

«ДЕЛОВОЙ НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК» В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

© 2003 Л.В. Молчанова

Воронежский государственный университет

Переход на новый Государственный образовательный Стандарт высшего профессионального образования в 2000 году возвестил о том, что современному обществу требуются специалисты по межкультурному и международному общению, а не просто преподаватели иностранных языков.

Направление «Лингвистика и межкультурная коммуникация» предполагает решение нескольких важных образовательных задач, одной из которых является формирование и развитие навыков в сфере официально-делового общения представителей разных культур.

Естественно, что студенты-германисты первоначально должны овладеть другими знаниями, предусмотренными в Стандарте, в зависимости от выбранной специальности: преподаватель, переводчик либо специалист в области межкультурной коммуникации. И если на первый взгляд может показаться, что преподавателю иностранного языка не нужны навыки делового общения, то переводчику и специалисту в области межкультурной коммуникации они необходимы.

Официально-деловое общение составляет часть речевого общения в сфере человеческих взаимоотношений, а именно в сфере государственной деятельности, международных отношений, юриспруденции, торговли, экономики, военной жизни, рекламного дела, общения в официальных учреждениях, в жизни отдельного человека [1, 30].

Думается, уже не может подлежать сомнению тот факт, что обучение официально-деловой коммуникации должно прочно войти в учебный процесс студентов-германистов еще и потому, что:

а) выпускники-германисты работают не только преподавателями иностранных языков. Их знаний и диплома достаточно для того, чтобы при необходимости осуществлять деятельность на уровне секретаря-референта и менеджера нижнего и среднего звена;

б) выпускникам-германистам как непосредственным участникам межкультурной коммуникации обязательно нужны хотя бы базовые экономические знания для осуществления межкультурного диалога в сфере делового общения.

Эта данность признается как отечественными, так и зарубежными германистами и преподавателями немецкого языка как иностранного [2, 3, 4, 5 и др.⁸], а также являлась и является до сих пор предметом оживленных дискуссий на семинарах в Гете-Институте в г. Москве и ежегодных конференциях германистов, проводимых под эгидой Немецкой академической службы обменов (DAAD), например, в мае 2002 года в г. Санкт-Петербурге⁹.

Вопрос, который возникает в этой связи: в какой степени студенты-германисты должны овладеть навыками официально-деловой коммуникации, сколько учебных часов нужно отвести на изучение этого аспекта? При решении этой проблемы нужно отдавать себе отчет, что студенты-германисты – это не студенты-экономисты. С одной стороны, преимущество германистов в том, что они обладают более солидными базовыми знаниями немецкого языка, устойчивыми коммуникативными навыками. С другой же стороны, из-за смещения акцентов в сторону развития и совершенствования коммуникативно-языковых и практических навыков в сфере обиходного общения (что само по себе, безусловно, очень положительно), германисты существенно уступают в уровне владения специализированной лексикой и ее презентации.

На кафедре немецкой филологии факультета романо-германской филологии ВГУ уже несколько лет преподается деловой немецкий язык (Wirtschaftsdeutsch) как один из аспектов практики языка на 4-м и 5-м курсах. Вопрос, нужны ли студентам немецкого отделения знания в области делового общения, уже не стоит, положительный ответ на него давно получен как от сегодняшних студентов, так и от выпускников.

Положение дел сегодня таково, что этому аспекту отводится 92 часа (58 часов – на 4-м и

⁸ Подробный список зарубежной библиографии по данной проблематике см. в: Das Wort. Germanistisches Jahrbuch 2000/2001. – DAAD, с. 258-262.

⁹ Информация о конференции см. в: Вестник ВГУ: Серия лингвистика и межкультурная коммуникация. - №2. – Воронеж: ВГУ, 2002. – с.

34 часа – на 5-м курсе) при частоте проведения занятий – 2 часа в неделю. Если сравнить данное количество часов и общее количество аудиторных часов, предусмотренных Госстандартом для экономической специальности (170), то можно с уверенностью сказать, что базовыми знаниями в области делового общения студенты-германисты овладеть могут. Итак, очевидно, что проблема: сколько (часов)? – более или менее решена. Можно, конечно, дальше рассуждать по поводу недостаточности часов, но нужно руководствоваться, в конце концов, требованиями Госстандарта и разума.

Осталось решить еще две очень важные проблемы методико-дидактического характера: что и как (преподавать)? Вопрос: что? имеет структурно-содержательный, а вопрос: как? – методико-дидактический характер.

I. Структурно-содержательный аспект обучения деловому немецкому общению.

К четвертому году обучения студенты-германисты должны обладать не только достаточными, но уже хорошими языковыми знаниями в области обиходного общения, уметь демонстрировать навыки в языковом оформлении содержания общения в сфере бытовых отношений людей (как обиходно-бытовых, так и обиходно-деловых). С учетом данного уровня и количества учебных часов содержательная структура курса видится следующим образом:

1. Сущность, цели и задачи экономики.
2. Экономические науки.
3. Плановая и рыночная экономика: преимущества и недостатки.
4. Деньги.
5. Маркетинг.
6. Реклама как один из важнейших инструментов маркетинга.
7. Менеджмент: цели, стратегии.
8. Предприятие: типичная структура, виды, организационно-правовые формы немецких предприятий.
9. Средства массовой информации: обзор немецкой печати экономической направленности.
10. Устная и письменная деловая коммуникация.

В структуре курса (в рамках перечисленной тематики) предусматривается еще несколько коммуникативно-ориентированных тем, имеющих прикладной характер:

1. Интервью при устройстве на работу.
2. Устная реклама какого-либо продукта (по желанию).
3. Устная презентация какого-либо отечественного или крупного немецкого предприятия.
4. Устная презентация одного из немецких

или русских печатных изданий экономической направленности.

Итак, данные темы кажутся автору статьи оптимальными при учете вышеперечисленных условий, однако не исчерпывающими.

II. Методико-дидактический аспект обучения деловому немецкому общению.

Как видно, курс обучения деловому немецкому языку направлен в первую очередь на совершенствование коммуникативно-речевых форм общения, а именно: устной, где преобладает диалогическая (реже имеет место полилогическая) форма и письменной (монологической).

Не последнюю роль в этом процессе играют аудирование текстов, содержащих деловую неспецифическую информацию и перевод (в основном письменный) несложных экономических текстов. Таким образом, мы имеем привычный комплекс видов учебной деятельности, которые теперь нужно преподавать студентам на материале, не совсем им привычном, а если уж быть откровенным, то и некоторым преподавателям тоже.

Чтобы адаптировать германистов к восприятию хотя и несложных, но все же спецтекстов, целесообразно в структуре каждой темы предусмотреть два текста по принципу от простого – к сложному, т.е. от обиходно-бытового стиля – к обиходно-деловому и, наконец, – к официально-деловому. То, что тексты нужно дидактизировать, не подлежит сомнению. Другое дело – вся подборка упражнений должна быть нацелена на развитие и совершенствование коммуникативных навыков делового общения, включающих отработку лишь тех грамматических и лексических навыков, которые используются в коммуникативно-языковых структурах данной сферы общения.

Применение основных приемов данной методики продемонстрируем на конкретном примере разработки одной из центральных тем деловой немецкой жизни – “Менеджмент”.

Введением в тему служит компактный текст (около 250 слов), выдержанный в обиходно-деловом стиле и дающий ответы на следующие вопросы:

1. Что понимается под термином “менеджмент”?
2. Какие три уровня менеджмента имеют место?
3. Что понимается под двояким характером менеджмента?
4. Какие соответствия данному термину имеются в немецком языке?

После обсуждения данной информации, которую можно предьявить и как текст для чте-

ния, и как аудиотекст, студенты уже будут готовы к следующему этапу, более сложному из-за появления некоторых основополагающих терминов и спецпонятий, связанных с определением основных функций, задач и компетенций менеджера, уровней менеджмента и, наконец, основных 4-х ценностных понятий немецкого предпринимательства: der Top-, Middle-, Lower-Manager, die Vision, die Unternehmenskultur (corporate culture), die Unternehmensphilosophie, das Erscheinungsbild (corporate identity). Для упрощения процесса усвоения германистами данной, хотя и общего характера, но все же терминологии, рекомендуется разбить ее на блоки и рассмотреть на конкретных примерах деятельности менеджеров на различного рода предприятиях.

Один небольшой пример. Студенты знакомятся с текстом, состоящим всего из 47 слов. Текст содержит обобщенную информацию о рабочем дне менеджера из автомобильной промышленности.

“Ich treffe im Büro in der Regel um 8 Uhr ein. Dann sind nach meinen Beobachtungen ungefähr 60 Prozent des Arbeitstages... Besprechungen, Abstimmungen, Konferenzen. 20 Prozent Erarbeitung (Verarbeitung) von eingehenden Informationen, d.h. also auch Post erledigen. Und die übrigen 20 Prozent wird dann an Projekten gearbeitet“.

Как видно, текст нельзя считать особо информативно насыщенным, он также не “пестрит” спецтерминами. Это не случайно, если речь идет об изучении делового языка германистами. В данной ситуации преподаватель не должен пока еще взывать к фоновым знаниям студентов и просить передать их на чужом языке. Вначале он сам снабжает студентов этими знаниями, чтобы потом отдать инициативу обсуждения данной проблематики самим студентам.

В этой связи задание к вышеуказанному тексту можно сформулировать так: Согласно результатам практических исследований в числе основных отмечаются следующие функциональные обязанности менеджера. Скажите, какие из них выполняет данный менеджер из автомобильной промышленности.

Typische Managertätigkeiten	ja	nein
Informationen austauschen		
Post erledigen		
Planen		
Entscheiden		
Kontrollieren		
Soziale Kontakte pflegen		
Motivieren		
Disziplinieren		
Konflikte handhaben		
Personal beschaffen		

Personal entwickeln		
---------------------	--	--

Неважно, что данный текст подтверждает наличие трех функций менеджера. Полученные знания можно совершенствовать далее, применив, например, следующий вид задания: Образуйте две группы и обсудите, а затем сформулируйте функциональные обязанности менеджера: а) на малом предприятии, б) на большом предприятии.

Уже после выполнения этих упражнений можно апеллировать к личному опыту и знаниям студентов в области менеджмента, и они будут в состоянии вести как монолог, так и диалог, так как проработанный вокабуляр вызовет еще ряд дополнительных ассоциаций.

Чтобы максимально способствовать преодолению опасности возможного коммуникативного сбоя при деловом межкультурном общении нужно обратить особое внимание на развитие социо- и национально-культурной компетенции студентов. Что касается рассматриваемой темы, то она как нельзя лучше работает на эту цель в формулировке “Managementprobleme – interkulturell”. Почему нужно учитывать данный аспект? Потому, что культура деловой жизни является неотъемлемой частью национальной культуры, то есть национальна по сути. Это значит, что успешная деятельность русского менеджера на русском предприятии может не увенчаться успехом на немецком и наоборот. Поэтому очень важно познакомить студентов с особенностями национально-культурного коммуникативного поведения немецких (русских) менеджеров в сравнении с европейскими. Студентам не трудно будет это сделать при условии владения ими соответствующим спецвокабуляром, тем более что в базовом курсе уже обсуждалась тема “Typisch deutsch?”. А в качестве “затравки”, стимулирующей фоновые знания студентов, я бы предложила поразмышлять над следующей историей [4, 66]:

Bilder vom Nachbarn - europaweit	Европейские портреты соседей
Frage: Wann herrschen in Europa himmlische Zustände?	Вопрос: Когда в Европе наступит рай?
Antwort: Wenn der Deutsche Mechaniker ist, der Engländer Polizist, der Franzose Koch, der Schweizer Banker und der Italiener Liebhaber.	Ответ: Если механиком будет немец, полицейским англичанин, поваром француз, банкиром швейцарец, а любовником итальянец.
Frage: Wann herrscht in Europa die Hölle?	Вопрос: Когда в Европе будет ад?
Antwort: Wenn der	Ответ: Если немец будет полицейским, англичанин поваром, француз механиком,

Deutsch Polizist ist, der Engländer Koch, der Franzose Mechaniker, der Italiener Banker und der Schweizer Liebhaber.	итальянец банкиром, а швейцарец любов- ником.
--	---

Изложенные в статье суждения о роли и месте делового немецкого языка в рамках направления “Лингвистика и межкультурная коммуникация” могут послужить стимулом при разработке куррикулума “Немецкий деловой язык для студентов-германистов”, который должен стать неотъемлемой частью современного языкового университетского образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брандес М.П., Провоторов В.И. Предпереводческий анализ текста/ М.П. Брандес, В.И. Провоторов. – Москва: НВИ-Тезаурус,

2001.– 223 с.

2. Becker, N., Braunert, J. Dialog Beruf. Deutsch als Fremdsprache für die Grundstufe. – Ismaning, 1997.

3. Bolten, J. Interaktiv – interkulturelles Fremdsprachenlernen. Zur Konzeption von Planspielen und Fallstudien im wirtschaftsbezogenen Fremdsprachenunterricht// Internationale Kommunikation und Sprachkompetenz. – Sankt Augustin, 1994. – с. 99-139.

4. Buhlmann, R., Fearn, A., Leimbacher, E. Wirtschaftsdeutsch von A bis Z. Lehr- und Arbeitsbuch. – Berlin: Langenscheidt, 1999. – 192 с.

5. Kelz, H.P. Interkulturelle Kommunikation und Wirtschaftsdeutsch-Didaktik// Das Wort. Germanistisches Jahrbuch 2000/2001. – с. 247-262

6. Kelz, H.P. Wirtschaftsdeutsch im Anfängerunterricht// Glottodidactica XXVI. – Universität Posen, 1998. – с. 151-156.