

ПІДГОТОВКА СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ ПРОФЕСІЙНО-ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Основою інноваційного розвитку економіки в умовах міжнародної інтеграції є особистість фахівця з високим рівнем іншомовної професійно-ділової компетентності, що дозволяє йому безпосередньо й оперативно вирішувати професійні проблеми в процесі міжкультурної взаємодії, здійснювати ефективну ділову комунікацію (телефонні розмови, листування, переговори), а також швидко знаходити іншомовну інформацію й використовувати її в професійній діяльності.

Тож метою іншомовної підготовки є формування у студентів досвіду міжкультурної комунікації (МКК), необхідного для успішної професійної діяльності в міжнародному середовищі, ще під час навчання в університеті.

МКК є однією з найважливіших форм соціальної комунікації та взаємодії представників різних культур, що здійснюється з метою взаємного пізнання, спільної діяльності та співпраці. Набутий студентами досвід здійснення МКК має сприяти формуванню у них необхідних для професійної діяльності вмінь, становленню комунікативної культури, вихованню професійно значущих особистісних якостей, які створюють підґрунтя для соціальної взаємодії з представниками інших культур [1].

У міжкультурному світі сучасний фахівець – це людина, яка може стати «своїм» в іншій культурі, спроможна здійснювати комунікацію і проводити переговори на міжнародному рівні, працювати у міжкультурних «командах», засвоїла правила бізнес-етикету, має сформовану мотивацію до міжкультурної взаємодії, розвинуті лідерські управлінські навички, несе соціальну відповідальність за свої рішення [2, с. 338-339].

На відміну від особистісного спілкування, сутність якого складає обмін емоційно-ціннісним досвідом, метою професійно-ділової комунікації є вирішення справ у предметній сфері діяльності (виробничій, комерційній, торговельній, організаційній тощо). Об'єктом ділової комунікації у сфері економіки є фрагмент реальної дійсності, на який спрямовано спільну діяльність людей. Її метою може бути досягнення певного матеріального або ідеального результату (виробництво продукту, надання послуг, вирішення проблеми, а також обмін інформацією, досвідом тощо).

У процесі іншомовної підготовки студенти навчаються аналізувати й обговорювати теми і проблеми професійної діяльності, порівнювати різні

аспекти функціонування економічних систем країн – своєї і країни, мова якої вивчається. Засвоєння фахової термінології, типових для економічного дискурсу граматичних структур надають можливість студентам ознайомитись зі світовим досвідом і досягненнями в галузі економіки для подальшого використання в практичній діяльності.

Здатність фахівців вирішувати типові завдання і проблеми професійної діяльності засобами іноземної мови означає, що вони вміють оперативно і гнучко обирати мовленнєві засоби відповідно до екстралінгвістичних факторів МКК, конкретних ділових партнерів, особливостей ведення міжнародного бізнесу.

Формування у фахівців досвіду професійно-ділової комунікації під час іншомовної підготовки передбачає засвоєння правил ділового етикету, мовних і мовленнєвих особливостей ділового спілкування, лексико-граматичних та стилістичних особливостей складання різних видів ділових паперів і листів іноземним бізнес-партнерам, письмових повідомлень відповідно до комунікативного наміру, а також контрактів, угод та інших видів документів, що використовуються в зовнішньоекономічній діяльності (фінансові, торговельні). Для майбутньої професійної діяльності студентам важливо навчитися готувати і здійснювати презентацію підприємства та його продукції, розробляти рекламу, каталог товарів тощо.

Для успішного ведення справ з представниками інших країн в умовах гострої конкуренції на світовому ринку фахівцям у галузі економіки необхідно знати характерні особливості провідних бізнес-культур; усвідомлювали, який значний вплив здійснює національна культура на корпоративну; розуміти причини виникнення міжкультурних конфліктів, шляхи їх попередження і нейтралізації; методи управління бізнесом на перетині культур; уміти запобігати найбільш типовим помилкам, пов'язаним з національними стереотипами комунікативної поведінки; набути вміння щодо проведення аналізу ділової культури потенційного іноземного партнера.

Доцільним вважаємо посилення культурологічного компонента іншомовної підготовки, що передбачає навчання студентів аналізу ділових культур за параметрами Г. Хофстеде [3], за якими можна схарактеризувати національні

особливості комунікативної поведінки її представників.

У міжнародному співробітництві для ефективного проведення міжнародних переговорів і ділових зустрічей необхідно враховувати параметр культури «дистанція влади». У культурах з низькою дистанцією влади найбільше цінуються рівноправність у відносинах й індивідуальна свобода: співробітники завжди можуть звернутися до свого начальника з будь-яким питанням, відверто висловити критичні зауваження, навіть свою незгоду з ним. У культурах з високою дистанцією влади комунікація, навпаки, є формалізованою і повністю регламентованою, що зумовлює недемократичність відносин між керівником і підлеглими (накази не обговорюються і не підлягають критиці, особистісна відданість цінується вище, ніж професійна кваліфікація).

Студенти мають усвідомити: параметр культури «індивідуалізм / колективізм», що віддзеркалює соціальні відносини між людьми, визначає місце і цінність людини у суспільстві (наскільки важливою є окрема особистість, наскільки важливою є група?) У колективістських культурах, в яких людина з самого дитинства інтегрована у суспільство, важливим поняттям є «ми», що означає: індивідуальні досягнення асоціюються зі спільною колективною діяльністю; групові цілі, погляди і потреби домінують над особистими; людина залежить від суспільства і колективу і має поділяти відповідальність за все, що відбувається. В особистісній і професійній сферах високо цінуються здатність до співпраці, спільної діяльності, готовність до компромісів, а також скромність (непристоїно підкреслювати власні чесноти і досягнення).

В індивідуалістських культурах, в яких людині надається свобода у самовизначенні й самореалізації, особистісне «Я» має надзвичайно велику цінність. У таких культурах найвище цінуються індивідуальність людини, її особисті досягнення, а найважливішими її якостями вважаються самостійність, ініціативність, цілеспрямованість, здатність до конкуренції з іншими у досягненні своїх цілей тощо.

Параметр культури «маскулінність / фемінінність» характеризує ставлення до конкуренції в професійній сфері, а також те, як у суспільстві ставляться до традиційних чоловічих і жіночих цінностей. Чоловічі цінності пов'язуються із суперництвом, досягненням матеріального достатку для своєї сім'ї й набуттям певного соціального статусу в суспільстві, підвищенням результативності діяльності. Лагідний характер, інтерес до оточуючого середовища, турбота про людей, допомога менш успішним і слабкішим традиційно вважаються жіночими цінностями.

Студентам важливо знати, що для поведінки представників високо конкурентних культур характерним є те, що вони прагнуть відразу приступати до роботи, не намагаються встановлювати і підтримувати міжособистісні

стосунки, можуть миритися з малоприємними особистісними якостями співробітників, якщо ті демонструють високі ділові здібності й сприяють досягненню бажаного результату. Представники низько конкурентних культур добре працюють у «команді», можуть враховувати потреби інших людей, надають великого значення соціальним відносинам, цінують особистісні якості.

В умовах МКК фахівцям потрібно знати сутність параметра «визначеність / невизначеність комунікативної ситуації», що характеризує ставлення представників різних культур до професійно-ділової комунікації і рівня її формалізації. В одних культурах існують численні правила, що регламентують дії людей, в інших люди вільно ставляться до формальностей під час соціальної комунікації. У суспільствах з високим рівнем запобігання невизначеності у комунікативних ситуаціях розробляються устами, в яких докладно описуються права й зобов'язання роботодавця і працівника, створюються інструкції та правила внутрішнього розпорядку, які регламентують перебіг робочого дня. Представники такої культури відчують себе впевнено тільки в умовах наперед структурованих комунікативних ситуацій, критично ставляться до людей, поведінка яких відхиляється від встановлених норм.

Зменшити невизначеність у ситуаціях МКК можна завдяки знанням особливостей комунікативної поведінки носіїв іншої культури, психологічній підготовці до процесу МКК, набуттю досвіду професійної міжкультурної взаємодії ще під час навчання у ВНЗ.

Слід зазначити, що вивчення теоретичних аспектів стосовно особливостей процесу МКК мають поєднуватися з виконанням практичних завдань, які спрямовані на аналіз критичних ситуацій в МКК, порівняння цінностей іноземної і рідної культур, проведення дискусій, підготовку презентацій особливостей бізнес-культур різних країн світу тощо.

Отже, посилення культурологічного аспекту іншомовної підготовки створює основу для орієнтування студентів в ситуаціях міжкультурної комунікації, усвідомлення особливостей української бізнес-культури, набуття вмінь продуктивного професійно-ділового спілкування з іноземними партнерами. Міжкультурна компетентність фахівців з економіки є запорукою забезпечення їхньої мобільності й конкурентоспроможності на світовому ринку праці.

Список літератури

1. Т. В. Колбіна, «Формування у студентів досвіду міжкультурної комунікації», *монографія*, Харків, 2012, 168 с.
2. Н. Дж. Холден, «Кросс-культурний менеджмент. Концепція когнитивного менеджмента», Москва, 2005, 384 с.
3. G. Hofstede, «Lokales Denken, globales Handeln. Kulturen, Zusammenarbeit und Management», München, 1997, 420 S.

