

ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

УДК 378.147:371.398

Г. О. Копил,
кандидат педагогічних наук, доцент
(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)
kopylg@ukr.net

ІНТЕРКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ЯК ПРЕДМЕТ МІЖКУЛЬТУРНОГО ТРЕНІНГУ

У даній статті розкривається сутність інтеркультурологічних аспектів міжкультурного ділового спілкування як предмету тренінгових занять, описується зміст поняття "європейська ділова культура". Також мова йде про необхідність формування інтеркультурологічної компетенції для фахівців, які мають іноземних ділових партнерів. Етапи проведення тренінгу та визначення тем рекомендується здійснювати відповідно до послідовності кроків розвитку ділового контакту. До того ж, даються інші методичні рекомендації щодо підготовки до міжкультурного тренінгу.

Зростаючі інтеграційні процеси світової економіки за останні десятиліття призвели до прогресивної інтернаціоналізації та глобалізації в усіх сферах життя – культури, науки, техніки та особливо бізнесу. У сучасній Європі створення інтернаціональних колективів стає вже звичним явищем. Чільне місце у сучасній парадигмі вищої освіти посідає культурологічний аспект, оскільки сучасний етап розвитку людства формує нове ставлення до сукупності культурологічних проблем. Ці тенденції загального світового розвитку та економіки, зокрема, мають безпосередній вплив на формування професійної компетентності сучасних фахівців, предметним вираженням чого є нові якісні характеристики професійної діяльності фахівця, тобто нові професійні компетенції, серед яких головне місце займає *інтеркультурологічна*.

Сама проблема вивчення іноземної мови не тільки як мовно-мовленнєвого явища спілкування, а й як міжкультурного, не є новою. Зокрема, у минулому столітті Є. М. Верещагін та В. Г. Костомаров стверджували: "Справа в тому, що навіть володіючи однією і тією ж мовою, люди не завжди можуть правильно зрозуміти один одного, і причиною цього є саме розходження культур" [1: 26]. З огляду на загальні процеси глобалізації особливо актуальним став аспект вивчення та викладання іноземних мов з урахуванням інтеркультурологічного аспекту в умовах немовного ВНЗ. Ці аспекти досліджували наступні науковці: Л. О. Сікорська, В. М. Топалова, Л. В. Волкова, Н. Л. Замкова, Н. Ф. Бориско, Г. О. Китайгородська, О. Б. Тарнопольський, Л. П. Павлова, В. А. Лівенцова, М. О. Хусаїнова та інші. Однак ще не достатньо розроблена та відпрацьована методика формування інтеркультурологічної (соціокультурної, міжкультурної, кроскультурної, комунікативної) компетенції у діловому спілкуванні з іноземними партнерами.

Зрозуміло, незаперечним фактом у цьому контексті є вирішальна роль іноземних мов у структурі дисциплін, які вивчаються майбутніми фахівцями різноманітних галузей. Очевидним фактом є також прагнення студентів до володіння іноземними мовами, унаслідок чого підвищується не тільки загальнокультурний рівень студентів, а також їхній професійний рівень [2]. Про зростання значимості іноземної мови у професійній діяльності фахівців свідчить той факт, що сучасними дослідниками педагогіки вищої школи постійно констатується у структурі професійної компетентності фахівців обов'язковим елементом є щонайменше знання іноземної чи іноземних мов, та нерідко професійно важлива якість, набута завдяки іншомовному мовленню (соціокультурна, міжкультурна, комунікативна, лінгвокультурологічна, інтеркультурна, інтеркультурологічна). Проте для майбутніх фахівців з міжнародної економіки іноземні мови є не лише профільною дисципліною, а й такою, яка безпосередньо впливає на формування їхньої професійної компетентності [3].

Водночас інтеркультурологічна компетенція є, по суті, удосконалена комунікативна компетенція, це комунікативна діяльність представників двох чи кількох культур з урахуванням їхніх особливостей. З метою розробки конкретних практичних рекомендацій, що стосуються підготовки фахівців-нефілологів до ділового спілкування, науковцями проводяться кроскультурні дослідження, завданням яких є визначення критеріїв для зіставлення культур та виявлення міжкультурних особливостей та спільностей. У науковій літературі представлені різні думки і позиції дослідників даного питання. У межах одного з підходів авторами виділяються *універсалії*, тобто ті характеристики, які аналогічні для всіх культур. Ці універсалії являють собою набір загальнолюдських, загальногуманітарних базових цінностей і морально-етичних норм. Зазначені

© Копил Г. О., 2011

характеристики початково формують спільність культур, вони можуть бути основою для порозуміння і взаємодії представників різних націй та встановлення контактів між ними.

Але, окрім універсальї, є ціла низка специфічних для кожної окремої культури характеристик. Такі характеристики "у своїй структурованій спільності утворюють специфічний профіль однієї окремо взятої культури" [4: 10]. До таких характеристик належать, зокрема, ділова, підприємницька культури певної країни. Невід'ємною частиною цього виду культури як компоненту певного виду діяльності фахівців є таке складне і різноманітне явище, як *ділове спілкування*. Здійснюване у сфері міжнаціонального співробітництва, це спілкування визначається як *міжкультурна комунікація*. Відповідно для успішної міжкультурної комунікації потрібно однаково добре володіння міжкультурною комунікативною та інтеркультурологічною компетенціями.

Зауважимо, що інтеркультурологічна компетенція розглядається нами як інтегративна якість особистості, що передбачає усвідомлення мотивів професійної діяльності та визначення пріоритету інтеркультурологічних знань, умінь для професійного розвитку й самоудосконалення; інтегрує в собі знання, уміння і навички фахівця у галузі міжнародної економіки, які дозволяють швидко та ефективно здійснювати професійну діяльність в умовах міжкультурного діалогу на *інформаційно-перцептивному* (здатність розпізнавати та інтерпретувати інтеркультурологічні аспекти та творчо реагувати на них) та *операційно-дієвому* (уміння застосовувати інтеркультурологічні знання у міжкультурному діловому спілкуванні) рівнях [3]. Отже, змістовою частиною інтеркультурологічної компетенції, її стрижнем є розуміння культурологічних аспектів ділової культури певного мовного середовища.

Стає очевидним, що одні знання іноземної мови ще не дають бажаного успіху під час міжкультурної комунікації. Фахівець може розраховувати на успіх лише тоді, коли він розуміє інтеркультурологічні аспекти – вербальні та невербальні – та уможливає застосування інтеркультурологічних знань у міжкультурному діловому спілкуванні, а саме: розуміння позиції співрозмовника, уміння уявляти себе на його місці, розмовляти з ним за його правилами зі своєю метою; передбачати конфліктні ситуації на інтеркультурологічному підґрунті та попереджати їх; критично оцінювати своє мовлення та ділову поведінку (доречність та доцільність); налагоджувати довірливий контакт зі співрозмовником, створювати атмосферу діловитості, порозуміння, професійно та компетентно досягати поставленої мети.

Набути інтеркультурологічних знань, які стосуються етикету, норм поведінки, можна самостійно, але для міжкультурної комунікації інформативної складової замало, оскільки культурологічні аспекти сягають значно далі будь-якого протоколу. Міжкультурна комунікація містить мовно-мовленнєвий механізм, який демонструє вербальну інформацію та мову тіла, яка, у свою чергу, демонструє невербальну інформацію. Щоб трансформувати інтеркультурологічні знання у вміння та навички під час міжкультурної комунікації, мають застосовуватись *тренінги*. За визначенням Ю. А. Смельянова, термін "тренінг" "... має використовуватись не для визначення методів навчання, а для визначення методів розвитку здібностей до вивчення чи оволодіння будь-яким складним видом діяльності, особливо спілкуванням" [5: 144]. Як бачимо, значення даного визначення повністю відповідає характеру та меті формування навичок міжкультурної комунікації.

Як відомо, тренінг відбувається за допомогою та посередництвом тренера. Причому у психологічній літературі ролі тренера відводиться ключова роль, де неодноразово наголошується, що при визначенні ефективності тренінгового курсу мова йде скоріше не про потужність теоретичної складової та прикладні методики, а про компетентність окремих ведучих як особистостей та їх унікальний досвід. І. В. Вачков щодо цього сказав: "Вправи, прийоми, характерні для тієї чи іншої психологічної школи тренінгу, є не більш ніж інструментом, результат застосування якого залежить не стільки від якості цього інструменту, скільки від особистості майстра, який з ним працює" [6: 18]. Отже, без сумніву, ефективність проведення тренінгу головним чином залежить від педагога, його підготовленості та компетентності, тому тренери мають усвідомлювати цю відповідальність і ретельно готуватись до тренінгу.

Для правильної побудови стратегії міжкультурного тренінгу варто урахувати, що культурологічні аспекти міжкультурного ділового спілкування можна розділити на три групи: загальна інформація щодо ділової культури; інформація щодо культури ділового спілкування; лінгвокультурологічні аспекти самого акту комунікації, тобто мовленнєвої діяльності.

Досить багато інтеркультурологічних проявів поведінки ділових партнерів мають *екстралінгвістичний* характер; тобто, це система норм, правил, форм, цінностей, орієнтацій, установок, звичок, традицій, прийнятних у певному діловому соціумі. Ділова культура – це невід'ємна складова загальної культури певного соціуму, ці два види культур взаємопов'язані, мають багато спільного, проте ділова культура, яка склалась на базі загальної, розвивається за своїми, притаманними лише їй правилами. Цей вид культури віддзеркалює розвиток промисловості та зовнішньоекономічних зв'язків держави. На ділову культуру впливають такі економічні явища, як закони ринку, конкуренція, імідж

тощо. Для того, щоб ділове співробітництво з іноземними партнерами було більш ефективним і перспективним, необхідно чітко уявляти, до якого типу культури вони відносяться. Існує багато класифікацій ділових культур, проте процес глобалізації сприяє виникненню такого поняття, як *"європейська ділова культура"*. Оскільки підприємці нашої країни найчастіше мають справу саме з представниками цієї ділової культури, варто розглянути сутність даного поняття та основні характеристики ділової поведінки, притаманні цій культурі, адже саме аналіз культури іншомовного середовища слугує джерелом формування інтеркультурологічної компетенції [7].

Європейська ділова культура більш давня, ніж американська. Хоч їй і притаманні характерні риси північноамериканської ділової культури, але є низка національних відмінностей та особливостей. Так, німецькій діловій культурі властиві такі риси, як прагнення до порядку, дисциплінованість, економність, пунктуальність. Головна відмінність німецької манери вести справи – ступінь офіційності. Усі зустрічі призначаються завчасно. Дуже несхвально сприймаються раптові пропозиції, зміни. Одягаються стримано, для жінок у діловому одязі виключаються брюки. Дуже високо цінується професіоналізм. Водночас німці достатньо комунікабельні, люблять повеселитися, розважитися. Для німців більш природним є початок тих переговорів, у позитивному результаті яких вони впевнені. Зазвичай німці дуже ретельно опрацьовують свою позицію у переговорах, у ході спілкування обговорюють питання з точною послідовністю. Вони люблять оперувати фактами і наводити приклади, небайдужі до цифр, схем, діаграм, і цього ж вони очікують від партнерів. Під час переговорів з ними треба бути логічним в аргументації і точним у викладенні фактів. Цінуються чесність і прямота. При укладанні угод німці будуть наполягати на чіткому виконанні прийнятих зобов'язань, а також сплату високих штрафів у разі їх невиконання.

Англіїці характеризуються діловитістю, шануванням власності, традицій, ввічливістю, дотримуються законів. У спілкуванні вони дуже стримані і педантичні, що іноді сприймається як замкнутість, манірність. У бесідах цінується вміння слухати, у ділових відносинах – пунктуальність. В Англії панує правило *"дотримуйся формальності"*. Звернення на *"ти"* до англійця абсолютно недопустимо, так само як і звернення до когось на ім'я без дозволу. Британці дуже суворо дотримуються процедури знайомства. Обмін рукостисканнями прийнято тільки при першій зустрічі. Говорити з англійцем про справи після закінчення робочого дня – прояв невихованості, навіть якщо ділові партнери знаходяться в неофіційній обстановці, приміром, за чашкою кави. На відміну від німців, англійці менше приділяють увагу питанням підготовки до переговорів. Вони підходять до них більш прагматично, вважаючи, що залежно від позиції партнера саме під час переговорів може бути знайдено найкраще рішення. При цьому вони досить гнучкі і охоче відповідають на ініціативу протилежної сторони. Англіїці вміння з терпінням вислухати співрозмовника, хоча це не завжди означає згоду. Забагато розмов з боку партнера англійці сприймають як нав'язливість. За традицією англійці стримані у судженнях, уникає категоричних тверджень, старанно обходить у розмові будь-які приватні моменти, тобто все те, що було б розцінено як вторгнення в особисте життя. У них високо розвинуте почуття справедливості, тому у ділових стосунках чесність належить до їх пріоритетів.

Французи, які вважаються законодавцями ділового протоколу, дуже галантні, вишукані, прагнуть дотримуватися етикету, при цьому в поведінці розкуті і відкриті для співрозмовників. Вони дуже цінують інтелект, вміння висловлюватися, точно формулювати умови контрактів та угод. Відчуття симпатії у французів викликає інтерес до їхньої культури і мови, при цьому з прикритістю сприймається незнання французької мови або погане володіння нею. У ділових відносинах цінуються особисті зв'язки. Багато важливих рішень приймаються на ділових прийомах (сніданках, обідах, коктейлях тощо). При проведенні переговорів французи намагаються уникати офіційних обговорень питань *"тет-а-тет"*, прагнуть зберегти свою незалежність. У той же час їхня поведінка може змінюватися кардинальним чином, залежно від того, з ким вони обговорюють проблему. Велику увагу французи приділяють попереднім домовленостям, люблять досконало вивчати всі аспекти і можливі наслідки пропозицій, тому переговори з ними проходять у повільному темпі. Будь-які спроби прискорити переговори можуть лише нашкодити справі. При обговоренні питань аргументація французів традиційно орієнтується на логічні докази. Вони досить жорстко ведуть переговори і, як правило, не мають *"запасної"* позиції. Французькі партнери можуть перебивати співрозмовника, щоб висловити критичні зауваження або контраргументи, але вони не схильні до торгу. Порівняно з американцями вони менш вільні і самостійні при прийнятті остаточного рішення. Підписані контракти максимально конкретні, завдяки чому не можливе різне тлумачення. Французи негативно ставляться до компромісів. Зазвичай вони надають перевагу французькій мові як офіційній мові переговорів.

Інформацію про загальну характеристику ділової культури можна взяти як предмет проведення тренінгу-вікторини, тобто після ознайомлення з належною інформацією можна проводити такі заходи, як тестування, дискусію тощо. Можна вважати цей вид навчальної діяльності як передумову проведення більш практичних завдань, тобто тренінгів, де під час ділових ігор знання про етикет та

характерну ділову поведінку просто необхідні, тобто дотримуватись певної системи норм тим учасникам, які виконуватимуть ролі, наприклад, німецьких чи французьких бізнес-партнерів.

Дуже важливим у розробці інтеркультурологічного тренінгу є знання культури ділового спілкування цільового мовного середовища, відміченого нами як другий інтеркультурологічний аспект міжкультурного ділового спілкування. Безперечно, для налагодження зовнішніх ділових контактів знання про ділову культуру того чи іншого соціуму є основоположним. Проте наступним етапом у формуванні інтеркультурологічної компетенції за допомогою тренінгів має бути тренування міжкультурного ділового спілкування. За характерними та типовими ознаками ділове спілкування різних країн можна виділяти в окремі групи. Багато дослідників цієї проблеми дійшли висновку, що в даний час у процесі міжнародних контактів вирізняються три типи культури ділового спілкування. Так, згідно з дослідженням Р. Льюїса [8], це *моноактивний, поліактивний та реактивний типи культури ділового спілкування*, які трактуються даним автором як типи націй.

Для більш ефективного підготовки до тренінгу та усвідомлення його завдань варто згадати послідовність кроків розвитку ділового контакту: 1) підготовка ділового контакту; 2) програмування ділового контакту; 3) реалізація ділового контакту; 4) прийняття рішень, підведення підсумків ділового контакту. Цю послідовність етапів можна використати також як послідовність тем для підготовки та проведення тренінгу, причому першу, другу й четверту теми можна взяти для обговорення, дискусії та пілотних проєктів, а для міжкультурного тренінгу найбільше підходить назва третього етапу розвитку ділового контакту, відповідно до етапу реалізації з певною назвою. Наприклад, "Знайомство", "Зустріч в аеропорту", "Екскурсія по фірмі", "За круглим столом", "Попередні переговори", "Підписання угоди", "На виставці" тощо, оскільки цей етап переговорів передбачає міжкультурну комунікативну діяльність, яка більш за все потребує тренування.

Можна з впевненістю стверджувати, що етап комунікативної діяльності, тобто сам акт спілкування, найвідповідальніший у ділових стосунках, їх результативності. Саме на цьому етапі ділового спілкування стає очевидним, з якою інтенсивністю будуть розвиватись ділові контакти. Якщо учасники інтеракції будуть толерантними, компетентними (професійно та інтеркультурологічно), впевненими в собі, а значить переконливими, такі переговори обов'язково матимуть успіх. І навпаки, без згаданих якостей за умови конкуренції переговори приречені на фіаско. Що може переконати ділових партнерів? Окрім професійних знань та особистісних лідерських якостей у міжкультурному спілкуванні, успіх інтеракції визначають додаткові компетенції, пов'язані з культурою ділових партнерів, зокрема зі знанням, розумінням цієї культури на всіх рівнях – загальному, етнічному, регіональному, діловому, корпоративному та, врешті-решт, комунікативному.

Комунікативний процес між діловими партнерами до моменту прийняття рішень, фактично, є явищем взаємодії мовних засобів – слів, зворотів, від розуміння яких залежить, власне, успіх переговорів. У зв'язку з цим особливу увагу необхідно приділяти вивченню комунікативної поведінки, під якою розуміється "сукупність норм і традицій спілкування певної групи людей" [9: 5]. Комунікативна поведінка є невід'ємною частиною національної культури. Знання норм і традицій спілкування народу дозволяє учасникам мовленнєвого акту, які належать до різних національних культур, адекватно сприймати і розуміти один одного, що сприяє ефективності міжкультурної комунікації. Кожне суспільство має свою комунікативну поведінку, в якій важливу роль відіграє система соціальних ролей, тобто певних типових моделей поведінки людей у стандартних ситуаціях спілкування.

Необхідно підкреслити надзвичайно важливу роль невербального аспекту міжкультурної комунікації. Як зазначається в численних дослідженнях, більше 65% інформації передається за допомогою невербальних засобів (жести, міміка, поза, дистанція, тон, темп мови та ін.) [10]. Одним із способів невербальної комунікативної поведінки є мова жестів. Більшість жестів є культурно-специфічними, тому часто навіть однакові за виконанням жести у різних культурних колах (явище міжкультурної омонімії) можуть інтерпретуватися по-різному (наприклад, американський жест "окей" (все добре) у вигляді великого і вказівного пальців, складених у формі кільця, на півдні Франції означає "нуль, нічого хорошого", в Японії – "прохання дати в борг трохи грошей" [11: 254]. Жест "палець біля скроні" в Німеччині використовується для позначення людини, яка "дещо не в собі". У ряді африканських культур аналогічний жест означає, що людина, яка продемонструвала подібний жест, глибоко задумалась, поринула в роздуми. У Франції жест означає, що людина, про яку йде мова, не сповна розуму. У Голландії подібна форма означає, що людина розумна, тобто володіє інтелектом [12].

З огляду на це для проведення тренінгу важливим видається включення в програму, сценарій тренінгу тренування невербальних аспектів. Не зайвими будуть відповідні практичні заняття з лекціями на дану тематику з наступною перевіркою знань (питання-відповідь, ігри, вікторина, тестування, включаючи інтерактивне, тощо).

У процесі міжкультурної комунікації провідна роль належить *діалогу*, тому до розробки діалогу варто підходити зважено і компетентно, оскільки цей вид ділового спілкування потребує неабиякої, а може, й найбільшої концентрації знань, вмінь та навичок інтеркультурологічної компетенції. Для більшого

наближення діалогу до реального звучання, його правдивості, варто дотримуватись основних характеристик того типу ділового спілкування, до якого належать уявні ділові партнери. Із трьох типів культури ділового спілкування (моноактивний, поліактивний, реактивний) найвірогіднішим для застосування є моноактивний, оскільки даний тип культури ділового спілкування характерний для англосаксонських, німецьких і скандинавських народів [13].

Представники моноактивного типу спілкування ведуть діалог лінійно, у межах якого мають місце діалогічні єдності різного обсягу (питання – відповідь, питання – відповідь-контрзапитання, питання – репліка, мікровисловлювання – репліка та ін.). Діловий діалог часто супроводжується коментарями, перериваннями "монологу" співрозмовника, тому нерідко монологічні за обсягом висловлювання співрозмовника називають "розгорнутими репліками діалогу", а також питаннями, що демонструють інтерес до предмету розмови. Паузи в розмові нейтралізуються "заповнювачами мовчання", що дозволяє мовцеві підтримувати увагу співрозмовників. У дослідженнях також відзначається, що представники даного типу культури ділового спілкування виявляють нейтральну позицію в розмові, рідко перебувають співрозмовника і відрізняються стриманою жестикуляцією та мімікою. Стикаючись з театральними жестами і збудженою поведінкою носіїв інших типів культури, представники моноактивного типу культури відчувають себе незручно. Оптимальна допустима для них відстань комфортного спілкування в офіційних ситуаціях – 1,2 м.

Мовці даного типу культури послідовно і педантично розвивають бесіду, вони вникають у доводи протилежної сторони і реагують на них. Національні відмінності виявляються в тому, що, наприклад, англійці можуть вдатись до гумору для уникнення конфлікту, німці демонструють повну впевненість у собі, американці ведуть себе агресивно і розглядають переговори як певний процес взаємних поступок. Починаючи переговори, німці поставлять всі важкі питання на початку. Вони, як і шведи, чекають від партнерів по спілкуванню ефективної роботи та нових ідей. Представники даного типу культури вважають за краще у діловому спілкуванні одразу починати з обговорення основного питання, винесеного на порядок денний. При цьому німцям і скандинавам властиве формальне представлення учасників бесіди, чітке дотримання своїх місць, після чого настає початок обговорення. Американці віддають перевагу неформальному представленню учасників, обміну жартами, частуванню чаєм або кавою, після чого починається робота. Англійці, на відміну від інших представників даного типу культури, витрачають дещо більше часу на початок розмови: після формального привітання – кава з печивом, нетривала світська бесіда (про погоду, комфорт, спорт), після якої відбувається плавний перехід до обговорення ключових питань.

Представників даного типу культури можна охарактеризувати як активних і досить толерантних слухачів, які прагнуть не тільки вникнути в суть справи, але й зрозуміти загальний контекст ситуації. До того ж англійці та американці намагаються, щоб процес ділового спілкування був не надто нудним; німці розглядають процес слухання як збір інформації, а шведи турбуються про те, щоб проконсультуватися з колегами. При цьому тривалість продуктивної уваги представників даних націй як комунікантів становить від 30 до 60 хвилин.

Варто зауважити, що одним із важливих кроків завершального етапу розробки тренінгу – роботи над діалогом, його складання, є наповнення його живою, максимально реальною мовою. На цьому етапі автор має проявити неабияку професійну компетентність, яка передбачає знання інтеркультурологічних аспектів лінгвокультурологічного характеру на рівнях: окремих лексичних одиниць, словосполучень (зворотів, виразів, ідіом) та контекстуальному у ситуаціях, які ймовірні у міжкультурній діловій комунікації (телефонні розмови, знайомства, бізнес-ланч, переговори (попередні та укладання угод), приватні бесіди, стратегічні розмови щодо налагодження та продовження співпраці). Застосовуючи діалоги як один з інструментів тренінгу, ми розвиваємо, з одного боку, міжкультурні комунікативні навички, а з іншого – завдяки методично правильно побудованій системі вправ, засобів та методів, формуємо таку професійно важливу компетенцію, як інтеркультурологічна.

Часто у проведенні тренінгу широко використовується метод, в основі якого полягає різниця між двома культурами, так званий "культурний асимілятор", згідно з яким намагаються бути схожими на членів іншої групи – асимілюватися. Даний тренінг орієнтований на вивчення культурної специфіки і забезпечує безпосередньо зворотний зв'язок, що дозволяє найбільш ефективно вивчати характерні особливості певної культури. Мета даного методу – навчити людину бачити ситуацію з точки зору членів іншомовної групи, розуміти їх бачення світу. Тому культурний асимілятор називають також технікою підвищення міжкультурної сензитивності [14].

Як зазначає Г. Тріандіс, міжкультурний тренінг ставить перед собою два основні завдання: познайомити його учасників з міжкультурними відмінностями, що досягається шляхом програвання ситуацій, в яких є розбіжності в культурах; зробити можливим перенесення отриманих знань на нові ситуації, при цьому учасник тренінгу повинен познайомитися з найхарактернішими особливостями чужої для нього культури. Без сумніву, "чим більше безпосереднього досвіду набули учасники тренінгу від "входження" в інше культурне середовище в процесі тренінгу та "виходу" з нього, тим краще вони будуть озброєні для успішного міжкультурного діалогу" [11: 342].

Отже, тренінги повинні зайняти чільне місце у практиці занять з іноземної мови, оскільки вони мають потужний потенціал наближення тих, хто навчається, до комунікативних умов лінгвокультурного середовища цільової мови, що уможливорює фахівцям з міжнародної економіки набутти професійно важливих вмінь та навичок і бути конкурентоспроможними на ринку праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура : лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Рус. яз., 1983. – 269 с.
2. Бориско Н. Ф. Диалог культур и содержание материалов учебно-методического комплекса / Н. Ф. Бориско // Иноземні мови. – 1999. – № 2. – С. 53–57.
3. Копил Г. О. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців з міжнародної економіки у процесі вивчення іноземних мов : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Г. О. Копил. – Житомир, 2007. – 20 с.
4. Халеєва И. И. Интеркультура – третье измерение межкультурного взаимодействия? : [сб. науч. тр. "Актуальные проблемы межкультурной коммуникации"] / И. И. Халеєва. – М. : МГЛУ, 1999. – Вып. 444. – С. 5–14.
5. Емельянов Ю. Н. Активное социально-психологическое обучение / Ю. Н. Емельянов. – Ленинград : Издательство ЛГУ, 1985. – 166 с.
6. Вачков И. В. Основы технологии группового тренинга / И. В. Вачков. – М. : Издательство "Ось-89", 1999. – 176 с.
7. Kiel E. Kulturanalyse im Landeskundeunterricht als Mittel der Entwicklung interkultureller Kompetenz, in : Fremdsprachen und Hochschule / E. Kiel. – 1996. – Nr. 46. – S. 82–101.
8. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе : от столкновения к пониманию / Р. Д. Льюис. – [2-е изд.]. – М. : Дело, 2001. – 446 с.
9. Стернин И. А. О понятии коммуникативного поведения / И. А. Стернин // Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung. – Halle, 1989. – S. 279–282.
10. Колесниченко В. Л. К вопросу об особенностях вербального и невербального коммуникативного поведения представителей английской и испанской лингвокультур / В. Л. Колесниченко // Труды Международ. науч.-практич. Интернет-конференции "Преподаватель высшей школы в XXI веке". – Сб. 7. – Ростов н/Д, 2009. – С. 169–174.
11. Триандис Г. К. Культура и социальное поведение / Г. К. Триандис; [пер. с англ. В. А. Соснина]. – М. : Форум, 2007. – 384 с.
12. Крейндлин Г. Е. Язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейндлин. – М. : Новое литературное обозрение, 2004. – 581 с.
13. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : [навч. посібник] / Г. Л. Чайка. – К. : Знання, 2005. – 442 с.
14. Albert R. D. The intercultural sensitizer or culture assimilator : a cognitive approach. Handbook of intercultural training / R. D. Albert ; [editors D. Landis, R. S. Brislin]. – Vol. 2. – New York : Pergamon Press, 1983. – P.186–217.

Матеріал надійшов до редакції 01.04. 2011 р.

Копил Г. О. Интеркультурологические аспекты делового общения как предмет межкультурного тренинга.

В данной статье раскрывается сущность интеркультурологических аспектов межкультурного делового общения как предмета тренинговых занятий, описывается содержание понятия "европейская деловая культура". Также речь идет о необходимости формирования интеркультурологической компетенции для специалистов, имеющих иностранных деловых партнеров. Этапы проведения тренинга и определение тем рекомендуется осуществлять в соответствии с последовательностью шагов развития делового контакта. К тому же, даются другие методические рекомендации по подготовке к межкультурному тренингу.

Kopyl G. O. Intercultural Aspects of Business Communication as an Object of Cross-Cultural Training Session.

This article reveals the essence of intercultural aspects of cross-cultural business communication as an object of the training sessions and describes the concepts of the "European business culture". Also it refers to the necessity of forming intercultural competence for specialists who have foreign business partners. It is recommended to define topics and implement training stages in accordance with the sequence of business contact development. In addition there are other exemplified methodological guidelines for intercultural training.