

они определяют процесс формирования менталитета нации, а равно и языка.

Человек и его речь, построенная в соответствии с особенностями данного языка, неразделимы, и нельзя изучать человека вне особенностей языка и речи, вне культуры. Следовательно, рамки социокультурного подхода к обучению английскому дискурсу представляются весьма оптимальными. Кроме того, приобщение к культуре страны, сформированной целым народом, позволяет каждому студенту направить получаемые им знания на совершенствование собственной личности, созданной на базе родного языка.

*Л.М. Комарова*  
БелГУТ (Гомель)

### **К ВОПРОСУ О МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА**

Процесс международной глобализации не отражается так сильно ни на какой другой области, как на экономике. Как следствие, способность к международной коммуникации становится все важнее. Успех в любом виде международной деятельности зависит прежде всего от степени подготовки в области международной коммуникации. Технический прогресс и бурное развитие различных форм международных контактов в настоящее время обгоняют развитие навыков коммуникации между представителями разных культур.

Деловые культуры формируются под воздействием уникальных социокультурных особенностей, присущих разным культурным сообществам. Эти особенности и становятся препятствием при осуществлении профессиональной деятельности в мультикультурных средах, что ведет к непониманию, возникновению конфликтных ситуаций и даже к срыву договоров, снижению темпов сотрудничества, затягиванию сроков выполнения контрактов и т.д. Это происходит по причине различия норм поведения, способов и стиля коммуникации, манеры общения. Игнорирование национально-культурной специфики коммуникации приводит к частым смысловым и культурным сбоям в общении.

Для овладения межкультурной компетенцией современному специалисту необходимо иметь представление об основных теориях межкультурной коммуникации, объясняющих различия в поведении, образе жизни, деловых культурах представителей различных национальных сообществ. Анализ данных теорий позволяет выделить индикаторы культурного разнообразия бизнес-среды: высокая (низкая) дистанция, индивидуализм, коллективизм, маскулинность, фемининность, высокий (низкий) уровень избегания неопределенности. Доминирующими ценностями маскулинного общества являются материальное благосостояние и прогресс. По данным зарубежных исследований (Хофштеде,

1991 г.) ФРГ является сильно маскулиновой страной. Характерная черта немецкого стиля коммуникации — это постоянное стремление к объективности и деловитости. Не всем удается адекватно реагировать на прямолинейность немецкого высказывания. Характерный для немцев способ языкового выражения удивляет иностранцев и даже может действовать оскорбительно. Немцы чаще используют в разговоре фразы типа: «*Ich bin sicher...*», «*Sie müssen verstehen...*» и т.д., а также частицы *doch, denn, nun, ja, schon*, что подчеркивает убежденность в сказанном. Следуя стереотипу, немцы могут показаться заносчивыми и жесткими. На самом же деле эта прямолинейность происходит из стремления к честности. Немцы ожидают от своих иностранных деловых партнеров аналогичного стиля общения. Немцев считают прилежными и обстоятельными. Важным понятием в Германии является «порядок». Люди стремятся все держать под контролем и избегать всего ненадежного. Часто употребляемая фраза «*Alles in Ordnung*» показывает, что все идет планомерно. В основе стремления к порядку и разрабатыванию законов, правил, норм лежат типичные немецкие добродетели: основательность, систематика и дисциплина. Поэтому любому делу предшествует тщательная подготовка, планирование, составление структуры. Правила, структуры, детальное описание задач помогают в работе. И, если возникают ошибки, то их рассматривают как результат неудовлетворительной подготовки.

Следование правилам и склонность немцев к планированию, чтобы в будущем исключить неопределенность, безусловно, является положительным качеством. Однако вследствие этого немцев зачастую считают негибкими, жесткими и слишком упорядоченными, что и приводит к непониманию.

Т.В. Конова,  
Т.А. Шкуратова  
БГЭУ (Минск)

## О СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Стремительное развитие бизнеса в современном мире в условиях глобализации требует расширения границ его деятельности не только в рамках одной страны, но и выход его на международную арену. Это предполагает наличие широких межкультурных контактов, что, несомненно, может вызвать у неподготовленного человека определенного вида затруднения. Ведь иногда людям, говорящим на одном языке, сложно понять друг друга, найти общий язык. Что же тогда можно говорить о людях, владеющих различными языками, принадлежащих к различным культурам.

Обеспечение успешной межкультурной деловой коммуникации требует наличия определенных знаний, навыков и умений. Наряду с высо-