

3. Rosenberg, M., Westling, D. & McLeskey, J. (2010). The impact of culture on education. Retrieved from <http://www.education.com/reference/article/impact-culture-education/>.
4. Малихін О.В. Організація самостійної навчальної діяльності студентів вищих педагогічних навчальних закладів: теоретико-методологічний аспект: [монографія] / О. В. Малихін. — Кривий Ріг: Видавничий дім, 2009. — 307 с.
5. Bennett, M. (1986). A developmental approach to training for intercultural sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations* 10, no.2: 179–195.

Микал Т.А.

старший викладач кафедри німецької мови

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ЗНАЧЕННЯ КУЛЬТУРНИХ НОРМ І ЦІННОСТЕЙ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті висвітлено деякі проблеми міжкультурної комунікації, які виникають у ділових стосунках між носіями різноманітних культур, культурні цінності, без яких неможливе існування жодного суспільства.

Abstract. The article deals with the problems of intercultural communication, which people of different cultures have during the process of business communication, gives some investigations of cultural values. No society without cultural values.

Ключові слова: культура, цінності, ціннісні орієнтації, норми, суспільство, міжкультурна взаємодія, актуалізація, міжкультурна комунікація.

Key words: culture, values, values orientation, cultural interaction, norms, society, actualization, intercultural communication.

Постановка проблеми. Глобалізація впевнено крокує по землі. Ні для бізнесу, ні для хвороб не існує більше «залізної завіси». Швидкість, з якою новини досягають цілі, вражає. На цьому тлі існує досить розповсюджена теорія, що глобалізація приведе, ба навіть привела, до загальної культури у всьому світі. І дійсно, ринок, смаки стають подібними. Але сучасні уподобання, покладені на коріння культурних надбань минулого мають різне значення для людей у кожній культурі.

Йде процес стандартизації. Зовнішній вигляд службовців, дизайн міжнародних компаній, що працюють по всьому світу — на перший погляд усе однаково. Але менеджери, які працюють у таких компаніях повинні балансувати між їх рідною культурою та культурою країни, в якій вони працюють.

Звісно, комунікація — це насамперед обмін думками, інформацією. Але не слід недооцінювати культурні традиції, звичаї і національний характер. Першоосновою ж культури, як і суспільства в цілому є цінності.

Аналіз опрацьованих джерел. Проблему цінностей досліджували М. Вебер, К. Льюїс, А. Камю, Б. Рассел, М. Шеллер, Н. Гартман та інші.

Дискусії засвідчили, що термін «цінність» має багатозначність визначення. Це і усталені норми, і моральні та естетичні ідеали. Різними аспектами проблеми цінностей займалися: В.П. Андрущенко, І.В. Бойченко, Г.І. Волинка, Л.В. Губерський, М.С. Каган, С.Б. Кримський, В.І. Касьян, А.І. Жукова,

І.Ф. Надольний, К.Ю. Соловйов, В.П. Тугарінов, Т.І. Ящук, В.І. Шинкарук, В.І. Ярошевець. Проблема загальнолюдських цінностей розглядалась у взаємозв'язку з проблемами буття людини, сферами її життєдіяльності, матеріальною та духовною культурою.

Виклад основного матеріалу. Власне, визначення самих понять «цінності», «загальнолюдські цінності», «культурні цінності» — не існує. Формування цих понять сягають у сиву давнину. Але саме вони є одним із факторів, що визначають поведінку людини. Важливою передумовою розуміння партнера з іншої культури є усвідомлення того, що він і його культура відрізняються від вашої. Потрібно розуміти «чужу» культуру для успішності міжкультурного спілкування. Комунікація не обов'язково закінчується розумінням. Міжкультурна комунікація постійно включає неправильне розуміння, спричинене неправильними інтерпретацією, оцінюванням тощо. Якщо особа, яка надсилає інформацію, — виходець з однієї країни, а адресат — з іншої, шанси точної передачі повідомлення доволі низькі. Іноземці бачать, інтерпретують і оцінюють речі по-різному, і відповідно діють. Тому, вивчаючи міжкультурні ситуації, треба допускати можливість відмінностей, поки не доведена подібність. Також важливо зазначити, що будь-яку поведінку може пояснити особа, яка її поширює і що логічне та раціональне залежать від культурної орієнтації, тому є відносними. Німці, американці, британці відрізняються своєю енергійністю та індивідуалізмом. Уміло ставлять мету та досягають її. Бізнесмени ж з Азії, навпаки. Вони надають перевагу гарним особистим стосункам. Американці залишають за собою право у прийнятті остаточних рішень, у той час як вихідці з Азії рідко приймають рішення за столом переговорів. Домовленість має бути схвалена вищим керівництвом.

У сучасній науці наведено такі найбільш узагальнені характеристики культури:

- культура — це продукт спільної діяльності людей;
- культура знаходить своє відображення в цінностях, правилах, традиціях, звичаях;
- культура не успадковується генетично, а засвоюється завдяки навчанню;
- культура не є спільним соціальним колективом;
- культура динамічна, здатна до саморозвитку й до самооновлення, постійного породження нових форм і засобів задоволення інтересів і потреб людини, які адаптують її до умов буття, що весь час змінюються;
- культура функціонує як основа для самоідентифікації суспільства і його членів, усвідомлення його носіями свого групового та індивідуального «Я», розрізнення «своїх» і «чужих» у взаємовідносинах з іншими культурами і народами.

Прикладом типових міжкультурних непорозумінь і деформованої комунікації, відомих із вербального спілкування, є проблеми розуміння стандартної і літературної мов, діалектів або «вербальних комунікативних стилів». Подолати ці міжкультурні бар'єри можна з допомогою перекладачів, які, крім перекладу мовних кодів, спроможні також розшифрувати культурні коди і різні види поведінки та їх правильно інтерпретувати. Так, мова в Азії є засобом гармонізації спілкування. Слово «так» у китайській мові виражається не за допомогою одного

слова, а за допомогою повторення запитання: «Чи ти вже поїв?» — «Так, я вже поїв». Часто це трапляється також при запереченні. На багато запитань відповідь замість «ні» буде «так», тому що «ні» — табу. На запитання: «Ви мене зрозуміли?» можна отримати у відповідь «так», навіть якщо мається на увазі «ні». Синолог і перекладач М. Фермер з цього приводу зазначає: «Якщо німець говорить «ні» я перекладаю «ми про це подумаємо»; якщо китаєць говорить «ми повинні про це ще раз подумати», в німецькій мові кращим перекладом буде «ні».

Якщо норми власної національної культури людина засвоює з раннього дитинства, то процес акультурації може відбуватись у будь якому віці. Метою акультурації є адаптація до життя в чужій культурі. Вона характеризується порівняно стабільними змінами в індивідуальній чи груповій свідомості, зумовленими середовищем.

Щоб краще зрозуміти іншу культуру, треба зрозуміти цінності іншого народу. Без цінностей неможливе існування життя кожного суспільства. Підтримані більшістю людей у суспільстві загальні уявлення, що таке справедливість, добро, зло, патріотизм та інше — і є цінностями суспільства. Що ж до індивідів, то вони обирають ті, чи інші цінності. Це їхні ціннісні орієнтації. Саме цінності і стають культурною мовою. Хоча цінності і є абстрактним поняттям, але вони призводять до конкретних норм поведінки. Без цінностей не може існувати жодне суспільство. Категорія цінності утворюється в людській свідомості внаслідок процесу порівнювання різних явищ. Кожна людина сама вирішує для себе, що для неї є важливішим, а що не настільки суттєвим, без чого вона може обійтись. Одні є прихильниками цінностей колективізму, а інші — індивідуалізму. Для певної кількості людей найвищою цінністю в житті можуть бути гроші, для інших — політична кар'єра. Сама людина внаслідок такого відбору цінностей, які, на її думку, є найважливішими в житті, формує загальне ціннісне ставлення до світу, в якому ті чи ті явища життя людей мають для них певний сенс і значущість.

Серед низки цінностей людського буття і культури можна спробувати виокремити декілька центральних: Віра (Бог), Добро, Краса та Істина (а іноді Свобода). В окремі історичні періоди могло домінувати щось одне. Наприклад, в Середньовічній Європі на вершині ієрархії цінностей був Бог, в якому поєднувались всі інші цінності: Добро, Краса та Істина. Саме на цій основі в кожній культурі створюється своя система цінностей, яка зазвичай являє собою ієрархію, де цінності розміщені за зростанням значущості. Завдяки цій системі забезпечується цілісність певної культури та її неповторність. Різні культури можуть віддавати перевагу різним цінностям і на це мають вплив ряд чинників (героїзм на полі бою, матеріальне збагачення, аскетизм). Будь-яке суспільство має право встановлювати, що є цінністю, а що ні. Під час розгляду культури як системи цінностей виникає питання про їх форми та існування у сферах розповсюдження. В культурній антропології зазвичай вирізняють чотири головні сфери культурних цінностей: побут; ідеологію; релігію; художню культуру.

В контакті міжкультурної комунікації найважливішою із цих сфер є сфера побуту, яка є історично першою сферою виникнення та існування культурних цінностей. Цінності побутової культури народжуються в процесі життєвої практики і мають утилітарне спрямування. Тому вони не потребують

обґрунтування і доказів, носії кожної культури сприймають їх як натуральні. Як з'ясовується, їх достатньо для залучення людини до культури.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином можна зробити висновок, що міжкультурна комунікація передбачає взаєморозуміння учасників комунікативного акту, які належать до різних національних культур. Саме система духовних, загальнолюдських цінностей визначає ту площину, в якій комунікація між культурами може бути найбільш ефективною та конструктивною. Міжкультурна комунікація діє як на індивідуальних, так і на рівні соціальних цінностей. Щоб уникати ситуацій непорозуміння у міжкультурних контактах, необхідно бути обізнаним з особливостями ціннісних орієнтирів партнера.

Список використаних джерел

1. Культура спілкування ділових людей: [посібник] / М. С. Дороніна. — К.: КМ Academia, 1995. — 192 с.
2. Основы межкультурной коммуникации: [учеб. для вузов] / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин. — М.: ЮНИТИДАНА, 2002. — 352с.
3. Межкультурная коммуникация / А. П. Садохин — М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. — 288 с.
4. Біологія. Комплексний довідник / Р. В. Шаламов, Ю. В. Дмитрієв, В. І. Підгірний. — Х.: Веста: Ранок, 2009. — 624 с.
5. Культура как форма человечности. Учебное пособие / В. П. Большаков. — Великий Новгород, 2000. — 192 с.

Овчиннікова О.І.

старший викладач кафедри іноземних мов факультету фінансів
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Бергер Л.С.

старший викладач кафедри іноземних мов факультету фінансів
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ЗНАЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО АВТЕНТИЧНОГО ЧИТАННЯ У ФОРМУВАННІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ

Анотація. Стаття присвячена значенню автентичного професійного читання в процесі викладання англійської мови за фаховим спрямуванням. Автори аналізують роль читання професійних текстів англійською мовою в оригіналі як складову міжкультурної комунікативної компетенції студентів-економістів.

Ключові слова: викладання англійської мови фахового спрямування; читання автентичних текстів; міжкультурні комунікативні компетенції студентів-економістів.

Abstract. The article focuses on the issues related to developing reading skills in teaching English at higher learning establishments. Special emphasis is made on reading authentic texts for specific purposes. The authors highlight the significance of mastering the professional reading skills as a vital component of intercultural communicative competence of future economists.

Key words: teaching English for specific purposes; reading authentic texts; intercultural communicative competence of future economists.