

УДК 821.111:37.091.3

**А. О. Дудник**

**ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА  
КАК ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ  
ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ ЭКОНОМИСТА  
В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

*Рассматривается одна из актуальных проблем высшего образования – подготовка студентов-экономистов к профессиональной коммуникации. Выделяются принципы подбора текста, используемого на занятиях по иностранному языку. Дан обзор основных заданий, способствующих формированию деловой культуры экономиста во время обучения иностранному языку.*

*The article is devoted to the preparation of students of economics for professional communication. The author proposes the principles of text selection for foreign language classes. The paper also considers some ways of developing the future economist's business culture while learning a foreign language.*

**Ключевые слова:** текст художественной литературы, деловая культура, профессиональная коммуникация.

**Key words:** literary text, business culture, professional communication.

В процессе глобальных экономических изменений для экономистов открываются новые перспективы расширения профессионального сотрудничества и делового партнерства, укрепления предпринимательской деятельности, усиления экономики страны, ее выход на интернациональный уровень. При международном сотрудничестве появляется потребность в специалистах экономического профиля, способных осуществлять соответствующее межкультурное взаимодействие, непременное условие которого – знание деловой культуры, то есть умение общаться в деловых ситуациях, которые сформированы под влиянием культуры того или иного народа. Это, в свою очередь, требует учета национальных особенностей ведения бизнеса, культуры, традиций, обычаев иностранных партнеров в рассматриваемой сфере. Сегодня перед специалистом встает задача «овладеть системой знаний, научиться понимать особенности участия в межкультурном общении, предполагающем соблюдение универсальных для культур мира норм поведения, правил и категорий, в сочетании со специфическими нормами этикета, свойственными конкретным культурам» [3, с. 124].

Межкультурное деловое взаимодействие не представляется возможным без знания иностранного языка. В связи с этим соответствующая дисциплина для студентов экономических специальностей приобретает особую значимость. Потребность в межкультурной коммуникации обуславливает в методике преподавания иностранного языка актуальность исследования неразрывно связанных языка и культуры. «Именно через язык происходит соприкосновение с ментальностью и образом жизни народа страны изучаемого языка, передается характер мышления, мировидение, мироощущение. Знать язык – значит уметь ощущать богатство и глубину культуры народа, народа – носителя данного языка. А для этого необходимо вхождение в пространство данной культуры, постижение ее ценностей и идеалов» [1, с. 75]. Культура передается и развивается через язык – средство формирования общества и обеспечения взаимопонимания между его членами.

В настоящее время существует множество педагогических средств для изучения иностранного языка студентами экономических специальностей: методические средства и рекомендации, учебные пособия и материалы, а также компоненты, составляющие их (упражнения, задания, алгоритмы и т.д.), всевозможные коммуникативные тренинги, интерактивные методы и др. Данные педагогические средства, используемые в дисциплине «Деловой иностранный язык» в экономическом вузе, направлены на приобретение знаний и навыков профессионального иноязычного общения, что предполагает включение в программу профессиональных понятий и терминов и ситуаций возможного применения. Их овладение студентами – необходимое, но недостаточное условие формирования деловой культуры будущего экономиста. В рамках указанного предмета следует рассматривать традиции, обычаи, менталитет, национальный характер, поведение представителей науки в сфере общения с целью дальнейшего успешного



делового сотрудничества с носителями языка на мировом уровне. «Обучение иноязычному общению, а точнее, общению профессиональному, что так важно для студента, следует строить на базе лингвокультурологических данных о народе, говорящем на изучаемом языке» [5, с. 28]. Это приводит к осознанию огромного потенциала иностранного языка в создании деловой культуры экономистов.

В современной методике преподавания иностранных языков большое внимание уделяется использованию художественных текстов. В них содержится информация о разных сферах жизни в стране изучаемого языка, раскрывается менталитет носителей, с помощью чего преодолеваются предрассудки и условности в восприятии чужой культуры. Кроме того, в подобной литературе заложен большой дидактический потенциал, поскольку она повышает мотивацию, улучшает выражение собственных мыслей на иностранном языке, дает широкие возможности для формирования навыков и развития умений в видах речевой деятельности. «Аутентичные тексты, насыщенные фактами иной культуры, стимулируют познавательную активность учащихся. Язык аутентичных текстов отражает реальную языковую действительность, особенности функционирования языка, способствует развитию речевого намерения говорящего. Содержание текстов нацеливает на создание адекватной картины страны изучаемого языка и преодоление стереотипов, терпимость и поиск компромисса между различными представителями. Такой текст вызывает восхищение языком и стилем, дает возможность отождествлять себя с героем и становиться на его позицию» [2, с. 34]. Сказанным обусловлена необходимость применения художественной литературы в качестве педагогического средства формирования деловой культуры экономистов на занятиях по иностранному языку. Важно подобрать произведение, которое будет содействовать этому. Существуют следующие критерии отбора учебного текста, которым он должен соответствовать: представление особенностей культуры и менталитета носителей языка; содержание новой и интересной для студентов информации; естественность персонажей и обстоятельств, представленных в тексте; вызов эмоционального отклика у обучающихся [4, с. 12]. Подбор должен опираться на принципы: *профессиональная направленность, обращение к современности, цельность произведения*. Их соблюдение обеспечит отражение национально-культурной специфики страны изучаемого языка, черт менталитета, традиций, обычаев представителей другой культуры в сфере делового взаимодействия, описание современной действительности, снятие некоторых трудностей в восприятии за счет стимулирующего понимания контекста, который приводит к языковой догадке.

Вышеописанными принципами обусловлен выбор произведения «The Marketmaker» («Биржевой дьявол») Майкла Ридпата (одного из самых известных писателей нашего времени в Британии) в качестве учебного текста на занятиях по иностранному языку для экономистов. Главный герой этого экономического романа Ник Элиот — гуманитарий, никогда не имевший дела с бизнесом, филолог-русист, преподаватель русского языка и литературы в Оксфорде, поступает на работу в крупнейшую брокерскую фирму «Деккер Вард» (“Dekker Ward”), заправляющую рынком ценных бумаг в Южной Америке. Рикарду Росс — глава фирмы — заинтересован в Нике, потому что планирует наладить контакты с Россией и заняться рискованными инвестициями, сулящими баснословные прибыли. Работая в компании, Ник Элиот открывает для себя мир большого бизнеса, в котором не останавливаются ни перед чем для достижения прибыли. Воспитанный Пушкиным и Толстым, которых в литературе ценит превыше всего, герой не может смириться с бесчеловечностью бизнеса.

Технологически реализация вышеупомянутых принципов может происходить следующим образом. Текстовый материал художественного произведения насыщен профессиональной лексикой: *sleepy third-tier stockbroker* — третьесортная брокерская контора; *bond market* — рынок облигаций; *salesman* — брокер; *the trading floor* — операционный зал; *the Emerging Markets Group* — департамент развивающихся рынков; *the chairman* — председатель правления; *profit* — прибыль; *the market for debt* — рынок долговых обязательств; *lead-manage* — инициировать; *bond issue* — облигация; *a profitable sideline* — производственная линия; *loan* — кредит; *discount* — скидка и т.д. Это способствует осуществлению принципа профессиональной направленности. Ознакомление с используемыми терминами (ключевыми словами) и выполнение упражнений с опорой на них обеспечит успешное усвоение данной лексики, формирование языковых навыков и речевых умений, необходимых экономисту для делового общения.

В тексте широко представлены реалии нынешней жизни, например детальные описания внешности и манеры поведения героев, делового района Лондона — Сити, офиса, приведено соответствующее взаимодействие: собеседование при устройстве на работу, деловая переписка, телефонные переговоры. Так реализуется принцип обращения к современности. Восприятию этого рода информации и дальнейшей возможности ее применения в предстоящей профессиональной деятельности содействует такой вид работы, как анализ присутствующих в



тексте фактов о культурных, языковых, поведенческих универсалиях или различиях в процессе сопоставления культур на основе активной познавательной деятельности. Например: “Find the description of the office in “Dekker Ward”. Compare it with one in Russia”. (Найдите описание офиса в компании «Деккер Вард», сравните его офисом в России.) Использование романа в качестве языковой / речевой / содержательной опоры, освоение прочитанного за счет обсуждения его содержания, его воспроизведение с различной степенью развернутости и сжатости, преобразование текста в другую письменную или иную форму репрезентации способствуют развитию умений устной и письменной речи. Например: “Describe Ricardo Ross’s appearance, habits, financial position” (опишите внешность, манеры, финансовое положение Рикарду Росса). “Act out the dialogue between Nick and Ricardo” (разыграйте по ролям диалог между Ником и Рикарду). Приводится диалог – собеседование при устройстве на работу.

Принцип цельности произведения обеспечивает наиболее полное восприятие экономического романа “The Marketmaker”, в котором находят отражение особенности национального ведения бизнеса (взаимоотношения между коллегами по работе, начальником и подчиненными, конкурирующими фирмами), менталитет представителей страны изучаемого языка, культура, традиции, обычаи в сфере делового общения (тщательный подбор сотрудников, внимательное к ним отношение, работа в команде). Показаны важные качества в деловой культуре: преданность, открытость, незапятнанная репутация, трудоголизм. Поднимаются такие проблемы, как жесткая конкуренция, лицемерие и моральная опустошенность, достижение прибыли любой ценой и т.д. Изучение произведения содействует осознанию ценностей деловой культуры страны изучаемого языка, позволяет ставить «проблемные вопросы» (предполагает запрос информации, вызывающей последующую дискуссию), которая побуждает студентов к мыслительной деятельности на иностранном языке. Кроме того, благодаря чтению романа развивается критическое мышление. “Ricardo Ross destroyed the favela deal because he couldn’t let ‘Bloomfield Weiss’ win that mandate and people from favelas ‘were left to crawl around in their own garbage’. Do you consider his behavior in this situation right? Give your grounds. How did Isabel and Nick feel? Why? What would you do under these circumstances?” Рикарду Росс намеренно потопил проект по застройке бразильских трущоб – фавел, так как не мог позволить «Блумфилд Вайс» выиграть, и теперь люди, живущие в трущобах, были «обречены доживать жизнь на помойке». Считаете ли вы его поступок в данной ситуации правильным? Объясните почему. Как при этом себя чувствовали Ник и Изабелл? Почему? Как бы вы поступили в подобной ситуации?

Использование художественной литературы в качестве педагогического средства формирования деловой культуры экономиста в процессе обучения иностранному языку способствует приобщению к ценностям культуры другого народа и, в связи с этим, обогащению собственно личности обучающегося, развитию творческого потенциала, а также подготовке к успешному осуществлению межкультурного взаимодействия в предстоящей профессиональной деятельности.

#### Список литературы

1. Жаркова Т.И., Синицких О.В. Отражение национального характера в пословицах и поговорках // Иностраный язык в школе. 2008. №1. С. 75–78.
2. Красавина Т.Н. Работа с аутентичным текстом на уроке немецкого языка // Иностраный язык в школе. 2009. №2. С. 34–37.
3. Наролина В.И. Подготовка специалиста к межкультурной коммуникации // Высшее образование в России. 2009. №1. С. 124–128.
4. Носонович Е.В., Мильруд Р.П. Критерии содержательной аутентичности учебного текста // Иностраный язык в школе. 1999. №2. С. 6–12.
5. Попова Л. Можно ли обучить студентов иноязычному общению в неязыковом вузе? // Альма Матер. 2006. №3. С. 28–31.
6. Ridpath M. The Marketmaker. Penguin books. L., 1998.



**Об авторе**

Алина Олеговна Дудник — асп., Калининградский филиал Санкт-Петербургской академии менеджмента и экономики, e-mail: dudnik\_alina@mail.ru

**Author**

Alina Dudnik — PhD student, Kaliningrad branch of St.-Petersburg Academy of Management and Economics, e-mail: dudnik\_alina@mail.ru