

Максименко О.О.

кандидат педагогічних наук, доцент

доцент кафедри іноземних мов факультету фінансів

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРО ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ІНШОМОВНІЙ ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Анотація. Стаття висвітлює деякі питання змістової особливості іношомовної підготовки студентів економічних спеціальностей до міжкультурної комунікації в сучасних умовах глобалізованого світу. Розглянуто впливи культури на крос-культурну економічну діяльність. Відповідно до специфічних умов міжнародного бізнес середовища запропоновано теми необхідні для реалізації ефективної підготовки до міжкультурної комунікації студентів в межах програми з іноземної мови.

Ключові слова: іношомовна підготовка, студенти-економісти, іноземна мова, міжкультурна комунікація, економічна діяльність.

Abstract. The article deals with some peculiarities of contents of foreign language preparation of economics students for intercultural communication in the modern conditions of the globalised world. Some cultural influences on cross-cultural economic activity are represented. According to the specific conditions of international business environment, important topics of the foreign language curriculum aimed at the training students for the intercultural communication are suggested.

Key words: foreign language preparation, economics students, foreign language, intercultural communication, economic activity.

Постановка проблеми. Сучасні реалії функціонування в економічному просторі є глобалізованими з огляду на розширення рамкової і форматної взаємодії та взаємозалежність задіяних сторін, руху різновидів капіталу, товарів та послуг крізь існуючі державні кордони. Проте перетинаючи реальний та віртуальний простори, учасники економічного процесу діють безпосередньо у вимірах інших культур з притаманною їм величезною кількістю унікальних та специфічних реалій. Вони здійснюють ділову активність у полі законодавчих особливостей шляхом оперування мовними інструментами в координатах культурно-світоглядного виміру для успішного досягнення мети. Це вимагає від учасників процесу комплексного поєднання переліку знань, умінь, ставлень, якостей і здатностей, які уможливають успішно реалізувати багатоаспектне спілкування у контексті бізнес-середовища.

Аналіз останніх джерел. Особливості впливу спілкування на досягнення результатів у сфері бізнесу в умовах глобалізації аналізують науковці та практики, серед яких L. Guiso, P. Sapienza та L. Zingales, A. Kankaanranta та L. Louhiala-Salminen. Питання навчання міжкультурного спілкування знайшло своє втілення у працях M. Byram та G. Alred, E. Ntelioi та O. Kehagia. Опанування міжкультурної комунікації студентами вишів розглядають V. Behrnda та S. Porzeltb, R. Lindner, I. Luka, M. Zoranyan. Змістова компонента для економічної галузі у навчанні іноземним мовам на рівні терційної освіти розроблялася

R. J. Alexander, N. Gaffield-Vile, M. Herles, L. Jones, M. A. Sim, D. Popescu, E. Frendo.

Серед українських дослідників, що висвітлюють проблему міжкультурної комунікації в умовах глобалізаційних процесів, слід згадати А. Козак, М. Овсіюк, Е. Кучменко, Б. Кучменко, Т. Сніцу, В. Аксьонову, Г. Козловську, Я. Ніконенко, В. Щербину, Т. Лихольт. Що стосується міжкультурної комунікації у професійному контексті, то це питання піднімається М. Галицькою, В. Варех, О. Тур.

На проблемі міжкультурної комунікації у іншомовній підготовці студентів економічних спеціальностей зосередили свою увагу Т. Колбіна, О. Артюхова, О. Пейчева, Л. Коротка, О. Зеліковська. Особливостями міжкультурної комунікації менеджерів туризму займаються Н. Кобзар, Н. Чаграк, Г. Гритчук. Це питання у профільній підготовці економістів-міжнародників вивчає Л. Халезова. Дотично проблема змісту порушується у працях О. Кричківської, О. Березовської, О. Никитенко, О. Сніговської. Однак спектр згаданих досліджень навчання іноземним мовам залишає поза увагою широке коло вагомих аспектів контексту міжкультурної комунікації у економічній галузі.

Метою роботи є виявлення змістових особливостей міжкультурної комунікації у іншомовній підготовці студентів економічних спеціальностей в умовах сучасності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед основних понять, які є ключовими для означеної теми іншомовної підготовки студентів економічних спеціальностей слід виокремити зміст навчання, міжкультурні уміння і навички та міжкультурну комунікацію. Оскільки в освіті домінуючим на сьогодні є компетентнісний підхід, зміст навчання для професійної сфери охоплюватиме:

1) декларативні знання (знання світу, соціокультурні знання, міжкультурне усвідомлення), а також вміння і навички (практичні та міжкультурні вміння і навички, «компетенцію існування», вміння навчатися);

2) комунікативні мовленнєві компетенції (лінгвістичні, соціолінгвістичні і прагматичні) [2, с. 9–14].

Зважаючи на той факт, що міжкультурна комунікація виявляє професійну специфіку, вагомим є не просто засвоєння мовних знань, але й набуття здатності приймати та «адаптуватися» до культурних відмінностей у цілому. Взаємозалежність міжкультурної комунікації, що реалізується у загальній та у професійній сфері, а саме в економічній галузі, чітко виявляється при порівнянні діяльності у культурі повсякденного та бізнесового середовищ. Так, у Таблиці 1 представлені засадничі позиції культури у широкому значенні та культури бізнес середовища.

Таблиця 1

<i>Культура (culture)</i>	<i>Культура бізнес середовища (business culture)</i>
— суспільний спадок групи, спільноти або суспільства; — модель реакцій, з'ясованих, розвинених чи винайдених впродовж історії групи	— основна складова бізнесу, що має вплив на його стратегічні напрями; — впливає на управлінські рішення та усі бізнес функції від бухгалтерського

щодо вирішення проблем, які виникають зі взаємодії її членів, між ними та їх оточенням; — реакції вважаються правильним шляхом сприйняття, відчуття, розуміння та дії, які покладаються на нових членів через занурення та навчання; — визначає прийнятне чи неприйнятне, важливе чи неважливе, вірне чи хибне, здійсненне чи нездійсненне; — охоплює все, що вивчене і поділяється, чітко зрозуміло чи розуміють, припущення та переконання, знання, норми та цінності, а також ставлення, поведінку, одяг та мову.	обліку до виробництва; — потребує знань правил та поведінки, що вважаються прийнятними у суспільних та професійних відносинах іноземної країни; — культура та традиції країни змушують поводитися інакше пристосуватися до відмінностей бізнес культури; — недотримання може спричинити непорозуміння з іншою стороною та ризики невдалих переговорів.
--	--

[1]

Як видно з таблиці, культура бізнес середовища наслідуює особливості вихідної культури. Так, міжкультурна бізнес взаємодія знаходиться під впливом ключових факторів, серед яких інша культура, особливості ведення комерційної діяльності та власне лінгвістичний. Впливи культури на бізнес діяльність вирізняють ролі у веденні бізнесу (вирішення бізнес справ у спільноті за (не)можливості втручання жінок, наприклад), шляхи ведення бізнес діяльності (забезпечуються певними законами та звичаями країни) та мову для реалізації бізнес комунікації. Відтак, крос-культурна або міжкультурна взаємодія у бізнес середовищі, учасники якої походять з різних країн, збагачується відмінними цінностями та поглядами, бізнес практиками і вимагає ґрунтовної іншомовної підготовки до міжкультурного спілкування.

Оскільки міжкультурне усвідомлення базується передусім на знаннях та розумінні подібних і відмінних рис культур, то необхідним є обізнаність щодо типів бізнес культур та їх лінгвістичної особливості [2, с. 5, 103, 105]. Так, серед існуючих у сучасному світі вирізняють низько-контекстуальні культури (**low context culture**) та високо-контекстуальні культури (**high context cultures**). У низько-контекстуальних культурах, до яких відносять західні культури, представники покладаються на усну та писемну мову за її безпосереднім значенням. Повідомлення «кодуються» відправниками у сподіванні, що отримувачі точно «декодують» використані слова для правильного їх розуміння. Високо-контекстуальні культури (**high context cultures**), до яких належать східні країни, передбачають, що для покращення розуміння повідомлення носії використовують та більше тлумачать складові, які їх супроводжують. У цьому значенні суспільний статус та знання особи і суспільного оточення надають додаткову інформацію та мають бути належно оцінені отримувачем повідомлення [3, с. 4].

Що стосується особливостей змістової складової, то основними передумовами ведення економічної діяльності за межами країни з урахуванням особливостей іншої країни є: 1) розуміння бізнес середовища країни, 2) підготовка

і проведення успішних перемовин, 3) опанування правил ділового етикету, 4) розуміння впливу культури на бізнес діяльність, 5) ознайомлення з культурними особливостями країни.

Виходячи з вищевикладеного, зміст підготовки до міжкультурної комунікації студентів економічних спеціальностей відповідно до потреб і рівня підготовки має охоплювати тематичну інформацію, а саме:

- бізнес середовище (дані про країну, політична та економічна ситуація, регіональні відмінності, основні промислові сектори, головні бізнес центри);

- бізнес культуру та перемовини (встановлення зв'язків, використання посередників, ділові зустрічі, вербальне та невербальне спілкування, способи ведення переговорів, ведення переговорів щодо угод та цінові перемовини, прийняття рішень, закриття угод);

- правила поведінки/етикет та традиції (час та пунктуальність, вітання та знаки уваги, імена та звання, попередні переговори, культурні стереотипи, ділова гостинність/розрахункові заходи, піднесення подарунків, одяг та зовнішність).

- корисна інформація (вимоги, необхідні для ведення ділової активності, години роботи та свята, транспорт, інтернет-інформація) [1; 3, с. 9–17].

Висновки з проведеного дослідження. Глобалізаційні процеси залучають бізнесові структури практично усіх рівнів до міжнародної діяльності, що вимагає відповідного їх функціонування. Незважаючи на світову взаємодію культурне різноманіття чітко виявляється сьогодні, а культурні відмінності часто є основними складнощами у сфері економічної діяльності. Відтак, іншомовна підготовка студентів економічних спеціальностей вимагає не просто філологізації наряду у навчанні іноземних мов, а впровадження широкого кола питань, обізнаність щодо яких стане однією з передумов успішної міжкультурної комунікації у їх подальшій життєвій практиці.

Оскільки тема не є вичерпаною, вбачаємо необхідними подальші розвідки новітніх практик підготовки студентів-економістів до міжкультурної комунікації.

Література

1. Lamazares O. Dictionary of International Trade [Електронний ресурс]. — 2017. — Режим доступу: <http://www.globalnegotiator.com/files/international-trade-dictionary-online-glossary.pdf> — Назва з титул. екрану.

2. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. укр. видання доктор пед. наук, проф. С. Ю. Ніколаєва. — К.: Ленвіт, 2003. — 261 с.

3. Kvantaliani M., Klimina O. Implications of cross-cultural communication in business: A study of Swedish small enterprise «ImseVimse» and its international distributors and retailers / Maka Kvantaliani, Olga Klimina. — Gotland University. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:421545/fulltext02>. — Назва з титул. екрану.