

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ОРИЕНТИРОВАННОМУ ОБЩЕНИЮ БУДУЩИХ БУХГАЛТЕРОВ**

Обучение ИЯ в ССУЗе должно быть направлено на формирование грамотного, всесторонне образованного специалиста, способного общаться по профессионально-деловым вопросам как в устной, так и в письменной формах с представителями других государств.

Такой подход к владению ИЯ предполагает обучение учащихся-бухгалтеров профессионально-деловому общению на данном языке на основе ситуаций профессионального общения непосредственно в контексте профессиональной деятельности.

Известно, что одной из особенностей коммуникативно-направленного обучения ИЯ является соединение собственно речевого развития как усвоения языковых норм и общения как основного вида деятельности

[1]. Именно общение ИЯ является основным способом усвоения социальных норм и ценностей того общества, на языке которого общаются обучаемые.

Однако результаты исследований, проведённых многими учёными, показывают, что возможности общения со стороны обучаемых существенно ограничены отсутствием в их «картине» мира многих стереотипных ситуаций общения, свойственных для социума страны изучаемого языка. Особенно это характерно для ситуаций делового общения, которые вызывают наибольшие трудности для носителей русского языка в связи с незнанием их структуриации и, следовательно, невладением языковыми сигналами этих ситуаций. Данное обстоятельство заставляет обратить особое внимание на создание специального вида учебной деятельности – деятельного усвоения процесса деловой коммуникации, направленного на развитие адекватной ориентировки в замыслах общающихся, в тех социальных и профессиональных ценностях, из которых исходят коммуниканты.

Данная постановка проблемы предполагает такую организацию обучения, при которой предметом познавательной деятельности обучающихся являются наиболее типичные ситуации, возникающие при деловом общении в немецко-язычном социуме, их структуриация и их языковое выражение в немецком языке. Таким образом, обучение коммуникации, познание мира общения и его правил, формирование и развитие навыков декодирования и порождения речевых моделей каждой из многочисленных разножанровых ситуаций делового общения – это обучение стратегии коммуникативного взаимодействия, адекватного речевого поведения, эффективного коммуникативного воздействия.

Достичь этого можно только благодаря моделированию в учебном процессе ситуаций делового общения, в которых ИЯ выступает, в первую очередь, как инструмент социального взаимодействия личности и профессионального коллектива и испытывает на себе все изменения социально-экономических факторов, влияющих на иерархию смыслов и ценностей в картине мира личности, её менталитет, прагматические установки.

Что же такое деловое общение и межличностное взаимодействие в профессиональной сфере? В лингвистической литературе существуют разные термины для обозначения языка деловых коммуникаций, при обучении которому ставятся другие цели и задачи, чем при подготовке специалистов-филологов. Речь идёт не только о специальном,

профессионально-ориентированном процессе обучения, но и об обучении специальным речевым моделям, сигналам. Корректирующим стратегию коммуникативного взаимодействия в каждой ситуации, направленной на достижение сотрудничества, решения задач, будь то первичные контакты между коммуникантами (социальный этикет), либо завершающий этап сотрудничества (проведение встреч, переговоров).

Итак, коммуникация – процесс, при котором происходит обмен информацией между двумя или несколькими коммуникантами через общую систему символов, знаков или поведения для решения общей профессиональной задачи. Как процесс деловая коммуникация имеет такие синонимы, как выражение мнения, обсуждение, говорение, письменный и устный обмен информацией. Но этот процесс зачастую сопровождается личностными наслоениями, затрудняющими или сводящими на нет общение.

Многочисленные определения процесса коммуникации соотносятся и сводятся к трём проблемам, ориентированным на сообщение, способ и смысл коммуникации. Первый подход связан с языковой эффективностью, точностью организации сообщения. Публичное выступление, деловая корреспонденция – наиболее типичные виды деловой коммуникации, ориентированной непосредственно на сообщение, поскольку адресат коммуникации менее эксплицитен, а обратная связь носит опосредованный характер.

Второй подход предполагает изучение не только технических (компьютер), но и невербальных способов передачи информации. Информация может быть передана жестом, действием и т.д.

Третий подход интегрирует смысл из того, что говорят и делают коммуниканты. Смысл или коммуникативное намерение – значительно шире сообщения и может быть декодирован только с учётом личностно-профессиональных характеристик и коммуникантов, и ситуации профессионального общения. Различия в словаре, образовании, роде занятий, возрасте, степени профессиональной компетентности и т.д. могут создавать барьеры в деловой коммуникации. Коммуниканты постоянно вовлечены в два параллельных процесса – кодирования и декодирования информации, они являются отправителями и получателями информации одновременно. Цель деловой коммуникации состоит в том, чтобы получить сообщение в максимально точной форме в соответствии с коммуникативным намерением отправителя.

Для успешной деловой коммуникации, связанной единством предмета деятельности и направленной на решение производственной задачи, необходимо сочетать языковую компетенцию, профессиональные знания и умение общаться в профессиональном коллективе.

Сложности возникают не в связи с тем, что мы говорим или пишем, а в связи с тем, что происходит в сознании, мыслях общающихся. Построить этот мыслительный мостик от одного общающегося к другому можно только, учитывая такие факторы, как коммуникативная ситуация, профессиональный статус, роли, правила общения и понимания социального поведения и коммуникативного намерения личности.

Деловая коммуникативная ситуация возникает тогда, когда её участники обмениваются профессиональной информацией и строят своё поведение таким образом, чтобы решить общую производственную задачу. В рамках этой ситуации коммуниканты берут на себя роли, в соответствии со степенью активности, ответственности и характером участия личности в решении задачи с общего согласия коммуникантов.

В деловом общении должности, звания, компетентность и прочие атрибуты помогают определить профессиональный статус участников общения. Хороший коммуникант должен уметь определять роль и статус общающихся и учиться строить своё сообщение с их учётом, под конкретного человека, используя специфические языковые средства. Деловое общение имеет свои правила, как то: кто имеет право к кому обратиться, в каком виде представить сообщение, что, как, кому сказать.

Итак, успех в реальных условиях делового общения достаточно часто обеспечивается не столько усилием специалистов передавать на иностранном языке концептуальную информацию в своей профессиональной области, сколько умением строить процесс коммуникации в соответствии с закономерностями и правилами речевого общения.

### *Литература*

1. Астафурова, Т.Н. Обучение иностранному языку как языку делового общения/ Т.Н. Астафурова//Материалы 10 научной конференции профессорско-преподавательского состава. Волгоград 1993. С.185-187.