

ИЗУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ЗАЛОГ ВЫСОКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ

Соловьева Л.В.

Белорусский национальный технический университет

Современная тенденция глобализации ставит перед будущими специалистами задачу в процессе получения высшего образования не только получить знания, соответствующие их квалификации, но и внимательно изучить особенности ведения бизнеса в многокультурном и многоязыковом мире, который характеризуется крайней чувствительностью к политически некорректному подходу к ведению бизнеса. Таким образом, преподавателям иностранного языка, обучающим студентов экономических специальностей, необходимо организовывать процесс обучения так, чтобы совмещать изучение предмета с ознакомлением студентов с особенностями межкультурной коммуникации.

История теории межкультурной коммуникации берет начало в 1947 г., когда впервые была представлена в статье Эдуарда Т. Холла и Г.Л. Трэгера «Культура и коммуникация» [7], в которой они впервые рассматривали перспективы данной проблематики. История теории межкультурной коммуникации была непосредственно связана с потребностями политических, финансовых и дипломатических деятелей, т.к. ее исследование началось в Институте зарубежной службы (Foreign Service Institute — FSI), который специализировался на подготовке специалистов к работе за рубежом. Данная теория представляла научный интерес, т.к. существовала необходимость профессиональной подготовки дипломатов, военных и политиков.

На сегодняшний день существует несколько определений межкультурной коммуникации. Так, Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров

трактуют ее как адекватное взаимопонимание двух сторон коммуникативного акта, которые принадлежат к разным национальным культурам [1, С. 26]. Однако, практика показывает, что высокий уровень владения иностранным языком не является гарантией эффективной коммуникации с носителем языка. Это обусловлено тем, что каждое слово языка выражает его культуру, ментальность и обычаи народа, говорящего на нем. С.Г. Тер-Минасова считает, что «за каждым словом стоит обусловленное национальным сознанием представление о мире», а, следовательно, языки должны изучаться в неразрывном единстве с миром и культурой народов, говорящих на этих языках [3, С.27].

Современное политически корректное общество ставит перед преподавателями и студентами задачу знакомиться с особенностями культуры страны, язык которой изучается. Актуальность данной проблематики доказывается научным интересом большого количества ученых [4,6,8...], что свидетельствует о том, что, не смотря на повсеместную тенденцию глобализации, вопросы межкультурной коммуникации и «культурной осведомленности» (cultural awareness) до сих пор являются крайне острым.

Исходя из выше сказанного, перед преподавателем иностранного языка встает проблема организовать свои занятия таким образом, чтобы заинтересовать студентов экономических специальностей в изучении не только иностранного языка, но и особенностей ведения бизнеса, делового этикета, создания и запуска новой продукции за рубежом, ведения переговоров и основных культурных особенностей с представителями тех стран, которые могут впоследствии стать их деловыми партнерами. Для этого преподавателю надлежит готовить много интересного новейшего материала, который будет представлен в достоверных источниках. Необходимо также создавать ситуации близкие к реальным, например, ведение переговоров с деловыми партнерами из Китая. В процессе

переговоров студенты не только должны применять свои навыки иностранной коммуникативной речи, но и применять знания, полученные ими в процессе изучения экономических дисциплин, а также те знания, которые они получили на уроках иностранного языка, посвященных особенностям ведения бизнеса в иностранными партнерами. Целесообразно вовлекать студентов в беседу таким образом, чтобы у них возникала необходимость придумывать всевозможные коммуникативные стратегии, необходимые им для ведения их будущей деловой деятельности в условиях многокультурной рабочей среды. В процессе построения таких коммуникативных конструкций, сталкиваясь с различными «неожиданными» трудностями, студенты осознают роль изучения других культур в ведении переговоров, поймут, что для того чтобы заключить сделку с деловым партнером необходимо владеть определёнными инструментами, которые в свою очередь, часто обусловлены культурными особенностями.

Суммируя все вышесказанное, мы можем сделать вывод, что для того чтобы сформировать у студентов экономических специальностей навыки межкультурной коммуникации и культурную осведомленность, преподавателю иностранного языка необходимо руководствоваться коммуникативным методом преподавания иностранного языка, который направлен на коллективное обучение и преподавание. Поощряя студентов экономических специальностей использовать иностранный язык в предложенном контексте «реальной жизни», мы развиваем их умение вести свою деятельность в разнородном обществе, избегая коммуникативных ловушек. Отношение студентов и преподавателя к различным культурным особенностям будут меняться и переоцениваться в процессе обучения. Они начнут понимать ценности других культур, уважительно относиться к ним и реагировать на них политически корректно. Коллективное обучение характеризуется тем, что стимулирует независимое мышление у студентов,

позволяя им самостоятельно принимать решения, оно также научит их понимать собеседника и его манеру общения, адекватно действовать в заданной коммуникативной ситуации. Еще в 1997 г. Уильямс и Берден выдвинули идею о том, что «каждый ученик внесет различный набор знаний и опыта в процесс обучения, и по-разному «построит» свое собственное понимание ситуации, с которой они столкнутся. Индивидуальное понимание мира постоянно меняется в процессе адаптации человеком имеющихся знаний к новой информации» [5, р. 96]. Поэтому обучение должно быть непрерывным процессом, основанным на имеющихся знаниях о культурах, которые помогут справиться с современными проблемами многонационального мира.

Литература

1. Василик М.А. Основы теории коммуникации. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
2. Верецагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М.: 1990. – 120 с.
3. Тер-Минасова С.Г. язык и межкультурная коммуникация. - Слово / Slovo, Москва, 2000. – 146.
4. Bartel-Radic A. Giannelloni J.L.. A renewed perspective on the measurement of cross-cultural competence: An approach through personality traits and cross-cultural knowledge. *European Management Journal*. Volume 35, Issue 5, October 2017, Pages 632-644.
5. Williams, Marion and Burden, Robert, L. (1997). “Psychology for Language Teachers: a Social Constructivist Approach”. Cambridge: Cambridge University Press. Chapters 3 and 6.
6. Tombleson B. Wolf K.. Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review*. Volume 43, Issue 1, March 2017, Pages 14-25.

7. Trager, George L.; Hall, E.T.: Culture and Communication: A Model and Analysis. In: Explorations: Studies in Culture and Communication 3 (1954) 137 – 149.
8. Sit A., Mak A.S, Neill J.T.. Does cross-cultural training in tertiary education enhance cross-cultural adjustment? A systematic review. International Journal of Intercultural Relations. Volume 57, March 2017, Pages 1-18.