой карте, максимально приближенной к ситуации реального делового общения.

Обучение письменной коммуникации также начинается с упражнений, направленных на понимание предложенных текстов, вычленение клише, заполнение пропусков, нахождения соответствия между темой и текстом документа, сравнения разных документов с точки зрения их формальности / неформальности, упорядочиванию фрагментов. Далее мы можем предложить студентам самим создать письменный документ, опираясь на полученные индуктивно знания о правилах письменного делового общения, обменяться письменными сообщениями с партнерами.

Как и любой подход к обучению, индуктивный подход имеет своих сторонников и оппонентов. Его противники указывают на то, что реализация данного подхода может занимать большое количество времени, студентам требуется время, чтоб проанализировать примеры и сделать выводы; он во многом опирается на

воображение и творческие способности учащихся; некоторые явления сложно презентовать только на основе индукции; индуктивный подход требует постоянного мониторинга и корректив со стороны преподавателя. Однако, нельзя отрицать и то, что данный подход позволяет студентам освоить особенности иноязычного речевого этикета наиболее естественным путем наблюдения и имитации, способствует поддержанию мотивации к обучению, развитию автономности учащихся, интереса к будущей профессиональной деятельности, навыков критического мышления. На наш взгляд, индуктивный подход заслуживает внимания преподавателей, ведущих курсы иностранного языка для профессионального общения в лингвистических ВУЗах.

Список литературы:

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Рус. яз., 1990. – 246 с.
3. Малога Е.Н. Роль и значение речевого этикета в английском языке делового общения. Язык, сознание, коммуникация: Сборник статей. Вып. 27. М., 2004.
4. Овсянникова О.С. Обучение использованию клише в рамках иноязычной коммуникации при осуществлении профессиональной деятельности (на материале английского языка) // Вопросы методики преподавания в вузе. №5 (19-2), 2016, с. 149-157.
5. Профессиональный стандарт по туризму. URL <https://rusunion.com/documents/files/profstandart-tourism/> (дата обращения 28.06.2021)
6. Пузанов А.П. Индуктивный и дедуктивный подходы в обучении иностранному языку // Вестник РУДН, серия Педагогика и психология, 2016, № 3, с. 89-98.

References:

1. Azimov E.G., Shchukin A.N. New Dictionary of Teaching Terminology (theory and practice of language teaching). – Moscow: IKAR, 2009. – 448 p.
2. Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Language and culture: linguistic studies in teaching russian as a foreign language. 4th edition, - Moscow: Russian language, 1990. – 246 p.
3. Malyuga E.N. Role and significance of etiquette in business English. Language, conscience, communication: collection of articles. No. 27. Moscow, 2004.
4. Ovsyannikova O.S. Teaching clichés within foreign language professional communication (by the example of the English language) // Teaching Methodology in Higher Education. No.5 (19-2), 2016, pp.149-157.
5. Professional Standard for Tourism. URL <https://rusunion.com/documents/files/profstandart-tourism/>
6. Puzanov A.P. Inductive and deductive approaches to teaching foreign languages. // Vestnik RUDN, Pedagogics and psychology, 2016, No. 3, pp. 89-98.