

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОМУ ОБЩЕНИЮ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА

© 2015 Л.И.Корнилова, Н.Г.Козлова

Тольяттинский государственный университет

Статья поступила в редакцию 06.03.2015

В статье рассматривается феномен межкультурного общения и основные содержательные характеристики процесса обучения межкультурному общению студентов неязыкового вуза, такие как сфера, тема, ситуация, текст, речевой материал, языковые и страноведческие знания. Эмпирической базой исследования являются результаты анкетирования студентов и опроса руководителей ТАУ. Это позволяет оценить содержание программы по дисциплине «Иностранный язык» для студентов направления подготовки бакалавриата «080200.62 Менеджмент» и выделить особенности становления социокультурной позиции будущих менеджеров.

Ключевые слова: межкультурное общение, содержательные характеристики, процесс обучения, программа, социокультурная позиция.

Сегодня особую актуальность приобретает проблема нового содержания и методики обучения иностранному языку в неязыковой высшей школе с ориентацией на сформированность у будущих специалистов умений межкультурного общения¹. Чтобы определить отдельные компоненты (содержательные характеристики) этого понятия, необходимо рассмотреть сам феномен межкультурного общения будущих специалистов на иностранном языке.

Установлено, что это сложный и целенаправленный процесс взаимодействия нескольких людей, который предполагает владение ими не только фонетической, лексической, грамматической сторонами речи, но и умением применять стратегии общения, а также знания о культуре страны изучаемого языка. Поскольку любое, в том числе и межкультурное, общение включает в себя три процесса: коммуникацию — собственно передачу информации, интеракцию — организацию совместных действий субъектов и перцепцию — восприятие и понимание партнёра, то мы, вслед за А.И.Шейхет, *межкультурное общение* будем по-

нимать как триединый процесс взаимодействия представителей разных культур, включающий в себя передачу и получение информации на иностранном языке, организацию совместной деятельности и понимание носителей языка².

Процесс межкультурного общения студентов проходит в определенных *сферах* и возможных социальных и профессиональных *ситуациях* на иностранном языке, которые воздействуют на характер деятельности коммуникантов, влияя как на их речевое поведение, так и на выбор речевых средств. Для того чтобы определить сферы практического применения иностранного языка у будущих специалистов менеджмента, мы провели анкетирование студентов 1 – 2 курсов НОУ ВПО «Тольяттинская академия управления» направления подготовки бакалавриат «Менеджмент», «Реклама и связи с общественностью», «Прикладная информатика», «Экономика» и опрос руководителей некоторых компаний г. Тольятти и г. Москва. Анализ анкет и опросников подтвердил наше предположение о том, что актуальны три сферы общения – *профессиональная, деловая, социокультурная*. При этом 95% проанкетированных студентов полагают, что английский язык, безусловно, понадобится им в будущей профессиональной деятельности. 88% отметили, что общение с зарубежными коллегами и партнёрами является одним из самых необходимых направлений работы менеджера, связанных с иностранным языком. 67% респондентов подчеркивают

¹ Корнилова Людмила Ивановна, кандидат педагогических наук, профессор, кафедры теории и методики преподавания иностранных языков и культур.

E-mail: lik_nauka@mail.ru

Козлова Наталья Геннадьевна, учитель английского языка, ГБОУ СОШ №2091 г. Москва, соискатель кафедры теории и методики преподавания иностранных языков и культур. E-mail: nnadezhdina@yandex.ru

¹ Корнилова, Л.И. Новый этап методики в условиях межкультурного обучения / Л.И.Корнилова // Материалы 6-й Окружной научно-практич. конф. иностранного языка вузов Приволжско-Уральского военного округа. – Сызрань: ВАУЛ, 2006. – С.3 – 11.

² Шейхет, А.И. Трудности межкультурного общения на финском языке и методика их преодоления / А.И.Шейхет // Известия Росс. госуд. педагогич. ун-та им. А.И.Герцена. – 2013. – №162. – С.209 – 214. – С. 210.

необходимость социокультурной сферы общения. 81,25% опрошенных руководителей утверждают, что они используют иностранный язык в профессиональной деятельности. 62,5% используют иностранный язык при общении с зарубежными коллегами и партнёрами. Профессиональная деятельность 43,75% опрошенных менеджеров включает посещение выставок, обучающих семинаров, научных конференций, конгрессов за рубежом. 93,75% действующих руководителей подчеркивают необходимость знания социокультурных особенностей их деловых иностранных партнеров.

Далее, следует отметить, что каждая рассмотренная сфера общения, разумеется, *тематически* обусловлена. Тематика – это круг тем, в рамках которых развивается обучение будущего специалиста межкультурному профессиональному общению, поэтому тематический аспект является важным условием осуществления иноязычной деятельности.

Проанализировав программу по дисциплине «Иностранный язык» для студентов направления подготовки бакалавриата «080200.62 Менеджмент» НОУ ВПО «Тольяттинская академия управления»³, мы установили, что она содержит 51 тему из трёх сфер общения – профессиональной, деловой и социокультурной. Наибольшее количество тем (27) – 52,94% – обеспечивают деловую сферу общения (это такие темы, как, например, «Taxation» («Налогообложение»), «Bonds» («Облигации»), «Stocks and Shares» («Акции») и другие). 10 тем из 51, что составляет 19,6%, обслуживают профессиональную сферу, которая представлена такими темами, как «Change» («Перемены»), «Strategy» («Стратегия»), «Leadership» («Лидерство») и другими. 11 тем или 21,56% обеспечивают социокультурную сферу общения. Это такие темы, как, например, «Companies and Their Banks» («Компании и их банки»), «Profitable Banks» («Доходные банки»), «Money banking and Federal Reserve System» («Банковское дело и Федеральная резервная система») и другие. Следует подчеркнуть, что многие темы невозможно чётко отнести к одной из выделенных сфер общения. Так, например, тема Ethics рассматривается с позиции этического ведения бизнеса в разных странах, что позволяет её отнести как к социокультурной, так и деловой сферам общения. То же относится и к темам Business and Environment, Innovations, Success и другим. Ряд тем обслуживают одновременно профессиональную и деловую сферы человеческой жизни: Employment, Advertising, Franchising

(т.к. там идёт сравнение с Россией). Тема Business Communication обслуживает сразу 3 сферы – профессиональную, деловую и социокультурную.

Помимо сфер, ситуаций и тематики общения важной содержательной характеристикой процесса обучения межкультурному общению являются *тексты*. Классическое толкование текста находим в Лингвистическом энциклопедическом словаре: (от латинского *textus* – ткань, сплетение, соединение) – объединённая смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность⁴. Сегодня текст рассматривается как сложное сообщение, произведение вербальных элементов, устных или письменных, которое характеризуется многоуровневой связностью, триединством своих содержательных, композиционных и выразительных сторон, социальной целенаправленностью, прагматической установкой и отношением автора (авторов) к сообщаемому⁵. С точки зрения формирования социокультурной позиции личности студента, текст должен отвечать определённым требованиям: он должен носить социокультурную направленность, иметь лингвострановедческую значимость и быть обязательно оригинальным (аутентичным). Данными характеристиками обладают неадаптированные тексты, взятые из газет, журналов, классических аутентичных книг по экономике и менеджменту, а также тексты записанных интервью с руководителями в глобальных компаниях.

Ещё одной важной содержательной характеристикой процесса обучения межкультурному общению является *речевой материал*. Это – речевые образцы, формулы речевого общения, речевые штампы, характерные для профессионального общения, позволяющие взаимодействию и обратной связи при межкультурном общении. Прежде всего, студенты-менеджеры должны *уметь* поздороваться и попрощаться, выразить своё согласие / несогласие с чем-либо и степень своего согласия, спросить о мнении собеседника, выразить своё мнение, внести свои предложения, отказаться от чьих-либо предложений, прервать собеседника, чтобы вставить своё слово; вести телефонные переговоры, попросить соединить с нужным человеком, объяснить цель своего звонка, уточнить, правильно ли они понимают информацию, выразить своё понимание услышанного или объяснить, попросить перезвонить в

³ Рабочая программа по дисциплине «Иностранный язык» для студентов направления подготовки бакалавриата «080200.62 Менеджмент» НОУ ВПО «Тольяттинская академия управления».

⁴ Лингвистический энциклопедический словарь / гл.ред. В.Н.Ярцева. – Москва: Изд-во «Советская энциклопедия», 1990. – 683 С. – С. 507.

⁵ Копытов О.Н. О фундаментальных категориях текста // Вестник Иркутского государств. лингвистич. ун-та. – 2011. – №3. – С. 149 – 157. – С. 157.

случае технических проблем на линии. Вот далеко не полный список *умений* будущего менеджера в ситуации межкультурного общения.

Что касается следующей содержательной характеристики процесса обучения межкультурному общению, то следует отметить, что каждая конкретная сфера, ситуация и тема общения соотносятся с определенными *языковыми знаниями*: фонетическими, лексическими, грамматическими. В программе по дисциплине «Иностранный язык» для бакалавров направления «Менеджмент» *грамматический материал* специально отобран для обеспечения участия студентов в межкультурном общении: знание и активное использование системы времён в английском языке – простые времена: Present / Past / Future Simple; длительные времена: Present / Past / Future Continuous; совершённые времена: Present / Past / Future Perfect; словообразование; согласование времён; косвенная речь; придаточные относительные предложения; фразовые глаголы; условные предложения I, II, III типа; страдательный залог; инфинитив и инфинитивные конструкции; формы выражения вежливой просьбы: Please, can / could / will / would / shall / should / would you mind / do you mind; порядок слов в предложении; модальные глаголы: can, may, must, be и их эквиваленты, will/would/shall/should/need/ought to; способы выражения будущего времени: will, to be going to, Present Continuous, Present Simple; сослагательное наклонение; 5 типов вопросов: общий, специальный, альтернативный, разделительный, косвенный.

В рамках установленных выше сфер и тем представляется возможным рекомендовать следующий объем *лексического* материала: 2000 – 2300 лексических единиц по изучаемым темам, обеспечивающих успешное межкультурное общение. Лексический материал организован в глоссарии по 7 – 15 лексических единиц для каждого занятия. Студенты учат термины по темам вместе с их дефинициями, дериватами, эквивалентами в родном языке и учатся применять термины в собственной речи при помощи перевода предложений с русского на иностранный язык, ответов на вопросы, выражения своего согласия / несогласия с утверждениями или составления собственных предложений с использованием новой лексики. Также студенты прописывают и учат фонетическое оформление слова (его транскрипцию).

Страноведческие знания, приобретаемые студентами с целью становления социокультурной позиции, заключаются во владении ими социокультурными особенностями и реалиями страны изучаемого языка. Это также знания о компаниях с мировым именем, таких как IBM, Boeing, Calvin

Klein, General Electric и многих других. Студентам-менеджерам необходимо знать историю этих компаний, их основателей, формулу и секрет успеха компаний, место на мировом рынке⁶. Кроме того, необходимо включать также знания о международном экзамене Business English Certificate (его формат, цели, успешные стратегии сдачи экзамена). Немаловажное место в данной системе должны занимать знания в области бизнес-этики, а именно: что является этичным в сфере бизнеса в стране изучаемого языка. Важным является знакомство с особенностями ведения бизнеса с восточными деловыми партнёрами. Кроме того, студентов необходимо познакомить с культурами разных стран, поведением людей, их традициями и обычаями, а также их оценкой и анализом их влияния на ведение бизнеса. Страноведческие знания также должны включать знакомство с мировыми лидерами в политике и экономике, различные изобретения и авторов известных изобретений (*Biro, Benz, Edison* и другие). В целом, решающим принципом отбора страноведческих знаний является их коммуникативная необходимость и достаточность.

Сегодня в бизнесе важную роль играет *защита окружающей среды*, в связи с чем необходимо познакомить студентов с компаниями, которые вносят вклад в сохранение окружающей среды. Знания *бизнес этикета* также должны занимать определенное место в системе знаний социокультурных особенностей страны изучаемого языка. Кроме того, необходимо познакомить студентов с успешными людьми страны изучаемого языка, такими, как, например, *Jack Welch* и *Steve Jobs*. Изучая банковское дело на иностранном языке, важно изучить международные банки с мировым именем, такие как *Barclays Bank, Merrill Lynch, HSBC Bank* и другие, а также *Федеральный Резервный фонд США* и международные фондовые биржи.

Представленные содержательные характеристики процесса обучения межкультурному общению могут быть дополнены в соответствии с профилем конкретного неязыкового вуза и с учётом задач будущего межкультурного общения его выпускников. В то же время представляется возможным рассмотреть перечисленные компоненты как исходную посылку при решении вопроса о содержании и методике иноязычной подготовки студентов неязыкового вуза.

⁶ Козлова, Н.Г. Иностранный язык как средство развития социокультурной позиции студентов неязыкового вуза / Н.Г.Козлова // Проблемы и перспективы развития науки и образования в XXI веке: сб. науч. трудов по материалам межд. заочной научно-практич. конф. 18 февраля 2014 г. – Липецк: Липецкая обл. общ. орг. Всеросс. общ. изобрет. и рационал., 2014. – С. 151 – 154. – С. 153.

**CONTENT-RELATED CHARACTERISTICS OF THE PROCESS
OF TEACHING CROSS-CULTURAL COMMUNICATION TO STUDENTS
OF A NON-LINGUISTIC UNIVERSITY**

© 2015 L.I.Kornilova, N.G.Kozlova^o

Togliatti State University

The article deals with the phenomenon of [cross-cultural communication](#) and the main content-related characteristics of [cross-cultural communication](#) teaching process to students of a non-linguistic university such as the sphere, the theme, the situation, the text, the verbal information, linguistic and cross-cultural knowledge. The experimental basis of the research is the results of a questionnaire survey of Togliatti Academy of Management students and TAOМ managers' polling. This allows to evaluate the content of the working programme of the discipline "Foreign Language" for students of the bachelor degree course "080200.62 Management" and to distinguish the peculiarities of socio-cultural position formation of future managers.

Key words: [cross-cultural communication](#), content-related characteristics, teaching process, programme, socio-cultural position.

^o Lyudmila Ivanovna Kornilova, Candidate of pedagogy, Professor. E-mail: lik_nauka@mail.ru
Nataliya Gennadjevna Kozlova, Teacher of English, Secondary school №2091, Moscow,
Doctoral candidate of Department of theory and methods of teaching foreign
languages and cultures. E-mail: nnadezhdina@yandex.ru