

УДК 37

DOI: 10.34670/AR.2019.44.1.055

Обучение деловому письму студентов неязыковых вузов**Смирнова Наталья Батыржановна**

преподаватель

кафедра Гуманитарных дисциплин

Нижегородский институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического университета
603062, Российская Федерация, Нижний Новгород, Горная ул., 13,
e-mail: nat65sm@rambler.ru

Шарова Светлана Николаевна

Старший преподаватель

кафедра Гуманитарных дисциплин

Нижегородский институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического университета
603062, Российская Федерация, Нижний Новгород, Горная ул., 13
e-mail: shsvetlana52@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы обучения ведению деловой корреспонденции на иностранном (английском) языке студентов неязыковых вузов. Рассматриваются три этапа обучения (начальный, средний, продвинутый) и выделяются три наиболее профессионально значимые коммуникативно-речевые ситуации (зарубежная командировка, документы при трудоустройстве, документы при заключении сделки по продаже/получению товара). Указываются основные трудности, встречающиеся при обучении студентов деловому письму, предлагаются возможные методические решения.

Обучая студентов умению вести деловую англоязычную переписку с помощью e-mail сообщений, необходимо ввести их в курс стилистических особенностей данного вида сообщений. В отличие от делового e-mail на русском языке, которое, как обычно, прямолинейно и содержит только факты по теме сообщения, e-mail на английском языке выглядит «дружелюбнее» и содержит предложения, не связанные с темой обсуждения. Отсутствие таких предложений получатель может воспринять как резкость или даже грубость. По тому, как сотрудник ведет деловую переписку, у компании-партнера создается впечатление о профессионализме и солидности компании, которую сотрудник представляет.

Для цитирования в научных исследованиях

Смирнова Н.Б. Шарова С.Н. Обучение деловому письму студентов неязыковых вузов // Педагогический журнал. 2019. Т. 9. № 1А. С. 276-283. DOI: 10.34670/AR.2019.44.1.055

Ключевые слова

Коммуникативные навыки, лингвистический кругозор, уровни владения иностранным языком, деловая документация, оптимизация языкового материала, структура делового письма, официально-деловой стиль.

Введение

В современном мире умение вести деловую документацию, например, работать с деловыми письмами, является необходимой частью коммерческой деятельности. Сегодня сложно найти компанию, которая не ведет деловой переписки с партнерами. Однако, найти сотрудника, способного правильно составить деловое письмо на иностранном языке, нелегко. Причина такого положения видится в недостаточном уровне сформированности коммуникативных навыков письменного общения на иностранных языках у выпускников нелингвистических специальностей. Одна из первых проблем в этом ряду – недостаточный уровень языковой подготовки, с которым приходят на нелингвистические специальности выпускники средней школы. Поэтому на занятиях иностранным языком в неязыковых вузах, особенно на начальном этапе, неизбежно возникают трудности, связанные с неумением студентов пользоваться грамматическими ресурсами, незнанием базового словаря иностранного языка. Так же, студенты не понимают, как правильно письменно оформить деловое общение.

Учитывая важность умения работать с перепиской на иностранном языке для современного молодого профессионала, а также необходимость формирования базовых знаний и навыков у студентов неязыковых специальностей, не овладевших иностранным языком на достаточном уровне в средней школе, мы рассматриваем направленное обучение деловой переписке как важный аспект курса иностранного языка в нелингвистическом вузе.

Основное содержание

С учетом недостаточности учебного времени для занятий иностранным языком в неязыковом вузе, методически оправданным представляется оптимизация языкового материала для активного усвоения [Жданова, Жданов, 2010, 18]. Отобранный учебный материал должен быть достаточен для формирования навыков составления деловой документации различного назначения и содержания. Оптимальным решением представляется выделить три вида документов, навыки работы с которыми необходимы каждому человеку. Это документы, связанные с:

- трудоустройством (резюме, заявление о приеме на работу, мотивационное письмо).
- услугами банковской сферы,
- бронированием билетов на транспортные средства, мест в гостиницах,
- анкеты, таможенные декларации, миграционные карты.

В пределах ограниченности часов на изучение иностранного языка студентами неязыковых специальностей, необходимо обращаться к наиболее распространенным видам документов:

- письмо-запрос,
- письмо-предложение,
- письмо-подтверждение, письмо-жалоба,
- справки, служебные записки, меморандумы [Жданова, Жданов, 2010, 130].

Итак, формируя навыки работы с документацией на иностранных языках у студентов

неязыковых вузов, мы выбираем три наиболее профессионально значимые коммуникативно-речевые ситуации:

- зарубежную командировку,
- документы, необходимые для трудоустройства,
- документы при заключении сделки по продаже/получению товара.

Приступая к обучению деловому письму, можно выделить три этапа обучения: начальный, средний и продвинутый.

На каждой ступени следует учитывать, что особенностью ведения деловой переписки на иностранном языке является использование различных шаблонов, на основе которых можно составить письменный документ любой формы [Ellis, Johnson, 1994, 34]. Важно донести до студентов, что несоблюдение принятого формата отрицательно сказывается на репутации как компании, так и отправителя, может вызвать проблемы с доставкой.

На начальном этапе обучаем студентов заполнять бланки, анкеты, для чего достаточно знать язык на уровне A1-A2 по общепринятой Европейской шкале уровней владения иностранным языком. Например, анкеты для участников программ культурного обмена, анкеты для участников различных программ культурного обмена, анкеты для участников различных проектов в сферах спорта, культуры, добровольческого движения, а также: карты гостя в отеле, формы бронирования авиа и ж/д билетов, регистрационные бланки для участия в выставках, других коммерческих мероприятиях.

Средний этап предполагает освоение «блочной» структуры делового письма, включающей дату написания письма, адрес отправителя/получателя, оглавление, приветствие, тело письма, окончание и приложения (если имеются). На этой ступени чрезвычайно важно объяснять особенности употребления различных вариантов приветствия и окончания письма, стилистических различий делового и разговорного стилей, фразеологизмов. Студенты работают с таким видом делового письма, как письмо-жалоба, письмо-запрос.

На продвинутом этапе обучения деловому письму на иностранном языке студенты осваивают составление профессионально-деловой корреспонденции: резюме, сопроводительных и мотивационных писем, писем-предложений, меморандумов, электронных сообщений.

Основными задачами при обучении студентов навыкам составления и работы с деловой документацией на английском языке целесообразно выбрать:

- расширение словарного запаса студентов-нелингвистов деловой лексикой, фразами-клише;
- активизация знаний о видо-временных формах английского глагола;
- ознакомление с разными типами деловых писем;
- ознакомление со стилем, структурными частями англоязычного делового письма;
- знакомство с правилами оформления английских деловых писем.

Обучая умению вести бизнес-переписку на английском языке студентов-нелингвистов, важно особенно ответственно отнестись к выбору текстового материала. Основные требования здесь:

- соответствие теме,
- аутентичность,
- коммуникативность,
- доступность содержания для языкового уровня студентов.

На первых же занятиях следует ознакомить студентов с требованием к стилю документации: строгость, лаконичность, структурированность. Частые ошибки студентов здесь - фамильярный или же чересчур авторитарный тон.

В процессе всего обучения работать с документацией на английском языке следует напоминать студентам, что стиль устной речи не используется в документах, формальные документы не содержат сокращенные формы, идиомы, повелительное наклонение, эмоциональные слова.

Студенты также должны научиться соблюдать правила субординации на письме, знать существующие правила письменного обращения к партнерам знакомым и незнакомым, к компании и к сотруднику, к мужчине и к женщине и т.д. [Жданова, Жданов, 2010].

В сегодняшнем бизнес-мире, хотя телефон и электронная переписка ограничили хождение традиционных писем, деловое письмо сохраняет свое значение, в первую очередь, благодаря тому, что письмо – признанный официальный документ. Начиная формировать у студентов навыки составления деловой англоязычной документации, выделяем присущие деловым партнерам национальные особенности, специфику организации письма графически и композиционно. Необходимо обратить внимание студентов на:

1. Характерные черты, стиль написания, расположение структурных частей.
2. Заголовок письма, правила написания адреса, оформление конверта.
3. Дату, указание конкретного человека, заголовок к тексту.
4. Вступительное обращение и заключительную форму вежливости, вступительный и заключительный абзацы.
5. Текст самого письма. Подпись, имеющиеся приложения, рассылаемые копии [Ellis, Johnson, 1994, 7].

Обучаясь деловому письму, студент осваивает официально-деловой стиль речи. Объективной трудностью в данном случае выступает освоение языковых клише. Для овладения данным аспектом рекомендуется применять методику обучения деловой письменной речи, в основе которой лежит прорабатывание структуры делового письма.

В процессе написания документа обучающийся должен высказываться не в свободной, а в фиксированной последовательности, составляющей схему-основу различных типов писем. Освоение их структуры и должно являться первым этапом обучения деловому письму. Затем студенты должны усвоить языковые средства, необходимые для реализации подобной структуры.

Последующий этап включает в себя чтение и анализ образцов документов с целью формирования у студентов понимания процесса реализации коммуникативного намерения в тексте. Необходимо заострить внимание студентов на таких следующих аспектах ведения деловой переписки:

- обращения к партнеру,
- соблюдение определенной структуры письма,
- стилистически корректное прощание.

Отличительные особенности языка делового письма наблюдаются не только на лексико-грамматическом, но и на синтаксическом уровнях. Ему свойственно употребление особых речевых штампов, устойчивых выражений, отдельных слов общеделового характера, специальной терминологии, сокращений и аббревиатур. Характерно преобладание активного залога над пассивным, хотя достаточно часто употребляется пассивный инфинитив. Используются вспомогательные глаголы will/shall/would/should после if, подчеркивающие вежливость и формальность делового обращения. Синтаксическая особенность делового стиля - длинные предложения с разветвленной системой союзной связи.

Национально-культурные особенности оформления делового письма на английском языке выражаются в особом расположении и порядке следования его составляющих частей. Структура подобных документов стандартна.

Требования к оформлению деловых писем в английском и русском языках отличаются по некоторым параметрам, и следует обращать на это внимание обучающихся. Это сравнение будет способствовать лучшему овладению материалом [Безус, 2004, 11-12].

Итак, понятие «деловое письмо» подразумевает некоторое количество документов, составленных с разными целями.

Письмо-запрос (enquiry letter) - содержит просьбу предоставить необходимую информацию, выслать образцы изделий и т.п. Правила написания следующие: составлено от 1-го лица множественного числа или от 3-го лица единственного числа. В такого рода письме всегда используются модальные глаголы, чтобы сделать запрос в максимально вежливой форме. Очевидно, что запрашивая информацию, мы ожидаем ответа. Соответственно, обязательным является указание всех реквизитов фирмы-отправителя и запрос составляется на фирменном бланке.

Письмо-жалоба (complaint letter) составляется для выражения недовольства услугой, продукцией или ситуацией. В отличие от других видов деловых писем, письмо-жалоба предполагает повышенный эмоциональный уровень составляющего. Но в формальном документе недопустимы оскорбления или излишняя эмоциональность выражений, повествование должно быть нейтрально. В начальном абзаце, после адреса и приветствия, важно указать причину жалобы; место, время, детальную историю произошедшего. Далее описать свое мнение о произошедшем в основной части, в заключении указать решение проблемы, которое устроило бы составителя.

Письмо-предложение (Commercial Offer) отправляется потенциальному деловому партнеру с условиями и предложениями сотрудничества. Если в нем упоминаются какие-либо правовые или нормативные акты, к нему нужно приложить специальный бланк со ссылками на данные документы.

При переводе текста рекомендуется использовать следующие грамматические конструкции We would like to present... или We wish you would pay attention to... .

Письмо-подтверждение (Confirmation Letter) сообщает получателю, что предыдущее сообщение получено. Такое письмо является знаком внимания и уважения к получателю.

Одним из самых востребованных видов делового документа является CV (от лат. curriculum vitae – жизненный путь) или resume, как его называют в США. В деловом английском существуют 2 типа резюме, о которых необходимо знать:

Resume — это небольшие сведения об образовании, опыте работы и профессиональных навыках, умениях.

CV (Curriculum Vitae) - более полная справка, включающая подробную информацию об образовании, опыте работы и профессиональных навыках, а также умениях, сведения о наградах и достижениях.

В нашей стране они используются как синонимы.

Сложность написания резюме заключается в том, что написание зависит от того, кому предстоит читать документ. Не существует однозначных правил, касающихся его объемов и разновидности (хронологическое или функциональное), а также того, какую точно личную информацию включать, а какую напротив - не стоит [Fredo, 2005, 92].

Основными составляющими резюме являются.

- Personal Information (Личная информация);
- Objective (Цель);
- Qualifications Summary (квалификация);
- Education (Образование);
- Work Experience (Профессиональный опыт);

- References (Рекомендации).

Необходимо обратить внимание студентов на следующие моменты при написании CV:

1. Документ не должен превышать 2 страниц и должен содержать самые значимые и релевантные навыки и достижения.
2. Описывая опыт работы на предыдущих должностях, лучше отказаться от пассивных конструкций и использовать так называемые action words. Вместо перечисления выполненных задач предпочтительнее рассказать о предпринятых действиях.

Если CV отправляют в иностранную компанию, то обязательным дополнением к нему является наличие сопроводительного письма (Cover Letter) на английском языке. В нем должен содержаться ответ на вопрос, почему была выбрана конкретная компания и вакансия, а также что выделяет претендента среди остальных кандидатов на вакансию. Сопроводительное письмо при трудоустройстве в англоязычных странах является дополнительным преимуществом претендента на должность. Для отработки навыков написания данного вида корреспонденции можно предложить подстановочные упражнения, а также упражнения на восстановление утраченной структуры письма. Кроме того, студентам предлагается выбрать наиболее подходящую концовку англоязычного сообщения, найти орфографические, грамматические и стилистические ошибки.

Сегодня современная деловая переписка часто идет онлайн. В то время, как нишу личной переписки прочно заняли социальные сети и мессенджеры, в бизнесе она по-прежнему незаменима.

Электронное сообщение короче традиционного делового письма, но длиннее, чем СМС или сообщения в мессенджерах, содержит традиционные формулы вежливости. Также, оно отличается краткостью и конкретностью. Длинные фразы отсутствуют, активно используются акронимы (составленные по начальным буквам слов в словосочетании фразы, к примеру, ИМХО). Но главным его отличием от традиционного делового письма является отсутствие правового статуса. Кроме того, нет гарантии конфиденциальности, что ограничивает использование данного вида переписки.

Для электронной переписки характерны также рассылки (используется поле CC, где указываются вторичные получатели письма, или поле BCC, когда нужна конфиденциальность переписки).

Обучая студентов умению вести деловую англоязычную переписку с помощью e-mail сообщений, необходимо ввести их в курс стиливых особенностей данного вида сообщений. В отличие от делового e-mail на русском языке, которое, как обычно, прямолинейно и содержит только факты по теме сообщения, e-mail на английском языке выглядит «дружелюбнее» и содержит предложения, не связанные с темой обсуждения. Отсутствие таких предложений получатель может воспринять как резкость или даже грубость. По тому, как сотрудник ведет деловую переписку, у компании-партнера создается впечатление о профессионализме и солидности компании, которую сотрудник представляет.

Заключение

В настоящее время большой объем информации передается в виде e-mail сообщений, но прикрепленные служебные записки являются важной составляющей делового общения. Обучая студентов составлять данный вид документов на английском языке (Memorandum, Memo), необходимо сразу обратить их внимание на то, что служебные записки предназначены для многих сотрудников, являются публичным документом и указывать в них личную информацию не следует.

По стилю написания служебные записки лаконичны, самое главное указывается в первом абзаце, затем это поясняется подробнее. Целесообразно сразу предъявить шаблон данного типа деловой документации студентам.

Таким образом, в деловой среде соответствующее всем правилам оформление, грамотность, хороший стиль деловой документации исключительно важны для успешного ведения бизнеса. Высокое качество деловой переписки, которую будет осуществлять молодой специалист - выпускник неязыкового вуза, обеспечит ему профессиональную востребованность в современном поликультурном профессиональном пространстве.

Библиография

1. Безус С.Н. Обучение элементам делового письма учащихся старших классов средней школы (на материале английского языка) Афтореф. дис. канд.пед.наук / С.Н.Безус. – Пятигорск, 2004. – 21 с.
2. Жданова И.Ф., Жданов А.А. Деловые письма и контракты. М.: Омега-Л, 2010. - 288 с.
3. Овчинникова Т. Е. Практика обучения англоязычной письменной речи студентов университета: учебно-методическое пособие / Т. Е.Овчинникова.- Оренбург, ГОУ ОГУ, 2009. —140с.
4. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. - М.: Просвещение, 1991. - 208с
5. Пичкова Л.С., Андреева Н.А., Кулемякова М.В., Скворцова Т.Е. Деловой Английский. Проспект, 2015. – 108 с.
6. Ellis M. and Johnson Ch., Teaching Business English.- Oxford: Oxford University Press, 1994. - 237 p.
7. Fredo E., How to teach Business English. – Longman: Pearson Education Limited, 2005 - 162 p.
8. Harmer J., How to teach Writing. – Longman: Pearson Education Limited, 2004 – 154 p.
9. Palmer G., Writing Extra. – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. - 128 p.
10. What every teacher of business English needs to know. [Электронный ресурс]. URL: <https://busyteacher.org/10411-what-every-business-english-teacher-needs-to-know.html>. (дата обращения 19.01.2019)

Teaching business correspondence to non-linguistic students

Natal'ya B. Smirnova

Lecturer
Department of Humanity
Nizhniy Novgorod Institute of Food Technologies and Design
603062, 13 Gornaya Str., Nizhny Novgorod, Russia,
e-mail: nat65sm@rambler.ru

Svetlana N. Sharova

Senior lecturer
Department of Humanity
Nizhniy Novgorod Institute of Food Technologies and Design
603062, 13 Gornaya Str., Nizhny Novgorod, Russia,
e-mail: shsvetlana52@gmail.com

Abstract

This article deals with the issues of teaching business English correspondence to non-linguistic students. Three main stages are considered (basic, intermediate, advanced) and three the most important communicative business situations are highlighted (business trip, CV and cover letter, transaction documents for buying/selling goods). The article indicates the main difficulties in

teaching business correspondence to non-linguistic students and suggests possible methodological answers.

Teaching students the ability to conduct business English-language correspondence using e-mail messages, you must enter them in the course of the style features of this type of message. Unlike a business e-mail in Russian, which, as usual, is straightforward and contains only facts on the subject of a message, an e-mail in English looks “friendlier” and contains suggestions not related to the topic of discussion. The recipient may perceive the absence of such proposals as harshness or even rudeness. By the way the employee conducts business correspondence, the partner company gives the impression of the professionalism and solidity of the company that the employee represents.

For citation

Smirnova N.B., Sharova S.N. (2019) *Obucheniye delovomu pis'mu studentov neyazykovykh vuzov* [Teaching business correspondence to non-linguistic students]. *Pedagogicheskiy zhurnal* [Pedagogical Journal], 9 (1A), pp. 276-283. DOI: 10.34670/AR.2019.44.1.055

Key words

Ommunication skills, linguistic outlook, levels of proficiency in a foreign language, business documentation, optimization of language material, structure of business writing, official business style.

References

1. Bezus S.N. (2004) Teaching the elements of business writing to high school students (on the material of the English language) Aforet. dis. Candidate of Pedagogics. S.N. Bezus. - Pyatigorsk, 21 p.
2. Zhdanova I.F., Zhdanov A.A. (2010) Business letters and contracts. Moscow. Omega-L, 288 p.
3. Ovchinnikova, T. E. (2009) The practice of teaching English-language written speech to university students. a teaching aid. T. E. Ovchinnikova. Orenburg, GOU OGU, 140 p.
4. Passov E.I. (1991) Communicative method of teaching foreign language speaking. - M .. Education, 208c
5. Pichkova L.S., Andreeva N.A., Kulemekova M.V., Skvortsova T.E. (2015) Business English. Prospectus, 108 p.
6. Ellis M. and Johnson Ch., Teaching Business English (1994) Oxford. Oxford University Press, 237 p.
7. Fredo E., (2005) How to teach Business English. - Longman. Pearson Education Limited, 162 p.
8. Harmer J., How to teach Writing. - Longman. Pearson Education Limited, 2004 - 154 p.
9. Palmer G., Writing Extra. - Cambridge. Cambridge University Press, 1994. - 128 p.
10. What needs to know. [Electronic resource]. URL. <https://busyteacher.org/10411-what-every-business-english-teacher-needs-to-know.html>. (appeal date 01/19/2019)