

A kontrasztivitás szerepe a (német) gazdasági nyelv oktatásában

1. Bevezetés: a nyelvismeret szerepe a vállalati versenyben

A nyelvpedagógia a nyelvvoktatás célját úgy fogalmazza meg, hogy fel kell készítenie a nyelv használóját a kommunikációs folyamatban való sikeres részvételre.²

A nyelv bizonyos szakmákban munkaeszközzé válik. Ilyen szakma a menedzseré is, a menedzsert munkaköre ugyanis a vállalati kommunikáció főszereplőjévé teszi.

A vállalati kommunikáció gazdasági kontextusban folyik, és korunk globalizációs trendjének megfelelően Magyarországon is egyre inkább idegen nyelveken. A magyar vállalat eredményes működése következésképp gyakran attól függ, milyen mértékben képes részt venni a menedzser az idegen nyelvű gazdasági kommunikációban.

A világpiacon számos vállalat kínál igen hasonló terméket. Minél kisebb a különbség az azonos célt szolgáló termékek illetve az eladásukra vonatkozó ajánlati feltételek között, annál nagyobb szerephez jut az üzletkötésben, hogyan kommunikálja a vállalat önmagát valamint termékét. BOLTEN szerint a vállalati kommunikáció a nemzetközi versenyben ma már 70%-ban meghatározó tényező.³

¹ BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar Német–Olasz Nyelvi Intézeti Tanszék, tanszékvezető docens, Ph.D.

² Kurtán [2001], 34.

³ Bolten [1998], 3.

2. A gazdasági nyelv fogalmának értelmezése a menedzserek idegen nyelvi képzése szempontjából

A fentiekből következik, hogy a menedzsernek a szakmai valamint a nyelvi képzés során szakmájának specifikus nyelvhasználatát is meg kell tanulnia. Ezt a szakmaspecifikus nyelvhasználatot szoktuk gazdasági nyelvnek nevezni. Azt mondjuk tehát, hogy míg a leendő műszaki diplomásoknak a műszaki, az orvostanhallgatóknak az orvosi, addig a leendő menedzsereknek a gazdasági szaknyelvet kell elsajátítaniuk.

Bármilyen tárgy oktatásának megtervezésénél pontosan meg kell jelölni az oktatandó területet. A gazdasági nyelv oktatásának vonatkozásában ez azt jelenti, hogy meg kell határozni, mit értünk a gazdasági szaknyelv, vagy rövidebb nevén a gazdasági nyelv fogalmán.

A közhiedelem, ha egyáltalán elfogadja, hogy létezik szaknyelv, úgy véli, hogy a köznyelv egy meghatározott szakma jellegzetes szókincsének hozzáadása révén szakmaivá válik. Azaz: köznyelv + szakszókinccs = szaknyelv

A közhiedelemnek ellentmondanak azonban a nyelvészek, akik, bár a fogalmat a mindenkor vizsgálódási szempont és cél függvényében különféleképp közelítik meg, az alábbiakban egyetértenek:

- A különböző foglalkozások, szakmák, tudományterületek speciális nyelvhasználatát szaknyelvnek nevezzük, következésképpen csak az egyszerűség végett beszélünk „a szaknyelv”-ről, mert valójában „szaknyelvek”-ről van szó.
- A szaknyelvek a nemzeti nyelv részét képezik, annak rendszerén belül sajátos alrendszerként. Köznyelv és szaknyelvek egymástól nem határolhatók el me-reven, a szaknyelvek is a köznyelv elemeiből építkeznek.
- A szakszókinccs a szaknyelvek fontos, ám nem egyedüli kritériuma.

Ha elfogadjuk a nyelvészek álláspontját, akkor nyilvánvaló, hogy a gazdasági nyelv a nemzeti nyelven belül egy alrendszer, amelynek értelmezéséhez nem elegendő csak a szókinccset szemügyre venni. Ebben az esetben azt is kijelenthetjük, hogy az általános nyelvi ismereteknek bizonyos mennyiségű szakszóval történő kiegészítése nem elegendő a menedzser sikeres szakmai kommunikációjához. Már csak azért sem, mivel egy szó „szakmaisága” vagy „szakmai hovatartozása” kontextusból kiragadva többnyire igen nehezen vagy egyáltalán nem dönthető el.

A 70-es években megindult szövegnyelvészeti kutatások ráirányították a gazdasági nyelv kutatóinak figyelmét arra, hogy a gazdasági nyelv akkor válik a nyelvészet (és egyúttal a nyelvoktatás) számára hozzáférhetővé, leírhatóvá, ha a szövegben való megvalósulását teszik vizsgálatuk tárgyává.

Ennek következményeként a nyelvészek érdeklődésének középpontjába került maga a gazdaság, amely ily módon a közgazdász szemével a társadalmi termelés színtere, a nyelvész szemével pedig az a nyelvhasználati terület, ahol a gazdasági szövegek a gazdasági nyelv realizációjaként „megszületnek”. A gazdaság mint nyelvhasználati terület a gazdaság körforgásának közismert modelljével feltérképezhető, segítségével a gazdasági kommunikáció áramlásának összetett folyamata jól nyomon követhető. A gazdaságban ugyanis az áru- és pénzmozgást eredendően kommunikációs folyamatok teszik lehetővé, következésképp a modell alkalmas annak bemutatására is, hogy ki kivel kommunikál.

Figyelembe véve, hogy vizsgálati tárgyunk a menedzser kommunikációja, ezen belül pedig az idegen nyelven folyó kommunikáció, a modellnek egy olyan adaptációját mutatjuk be, amelyik szemlélteti, hogy a menedzser idegen nyelvű kommunikációja a gazdasági kommunikációnak csak egy részterülete.

Feladó:		Vevő:
a) belföldi vállalat b) belföldi vállalat c) belföldi vállalat d) belföldi vállalat e) külföldi vállalat f) külföldi bank g) külföldi állami szektor intézményei h) „rezidens külföld”		a) külföldi vállalat b) külföldi bank c) külföldi állami szektor intézményei d) „rezidens külföld” e) belföldi vállalat f) belföldi vállalat g) belföldi vállalat h) belföldi vállalat
kód = idegen nyelv ⇒ az üzenet kódolá- sa ⇒üzenet	⇒ csatorna ⇒ (zajforrás)	az üzenet dekódolása
←	visszacsatolás	←
Kommunikációs környezet: belföld + külföld		

A menedzser idegen nyelvű kommunikációját bemutató modell a nyelvészeti vizsgálódások szempontjából természetesen nem teljes, hiszen csak a kommunikáció résztvevőit jeleníti meg. A következő lépésben tehát azt kell szemügyre venni, hogy a kommunikáció milyen írott vagy beszélt szövegekben valósul meg. Ezzel tehát előtérbe kerül a menedzser idegen nyelvű szakmai kommunikációjában előforduló szövegek vizsgálata, ami egyúttal a gazdasági nyelv fogalmának didaktikai értelmezésére is utal: amikor dolgozatunkban az idegennyelv-oktatás kapcsán a „gazdasági nyelv” kifejezést használjuk, ezekre az írott vagy beszélt gazdasági szövegekre gondolunk.

Ha pontosabban fogalmazunk, akkor nem is a „szöveg”, hanem a „szövegműfaj” fogalmával kell dolgoznunk. A szövegeket globális céljuk szerint ugyanis négy alapvető szövegfajtába sorolhatjuk: ez a négy globális cél a leírás (pl. levél), az elbeszélés (pl. riport), az érvelés (pl. reklám) és az érzelmek kifejezésre juttatása (pl. vers). A szövegfajtákat szövegműfajok szerint tovább lehet osztályozni. Azonos szövegműfajhoz tartozó szövegeknek, így például a kereskedelmi leveleknek, az üzleti tárgyalásoknak, a jegyzőkönyveknek, a szerződéseknak stb. jellemző szerkezetük van. Egyazon műfajon belül természetesen nagyfokú eltérések lehetnek a nyelvi megvalósulás tekintetében (pl. szóhasználatban, stílusban) aszerint, hogy ki a szöveg alkotója, kinek szánja a szöveget, mi a tartalom, milyen körülmények között jön létre a szöveg, továbbá milyen konvenciók vannak az adott nyelvközösségben.

Németországban számos felmérést végeztek annak megállapítására, hogy az egyes vállalati munkakörökben a szakmai kommunikációban milyen szövegműfajok fordulnak elő jellemző gyakorisággal. Ezek a vizsgálati eredmények fontos információkat tartalmaznak a gazdasági nyelv oktatásának megtervezéséhez, mivel a szövegműfaji sajátosságok alapján vissza lehet következtetni az egyes munkakörök betöltéséhez szükséges nyelvismereti szintre, a nyelv eredményes használatához szükséges készségekre és jártasságra.

A felmérések alapján a menedzseri munkakörben legfontosabb szövegműfajok az alábbiak:

- a) *hangzó szövegek*: telefonbeszélgetés, megbeszélés, tárgyalás, termék-prezentáció, cégprezentáció, a médiában elhangzó szövegek;
- b) *írott szövegek*: az írott média szövegei, lexikon, kézikönyv, szakkönyv, levél, szerződés, jelentés, jegyzőkönyv, körlevél, prospektus, katalógus, termékleírás.

3. Szövegkritériumok és kontrasztivitás

Ha körülnézünk a tankönyvpiacon, a német gazdasági nyelv viszonylatában többnyire kétféle tananyaggal találkozunk. Az egyik csoportba tartozó tankönyvek gazdasági témákkal foglalkoznak (pl. *Das Marketing*, *Das Bankensystem*, *Die ungestörte Abwicklung des Geschäfts*), folyamatokat és jelenségeket írnak le, ennek megfelelően személytelen, főneveket halmozó stílusban, a szenvedő szerkezeteket előnyben részesítve bőven adagolják a szakszókincset. Ezek a tananyagok közvetítik ugyan a szakmával kapcsolatos ismeretanyagot, a szakmai nyelvhasználatot azonban – tekintve, hogy egyetlen műfajra, a tankönyvszövegre szorítkoznak – aligha. A tananyagok másik csoportja látszólag kiküszöböli az előző csoport hibáit, és számos szövegfajtát vonultat fel, sokoldalúan fejlesztve ezzel nemcsak a nyelvtanuló szókincsét, hanem nyelvi készségeit is. Ebbe a csoportba többségében a német nyelvterületen kiadott tankönyvek tartoznak, és az anyagok tükrözik, hogy a szerzők és a bevont szakmai tanácsadók a nyelvhasználatot tekintve a szakmában valóban otthon vannak. Ebből következik, hogy az univerzalizás igényével lépnek fel, célcsoportjuk nemzeti hovatartozás nélkül „az idegen anyanyelvű nyelvtanuló”. Számos erényük mellett ezeknek a tankönyveknek a fogyatékosága éppen az univerzalizás igényéből adódik: a hibrid nyelvtanuló figyelmét ugyanis viszonyítási alap – az anyanyelv – hiányában nem hívhatják fel azokra a különbségekre, amelyek az anyanyelv használatához képest az idegen nyelv használata során jelentkeznek. A gondolat nyelvi manifesztálódásában tapasztalható különbségek oka, hogy a nyelv egyszerre a kultúra teremtője és terméke, következésképp a nyelvi megvalósulási formák kulturálisan meghatározottak, ugyanakkor vissza is hatnak a kultúrára. Mivel a mindenkori gazdasági kultúra a nemzeti kultúra talaján alakul ki, ez a kölcsönhatás a gazdasági kommunikáció megvalósulási formáira nézve is érvényes.

A nyelvoktatásban, így a gazdasági nyelv oktatásában is következésképp fontos, hogy a nyelvtanuló felfigyeljen a nyelvhasználat kulturális meghatározottságára és ezt tudatosítva kialakuljon benne egyfajta kontrasztív látásmód. Ez előfeltétele annak, hogy nyelvtudása eljusson arra a szintre, amikor már nem fordítja a gondolatait, hanem az idegen nyelven gondolkodik.

A kontrasztív szemlélet szükségességére a német gazdasági nyelv oktatása céljából készült tananyagok, ha egyáltalán kitérnek rá, többnyire egyrészt az idegen nyelv és az anyanyelv fogalmi rendszerében található eltérések (pl. nehezen fordítható rangok, címek, intézménynevek, adófajták), másrészt az interkulturális kommunikáció, elsősorban a tárgyalási stratégiák pszichológiai szempontú megközelítése, valamint a testbeszéd kulturális sajátosságai kapcsán mutatnak rá.

Amiről ritkán esik szó és amire éppen ezért előadásunkban néhány kiragadott példa segítségével fel szeretnénk hívni a figyelmet, az az anyanyelv és az idegen nyelv egybevetésének fontossága a fonetikai, a morfológiai, a lexikai valamint a szintaktikai szinten túlmenően a szöveg szintjén is. Amikor ugyanis kommunikálunk, ezt nem szavak vagy mondatok rendezetlen halmazával tesszük, hanem a szavak és mondatok szöveggé szerveződnek. A kommunikáció során szövegeket értünk meg és szövegeket alkotunk. Az emberi kommunikáció letéteményese vég-ső soron tehát a szöveg, az írásbeli vagy szóbeli kommunikációnak egy olyan je-lensége, ami attól válik szöveggé, hogy *négy*¹ feltételt teljesít:

- nyelvi megnyilatkozások szövedéke,
- a nyelvi megnyilatkozások egymásra épülnek és ezt a logikai kapcsolatot (ko-herenciát) nyelvi eszközök (kohéziós eszközök) is kifejezésre juttatják,
- szerkezete van,
- fajtaspecifikus.

Ha a szöveg lényegisége egy feltételrendszerben ragadható meg, akkor célsze-rűnek tűnik az anyanyelvi nyelvhasználatot az idegen nyelvvel annak alapján összevetni, hogy az egyes feltételek hogyan valósulnak meg. Az alábbiakban né-hány példa segítségével ezt kívánjuk megvilágítani.

a) A szöveg nyelvi megnyilatkozások szövedéke

A nyelvi megnyilatkozásokat úgy definiáljuk, hogy azok a különböző beszéd-szándékok megvalósulási formái. A beszéd-szándékok univerzális kategóriák, te-hát az emberek a világon mindenütt állítanak, kérdeznek, tiltakoznak, köszönetet mondanak, ellentmondanak, egyetértenek stb. Az azonban, hogy ezt egy adott nyelven hogyan lehet megfogalmazni, nagyban különbözhet. Ezért (is) kell a többi között a nyelvtanuló figyelmét felhívni a szó szerinti fordítás veszélyeire, amikor a nyelvtanuló produktuma grammatikai szempontból korrekt, a megfogalmazása azonban „magyaros”, emellett kommunikációs zavarokhoz is vezethet.

Példának vessük össze néhány olyan beszéd-szándék nyelvi megvalósulását magyarul és németül, ahol nem lehet szó szerint fordítani:

témaváltás *Ami a kérdését illeti...*

Aber nun zu Ihrer Frage...

kérés *Megtenné, hogy rendel nekem egy szobát?*

Würden Sie mir den Gefallen tun und ein Zimmer für mich bestellen?

köszönet *Köszönettel XY*

Mit bestem Dank XY.

megszólítás *Tisztelt Petersen úr!*

Sehr geehrter Herr Petersen!

részvét *Szomorú üdvözlettel, Péter.*

Mit stillem Gruß, Peter.

A beszéd-szándékok felvetik továbbá azt a problémát, hogy ugyanazt a beszéd-szándékot más-más módon lehet nyelvi formába önteni. A választást a konkrét kommunikációs szituációban a partnerek egymáshoz való viszonya dönti el. A nyelvtanulónak meg kell tanulnia, hogy műveletlennek, udvariatlannak, tapin-

¹ Engel [1991], 33.

tatlannak, bizonytalannak, alázatoskodónak stb tűnhet vagy akár nevetségessé válhat, ha beszédszándékát nem adekvát módon fejezi ki. A szó szerinti fordítás veszélyeire ebben az esetben is ügyelni kell.

Példák:

- Válaszreakció kínálásra *Darf ich Ihnen eine Tasse Kaffe anbieten?*
Ja, Sie dürfen. (Furcsa, megmosolyogtató válasz.)
Danke, gerne. (Adekvát válasz.)
- Visszakérdezés értési nehézségnél *Was?* (Formális kapcsolatban nagyon udvariatlan.)
Wie bitte? (Adekvát nyelvi megformálás.)
- Egyet nem értés *Das ist nicht wahr!* (Sértő.)
Ihre Auffassung kann ich nicht teilen. (Udvarias.)
- Udvariassági fordulat telefonálásnál *Störe ich Sie nicht?* („Nem zavarok?” szó szerinti fordítása, tipikus magyar negatív megközelítés.)
Paßt mein Anruf gerade? (Adekvát nyelvi megformálás.)
- Nézetazonosság, nézetkülönbség *Sehen Sie das nicht so?* („Ön nem így látja?” egyet nem értést sugalló, tipikus magyar negatív megközelítés.)
Sehen Sie das auch so? (Adekvát nyelvi megformálás.)

Meg kell említenünk ezenkívül, hogy egy nyelvi megnyilatkozás nem feltétlenül szolgál mindig egyazon beszédszándék kifejezésére: ilyenkor az aktuális jelen-tés a szituációban értelmezhető.

Például: „*Es zieht.*” (Huzat van.)

A kijelentés lehet tényközlés vagy felszólítás az ajtó becsukására vagy indirekt utalás arra a tapintatlanságra, hogy valaki nyitva hagyta az ajtót stb.

b) Kohézió, koherencia

A szöveg akkor szöveg, ha a nyelvi elemek egymásba kapcsolódása és a gondolat logikai íve azzá teszi. A logikai ív töretlenségét gyakran éppen a megfelelő nyelvi elem kiválasztása biztosítja. Ez azonban nem könnyű, hiszen a szövegszervező elemek a különböző nyelvekben más-más módon működnek. Nyelvtanulók szövegalkotási feladatait (magyar nyelvű gazdasági szövegek tömörítése német nyelven, fordítás) olvasva gyakran tapasztalja a tanár, hogy azok csupán egymás mellé sorakoztatott mondatokból állnak. A nyelvi megnyilatkozásokat szöveggé szervező eszközök közül az ún. konnektorok – a névelő, a névmás, a határozószó, a partikula – használata gyakran helytelen, a retorikai eszközök használata szegényes, a tematikai progresszió és a belegondolt tartalom gyakran alig követhető nyomon.

Néhány kiragadott probléma:

Közismert, hogy a felsorolt szövegszervezők közül az *utalószóknál* milyen nehezen szokja meg a magyar anyanyelvű nyelvtanuló a német nyelvben a nemek megkülönböztetését, az élettelen tárgyakra a nemüknek megfelelő személyes névmással történő utalást vagy a névmásoknál a folytonos ügyelést a nem, a szám és az eset szerinti egyeztetésre. A nyelvtanulónak azonban tudatában kell lennie annak, hogy amikor a névelővel és a névmással a nyelv grammatikai rendszeré-

nek egy-egy elemére helytelenül utal, a grammatikai rendszer elleni vétség szövegszinten az információ torzulását vonhatja maga után.

Megkülönböztetett figyelmet kell fordítanunk továbbá a *deiktikus elemeknek* a szóbeli kommunikációban (pl. az üzleti tárgyalásban) betöltött szerepére, mivel a nonverbális kommunikáció nemcsak a verbális kísérőjelensége, hanem bizonyos nyelvi elemeket helyettesíthet is. A kiemelést, a rámutatást, a nyelvi elem kihagyását az intonáció jelzi. Mivel az intonáció nyelvspecifikus jelenség, az autentikus hang- és videófelvételek nem hiányozhatnak a gazdasági nyelv oktatásából.

A *partikulák* nem utalószók, a használatukkal kapcsolatos nehézség magában a jelentésben rejlik. A magyar anyanyelvű nyelvtanuló a szótárt forgatva azonban a német nyelvben jórészt másképp használatos modális partikulákat illetően például nehezen igazodik el az előre (eigentlich, sicher, zwar stb.) és a visszautaló (allerdings, freilich, immerhin stb.) funkciókat illetően. Itt eredeti szövegek olvasása vagy a nyelvterületen eltöltött idő segíthet.

A *retorikai eszközök* gazdag tárházát (ismétlés, fokozás, párhuzam, ellentét stb.) különösen a reklámszakma iránt érdeklődő nyelvtanulóknak kellene megismerniük, hiszen a reklámszövegek pontosan ezeknek az eszközöknek a hatására építenek. Ezeknek az eszközöknek és hatásuknak az ismerete segít eldönteni, hogyan lehet ugyanazt a terméket magyarul és német nyelven reklámozni. A két megfogalmazás aligha egymás fordítása.

c) A szövegszerkezet

A szöveg felépítését lehet makroszinten (a bevezetés, a tárgyalás és a befejezés együttes elemzésével), médioszinten (az egyes bekezdések szerint) és mikroszinten (a beszédaktusok kapcsolódása szempontjából) vizsgálni.

A kultúrák különbözőségében gyökerező nyelvi megvalósulási formákon belül az azonos szövegműfajok kultúránként eltérő szerkezetére hívja fel a figyelmet a többi között egy német tanulmány, amely amerikai, angol, francia és német éves zárlatok szerkezeti felépítésének valamint képi elemeinek egybevetésével foglalkozik.¹

Néhány érdekes megfigyelés:

Németországban törvény szabályozza, hogy az üzleti jelentés a kereskedelmi mérleg és az eredmény-kimutatás után az éves zárlat harmadik fejezete. Az angol törvény ezzel szemben öt fejezetet ír elő, az üzleti jelentés az eredmény-kimutatással kezdődik, és a negyedik fejezetnek felel meg.

A német átlagosan több mint kétszer olyan hosszú terjedelmű, mint az angol.

Tartalmi különbségek is vannak: a német beszámoló az elmúlt évről, kitekintést ad a jövőre és általában véve a vállalati kultúra közvetítője, míg az angol üzleti jelentés a részvényeseket a vállalat politikájáról, célkitűzéseiről, a vállalati kultúráról tájékoztatja és egyben fontos marketing eszköz.

A nonverbális kommunikáció egyik eszköze írott szövegeknél a kép. A vizsgált német üzleti jelentésekben a képi illusztráció 6,4%-a ábrázol személyt, az angol üzleti jelentésekben ez az arány 17,5%, amiből fontos következtetéseket lehet levonni a vállalati kultúrára nézve.

¹ Bolten, Dathe, Kirchmeyer, Roennau, Witchalls, Ziebell-Drabo [1993].

Az eltérő médiostruktúrákra, az érvelési technikák kulturális meghatározottságára hívják fel a figyelmet CLYNE kutatásai.¹ CLYNE megállapítja a többi között, hogy az angol érvelésre a linearitás, a németre a sokszoros elágazás jellemző.

d.) Fajtaspecifikusság

A fajtaspecifikussággal a szövegműfajok kapcsán már foglalkoztunk. Kiegészítésképpen csupán azt kívánjuk megjegyezni, hogy nemcsak a szövegfajták csoportosíthatók műfajok szerint, hanem bizonyos műfajok több szövegfajtát is képviselhetnek: egy kereskedelmi levél lehet leíró, ha a cél az áru megrendelése, és argumentáló, ha reklamációról van szó stb. A nyelvtanulónak meg kell ismerkednie adott szövegfajták és műfajok sajátosságaival az anyanyelv és a célnyelv viszonylatában.

4. Összefoglalás és didaktikai konklúzió

A menedzserképzésben a szaknyelvoktatás a gazdasági nyelv oktatását jelenti. Az alkalmazott nyelvészeti kutatások a gazdasági nyelvet a gazdasági kommunikáció írott és beszélt szövegeiben látják realizálódni. A gazdasági nyelv idegen nyelvként történő oktatásához célszerű a menedzser idegen nyelven folytatott szakmai kommunikációjából kiindulni, és tananyagnak a leggyakrabban előforduló szövegműfajokat kiválasztani. A kiválasztott szövegműfajok rendelkeznek a szöveg ismérveivel, azaz nyelvi megnyilatkozásokból építkeznek, jellemző szerkezetük van, rendelkeznek a koherencia és a kohézió nyelvi-logikai eszköztárával és valamilyen szövegfajtához tartoznak. Ha az egyes szövegműfajokat a szövegkritériumok alapján szemügyre vesszük, az anyanyelv és a célnyelv között számos nyelvi megvalósulásbeli eltérést találunk. Ezek az eltérések a kultúrában gyökereznek, amit a nyelv formál, és ami formálja a nyelvet. A gazdasági kultúra mint szubkultúra és a nyelv kölcsönhatása nyilvánvaló.

A gazdasági nyelv oktatási követelménye, hogy a nyelvtanuló képessé váljon az idegen nyelven folytatott szakmai kommunikációban konkrét célja elérése érdekében megfelelő műfajú szöveg alkotására, a szöveg műfaji jellemzőinek és a kulturális sajátosságokból eredő nyelvi megfogalmazásbeli különbségek figyelembe vételével. Az oktatás célja, hogy a tanítási-tanulási folyamatot ennek a követelménynek megfelelően szervezze meg. Mindebből visszakövetkeztethetünk a gazdasági nyelvoktatás tervezési feladataira, amit összefoglalóan a következőkben jelölhetünk meg:

- a célcsoport nyelvi szintjének megállapítása,
- a célcsoport nyelvi szintjének megfelelő, a menedzser kommunikációjában releváns szövegműfajok kiválasztása,
- a kiválasztott szövegek nyelvi eszközeinek vizsgálata a kommunikációs cél szerint, a kontrasztivitás elve alapján,
- nyelvismereti-, jártasság- és készségfejlesztő gyakorlatok kidolgozása a szakmai tartalom szem előtt tartásával,

¹ Clyne [1993].

- az oktatási segédanyagok és eszközök meghatározása,
- a tanmenet elkészítése,
- módszerek kidolgozása az elsajátítottak alkalmazásának ellenőrzésére, mérésére.

Irodalom

- BOLTEN, J., DATHE, M., KIRCHMEYER, S., ROENNAU, M., WITCHALLS, P., ZIEBELL-DRABO, S.: Interkulturalität, Interlingualität und Standardisierung bei der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen. In: J. Bolten: Theorie und Praxis interkultureller Wirtschaftskommunikation. Jena, 1994, 90-121.
- BOLTEN, J.: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Forschungsstand und Perspektiven eines neuen Fachgebietes. In: Personalwesen, Organisation und Marketing. Jena, 1998, 3-21.
- BORGULYA, I.: Üzleti kommunikáció kultúrák találkozásában. Janus Pannonius Tudományegyetem Pécs, 1996.
- BUHLMANN, R., FEARN, A.: Handbuch des Fachsprachenunterrichts. Langenscheidt, Berlin, 1987.
- ENGEL, U.: Deutsche Grammatik I. Julius Groos Heidelberg, Múzsák Kiadó Budapest, 1991.
- KURTÁN, ZS.: Idegen nyelvi tantervek. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2001.
- TROSBORG, A.: Texttypology and translation. Amsterdam-Philadelphia, John Benjamins, 1997.