

В ходе анализа этих аспектов установлено, что продуктивный аспект деятельности по своему содержанию и языковому оформлению предполагает направленность ИНВ на письменный текст доклада. Процессуальный аспект требует обращенности к «фактору устности», обусловленному экстралингвистическим фоном.

Для продуцирования ИНВ студенту необходимы знания о стилевых чертах ИНВ и воплощающих их в тексте стилистических приемах. К стилевым чертам ИНВ можно отнести логичность, точность, сжатость, объективность, доступность и экспрессивность. Силевые черты соотнесены со стилеобразующими экстралингвистическими факторами. «Научная сфера деятельности» как главный экстралингвистический фактор обуславливает такие стилевые черты ИНВ, как логичность, точность, сжатость, объективность. «Отношение отправителя к содержанию высказывания» обеспечивает экспрессивность научного высказывания. «Социальный статус отправителя и получателя речи» обуславливает наличие доступности как стилевой черты. Силевые черты, обусловленные экстралингвистическими факторами. «Отношение между отправителем и получателем» и «Материальные средства общения», совпадают со стилевыми чертами вышеперечисленных факторов. Это объясняется тем, что непосредственная реакция в момент высказывания отсутствует, однако она, что особенно присуще научному стилю, лишь сдвинута во времени (отсрочена).

Установленные отношения (со)подчинения в зависимости «экстралингвистические факторы → стилевые черты → технико-стилистические приемы» легли в основу выявления номенклатуры лингвистических средств, которым необходимо обучать студента экономического профиля.

Для активизации внимания реципиента используются риторические вопросы, вопросно-ответные предложения, экспрессивно-окрашенная лексика. Для обобщенности изложения — пассивный залог, неопределенно-личные и безличные конструкции (It is arguable that...; It is true that...). Коммуникативная четкость достигается употреблением союзов, вводных оборотов, порядка слов, клишированных словосочетаний (in addition, on the other hand, as a result).

В заключение отметим, что при обучении студентов продуцированию ИНВ необходимо сформировать у них совокупность знаний, связанных с экстралингвистическим контекстом научной сферы общения (письменной или устной), а также знаний о стилевых чертах и технико-стилистических приемах научного текста.

*Ж.А. Короткевич, В.В. Полуцевич*  
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

## **РАЗВИТИЕ КОГНИТИВНЫХ УМЕНИЙ БУДУЩИХ ПЕРЕВОДЧИКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ ПИСЬМУ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

Одним из актуальных вопросов иноязычного образования в современных условиях является качество профессиональной подготовки переводчиков, рассматриваемое как всеобъемлющая интегральная характеристика результатов образовательной дея-

тельности в единстве экономического, социального, познавательного и культурного аспектов. Согласно Образовательному стандарту специалист должен обладать компетентностью, т.е. выраженной способностью к применению своих профессиональных знаний и умений на практике, что гарнирует ему востребованность на рынке труда.

Компетентность представляет собой интегративное личностное образование, включающее интеллектуальную и навыковую составляющие, и формируется в процессе профессиональной подготовки переводчика. Центральное место в ее структуре занимают *когнитивные умения*, позволяющие специалисту работать с большими объемами разнородной информации, анализировать, обобщать ее, самостоятельно приобретать новые знания, в том числе с применением современных информационных технологий, а также осуществлять положительный перенос имеющихся профессиональных умений на новые виды деятельности.

Один из путей развития когнитивных умений будущих переводчиков — взаимосвязанное обучение их деловому письму на иностранном языке и письменному переводу. Психологическую основу такого обучения составляет механизм переноса умений, общих для двух видов деятельности. Будучи интердисциплинарными по своей природе, когнитивные умения — прогностические, информационно-аналитические, информационно-обобщающие и информационно-поисковые — релевантны для обеспечения процессов речемыслительной деятельности как в деловом письме, так и в письменном переводе. Они способствуют осмыслению информации, приобретению новых знаний и навыков, уменьшая тем самым диссонанс между опытом наличным и требуемым для решения конкретной задачи в профессиональной деятельности. В то же время, развитие когнитивных умений требует значительных временных затрат, превышающих лимит часов, отведенных программой на практический курс перевода, что позволяет сделать вывод о целесообразности междисциплинарного подхода к развитию таких умений с обязательным учетом специфики рассматриваемых видов деятельности.

Раскрытие когнитивных ресурсов личности студента, активизация механизма переноса умений требуют взаимосвязанной реализации в учебном процессе двух ключевых концептов современной методики — коммуникативности и когнитивности. В частности, обучение, как деловому письму, так и письменному переводу следует рассматривать как *процесс*, имеющий определенную структуру. Анализ структуры обоих видов деятельности позволяет сделать вывод о некоторой общности их фаз и отдельных действий на каждой фазе. Так, предварительной фазе делового письма соответствует предпереводческая деятельность, написанию черновика — непосредственно сам перевод, а проверке и корректировке — постпереводческая работа. Активизация фоновых знаний на предварительной фазе делового письма соотносится с подготовкой материала для перевода на предпереводческой фазе, соответственно активизация и предварительное изучение вокабуляра — с изучением терминологии, составление плана высказывания — с анализом содержания переводимого текста, поиск дополнительной информации и изучение деталей — с поиском документальной информации и т.д.

Овладение когнитивными умениями в деловом письме с последующим переносом на письменный перевод осуществляется с использованием лично ориентированных обучающих технологий, предусматривающих интерактивное взаимодействие,

творческое сотрудничество студентов при решении проблемных задач в аутентичных ситуациях профессионального общения.

*М.М. Короткова, Л.Б. Семенова*  
БГЭУ (Минск)

## **К ВОПРОСУ ОБ ОВЛАДЕНИИ СТРАТЕГИЯМИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ ПОСРЕДСТВОМ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ**

За последнее десятилетие Республика Беларусь серьезно продвинулась по пути экономических и политических реформ: появились и активно развиваются социальные институты, необходимые для нормального функционирования современной рыночной экономики. Политическая и экономическая открытость дала импульс к расширению различных сфер бизнеса. Соответственно возросла интенсивность бизнес-коммуникаций, без которых невозможно сегодня представить нормальную работу коммерческих и государственных структур.

Профессиональная деятельность выпускников экономического вуза направлена на разрешение проблем в сфере экономики, большинство которых могут быть решены только в рамках международного сотрудничества. В этом контексте важнейшим компонентом профессиональной подготовки таких специалистов становится овладение стратегиями бизнес-коммуникаций посредством изучения иностранных языков, без знания которых невозможно конструктивно общаться с коллегами и партнерами из других государств.

Таким образом, бизнес-коммуникации правомерно определить как науку, объектом исследования которой являются аспекты общения людей в деловой сфере, факторы обеспечения эффективности деловых контактов.

Коммуникация представляет собой взаимодействие двух или более уникальных и сложных систем, происходящее в различных ситуациях с использованием различных средств и каналов общения. Характеристики, параметры взаимодействующих систем, ситуации, выбираемые средства в каждом случае будут отличаться от другого акта коммуникации, поэтому типологизация видов бизнес-коммуникации может осуществляться на разных основаниях, по различным критериям.

В нашем случае студенты 3–4-го курсов ВШТ БГЭУ в рамках дисциплины «Деловой иностранный язык» обучаются следующим типам бизнес-коммуникации: устные и письменные.

Устные коммуникации включают в себя: публичную речь, интервью, коммуникации по телефону, переговоры и др. Навыки устной бизнес-коммуникации необходимы для общения по телефону на английском языке, проведения презентаций и выступлений с использованием характерных речевых оборотов и интонаций. Такие знания необходимы сотрудникам компаний от секретарей до топ-менеджеров и директоров. Правильное ведение телефонных переговоров и умение грамотно презентовать свои идеи — неотъемлемая часть работы с партнерами компании. Простые, легко усваиваемые фразы позволяют действовать дружелюбнее, вежливее и увереннее.