

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРОСС-КУЛЬТУРНОГО ПОДХОДА В ОБУЧЕНИИ РИТОРИКЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Н.П. Звонак
МГЛУ, Минск

Коммуникативная перспектива развития лингвистического знания позволяет интенсифицировать методику преподавания иностранных языков. Антропоцентрический подход к языку определяет смещение акцента с его внутренней структуры на прагматические и социальные характеристики, придает особую значимость межкультурному аспекту коммуникации. В современной методике компоненты иноязычной компетенции тесно коррелируют с целями обучения иностранным языкам и обуславливают формирование знаний, необходимых обучаемым при межкультурной коммуникации.

Повышение роли коммуникативной и социокультурной компетенции происходит на фоне усиления глобализационных процессов ('global village'). Тем острее стоит вопрос выработки соответствующих умений и навыков для осуществления эффективной межкультурной и межличностной коммуникации. Данная проблематика находит отражение в социологии, социальной психологии, теории коммуникации, в деловой сфере, международных отношениях и т.д.

Обучение эффективному деловому общению предполагает знакомство с системой вербальных и невербальных кодов в контексте специфики межкультурной коммуникации. Данные идиосинкретические особенности влияют на процессы восприятия, понимания, информационного обмена, а также принятия решений. Развитие межкультурной компетенции протекает на фоне ослабления этноцентрических стереотипов и формирования культурного релятивизма, чему способствует освоение культурных императивов, определяющих продуктивную социальную интеракцию на международном уровне. Так, планирование маркетинговой отношений в рамках глобального коммуникативного процесса должно осуществляться с учетом национально-культурной специфики на микроуровне, так как рыночная среда активно реагирует не только на экономические условия, но и на элементы культуры. Сюда можно отнести материальную составляющую, социальные институты, ценностную систему, эстетику и язык. Ориентация в данной сетке координат позволяет маркетологу успешно позиционировать товар на зарубежном рынке. Особый интерес здесь представляют языковые трудности, связанные с созданием брэндов: рекламные слоганы и торговые марки не всегда получают адекватное прочтение в переводе (например, слоган "Come alive with Pepsi" имеет следующую интерпретацию на немецком "Come out of the grave with Pepsi").

Следует отметить, что выработка коммуникативных стратегий подчиняется прагматическим правилам, принципам и нормам, жестко детерминированным культурной и контекстной средой. Таким образом, успех в переговорном процессе, публичном выступлении, при проведении деловой встречи, совещания, напрямую зависит от владения коммуникантами социокультурной парадигмой.

Д.Л.Грэм и Й.Сано отмечают, что одной из основных трудностей в переговорном процессе является то обстоятельство, что представления о "нормальном" ходе переговоров имеют разную основу в различных культурах. Закономерно предположить, что межкультурный диалог должен включать в себя наряду с традиционными стадиями переговоров (во-первых, освещение своей позиции, знакомство с противоположной точкой зрения; во-вторых, оценка и попытка склонить к своему варианту решения; в-третьих, согласование и достижение консенсуса) обязательный предварительный этап установления взаимопонимания, не преследующий конкретной переговорной цели.

Значимым шагом на этом пути также служит изучение корпоративных стилей управления и деловой этики в мультикультурном пространстве. Например, разница в деловом стиле, свойственном американцам и японцам, прослеживается на уровне невербального поведения (высоко контекстная культура у японцев/ низко контекстная культура у американцев); отношений по линии "покупатель—продавец" (вертикальные связи у японцев/горизонтальные — у американцев); применяемых стратегий убеждения; процесса принятия решений (холистический подход у японцев/последовательный — у американцев) и т.д.

"Коммуникативные игры" определяют не только содержание вербального сообщения, но и способ его подачи. В данной связи существенными является концептуальная картина времени, проксемика, кинесика, паралингвистическая составляющая и т.д. К невербальным кодам также относят язык договоренностей исходя из того, что лежит в основе правомерности принимаемых решений: 1) правила, формализованные в виде закона или установления; 2) моральные нормы, совместно выработанные и одобренные обществом; 3) негласные традиции и

обычай, которым следуют все и которые слабо поддаются определению. Например, американцы отдают предпочтение первому варианту, целиком полагаясь на письменные соглашения и контракты, тогда как для греков контракт является лишь очередной вехой в переговорном процессе, оканчивающемся лишь с завершением поставленных задач. Следовательно, не принимаемая во внимание разница в предпочтениях может привести к возникновению межкультурного конфликта, преодоление которого возможно благодаря формированию межкультурной компетенции.

Коммуникативные стратегии, нацеленные на развитие межкультурных навыков, во многом определяются риторической перспективой. Умелое использование методов убеждения и аргументации позволяет избежать наиболее распространенных логических ошибок, таких как нарушение причинно-следственных отношений, необоснованная дилемма (или/или) и др., приводящих к рассогласованию коммуникативных связей. В свою очередь, интегративный подход (win-win), учитывающий многомерность межкультурных факторов, позволяет преодолевать однобокость мышления и помогает находить общие точки соприкосновения в межкультурном диалоге.

Таким образом, коррективы, вносимые в содержание учебных курсов по деловому общению, являются своевременным ответом на растущую необходимость переоценки прежнего жестко этноцентрического подхода к глобальному коммуникативному процессу.

КОММУНИКАТИВНАЯ МЕТОДИКА И СОЦИО-КУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ

В.С. Истомин

ГрГУ, Гродно

При обучении студентов иностранному языку методика должна помочь обучающимся понять, используя особенности родной культуры и культуры изучаемого языка, механизмы, определяющие принадлежность к тому или иному культурному сообществу; научить студента рассматривать данную культурную общность как систему набора отличительных качеств и свойств, одновременно находить и выделять те характерные признаки, которые в силу своей "неявной" сущности являются определяющими показателями принадлежности языковых носителей к их культурному сообществу, а также подводит его к осмыслению социокультурных признаков, определяющих специфику мировоззрения данного народа.

Область изучения "межкультурного" включает в себя также изучение проблем науки, характерной данному культурному сообществу, профессиональной и экономической деятельности: путешествия, туризм; иммиграция и политическая интеграция; развитие стран третьего мира и их оснащение новыми технологиями; проблемы, связанные с развитием образования, обучением языкам, обменом языковым, педагогическим опытом, называемым межкультурным.

Принимая во внимание то, что речь представляет собой средство культурного самовыражения и самоопределения культурного качества народа, можно сделать вывод о том, что данный фактор и его изучение играют решающую роль в рассмотрении проблем двуязычия, многоязычия, обучения языкам, социально-лингвистической адаптации.

Международная образовательная политика в качестве основных целей включает защиту и развитие лингвистического наследия и культурного многообразия народов как важного источника их взаимного духовного общения; развитие языковых коммуникативных навыков до уровня, достаточного для эффективного обмена идеями и человеческими ресурсами между странами; последовательное внедрение элементов личностно ориентированного подхода к обучению, а также приоритет формирования у обучающихся социально-культурной компетенции и укрепления плюралингвистического подхода в их обучении.

Методика обучения иностранным языкам на современном этапе характеризуется интенсивным внедрением социально-культурного подхода в обучении языкам для международного общения. Под международным общением нами понимается функционально изученное коммуникативное взаимодействие людей, которые выступают носителями разных культур сообществ в силу осознания другими людьми их принадлежности разным геополитическим, континентальным, а также социальным субкультурам, которые, соответственно, могут отличаться друг от друга в отношении целостно ориентированного мировидения, образа и стиля жизни, моделей речевого и неречевого общения. Если речь идет об иноязычном межкультурном общении, то имеется в виду, что в