

виды взаимодействия целевыми аудиториями. Стратегия IMC позволяет превратить набор мероприятий по продвижению, рекламе и PR в эффективную маркетинговую стратегическую политику с привлечением всего арсенала исследовательских и рекламных средств.

Основные правила бизнес-коммуникаций: 1) эффективный диалог между бизнесом и властью возможен при активном участии специалистов по бизнес-коммуникациям; 2) интегрированные коммуникации между представителями различных сфер бизнеса способствуют созданию благоприятного информационного климата для развития бизнеса; 3) приверженность принципам этически ориентированных бизнес-коммуникаций позволяет сформировать активную коммуникационную среду для налаживания плодотворных контактов между корпорациями, общественными организациями, властью и СМИ.

Технологиями бизнес-коммуникаций владеют профессионалы, обмен опытом налаживание плодотворных контактов между которыми будет способствовать укреплению позиций компаний на международном рынке.

## **Круглый стол ОПЫТ, СТРАТЕГИИ И ПРОБЛЕМЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ**

---

*О.И. Васючкова  
БГУ (Минск)*

### **ESP В СВЕТЕ НОВОЙ ТИПОВОЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗАХ**

В соответствии с новыми образовательными стандартами, разработанными Министерством образования Республики Беларусь для высшей школы, предмет «Иностранный язык» включен в цикл социально-гуманитарных дисциплин и претерпел значительные изменения в количественном отношении в сторону уменьшения отво-

димых на него аудиторных часов. Названное обстоятельство повлекло появление новой типовой программы, согласно которой ввиду дефицита учебного времени пересмотрен объем предметно-тематического содержания курса в рамках отводимых на иностранный язык 150 часов. Поскольку так называемая Программа второго поколения (Минск, 2008) является преемницей традиций ранее действовавшей «Учебной программы для профильных специальностей классических университетов» (Минск, 2005), то в качестве целевой по-прежнему провозглашается установка на практическое владение иностранным языком как средством межличностного и профессионального общения, а так как особенностью типовых программ нового поколения является компетентностный подход к изучению вузовских дисциплин, то главную цель обучения иностранному языку в вузе неязыкового профиля можно сформулировать как формирование иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста, позволяющей использовать иностранный язык как средство межличностного и профессионального общения.

Согласно обсуждаемой программе, структура содержания дисциплины «Иностранный язык» представлена двумя основными модулями: социального общения и профессионального общения. В модуль профессионального общения входят две подлежащие изучению сферы: учебно-профессиональной деятельности и производственного общения. Тематическое наполнение сферы учебно-профессиональной деятельности составляют такие аспекты, как изучаемая специальность, профессиональная деятельность и ее социокультурные особенности в соизучаемых странах, сферы производственного общения — типичные ситуации деловой коммуникации, нормы делового общения, профессиональная этика и т.п. Совершенно очевидно, что для каждой из приобретаемых в вузе специальностей палитра изучаемых тем будет отличаться, сохраняя инвариантными вышеозначенные рубрики. Так, если взять в качестве примера ESP для студентов-правоведов, то для обязательного изучения подлежат следующие темы: «Что есть право?», «Профессия юриста», «Сравнительная характеристика представителей юридической профессии в соизучаемых странах», «Законодательная, исполнительная, судебная ветви власти», «Профессиональная этика». Как видно из вышеперечисленного, набор подлежащих изучению тем значительно сокращен по сравнению с требованиями предыдущей типовой программы и представляется реальным для выделенного на иностранный язык учебного времени в новой программе и может быть расширен по усмотрению того или иного вуза при условии предоставления дополнительных факультативных 68 часов или более на курс «Деловой иностранный язык».

Что касается методической стороны вопроса, то в качестве исходной методической категории, имеющей методологический статус, является категория коммуникативности, базирующаяся на целом ряде принципов построения обучения иностранному языку в неязыковом вузе как модели процесса общения: коммуникативно-когнитивном, предполагающем развитие кругозора, интеллекта, творческих способностей обучаемых в процессе решения ими коммуникативно-познавательных задач; контрастивно-сопоставительного соизучения фактов родной и иностранной культур; ситуативности, предполагающем соотнесение речевой деятельности с системой реальных ситуаций общения; проблемности как способе организации и презентации учебного материала; автономности как стратегии учебной деятельности студента. Ин-

тегративная по сути коммуникативная компетенция выступает в единстве составляющих ее частных компетенций: языковой, речевой, социокультурной, компенсаторной, учебно-познавательной.

В качестве одного из ведущих принципов обучения иностранному языку в непрофильных вузах сохраняется принцип взаимосвязанного обучения всем видам речевой деятельности — чтению, говорению, аудированию, письму. Последнее замечание традиционно находит отражение в рабочих программах по обсуждаемой дисциплине. Хотелось бы отметить, что авторский коллектив преподавателей английского языка юридического факультета Белорусского государственного университета принял данную концепцию в качестве основополагающей при создании базового учебника для студентов-юристов, который в корне отличается от всех известных нам ранее существовавших учебных пособий по обучению подъязыку юриспруденции и предоставляет обучающим возможность оптимально реализовывать теоретические принципы в практической работе. Каждый тематически организованный раздел учебника содержит материал, посвященный обучению тому или иному виду речевой деятельности.

**С.А. Дубинко**  
БГУ (Минск)

## **ТАКТИКИ РИТОРИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Для того чтобы речь была эффективна, она должна обладать свойствами новизны, уместности и правильности. Риторика предоставляет говорящему возможность широко воспользоваться разнообразными средствами прямого и фигурального выражения. За традиционным термином «речевые фигуры» стоят формы непрямого воздействия на аудиторию. В действительности никакого противоречия между фигуральной и точной речью нет. Следует особо подчеркнуть, что фигуры рассматриваются как органическое свойство языка, без которых живой язык немислим. Под термином «речевая фигура» или «метафора» мы понимаем способы косвенного речевого воздействия. Признание возможностей разных форм языкового выражения одного и того же содержания приводит к идее выбора стилистически отмеченных форм и к использованию их с целью убеждения слушающего. Таким образом, сам язык через его фигуры становится средством психического воздействия на слушателя. Проблема выбора между прямыми и непрямыми формами воздействия на слушателя — это проблема соотношения прямых и косвенных речевых актов. Используя богатейшие возможности языка, логические и аналитические средства убеждения (в реальной речевой практике говорящий редко пользуется «логически чистыми» умозаключениями, довольствуясь чаще всего энтимемами), риторика способна создавать эффекты необыкновенной силы.

В нашем исследовании мы придерживаемся точки зрения, согласно которой фигуры так же естественны для языка, как слова, использующиеся в прямых значениях, и не являются отклонением от некой «мыслимой» нулевой ступени. Такая концепция есть концепция воспринимающего сообщение, а не создающего его. Используя широ-

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

[elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)