

общей цели подготовки специалиста, которая теперь заключается в формировании социально-профессиональной компетентности (СПК) выпускника вуза. В состав СПК входят академические, социально-личностные и профессиональные компетенции. На реализацию поставленной задачи направлены не только специальные дисциплины, но и дисциплины социально-гуманитарного блока. Что касается ИЯ, то напрямую он не влияет на формирование СПК будущего специалиста. Этот процесс происходит опосредованно, за счет вышеупомянутых категорий коммуникативности и содержания.

Вышеизложенное позволяет отметить, что формирование иноязычной коммуникативной компетенции специалиста неязыкового вуза происходит на базе определенного предметно-тематического содержания, с использованием разнообразных методических приемов и подходов, необходимых технологий обучения. Более того, в рамках КП иноязычная коммуникативная компетенция является одним из ключевых компонентов, лежащих в основе механизма формирования СПК специалиста неязыкового вуза.

Литература

1. Зимняя, И.А. Психология обучения неродному языку (на материале русского языка как иностранного) / И.А. Зимняя. – М., 1989.
2. Изаренков, Д.И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов-нефилологов / Д.И. Изаренков // Русский язык за рубежом. – 1990. – № 4. – С. 54–60.
3. Сафонова, В.В. Изучение языков международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций / В.В. Сафонова. – Воронеж, 1996.
4. Типовая учебная программа по иностранным языкам для высших учебных заведений / под ред. Л.В. Хведчени – Минск, 2008.
5. Хведченя, Л.В. Содержание иноязычного образования: история и современность (на примере классического университета) / Л.В. Хведченя. – Минск, 2002.

Д. В. Лебедева
БГУКИ (г. Минск)

ВЛИЯНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПРОСТРАНСТВЕ И ВРЕМЕНИ В РАЗНЫХ КУЛЬТУРАХ НА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЮ

Для бизнес-коммуникации в современных условиях значение имеет не только уровень владения языком делового общения, но также умение понять и правильно использовать обусловленные культурой особенности коммуникации и поведения представителей той или иной страны.

Понятия пространства и времени относятся к основополагающим факторам культуры. Знание о том, как ваш деловой собеседник относится к данным факторам, может существенно повлиять на результативность коммуникации, облегчив ее, либо затруднив.

Вопрос пространства имеет в виду отношение к «своей территории», к личному пространству, то есть к расстоянию до ближайшего человека,

которое требуется социально-адаптированному индивиду определенной культуры, чтобы чувствовать себя комфортно в общении. Немецкий исследователь С. Мольхо во время семинаров измерял это расстояние при приветствии двух немцев длинной руки и затем демонстрировал участникам, какой эффект производит нарушение установленных таким образом границ личного пространства: участники не выносили слишком близкого присутствия другого человека. В других культурах, например в Испании или среди мужчин в арабских странах, это расстояние значительно меньше.

Нарушение границ личного пространства происходит также, по мнению немцев, в случаях, если, например, посетитель-экстраверт кладет свой кейс с бумагами на стол служащего, к которому пришел по делу; или когда шеф швыряет своей секретарше на стол папку с бумагами для подписи и пальцем вытянутой руки указывает на допущенные ею в документах ошибки.

Прикосновение, как еще одна форма вторжения на «чужую» территорию, также обусловлено культурой. Похлопывание по плечу в знак приветствия (в России и Дании) неприемлемо и в Германии, как и приветственный поцелуй на деловой встрече, пожимание левой рукой правого предплечья собеседника во время рукопожатия. Пожимание рук, обязательное в Германии, в Китае используется только среди молодежи.

Размер офиса в Германии зависит от места в иерархии компании (ответственный исполнитель или консультант – 9 м², референт или эксперт – 18 м² и т. д.) и становится таким образом символом статуса. Руководство компании располагается, как правило, на самом верхнем этаже здания. Немцы привычнее работают при закрытых дверях и возводят вокруг своих домов на потеху или назло другим национальностям прочные заборы, а это означает, что они придают большое значение защите своей территории. Нарушение границ личного пространства имеет для них негативное значение.

В разных культурах существуют разные концепции времени. Для некоторых азиатских культур время имеет циклический характер: дни и поры года возвращаются через равные промежутки. Это можно увидеть в циклическом 12-летнем китайском календаре, где каждому году соответствует определенное животное и типичные особенности ожидаемых событий. Повторяемость и непрерывность являются данностью и могут содержать длинную череду перерождений, переселений душ или реинкарнаций. В других культурах, особенно западных цивилизаций, время представляется в виде линии: вчерашний день навсегда ушел и потерян, сегодняшний принадлежит нам, но только на короткое время, в завтрашний зависит от того, что мы сделаем сегодня. Здесь все сводится только к одной жизни, поэтому жить в ногу со временем нужно осмысленно и целеустремленно. Благодаря таким представлениям о времени сложились разные способы использования времени как «ресурса», одно – обусловленное скорее страхом («потерянное время»), а другое – невозмутимо спокойное («поспешишь – людей насмешишь»).

Разные культуры по-разному обращаются со временем. Различают два основных подхода: культуры, в которых люди время распределяют (монокронные) и культуры, в которых время как бы «расплаивается» (полихронные). Представители полихронных культур могут делать много дел одновременно. Они придают мало значения соблюдению расписания и более важным считают взаимодействие с другими людьми. Монокронное представление о времени характерно для североевропейских стран, а также для немецкой культуры, полихрония доминирует скорее в восточной и южной Европе. Как это отражается на бизнес-коммуникации, рассмотрим на примерах.

Можно сказать, что немцы находятся под властью времени. Спрашивая о времени, они не только говорят «Который час?», но и буквально «Насколько уже поздно?» («Wie spät ist es?»). С точки зрения немцев, время – важный и ценный фактор при ведении бесед и переговоров, и его тщательное распределение повышает эффективность общения. Личные отношения с собеседником имеют второстепенное значение. Налаживание таких отношений часто понимается как бесполезная трата времени. Соответственно немцы предпочитают конкретный и быстрый переход к сути дела долгим и, по их мнению, непродуктивным разговорам «вокруг да около». Фраза «перейдем к делу» является сигналом, который они подают собеседнику уже через короткое время после начала разговора (от 30 секунд до одной минуты). В ходе переговоров они точно оговаривают сроки и также серьезно стремятся их соблюдать. Назначенные сроки редко изменяются и еще реже от них отказываются, если такое происходит, то только по уважительной причине, которую предприниматель-немец обязательно своевременно сообщит партнеру вместе с извинениями по телефону, факсу или электронной почте. Если удается договориться о встрече с важным человеком, то обсуждение будет проходить в спокойной обстановке: вам не помешают ни телефонные звонки, ни сотрудники. Во время конференций или обсуждений телефон, как правило, отключают или переводят в другой режим работы, чтобы не создалась полихронная ситуация.

Важным считается также договориться о продолжительности предстоящей беседы, что немцы часто определяют вместе со временем начала встречи. Если немец-бизнесмен говорит, что на переговоры уйдет полчаса, то именно столько он имеет в виду. Если представитель другой стороны придет на встречу позже назначенного, то время переговоров будет соответственно сокращено, так как часто в расписании немца может стоять другая встреча, назначенная сразу после первой, а он не станет заставлять своего следующего собеседника ждать или вносить изменения в свои планы. Однако стоит отметить, будут ли события в конкретной ситуации развиваться, как было сказано выше или иначе, зависит среди прочего от уровня власти и социокультурной компетентности каждого отдельного человека.

Таким образом, среди немцев ценится пунктуальность, и она, как правило, идет одновременно с плохой способностью проявлять гибкость.

Монохронность влияет также на производство текстов. Монохронное освещение темы – типичный способ написания текста авторами с чувством рационализма, результативности и целеустремленности в аргументации. Ход мыслей, с их точки зрения, описывается в логической последовательности и в нем можно проследить главную идею, своего рода путеводную нить. При изложении материала обычно принято придерживаться определенного плана. Особое значение придается рациональному соотношению исходной информации и полученного ответа, то есть соизмеримости затрат времени и объема информации для адресата и отправителя послания. В этом отношении для американской, шведской и немецкой деловой корреспонденции является характерным стремление найти оптимальные формулы измерения и оформления «понятности» текста.

Фактор времени проявляется в профессиональном общении многими способами. Упомянем периодичность и перспективу:

- согласно американскому закону о финансовой отчетности составление баланса проводится каждые три месяца, а в Германии – раз в год.

- во время презентации своей фирмы американцы делают упор на ее потенциал в будущем. Положение фирмы в настоящем и, особенно в прошлом, представляется довольно кратко. Японцы посвящают истории фирмы и ее традициям несравненно больше времени, чем американцы. Немцы с точки зрения времени и информации находятся посередине и раздражают своей манерой презентации как американцев (Когда же они, наконец, перейдут к делу?), так и представителей азиатских культур (Разве у них нет традиций?).

Вышеназванные факторы следует учитывать в процессе обучения иностранному языку и, по возможности, проводить сравнения с культурными особенностями своей страны.

Литература

Buhlmann, R. Handbuch des Fachsprachenunterrichts: unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen / Rosemarie Buhlman // Anneliese Fearn. – 6., überarb. und erw. Aufl. – Tübingen, 2000.

Л. Н. Лобач, И. А. Долгова
МИТСО (г. Минск)

К ВОПРОСУ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Деятельность студента в вузе специфична по своим целям, условиям, мотивам, она является основным путем формирования личности будущего специалиста с высшим образованием.

Самосознание студента формируется на основе расширения знаний о необходимых им как будущим гражданам и специалистам качествах, адекватной самооценке уровня их развития. Наиболее типичные недостатки