

Н. П. Антоненко

Научный руководитель

О. В. Шверда

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

BUSINESS ENGLISH И GENERAL ENGLISH: РАЗЛИЧИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ

В современном мире английский язык является основным инструментом международного бизнеса. Однако практика показывает, что далеко не каждый, кто свободно говорит по-английски, способен успешно провести переговоры или заключить контракт. В данной работе были рассмотрены принципиальные различия между общим и деловым английским языком, а также проблемы, возникающие при их смешении.

Актуальность темы продиктована запросом реального сектора экономики. Работодателям нужны специалисты, готовые к профессиональной коммуникации, а не просто носители разговорного языка. Конкурентоспособность компании на международной арене сегодня во многом определяется тем, насколько ее сотрудники владеют деловым английским, а не бытовым английским языком.

Цель работы – выявить ключевые различия между General English и Business English и на конкретных примерах показать последствия их неразличения.

Различие в целях и контексте лежит в направлении использования целей, General English ориентирован на повседневное, бытовое общение (семья, хобби, путешествия), т. е. язык помогает человеку «выживать» в языковой среде, адаптироваться, находить друзей, решать бытовые вопросы. Business English – это инструмент для решения профессиональных задач: ведения переговоров, составления контрактов, проведения презентаций проектов, деловой переписки. Здесь язык перестает быть целью и становится средством достижения коммерческого успеха. Комбинирование этих двух установок ведет к серьезной методологической ошибке, так как изучение делового английского языка часто пытаются выстроить по принципам общего, не осознавая, что в бизнес-среде язык оценивается не по грамматической правильности, а по эффективности достигнутого результата. Наиболее распространенная проблема переноса разговорных моделей в деловой среде, с которой сталкиваются специалисты, – это механический перенос разговорной лексики и прямолинейных грамматических конструкций в официальном общении. То, что приемлемо в дружеской беседе, в деловой переписке или на переговорах, может быть воспринято как давление, бестактность или непрофессионализм.

Фраза «We want to change the price» грамматически верна, но в деловой переписке звучит как давление и непрофессионализм. Этикет требует смягченной конструкции: «We would like to reconsider the pricing terms». Пренебрежение этим правилом создает впечатление о недостаточной коммуникативной компетенции говорящего, формирует у контрагента устойчивое впечат-

ление, что компанию представляют дилетанты, не знакомые с нормами деловой культуры. Деловой этикет требует смягченной, более дипломатичной конструкции.

Еще одно различие в лексическом составе проявляется в том, что Business English оперирует узкоспециальной терминологией, которая отсутствует в стандартных разговорных курсах. Такие термины, как liabilities (обязательства), equity (капитал), due diligence (комплексная проверка), являются обязательными для понимания документации, но не изучаются в разговорных курсах. Последствия незнания терминологии могут быть самыми серьезными, от недопонимания существенных условий сделки до прямых финансовых потерь. Более того, в деловом английском языке важна не просто лексическая осведомленность, а точность словоупотребления. Подмена близкого по звучанию, но разного по смыслу термина может привести к изменению юридических последствий договора. Такое незнание терминов ведет к непониманию сути сделки и финансовым потерям.

General English не готовит специалиста к работе с конкретными деловыми жанрами. Студенты не учатся писать коммерческие предложения, служебные записки или протоколы встреч, аналитические отчеты или пресс-релизы. Каждый из этих жанров имеет строгие структурные, стилистические и содержательные каноны, нарушение которых снижает эффективность коммуникации. Практический пример: деловая презентация в Соединенных Штатах Америки или Германии требует жесткой логики (проблема – решение – выгода). Аудитория ожидает четких формулировок, конкретных цифр и линейного изложения. Если выпускник строит выступление как свободный рассказ (как на уроке General English), он теряет внимание и доверие аудитории. Более того, в ряде культур подобная манера может быть истолкована как неподготовленность или неуважение к регламенту.

Деловой английский язык универсален. Владение языком на уровне носителя еще не гарантирует успеха в международных коммуникациях, деловой английский язык требует адаптации под культурные особенности партнера. Например, для переписки с партнерами из Германии важна краткость и точность. Для компаний из Объединенных Арабских Эмиратов, напротив, критически важны развернутые формулы вежливости, уважительное обращение и неторопливый тон. Использование сухого, «протокольного» английского языка в арабской среде будет воспринято как неуважение.

Таким образом, деловой английский язык в реальной практике – это не просто знание языка, а метакомпетенция, включающая в себя способность анализировать культурный контекст и гибко адаптировать свою коммуникативную стратегию, здесь надо разграничение понятий. Нельзя считать владение разговорным английским языком достаточным для профессиональной деятельности. Business English – это отдельная дисциплина, а не «надстройка» над General English, такая попытка приводит к методологическим ошибкам в обучении и снижению практических результатов.

В обучении необходимо сместить акцент с абстрактных упражнений на работу с аутентичными документами, реальными контрактами, письмами и моделированием переговоров в формате ролевых игр, максимально приближенных к реальной практике.

Обучение Business English должно включать анализ того, как культурные особенности (прямолинейность, иерархия, отношение ко времени) влияют на выбор языковых средств и коммуникативную стратегию в целом. Помимо собственно языковых навыков, специалист должен развивать способность к рефлексии собственной коммуникативной практики, умение анализировать коммуникативные неудачи и корректировать свое поведение в зависимости от контекста.

Подводя итог, можно утверждать, что Business English – это не просто специализированный словарь и не набор для деловой переписки. Это комплексный навык профессионального поведения, включающий в себя терминологическую точность, жанровую грамотность, культурную адаптивность и коммуникативную стратегичность. Формирование этого навыка является обязательным условием для успешной и конкурентоспособной работы специалиста на международном рынке. В условиях глобализации и усиления международной кооперации разрыв между общим и деловым английским языком становится не просто методической проблемой, а фактором, напрямую влияющим на экономическую эффективность.