

требление лексики в ошибочном значении (*делать экскурсию*). На письме возникают ошибки при использовании формально мотивированных словосочетаний, которое диктуется законами жанра. Например, *довести до сведения, принять меры, обратить внимание, сделать замечание, выразить уважение* и пр.

Очень часто в ходе работы по формированию и совершенствованию навыков употребления глагольно-именных словосочетаний эффективны такие виды деятельности, как: использование таблиц, схем, речевых образцов, в обобщенном виде иллюстрирующих своеобразие управления глаголов некоторых лексико-семантических групп; теоретические комментарии и примеры на основе оппозиций перед выполнением языковых упражнений определенной тематики; языковые упражнения, способствующие преодолению грамматических трудностей; условно-речевые упражнения (постановка вопросов и ответы на них, обсуждение прочитанного текста восстановление исходного текста по опорным словам, задания в игровой форме); речевые упражнения (составление рассказа, пересказ текста определенной стилиевой направленности, написание мини-сочинений на заданные темы).

«КУЛЬТУРНАЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ» КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Соловьёва Л. В., Белорусский национальный технический университет

На сегодняшний день можно с уверенностью отметить, что главной социополитической тенденцией современного мира является глобализация, которая, в свою очередь, оказывает влияние на все аспекты развития мирового хозяйства. Прежде чем говорить о влиянии глобализации на отрасль экономики и тех задачах, которые она ставит перед будущими специалистами, а, следовательно, и их преподавателями, следует подробнее изучить понятие «глобализация».

Большинство ученых понимают глобализацию как процесс преобразования мирового хозяйства в единый открытый рынок товаров, услуг, рабочей силы и т. д. Так Г. Коллодко пишет: «Глобализация — это исторический процесс либерализации и интеграции рынков товаров, капиталов и труда, которые прежде функционировали в определенной степени изолированно, в единый мировой рынок». При этом ряд авторов связывает глобализацию с ростом экономической интернационализации, происходившей на протяжении XX в., результатом которой стало развитие взаимозависимости хозяйств не только стран, но и регионов. Согласно определению М. Интриллигейтора, глобализация означает «значительное расширение мировой торговли и всех видов обмена в международной экономике при явно выраженной тенденции к большей открытости, интегрированности и отсутствию границ».

Исходя из вышесказанного, ведение будущими выпускниками экономической деятельности в условиях глобализации требует от преподавателей экономических специальностей сформировать у студентов не только ряд профессиональных компетенций, таких как компетенция организационно-управленческой деятельности, аналитическая компетенция, компетенция научно-исследовательской и расчетно-экономической деятельности, коммуникативная компетенция, иноязычная коммуникативная компетенция и др.; но и помочь им изучить и понять культуры различных стран мира для развития у них «культурной осведомленности». Что касается понятия «культурная осведомленность», то существует ряд определений данного понятия. Некоторые зарубежные ученые (*R. Brislin, R. Worthley, B. Macnab*) утверждают, что «культурная осведомленность» это наблюдаемое явление, ответственное за культурное поведение и способствующее ответить на вопросы: что заставляет людей вести себя тем или иным образом, что является причиной подобных общих моделей поведения? Культурная осведомленность обусловлена необходимостью понимания сущности культуры и культурного воздействия одного предмета (индивида) на другого.

Представляется целесообразным знакомить студентов экономических специальностей с многообразием, особенностями и различиями деловой культуры различных стран мира с целью эффективного ведения ими международной деятельности. Развитие культурной осведомленности у студентов предполагает подробное знакомство их с особенностями ведения переговоров в разных странах, прогнозируемыми рисками предприятия в процессе разработки маркетинговой стратегии для запуска продукции в зарубежных странах, нормы делового этикета в той или иной стране и др. Все вышеперечисленное подробно рассматривается нами в процессе преподавания дисциплин «Деловое администрирование» и «Основы маркетинга», которые преподаются на английском языке. В ходе изучения раздела «Культура» изучаются особенности перевода и интерпретации рекламный слоганов, логотипов и даже брендов в зависимости от культурных и лингвистических особенностей той или иной страны. Прорабатываются и исследуются случаи отсутствия «культурной осведомленности» в процессе ведения международной деятельности и размеры убытков, которые они принесли владельцам предприятий. Студенты не только изучают эти примеры, но также ищут возможные варианты выхода из сложной ситуации и прогнозируют возможные трудности, с которыми можно столкнуться в будущем. Они проводят сопоставительный анализ делового этикета и культурных особенностей своей страны и других стран мира.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что формирование у студентов экономических специальностей культурной осведомленности стимулирует их творческое мышление, познавательную деятельность, учебную мотивацию, творческую активность личности, что, в свою очередь, способствует развитию у студентов познавательного интереса. По нашему мнению, именно развитие познавательного интереса у студентов является одной из основных целей преподавателя в процессе высшего профессионального образования.

ПОДГОТОВКА К МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ПОСРЕДСТВОМ СОИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ

Сологуб И. М., Белорусский национальный технический университет

В настоящее время наблюдается расширение сотрудничества и бурный рост международных контактов во всех сферах человеческой деятельности. При подготовке и проведении деловых переговоров возникает много проблем, связанных с устранением языковых барьеров, а также учетом особенностей межкультурной коммуникации. Знание определенных критериев, которые меняются в зависимости от культурной и национальной идентичности участников, будет способствовать успеху проведения международных переговоров. В международной деятельности необходимо учитывать культуру страны, традиции, особенности менталитета, систему ценностей, тип мышления, стереотипы поведения, деловую этику, особенности мотивации, восприятие времени и т. п. Следовательно, при установлении деловых контактов с представителями различных культур важно внимательно относиться к национальным особенностям в процессе межкультурной коммуникации.

Важная роль в этом процессе отводится иностранному языку, в основе обучения которому лежит фактор участия обучающихся в непосредственной и опосредованной межкультурной коммуникации, рассматриваемой как диалог культур. Поэтому важно организовать изучение языка на межкультурном уровне, когда одна культура соприкасается с другой, в результате чего особенно наглядно проявляется их специфика, отражаемая в языке.

В процессе соизучения иностранного языка и культуры у студентов формируется «культурная осведомленность», которая подразумевает наличие у них знаний о том, что использование языковых и коммуникативных средств обусловлено нормами поведения, принятыми культурой говорящих. Составляющими «культурной осведомленности» являются: осведомленность о существующих в родной культуре обучаемых нормах поведения; осведомленность об обусловленном иноязычной культурой поведении пар-