

вид, что не понимают или не слышат говорящего, переводят общение на другую тему, используют множество пустых фраз («может быть», «вероятно», «возможно»); корейцы используют уклончивые ответы («я согласен с Вами в принципе», «я сочувствую Вам»).

Для низкоконтекстных культур Западной Европы, США типичен прямой стиль вербальной коммуникации, имеющий целью выражение истинных намерений коммуниканта и исключающий условности и недосказанности. Для американских предпринимателей прямое откровенное общение — показатель честности и убежденности, а разговор намеками — нечестности и неуверенности. Американцы расценивают указания, преподнесенное в непрямой форме, как попытки манипулировать или чтобы в случае негативного результата снять с себя за это ответственность. Американский вербальный стиль коммуникации, например, несет в себе индивидуальное достоинство, ценность настойчивости и равенства в отношениях.

В целях проведения успешной межкультурной бизнес-коммуникации с представителями разноконтекстных культур необходимо принимать во внимание все вышеобозначенные компоненты.

Л.Ф. Кашевская,

И.Э. Федотова

*Белорусский государственный
экономический университет (г. Минск)*

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКА СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Новые условия, цели и задачи диктуют новые подходы к преподаванию русского языка как иностранного и иную организацию процесса обучения. Один из таких подходов — культурологический подход, в том числе и при обучении языку специальности.

Язык науки — это самостоятельная функциональная разновидность общелитературного языка, на основе которой изучаются особенности терминологической лексики. Общеизвестно, что термин является информационным центром научного текста. Однако немаловажную роль в изучении научных текстов играет и историко-культурный компонент, так как знакомство с термином предполагает экскурс в историю. Иностранные студенты знакомятся с научными произведениями разных эпох, что не только приобщает к знанию истории развития науки, но и выявляет основные закономерности развития языка науки. Делая историческое отступление, мы тем самым учим правильному использованию терминологии — характерного текстообразующего компонента научного текста.

Особое место в работе над текстом по специальности отводится лингвокультуроведческим упражнениям. Это работа над определенным набором языковых единиц с национально-культурным компонентом семантики — терминологической лексикой, безэквивалентными и фоновыми словами.

Лингвокультуроведческий аспект преподавания предполагает семантизацию не только лексических понятий, но и лексических фонов. Вок-

руг каждого слова, особенно ключевого, складывается целый ореол всевозможных сведений. Поэтому безэквивалентные и фоновые слова имеют большое значение. Важную роль играет ознакомление учащихся с культуроведческим потенциалом этих языковых единиц. Через тематические связи и сочетаемость языковых единиц учащиеся овладевают не просто языком, но и определенным «отрезком» действительности. При работе над спецтекстами любой термин становится источником дополнительных культуроведческих знаний.

Существует мнение, что обучение бизнес-языку — задача сугубо прагматическая, направленная в конечном счете на получение прибыли — главного объекта деловых контактов. Эта задача решается через усвоение необходимой терминологии, типичных лексико-синтаксических конструкций в их функциональной значимости. Однако опыт показывает, что бизнес-язык не ограничен строгими профессиональными рамками и соприкасается с различными аспектами, со старым и новым в человеческом бытии, а следовательно, и с элементами общечеловеческой и национальной культуры. Чтобы адекватно и эффективно использовать бизнес-язык в прагматических целях, необходимо постоянно совершать экскурсии в лингвокультурологию.

Результатом многосторонних бизнес-контактов на уровне государств и народов являются многочисленные языковые заимствования, универсалии в языковой практике, миграции. Эти явления нуждаются в комментариях, облегчающих коммуникативную деятельность на иноязычном рынке и обогащают сознание изучающего иностранный бизнес-язык. Именно поэтому наряду с чисто языковой (лексико-синтаксической и терминологической) направленностью обучения необходимо обратить особое внимание на культурологический аспект бизнес-языка. Думается, что без этого владение бизнес-языком останется неполноценным.

При чтении специальных текстов через тематические связи и сочетаемость языковых единиц учащиеся овладевают определенным отрезком действительности. Такой текст является источником дополнительных культуроведческих знаний.

Таким образом, формируя профессиональную компетенцию иностранных учащихся, преподаватель решает одну из важнейших задач в методике преподавания русского языка как иностранного — овладение культурой через язык.

Л.И. Колесникович

*Пинский филиал Белорусского
государственного экономического
университета (г.Пинск)*

ЭТИКЕТ И АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Поведение людей подчиняется определенным правилам. Среди этих правил есть нормы, свойственные всему человечеству, группам культур, объединяемым в тот или иной тип цивилизации, или национальным

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>