

ДИСКУРСИВНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ АНГЛИЙСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКЕ

Л. Ю. Королева

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов

Рецензент д-р пед. наук, профессор Р. П. Мильруд

Ключевые слова: дискурсивный подход; когезийный аспект; когерентный аспект; контекстный аспект; экономический дискурс.

Аннотация: Рассмотрены проблемы преподавания делового иностранного языка в современном мире, требующие знания экономической ситуации, лежащей в основе экономического дискурса. Проанализирован принцип дискурсивного подхода к обучению деловой лексике английского языка. Дана характеристика экономического дискурса, выделены его составляющие и их роль в изучении иностранного языка.

Современная система преподавания иностранного языка включает в себя достаточно многосторонние аспекты, которые помимо традиционного обучения лексике и грамматике изучаемого языка, а также основным видам речевой деятельности, должны затрагивать вопросы межкультурной коммуникации и учитывать требования времени к владению иностранным языком.

Последние, в свою очередь, обуславливают выбор лингвистического содержания преподавания иностранного языка, что особенно актуально для обучения иностранному языку в специальных целях. Интересным с этой точки зрения является обучение деловому английскому, который отражает сложившуюся экономическую ситуацию.

Главной отличительной чертой экономической ситуации сегодня является глобализация рыночных отношений, выход многочисленных компаний на международный уровень, жесткая конкуренция в условиях научно-технического прогресса, требующего постоянной готовности компаний и менеджеров к внедрению новых достижений и изобретений в производственную сферу, а затем их реализации потребителям. В борьбе

Королева Людмила Юрьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Международная профессиональная и научная коммуникация», e-mail: lyu-korolyova@yandex.ru, ТамбГТУ, г. Тамбов.

за последних компаниям приходится конкурировать, что приводит к появлению различных способов привлечения внимания клиентов, таких как рекламные кампании, слоганы, логотипы, специальные акции и т.д.

Исходя из этого, обучение деловому английскому должно учитывать все основные черты и особенности экономических отношений и содержать в своей основе обучение экономическому дискурсу и его составляющим, что является дискурсивным подходом к преподаванию иностранного языка. Хотелось бы акцентировать внимание на использовании этого подхода для обучения экономической лексике английского языка.

Дискурсивный подход подразумевает такое обучение экономической лексике, которое будет считать основополагающим контекстное значение слова. Словарные значения того или иного экономического термина не всегда или совсем не передают истинного смысла. Проблема состоит в том, что слово, вырванное из текста, в котором оно используется, теряет свою основную коннотацию. При этом следует также отметить, что в контексте слово несет и передает все чувства, знания, образ мышления говорящего, а также, обобщая весь дискурс, культуру и особенности страны, представителем которой является участник дискурса.

Дискурсивный подход помогает сформировать у обучающихся фоновые знания, которые необходимы для понимания не только значений экономических терминов, но и их широкого коммуникативного смысла. Такой подход реализуется с помощью ряда упражнений, в частности составления вокабулярных схем, при выполнении которых формируются экономические знания, лексико-когезийные связи между словами, позволяющие выявить центральные идеи экономических текстов [1].

Дискурсивный подход к обучению понимания английской экономической лексики реализуется в трех аспектах: контекстном, когезионном и когерентном, связанных воедино в экономическом дискурсе.

Благодаря контекстному аспекту дискурсивного подхода изменяется понимание значений многих экономических слов, они получают совершенно иные контекстуальные значения, отличные от словарных, и благодаря контексту значение экономических слов запоминается лучше. Преимущество когезийного аспекта в том, что формируется прочная лексическая основа в экономическом дискурсе в виде тематически соотнесенных слов. Понимая центральную идею, обеспечивающую когерентность дискурса, обучающиеся более глубоко постигают значение и смысл целевых слов в процессе восприятия иноязычного экономического дискурса [1].

Рассмотрим каждый из этих аспектов на примерах, взяв за основу учебник «Market Leader. New Edition: Upper-Intermediate» [5]. При изучении темы «Job satisfaction» обучающимся предлагается прочитать статью из газеты «Financial Times» под названием «Perks that work». Приведем отрывок из нее: «Not only are employees being pampered, they are getting more money, better benefits and help with personal problems such as child care and financial planning...» [5] (рис. 1).

Проанализируем использование и интерпретацию одного из экономических терминов. *Во-первых*, в названии статьи употреблено слово *perk*,

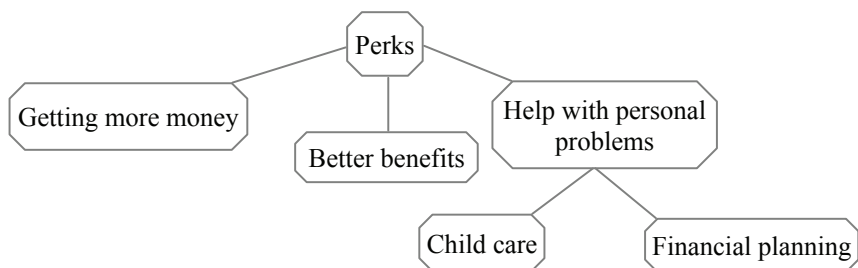


Рис. 1. Вокабулярная схема с ключевым словом «perks»

имеющее следующее значение в англо-английском словаре: «an extra payment or benefit that you get in your job; a benefit or advantage that you get from a situation» [6]. В англо-русском словаре это слово означает: «1) приработок, случайный доход; 2) то, что по использовании переходит в распоряжение подчиненных, слуг; 3) чаевые; 4) привилегия, прерогатива» [2].

Во вторых, при сравнении этих определений становится очевидной разница, объясняющаяся разными культурами, сложившимися в Великобритании и России, а также условия организации труда, которые также являются частью этих культур. В англо-английском словаре приводится общее значение слова и его отдельная коннотация в сфере профессиональной занятости. В англо-русском словаре этому слову соответствуют четыре значения, имеющие какие-то сходства, но в большей степени применяемые в разных сферах. Поэтому, при переводе слова *perk* на русский язык необходимо полагаться на контекст и после прочтения всей статьи становится понятно, что это слово в данном случае ближе к значению «привилегия, прерогатива». Хотя, в толковом словаре русского языка *привилегия* трактуется как: «1) преимущество, исключительное право, предоставляемое кому-то в отличие от других; 2) преимущественное право на разработку, эксплуатацию; 3) вообще преимущество, льгота» [4].

Следовательно слово *привилегия* не совсем точно отображает значения, приведенные в англо-английском словаре, т.к. *extra payment* в русском языке – это премия. Но, возвращаясь к вышеприведенному дискурсу, можно сказать что слово *perk* означает *поощрения и социальную поддержку*, т.к. эти слова наиболее точно отражают то, что имеется в виду в части дискурса «they are getting more money, better benefits and help with personal problems such as child care and financial planning».

С точки зрения когезийного аспекта, на основе данного дискурса можно выделить слова, соотнесенные тематически, в нашем случае с понятием *perks*, и представить вокабулярную схему, которая иллюстрирует когерентный аспект дискурсивного подхода, выделяя центральные идеи.

Достаточно интересный материал для изучения делового английского можно найти сегодня в Интернете. Специальные обучающие сайты дают возможность как преподавателям, так и обучающимся постичь мир экономического дискурса английского языка на примере аутентичных текстов, связанных с различными новостями и событиями, происходящими в мире. Например, на сайте www.breakingnewsenglish.com можно выбрать уровень

владения английским языком и исходя из этого прочитать предлагаемые варианты экономического дискурса, после изучения которого преподаватель предлагает обучающимся интерпретировать те экономические термины, которые использовались в дискурсе, в том числе основываясь на вокабулярных схемах. Затем обучающиеся выполняют серию упражнений, направленных на изучение и закрепление этой экономической лексики. Материал очень разнообразен и подходит как для самостоятельной работы, так и для групповой работы в классе.

Знание экономической лексики английского языка, в свою очередь, помогает понять современный деловой дискурс русского языка, в котором встречается много заимствований из английского. Последнее объясняется тем, что в результате взаимодействия в экономическом дискурсе двух или нескольких культур, происходит неизбежный процесс интерференции языков, что, в большинстве случаев, приводит к замещению слов исконного языка заимствованными иностранными словами, необходимость использования которых может быть обусловлена рядом причин.

Часто эти заимствования являются кальками, и без их знания невозможно понять дискурс в русском языке. Например, «белый воротничок» – от англ. «white collar» («those who work in offices rather than doing physical work») – служащий компании; но антоним этого понятия, а именно «синий воротничок» – от англ. «blue collar» («people who do physical work in places such as factories and mines» [6]) – рабочий на заводе или шахтер, не укоренился в русском языке, возможно, из-за несоответствия формы одежды рабочих в России и за рубежом.

Отдельным, но в то же время основополагающим элементом экономического дискурса, является реклама, обладающая своими чертами. Хотелось бы обратить внимание на такие ее аспекты, как слоган и так называемый логотип или товарный знак.

В первом часто используются полные заимствования целых предложений, например, «LG – ideas for life», «Bridgestone – passion for excellence», отражая ту ситуацию, которая возникла в России в результате межкультурных коммуникаций. Популярность английского языка настолько велика (являясь следствием научно-технического прогресса, прежде всего, в англоязычных странах), что для привлечения внимания потенциальных покупателей к какому-либо товару или услуге обращаются к полным заимствованиям, даже не пытаясь их перевести. Так как россияне активно начали изучать английский язык, такие простые предложения, повторяющиеся неоднократно в течение дня в средствах массовой информации, особенно на телевидении, запоминаются очень быстро, не требуя аналога в родном языке. При этом они являются частью дискурса английского языка и переходят в дискурс русского языка.

Что касается товарного знака, то он, являясь смысловым ядром рекламы, призван привлечь внимание покупателей, заинтересовать их, побудить к действию, а это, в свою очередь, «влечет за собой рождение коммуникативно-прагматической ситуации, в которой происходит акт взаимодействия производителя с потребителем через посредника – товарный

знак» [3]. Можно сказать, что это тот же самый дискурс, из которого взяли отдельное слово, но оно несет за собой множество ассоциаций, мыслей, чувств и восприятий.

В некоторых случаях в качестве товарных знаков используют имена собственные, а именно фамилии тех, кто имел непосредственное отношение к производству чего-то, или чья идея послужила стимулом к производству товара или услуги, например, *FORD*, *LINCOLN*, *MERCEDES*. В русском языке эти названия остаются без изменений, как и большинство имен собственных, несмотря на то, что в некоторых случаях имена собственные претерпевают влияние языка-реципиента.

В данном случае обучение экономической лексике должно строиться на тех целевых идеях, которые заложены в товарных знаках, и на основе которых можно также создать вокабулярные схемы, реализуя три аспекта дискурсивного подхода к обучению лексике.

Таким образом, преподавание делового английского сегодня должно быть неразрывно связано с составляющими экономического дискурса, в том числе с его важным элементом – рекламой, основополагающими чертами которой являются слоган и логотип, и отражать требования времени к знанию иностранного языка в экономической сфере. При этом обучение деловой лексике целесообразно проводить на основе дискурсивного подхода, состоящего из контекстного, когезийного и когерентного аспектов, в целом дающих представление об использовании термина в конкретной ситуации и его соотносительности с другими экономическими понятиями.

Список литературы

1. Горбачев, В. Е. Обучение пониманию лексики в процессе восприятия экономического дискурса: автореф. дис. ... канд. пед. наук 13.00.02 / В. Е. Горбачев. – Тамбов, 2004. – 26 с.
2. Мюллер, В. К. Англо-русский словарь / В. К. Мюллер. – 23-е изд., стереотипное. – М. : Рус. яз., 1992. – 845 с.
3. Стадильская, Н. А. Вербальный товарный знак как отражение национальной культуры / Н. А. Стадильская // Иностран. яз. в shk. – 2008. – № 8. – С. 82 – 87.
4. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь русского языка / Д. Н. Ушаков. – М. : Альта-Принт, 2005. – 1216 с.
5. Cotton, D. Market Leader. New Edition: Upper Intermediate Business English coursebook / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent – Pearson Education Limited, 2006. – 174 p.
6. Educ, M. English Dictionary for Advanced Learners. International Student Edition / M. Educ. – Macmillan Publishers Limited, 2002. – 1695 p.

References

1. Gorbachev V.E. *PhD Dissertation (pedagogy)*, Tambov, 2004, 169 p. (In Russ.)
2. Myuller V.K. *Anglo-russkii slovar'* [English-Russian dictionary], Moscow: Russkii yazyk, 1992, 845 p. (In Russ.)
3. Stadul'skaya N.A. *Inostrannye yazyki v shkole*, 2008, no. 8, p. 82-87. (In Russ.)
4. Ushakov D.N. *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [Dictionary of Russian language], Moscow: Al'ta-Print, 2005, 1216 p. (In Russ.)

5. Cotton D., Falvey D., Kent S. *Market Leader. New Edition: Upper Intermediate Business English coursebook*, Pearson Education Limited, 2006, 174 p.

6. Educ M. *English Dictionary for Advanced Learners. International Student Edition*, Macmillan Publishers Limited, 2002, 1695 p.

Discursive Approach to Teaching English Business Vocabulary

L. Yu. Korolyova

Tambov State Technical University, Tambov

Keywords: coherent aspect; cohesive aspect; contextual aspect; discursive approach; economic discourse.

Abstract: The article deals with the problems of teaching Business English in the modern world, where the knowledge of the economic situation which is basic in the economic discourse is required. The discursive approach to teaching English business vocabulary is examined. The specification of the economic discourse is also given as well as the analysis of its components and their role in the process of studying a foreign language.

© Л. Ю. Королева, 2016