

УСТНОЕ ДЕЛОВОЕ ИНОЯЗЫЧНОЕ ОБЩЕНИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

По мнению А.П. Панфиловой, в профессиональной деятельности любого специалиста основным видом общения является *деловое* как способ организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности (производственной, научной, коммерческой). Соответственно, основными задачами делового общения являются продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей и улучшение партнерских отношений.

Устное деловое иноязычное общение (УДИО), как одна из форм делового общения, представляет собой процесс взаимодействия деловых партнеров в устной форме на иностранном языке, причем всегда двоякого: в социальном и психологическом плане. С одной стороны, каждый из деловых партнеров, вступая в подобное общение, реализуется как личность, проявляя все свои индивидуальные психологические характеристики (темперамент, особенности мышления, речи, свойства характера и т.п.); с другой — как социальный субъект, в силу особенностей своей профессиональной деятельности несущий на себе отпечаток определенной социальной и профессиональной группы и играющий определенную социальную роль в обществе. Кроме того, подобное общение всегда имеет коллективный характер, т.е. предполагает наличие нескольких участников, которые, взаимодействуя с определенной целью, оказывают влияние друг на друга для получения конкретного результата — определенного изменения во взаимоотношениях, в совместной деятельности.

По мнению Г.М. Андреевой, *устное деловое иноязычное общение* как вид иноязычной устноречевой коммуникативной деятельности людей представляет собой социально-психологический процесс речевого взаимодействия коммуникантов (специалистов в той или иной профессиональной области) на иностранном языке в совместной деятельности, основными составляющими которого являются: *коммуникация*, обеспечивающая обмен информацией между речевыми партнерами; *интеракция*, регулирующая их взаимодействие в общении; *перцепция*, организующая взаимовосприятие, взаимооценку и рефлексии в общении.

В целом, УДИО характеризуется:

- *предметностью общения*, что объясняется общей прагматичностью УДИО и его нацеленностью на конкретный результат;
- *профессионально-ролевой организацией*, согласно которой все деловые партнеры прежде всего являются носителями определенных социальных и профессиональных ролей, необходимость успешного исполнения которых и обеспечивает достижение поставленной в УДИО цели;
- *целенаправленностью воздействия*, предполагающей необходимость оказания определенного воздействия на партнера по УДИО с целью изменения или корректи-

ровки его целей и установок для максимально успешной реализации конечной стратегической цели общения;

- *установкой на продуктивное сотрудничество*, т.е. общей направленностью УДИО на получение конкретного практического взаимовыгодного результата общения для всех участников коммуникации (деловых партнеров);

- *регламентированностью*, т.е. точно установленной содержательной и процессуальной последовательностью общения, что позволяет в каждой конкретной ситуации УДИО четко выделять взаимообусловленные этапы речевого взаимодействия коммуникативных партнеров независимо от их позиций в общении, мотива и типа взаимодействия, а также особенностей взаимоотношений;

- *конвенциональностью*, т.е. определенной условностью и нормативностью, представляющими собой совокупность норм и правил речевого и неречевого поведения деловых партнеров в УДИО.

Специфика УДИО как системы субъект-субъектных отношений проявляется в том, что коммуниканты всегда обязаны владеть нормами социокультурного поведения, а отношения между ними носят сугубо официальный, деловой характер. Партнеры по УДИО всегда выступают в статусных ролях, определяющих нормативные и этические критерии их речевого поведения.

И.Н. Корзун, Д.В. Лобынько
БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ

Усиление внимания к иностранному языку как языку делового общения обусловлено достаточно существенным фактором, а именно: экономической глобализацией, культурной и образовательной интеграцией, которые привели к активному развитию международных экономических отношений, бизнеса и предпринимательства. Организация обучения деловому иностранному языку как процессу межкультурной коммуникации создает реальные предпосылки для формирования у студентов медиакультуры, расширяющей привычные схемы коммуникативного процесса.

Высокая информационная емкость медиакультуры, легкость и убедительность ее чувственного (образного) восприятия, доминирование продуктивных возможностей над репродуктивными, скорость и широта трансляции и тиражирования, массовость и доступность являются основными факторами, способствующими формированию общественного сознания и социализации личности молодого поколения.

Современная медиакультура — это интенсивность информационного потока, прежде всего аудиовизуального (ТВ, кино, видео, компьютерная графика, Интернет), и средство комплексного освоения человеком окружающего мира в его социальных, нравственных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах. Профессиональное экономическое образование, включающее изучение иностранного языка, выступает тем образовательным инструментом, который