Таким образом, посредством заданий, связанных с переводом, обучающиеся осваивают языковые явления, имеющие свои особенности передачи на разных языках, глубже понимают структуру языков, учатся избегать калькирования там, где оно неоправданно, а также тренируют память и внимательность.

Умеренное и методически обоснованное использование перевода в сочетании с коммуникативным подходом в обучении иностранному языку может служить вспомогательным элементом, способствующим в дальнейшем успешной коммуникации на иностранном языке и овладению обучающимися базовыми переводческими навыками.

Н. И. Курганова,
д-р филол. наук, профессор,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: nkurganova@gmail.com

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ ЗНАЧЕНИЯ

Категория значения является одной из самых спорных в гуманитарной науке и носит внедисциплинарный характер, в силу чего построение общей теории значения возможно только на основе широкой интеграции ряда научных направлений и дисциплин.

Методологической базой подобной интеграции должна выступить антропоцентрическая парадигма, поскольку человек является «главной фигурой» в процессах формирования и функционирования значения. Учёт «человеческого измерения» ставит задачу исследования разностороннего и многомерного опыта человека, включённого в культуру и отличающегося своим неповторимым образом мира. В таком случае построение общей теории значения предполагает учёт целой системы факторов и условий, что существенно расширяет спектр традиционно обсуждаемых проблем в лингвистике.

При разработке общей теории значения учёные не могут не заботиться о психологической реальности постулируемых объектов, поскольку язык функционирует в тесном взаимодействии с мышлением и со всеми другими психическими процессами человека. Это значит, что исследование значения немислимо без обращения к когнитивным процессам индивида, без уточнения роли языка в процессах мышления и функционировании сознания.

Значения вырабатываются в реальных условиях познания и общения, следовательно, накопление, хранение и передача значений неразрывно связаны с характером речевой деятельности индивида и социума. Кроме того, значения производятся человеком в определённой социокультурной среде, что требует обращения к культуре и уточнения механизмов влияния культуры на специфику познания и общения. В этом направлении среди самых насущных вопросов, требующих обсуждения специалистами из разных сфер знания, можно выделить следующие: как и с помощью каких механизмов культура влияет на формирование, накопление и трансляцию значений; как культурные нормы и ценности участвуют в этих процессах.

В данной исследовательской ситуации особую значимость приобретает учёт взаимодействия и взаимосвязи психологии и культуры, языка (речевой деятельности) и мышления, что предполагает синтез социокультурного и психолингвистического подходов в построении общей теории значения. Важную роль в этом направлении играет обращение к когнитивной психологии, этнопсихолингвистике, культурологии и теории дискурса, которые являются относительно новыми дисциплинами, интенсивно развивающимися в последние годы. Заметим, что в современной зарубежной науке выделяется особый раздел знаний – социальная когнитивная лингвистика, которая занимается исследованием социальных аспектов познания.

Обсуждение проблемы значения как живого знания требует учёта широкого круга проблем, связанных с общечеловеческими механизмами овладения языком, с использованием универсальных стратегий и опорных элементов в порождении речи. Роль языка как достояния индивида заключается в том, что он выступает в качестве основной формы фиксации знаний

человека о мире, ровно, как и источника изучения самих этих знаний. В этой связи раскрыть проблему функционирования значения невозможно без учёта достижений в области семантики языка, главной науки о значении языковых знаков. В качестве важных шагов на пути создания «междисциплинарного союза» учёных можно назвать разработку значения как *живого знания* и выделение категории *языкового сознания*, которая оказалась востребованной в целом ряде лингвистических наук.

Таким образом, построение общей теории значения должно учитывать психологические, социокультурные и лингвистические аспекты функционирования знания и познания, что требует создания широкой междисциплинарной платформы для решения поставленных задач.

Г. С. Масютина,
канд. филол. наук,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: ma_galina@yahoo.es

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ИСПАНСКОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Для плодотворного сотрудничества с иностранными компаниями необходимы знание и уважение базовых ценностей и национальных особенностей их деловых культур.

В рамках научного направления кросс-культурной коммуникации существуют различные классификации стереотипов сознания и поведения в процессе делового общения представителей разных культур. Так, национальные деловые культуры дифференцируются на высококонтекстные и низкоконтекстные по статусу и по степени вербальной составляющей, на монохронные и полихронные – по критериям восприятия и использования времени (Э. Холл), на моноактивные (task – oriented), полиактивные (people – oriented) и реактивные (respect – oriented) – по объекту ориентации (Р. Льюис).

Учитываются также критерии универсализма/партикуляризма, индивидуализма/коллективизма, эмоциональности/нейтральности, конкретности/диффузности (Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпден-Тернер), параметры «дистанция власти», «неприятие неопределенности» и другие (Г. Хофстеде).

Мощным стратегическим инструментом, мотивирующим работников на достижение общих целей и способствующим эффективному общению между ними, является корпоративная культура организации. Деловая корпоративная культура характеризуется общей системой базовых ценностей, норм и принципов, разделяемых сотрудниками компании и предопределяющие их поведение и характер жизнедеятельности организации.

Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпдэн-Тернер описывают четыре типа корпоративной управленческой культуры, которые отличаются степенью централизации управления, степенью формализации отношений и объектом ориентации, с условными названиями: «Инкубатор» (ориентирован на самосовершенствование и достижение личного результата), «Семья» (иерархичный тип культуры с ориентацией на указания сверху и на раскрытие личного потенциала), «Эйфелева башня» (четкое распределение обязанностей) и «Самоуправляемая ракета» (командная реализация высоко рентабельных часто краткосрочных проектов) [1, с. 1–370]. В. В. Зябриков определяет эти виды культуры как «Культура профессионалов», «Культура лидера (клановая, семейная)», «Бюрократическая культура» и «Культура предпринимателя (рыночная)» [2, с. 246].

На процесс деловой коммуникации влияют общенациональные культурные ценности и ментальные качества жителей страны, которой они принадлежат. По общепринятому мнению исследователей, характеру испанцев присущи преобладание духовности и эмоциональности над логикой и рационализмом, чувство личного и национального достоинства, гордость, свободолюбие, патриотизм. Отличительными чертами деловой корпоративной культуры Испании считаются коммуникабельность, подвижность, гибкость, которые проявляются в таких особенностях взаимодействия партнеров, как общительность, доброжелательность, энергичность, эмоциональность и раскованность. Деловая культура испанской бизнес-среды