

Васьбиева Динара Гиниятулловна

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

В статье рассматриваются особенности развития межкультурной компетенции студентов неязыкового вуза на занятиях по иностранному языку. Особое внимание уделяется вопросам культурных различий в деловой среде, метафоричности профессионального жаргона в ситуациях межкультурного общения, учета специфики родной и изучаемой лингвокультур при разработке проблемы обучения межкультурной коммуникации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/7-2/10.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 7 (49): в 2-х ч. Ч. II. С. 40-42. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/7-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 811.11

Филологические науки

В статье рассматриваются особенности развития межкультурной компетенции студентов неязыкового вуза на занятиях по иностранному языку. Особое внимание уделяется вопросам культурных различий в деловой среде, метафоричности профессионального жаргона в ситуациях межкультурного общения, учета специфики родной и изучаемой лингвокультур при разработке проблемы обучения межкультурной коммуникации.

Ключевые слова и фразы: межкультурная коммуникация; межкультурная компетенция; культурные различия; культурная грамотность; обучение иностранному языку.

Васьбиева Динара Гиниятулловна, к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
dinara-va@list.ru

**ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ
НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ[©]**

Возросший интерес к проблеме обучения межкультурной коммуникации на занятиях по иностранному языку в неязыковом вузе в значительной степени вызван глобализацией всей мирохозяйственной системы. Российские руководители крупных транснациональных компаний акцентируют больше внимания на роли межкультурной коммуникации для обеспечения благоприятного положения дел в мире бизнеса, поскольку отечественное деловое сообщество все больше и больше интегрируется в мировой рынок. На наш взгляд, специфика взаимодействия глобальных и национальных факторов современного экономического развития, усиление связей людей разных культур в эпоху глобализации объективно потребовали новых подходов к обучению иностранному языку студентов неязыковых вузов. В этой связи целесообразно интегрировать обучение межкультурной коммуникации в учебный процесс по иностранному языку, что должно найти отражение в учебно-методических комплексах по данной дисциплине.

Основоположителем теории межкультурной коммуникации, как известно, является американский антрополог и исследователь культур Эдвард Холл. В работах данного учёного под преподаванием межкультурной коммуникации подразумевается обучение, основывающееся на понимании культурных различий и их учете на практике в непосредственных контактах с носителями других культур [5].

В России межкультурная коммуникация до недавнего времени изучалась в основном социолингвистами, занимавшимися сопоставительными исследованиями использования одного языка в качестве лингва франка несколькими этническими или культурными группами и функциональных ограничений, с которыми сталкивается язык одной (обычно меньшей) этнической группы в ситуации межкультурного общения. Другое направление исследований влияния культуры на язык, известное как этнолингвистика, занимается, в первую очередь, отражением культурно специфических понятий в лексике языка в исторической перспективе и оставляет за рамками рассмотрения их роль в кросс-культурной коммуникации [4]. В последние два десятилетия в связи с появлением новых направлений подготовки и, соответственно, новых дисциплин резко возрос интерес к исследованию проблем взаимодействия и взаимовлияния языков и культур.

Степень владения умениями общения с представителями других культур и способность быть посредником между людьми, представляющими родную и иную культуры, во многом определяют сформированность межкультурной компетенции обучаемого. По мнению И. Л. Плужника, «она (МКК) представляет собой функциональные умения понимать взгляды и мнения представителей другой культуры, корректировать своё поведение, преодолевать конфликты в процессе коммуникации, признавать право на существование различных ценностей, норм поведения» [3, с. 6].

Конкурентоспособность и профессионализм будущего специалиста определяются не только объемом системно-языковых, социокультурных и культурологических знаний, но и умениями, позволяющими ему адекватно проявлять себя в ситуациях межкультурного общения в любом профессиональном формате. Как известно, культурные различия в деловой среде могут привести к дисбалансу в работе механизмов принятия решений, самоорганизации, разрешения конфликтов. Культурные различия могут повлиять на выбор стратегии компании по освоению новых рынков за рубежом, на выбор страны, выбор продукта и его адаптацию к зарубежным рынкам, формирование внешней маркетинговой программы и т.д. Принятие таких решений зависит от знания различий между культурами. Так, искажения в общении с иностранными партнерами могут ослабить положение компании на рынке, не допустить реализации его поставленных целей и, в конечном итоге, привести к прекращению ее деятельности за рубежом [1, с. 129]. В российской экономике уже с 90-х годов прошлого столетия стратегические альянсы становятся важным фактором развития и модернизации ключевых отраслей. Отечественные деловые круги все более внимательно относятся к долговременным взаимовыгодным международным партнерствам как к источнику конкурентоспособности на мировых рынках. Однако развитие стратегических альянсов связано с немалым количеством проблем. Часть из них распадается на различных стадиях своего существования. В основе данного распада лежат не экономические проблемы, а своего рода культурная нестыковка коллективов, сложности построения организационных структур из людей с разным

национально обусловленным менталитетом и с разными стратегиями ведения бизнеса, т.е. проблемы в межкультурных коммуникациях. Именно грамотный и внимательный подход к управлению культурной грамотностью сотрудников позволит избежать неудач или провалов на международных рынках.

Представляется возможным рассматривать межкультурную компетенцию как объединяющую в себя языковую, коммуникативную и культурную компетенции. Языковая компетенция заключается в способности правильно выбирать и использовать языковые средства (фонетические, орфографические, лексические, грамматические) в соответствии с ситуациями общения. Для успешной межкультурной коммуникации знание языка не оценимо. Ведь сложности могут возникать, например, как на этапе перевода документов, так и на этапе самих переговоров, когда грамматические ошибки и невозможность понять друг друга замедляют процесс и даже приводят к раздражению [2, с. 111]. Коммуникативная компетенция предполагает сформированность у индивида способности использовать приёмы, стратегии и механизмы, необходимые для эффективной коммуникации. Культурная компетенция отождествляется с понятием культурной грамотности (знание политических и иных реалий, терминов, фразеологизмов, диалектизмов и т.д.).

В современных условиях профессиональная иноязычная коммуникация в межкультурном контексте определяется как процесс информационного обмена, ведения переговоров посредством нивелирования культурных различий с помощью языка и жестов [6]. Это относится, прежде всего, к символам, действиям и устоявшейся лексике, понятной членам делового сообщества. Для профессионального жаргона в экономической сфере, например, характерна высокая метафоричность. В основу метафорического переноса может быть положено сходство по различным признакам (цвет, форма и т.д.). Одной из самых продуктивных моделей ассоциативного переноса в экономическом просторечии является цветовая метафора. Так, в процессе переговоров используются следующие фразеологические единицы из фонда делового английского языка, обозначающие цвет и несущие в себе оценочную коннотацию (имплицитную оценочность), обладающие невысокой степенью эмоциональной окрашенности: *blue chips* (успешные компании; наиболее популярные акции, имеющие высокий курс); *in the red* (убыточный; превысивший кредит; влезший в долги); *red ink* (большая финансовая задолженность); *red tape* (бюрократия); *red goods* (товары повседневного спроса с коротким сроком службы, например: продукты питания); *orange goods* (потребительские товары, которые могут быть постепенно заменены на аналогичные, например: одежда); *white goods* (потребительские белые товары: посудомоечные машины, холодильники, стиральные машины и т.д., используемые в домашнем хозяйстве и обычно окрашенные в белый цвет).

В языке биржевых сделок узуально закрепились лексические единицы, представляющие собой зооморфные метафоры: *bear* («медведь», дилер на бирже, играющий на понижение); *bull* («бык», дилер на бирже, играющий на повышение). Фразеологические единицы, образованные с помощью данных метафор, могут использоваться как в устной деловой, так и в письменной речи: *bear raid / bear campaign* (активная продажа ценных бумаг или товаров определённого вида с целью сбивания их цен и последующей покупки на более выгодных условиях); *bull-bull* (поддержание высоких цен на бирже).

В языке американского менеджмента есть слова *staff, employees, personell, human resources, labor*, но высококвалифицированные кадры называются *talent*. В статье *Winning the Race for Talent in Emerging Markets* (Победа в схватке за кадры в странах БРИК), опубликованной в одном из номеров *Harvard Business Review*, три американских автора пишут о схватке между глобальными корпорациями за кадры в странах БРИК: *This war for talent is like nothing we've seen before* (Такой острой борьбы за профессионалов на нашей памяти еще не было). Здесь речь идет о борьбе за местные кадры на развивающихся рынках. В частности, про Россию говорится следующее: *The supply of senior talent is limited owing to the legacy of planned economy* [7] (Дефицит руководителей – наследие эпохи плановой экономики).

Итак, метафора как постоянно развивающееся лингвистическое явление обладает многочисленными функциями и значениями для интерпретации. Метафорические выражения служат единством как общей мысли, понятия и образа, так и качественного своеобразия последнего.

В каждой лингвокультуре совокупность ценностей, идеалов, стереотипов в национальных масштабах и в микросоциуме, индивидуальная культура, профессиональная культура эксплицитно или имплицитно проявляются на разных языковых уровнях и в речи. Современная лингводидактика, нацеленная на разработку проблемы развития культурной грамотности обучаемого, формирование стратегии языковой политики и тактики обучения межкультурной коммуникации в учебном процессе по иностранному языку, должна учитывать вышеперечисленные составляющие родной и изучаемой лингвокультур.

Список литературы

1. Климова И. И., Васьбиева Д. Г. Развитие иноязычной межкультурной профессиональной компетенции студентов экономических специальностей // Теория и практика обучения иностранным языкам в неязыковом вузе: традиции, инновации, перспективы: сб. науч. тр. / отв. ред. М. В. Мельничук. М.: Изд-во Финансового ун-та, 2014. С. 128-139.
2. Мирзоева Ф. Р., ЩербакOVA О. Ю. Бизнес-коммуникация в аспекте изучения английского языка в неязыковом вузе // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2014. № 4. С. 110-113.
3. Плужник И. Л. Формирование межкультурной коммуникативной компетенции студентов гуманитарного профиля в процессе профессиональной подготовки: автореф. дисс. ... д. пед. н. Тюмень, 2003. 29 с.
4. Толстой Н. И. О предмете этнолингвистики и ее роли в изучении языка и этноса // Ареальные исследования в языкознании и этнографии: язык и этнос. Л., 1983. С. 181-190.

5. Hall E. T., Hall M. R. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans. Boston – L.: Intercultural Press, 1990. 224 p.
6. Hillstrom K., Hillstrom L. C. Encyclopedia of Small Business. 2nd ed. Farmington Hills, MI: Thomson Gale, 2001. Vol. 2. 1100 p.
7. Ready D. A., Hill L. A., Conger J. A. Winning the Race for Talent in Emerging Markets [Электронный ресурс] // Harvard Business Review. 2008. № 11. URL: <http://www.hbs.edu/faculty/product/35203> (дата обращения: 19.05.2015).

FEATURES OF TEACHING CROSS-CULTURAL COMMUNICATION IN FOREIGN LANGUAGE CLASSES IN NONLINGUISTIC HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENT

Vas'bieva Dinara Giniyatullova, Ph. D. in Economics, Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation
dinara-va@list.ru

The article considers the features of the development of cross-cultural competence of students in foreign language classes in nonlinguistic higher education establishment. Particular attention is paid to cultural differences in the business environment, the metaphorical nature of professional jargon in situations of cross-cultural communication, taking into account the specifics of the native and studied linguistic cultures during the development of the problem of teaching cross-cultural communication.

Key words and phrases: cross-cultural communication; cross-cultural competence; cultural differences; cultural literacy; teaching foreign language.

УДК 811.112.2(045)

Филологические науки

В статье рассматриваются основные подходы к исследованию проблемы аргументации. Целью является характеристика фреймовой структуры аргументирующих речевых актов в немецком языке на основе фактических данных; в статье подчеркивается необходимость исследования аргументации, выявление функционирования механизмов языка на различных уровнях, анализируются способы выражения аргументирующих речевых актов в немецком языке, приводится классификация типов аргументации.

Ключевые слова и фразы: речевой акт; теория речевых актов; аргументация; фрейм; фреймовая структура речевого акта.

Ветошкина Екатерина Николаевна, к. филол. н., доцент

Ферстъяев Александр Иванович

Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева
syrkina@mail.ru; alex26530@yandex.ru

ФРЕЙМОВАЯ СТРУКТУРА АРГУМЕНТИРУЮЩИХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ[©]

В процессе коммуникации при помощи языка представляется возможным информировать, описывать реальное положение дел, обещать и клясться, командовать, декларировать, предостерегать, и т.д. Обычный язык многофункционален, что является весьма значимым для теории и практики аргументации.

Аргументация – это процесс обоснования каких-либо рассуждений, решений или оценок. Теория аргументации занимается исследованием различных способов убеждения аудитории при помощи речевого воздействия, раскрывает тайные механизмы речевого воздействия в рамках самых разнообразных коммуникативных систем. Аргументация – это речевое воздействие, включающее систему утверждений, предназначенных для оправдания или опровержения какого-либо мнения [1, с. 89].

Аргументация являет собой любое стремление в речи к преодолению разногласий. При этом участники коммуникации делают упор на практическое или теоретическое знание конкретной ситуации взаимодействия, представленное в человеческом сознании в виде набора фреймов.

На наш взгляд, теорию аргументации возможно проанализировать с точки зрения теории речевых актов, которая развивает наше представление о языке, что весьма важно для теории аргументации, рассматривающей аргументацию как определенное рода взаимодействие адресанта и адресата; теория речевых актов делает возможным тщательно проанализировать внутреннюю структуру речевого акта, который является элементарным звеном коммуникации [2, с. 16].

Довод (аргумент, убеждение) является одним из основных понятий теории аргументации и представляет собой одно или несколько связанных между собой утверждений. Довод предназначается для поддержки тезиса аргументации-утверждения, которое адресант находит нужным внушить адресату. Основания принятия аргументов могут быть разными. Существуют конкретные приемы, которые позволяют побудить адресата принять одни утверждения и опровергнуть другие. В число таких хорошо известных приемов входят ссылка на существующие логические доказательства, на особо пронизательную интуицию или искреннюю веру, на эмпирические данные, на здравый смысл или на вкус, на определенные методологические соображения, на причинную связь или связь цели и средства, на оправдавшую себя временем традицию и т.д. [6, S. 67].