

Анализ работы механизмов межкультурного общения позволяет определить компонентный состав СКК у межкультурного посредника

Закономерно, что важными являются социокультурные знания, которые включают:

1) знание правил этноэтикета стран изучаемого ИЯ;
2) знание национально-специфического набора ценностей народов стран изучаемого ИЯ, оказывающего решающее влияние на порождение коммуникативных намерений, обуславливающих использование тех или иных тактик речевого и неречевого поведения. Например, в культуре народов англоязычных стран их перечень включает суверенитет личности, индивидуализм и равенство.

3) фактологический компонент социокультурных знаний.

Для использования данных знаний межкультурный посредник должен обладать целым рядом умений, которые мы определяем как умения межкультурного посредничества, т. е. умения реализовать соответствующие функции в различных видах деятельности межкультурного посредника. Представим их: экстернализационные, дифференцировочные, атрибутивные, прогностические, аналитические, тактические, собственно речевые, ретрансляционные, ретрансляционные, модификационные и интерпретационные. В свою очередь, указанные умения можно классифицировать на основные и вспомогательные для каждого вида деятельности.

Следующим компонентом СКК является уважительное отношение к иностранной культуре. Традиционно, к составляющим СКК относят положительное отношение (толерантное, заинтересованное и уважительное). Поскольку из данного перечня только последнее обеспечивает сформированность ценностных ориентаций на осуществление межкультурного посредничества, именно такое отношение мы включаем в состав СКК у данной категории пользователей ИЯ.

Итак, рассмотрение вопроса о сущности СКК у межкультурного посредника позволило нам конкретизировать ее составляющие, что, в свою очередь, выступает основой для разработки модели ее формирования у студентов языкового вуза.

ЛИНГВОРИТОРИЧЕСКИЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Сапеико М. М., Белорусский государственный университет

В целях интенсификации учебного процесса и повышения уровня владения иностранным языком на Факультете международных отношений Белорусского государственного университета используется такое вид работы как запись устных презентаций на видео и их последующий критический анализ. Цель данного вида работы заключается не только в усовершенствовании навыков и умений монологической речи, но и в ознакомлении студентов с основными требованиями и принципами организации современной публичной речи. Презентация как средство обучения и контроля широко используется на этапе учебной деятельности (монологическая речь на уроке, устный ответ на экзамене, курсовая работа, дипломная работа, учебные дискуссии, дебаты, полемика, конференции), а навыки публичной речи необходимы юристам-международникам в их будущей профессиональной карьере (на судебных заседаниях, деловых встречах, собраниях, научных конференциях, в политических дебатах, в вы-

ступлениях по радио, на телевидении и т. д). К тому же студенты сегодня проявляют живой интерес к общественно-политической жизни, что объясняет такую цифру как: 55% студентов хочет участвовать в дискуссиях, дебатах, конференциях. Но, к сожалению, только 33% признают, что они владеют навыками публичной речи, 33% — владеет не очень хорошо, и еще одна треть уверена, что совершенно ими не владеет.

Вышеупомянутые цифры говорят о растущей актуальности и необходимости расширения использования лингвориторического аспекта в обучении студентов иностранному языку. Чтобы ознакомить студентов с современными требованиями к публичной речи и обучить их первоначальным навыкам публичной речи студентам предлагается такой вид работы как критический анализ презентаций, записанных на видеоманитофон или компакт-диск.

Лингвистический аспект включает следующие этапы работы над языком:

- употребление активного словаря;
- работа над грамматическими и лексическими ошибками
- точность в выражении мысли,
- использование эпитетов, метафор, сравнений, гипербол, идиом;
- уместное употребление поговорок пословиц, изречений,
- использование статистических данных, цитат, афоризмов
- минимальное использование отрицательных структур.

Риторический аспект тесно и гармонично переплетается с лингвистическим.

Студентам предлагается проанализировать:

- соответствует ли выступление теме
- просматривается ли план выступления
- оригинальна ли лексика и удачны ли примеры
- много ли спорных положений
- скучный ли материал
- четкое воодушевляющее ли начало и заключение
- достигнута и ясно ли изложена цель выступления.

Необходимо отметить, что во время работы над презентациями студентам предоставляется возможность проанализировать паралингвистические и экстралингвистические средства невербального общения и приобрести навыки эффективного невербального поведения.

К паралингвистическим средствам относятся:

- голос, тембр, темп речи

Экстралингвистические или невербальные средства общения:

- одежда, украшения, жесты, жестикуляция, зрительный контакт
- положительный настрой к себе и к аудитории
- соблюдение регламента
- заинтересованность в своем выступлении
- использование вспомогательного материала.

После просмотра видеозаписи и критического анализа своих презентаций, студенты искренне удивлены, узнав, что они говорят слишком медленно или слишком быстро, очень тихо или с очень вялой артикуляцией. Многие не замечают, что они поправляют волосы, очки, ритмично раскачиваются из стороны в сторону, используют лишние слова, не умеют поддерживать зрительный контакт с аудиторией, не способны следить за реакцией аудитории, что их речь звучит, как правило, незмонотонно, монотонно и безразлично.

Анализируя содержание презентаций, они отмечают такие существенные недостатки как неумение интересно начинать и заканчивать свою речь и неумение соблюдать регламент.

Социокультурный аспект проявляется в том, что после просмотра видеозаписи, услышав и увидев себя со стороны, студенты приобретают навыки самоанализа и самокритики, учатся быть терпимыми к критическим замечаниям других, спокойно и вежливо отвечать на каверзные вопросы, толерантно относиться к чужому мнению, что неоспоримо ведет к формированию навыков положительного социокультурного поведения.

В заключение следует отметить, запись презентаций на видео и их последующий анализ оказывают сильнейшее эмоциональное воздействие на обучаемых, вызывают живой интерес к данному виду работы и самое главное, высокую активность в процессе обучения. В данном методе используется сочетание лингвистического, риторического и социокультурного аспектов, что решает одну из важнейших задач современного высшего образования: вооружить студентов знаниями, навыками и умениями, которые могут быть использованы как в учебной, так и в будущей профессиональной деятельности.

ВНУТРИ- И МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

Слепович В. С., Белорусский государственный экономический университет

Бизнес-коммуникация является сравнительно новой сферой научных исследований в Республике Беларусь. Сопоставление эффективности двух экономических систем — командной и рыночной — нередко становилось основанием для появления стереотипа о том, что все механизмы и технологии последней априори являются более совершенными. В их число входил и процесс бизнес-коммуникации. Безусловно, в силу многих причин (в их числе — отсутствие равновесия между спросом и предложением и, как следствие — обслуживания, ориентированного на клиента) во времена СССР фактически не было ни бизнеса, ни коммуникации. Однако процесс бизнес-коммуникации на Западе также далеко не всегда является эффективным (см: *Peter 1970, Bryson 1990, 1998*).

В последние годы продуктивными стали исследования в различных аспектах межкультурной бизнес-коммуникации (см., например: *Poncini 2003, Redeker 2003, Trosborg 2003*).

Совершенно очевидно, что эффективность процесса межкультурной коммуникации может быть достигнута лишь в том случае, когда активно задействованы все его компоненты (коммуникатор, канал, сообщение, реципиент) при наличии обратной связи и элементарного желания понять реалии другой культуры.

В данной работе анализу подвергнуты многочисленные случаи неэффективной бизнес-коммуникации как во внутрикультурном, так и в межкультурном контекстах в трех тематических областях: переговорном процессе, деловой переписке и сфере услуг.

Ниже приводятся отдельные примеры, иллюстрирующие неэффективность процесса бизнес-коммуникации.