

Бичок А. В.,
кандидат педагогічних наук,
Тернопільський національний
економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ В СИТУАЦІЯХ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Важливим аспектом професійної підготовки фахівця міжнародної економіки є вивчення іноземної мови, яка є передумовою до міжкультурної взаємодії, сприяє зростанню динаміки професійного становлення майбутніх міжнародних менеджерів та маркетологів, що є конкурентоспроможними на світовому ринку праці та послуг.

Поряд із володінням іноземною мовою важливим є процес становлення особистості фахівця, який володіє сукупністю компетенцій, необхідних для реальної та повноцінної особистісної й професійної взаємодії. При професійній підготовці потрібно звернути увагу на рівні мовної сформованості, зокрема вербально-семантичний, когнітивний та прагматичний [3].

Вперше цю проблему було розглянуто у працях М. Бахтіна, К. Лантерманна, Г. Віддоусона, К. Торна. Згодом її досліджували Ф. Тейлор, Ф. Хміль, В. Хойєр, Г. Щокін та ін. Науковці вивчали теоретичні засади питань міжнародного бізнесу та менеджменту; системно досліджували комунікативний аспект діяльності фахівців економічного профілю; ділові контакти з іноземними партнерами, культуру фахівця та корпоративну культуру.

Мета статті полягає у визначенні особливостей лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця міжнародного бізнесу та менеджменту в ситуаціях міжкультурної комунікації. Мета дослідження зумовила виділення таких **завдань**:

1. виокремити та охарактеризувати компетенції професійної діяльності міжнародного менеджера та маркетолога;
2. визначити структурні елементи лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця;
3. встановити дидактичні умови формування лінгвокраїнознавчої компетентності міжнародних менеджерів та маркетологів у ситуаціях міжкультурної комунікації.

Як зазначають Н. Бібік, І. Зимня, О. Пометун, для успішної професійної діяльності фахівця міжнародного бізнесу та менеджменту потрібно володіти наступними компетенціями щодо іноземної мови:

- політичні та соціальні компетенції, які пов'язані з умінням брати на себе відповідальність за спільне прийняття рішень і за участь у функціонуванні та розвитку демократичних інститутів;
- компетенції, що пов'язані з життям у полікультурному суспільстві, попереджуючи виникнення ксенофобії та несприятливого клімату в колективі, сприяють розумінню відмінностей інших культур і толерантності до мов та релігій;

- компетенції, за допомогою яких можна визначити володіння письмовим та усним мовленням, які є важливі у професійному та суспільному житті;
- компетенції, що пов'язані з виникненням інформаційного суспільства: володінням знаннями про нові інформаційні технології та вмінням використовувати їх на практиці, критично аналізувати інформаційні повідомлення у засобах масової інформації, інтернеті, рекламі;
- компетенції, які реалізують здатність навчатися протягом усього життя не лише у професійному аспекті, а й в особистісному та суспільному житті.

Отже, володіння вищеназваними компетенціями сприяє формуванню всебічно освіченої особистості майбутнього фахівця.

Варто підкреслити, що Державний освітній стандарт вищої професійної освіти включає наступні вимоги: специфіка артикуляції звуків, інтонації, акцентування, ритм мовлення; головні особливості довершеного стилю вимови, які є обов'язковими для професійного спілкування; уміння читати транскрипції. Зазначимо, що лексичний мінімум повинен становити не менше 4000 навчальних лексичних одиниць загального термінологічного характеру. Студент повинен уміти здійснити диференціацію лексики за сферами застосування (повсякденна, загальнонаукова, термінологічна, офіційна). Майбутній фахівець повинен знати сталі словосполучення та вирази, фразеологічні звороти, способи словотворення. Міжнародний менеджер повинен володіти: граматичними навичками, які здатні забезпечити спілкування без спотворення змісту усного чи письмового мовлення та основними граматичними уміннями, що є характерними для професійного мовлення. Важливу роль відіграють при цьому володіння літературним, офіційно-діловим, науковим, публіцистичним стилями та знання культури, звичаїв і традицій країн, мова яких вивчається, та правила мовленнєвого етикету.

На нашу думку, невід'ємними елементами міжкультурної комунікації є говоріння, аудіювання та письмо. Отже, фахівець зовнішньоекономічної діяльності повинен володіти діалогічним та монологічним мовленням з використанням вживаних та відносно простих лексико-граматичних засобів в основних комунікативних ситуаціях офіційного та неофіційного спілкування; основами публічного мовлення (доповідь, повідомлення, усний виступ). Необхідними є навички розуміння діалогічного та монологічного мовлення у сфері побутової та професійної комунікації. Фахівець повинен розуміти нескладні прагматичні тексти та тексти вузького й широкого профілю спеціальності. Необхідними є навички щодо різноманітних видів писемного мовлення: анотація, тези, стаття, повідомлення, приватна та ділова кореспонденція, автобіографія та ін.

Варто наголосити, що існують вимоги до професійної підготовки фахівців. Міжнародного менеджера та маркетолога характеризують комунікативна готовність до контактування, а також уміння читати та перекладати аутентичні професійні тексти іноземними мовами, щонайменше двома. Таким чином, у навчальному процесі потрібно забезпечити сукупність умов, що забезпечать становлення міжкультурної комунікативної компетентності фахівця.

Зазначимо, що найбільшу складність для студентів становить вивчення граматичної системи іноземної мови. Це відбувається за умови, якщо студент не володіє окремими компонентами, не бачить їх єдності і типологічної своєрідності. Граматичні навички та вміння є необхідними для формування у студентів когнітивного граматичного механізму, тобто глибокого розуміння процесів виникнення та сприйняття іншомовного мовлення. Так, що оволодіння мовою за допомогою використання імітацій можливе у природному мовному середовищі та за його межами.

Невід'ємним аспектом лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця є становлення його інформаційної культури, яка характеризується такими критеріями: інтелектуальністю, комунікативністю, соціальністю, моральністю. Розвиток інформаційної культури відбувається протягом усього життя особистості та визначається як безперервний процес. В її структурі виокремлюють наступні компетенції: 1) сформованість навиків пошуку необхідної інформації; 2) сформованість стійкої необхідності в отриманні знань, певної інформації; 3) сформованість комунікативних умінь та навичок на міжособистісному рівні; 4) сформованість необхідної потреби у відтворенні та продукуванні нової інформації – креативній діяльності і т.д.

Таким чином, комунікація здійснюється за допомогою мови. Комунікатор, повідомляючи певну інформацію та програму мовлення, будує синтаксичні структури у фразях, реченнях, а реципієнт, отримуючи її [інформацію], трансформує звуки мовлення в їх значення, змінюючи своє ставлення до мовця, світу. Отже, з метою успішного спілкування його учасники повинні використовувати одну систему кодування та декодування інформації.

Важливу роль у вищезазваному процесі відіграє вміння викладача орієнтуватися в багаточисленних навчальних матеріалах, забезпечуючи інформаційний потік у процесі становлення інформаційної культури студентів.

Потрібно вказати на те, що ефективність ситуацій міжкультурної комунікації залежить від подолання комунікативних бар'єрів. У цьому контексті необхідно звернути увагу на феномен "фільтр довіри та недовіри", який є методичною основою, що визначає успішність мовної підготовки фахівця. Вищезазваний феномен полягає у тому, що правдива навчальна інформація може ігноруватися студентом і не виконуватися, а повинна бути засвоєною. У цьому випадку педагог використовує необхідні прийоми і засоби, які послаблюють дію соціокультурного фільтра і створюють додатковий "фон", на якому увага студентів зосереджується на необхідній інформації [2].

Основа такої діяльності ґрунтується на класифікації комунікативних процесів, які визначаються з урахуванням особливостей і можливостей вербальної і невербальної комунікації; соціальних закономірностей і взаємозв'язку мови та соціальної структури суспільства [4].

Варто зазначити, що йдеться про диференційований соціальний контекст, в якому акти комунікації здійснюються на основі таких залежностей:

- 1) між формою висловлювання і дією, які визначаються соціальною позицією;

2) між ситуацією, в якій перебуває індивід (або група) та роллю, яку він виконує;

3) взаємовплив комунікативного акту і артикуляції. Важливу роль при цьому відіграють інтонація, емоційне забарвлення, відповідна лексика, граматичні форми та логіка висловлювання [1].

Отже, у цьому контексті виникає методичне питання про необхідність єдиного комунікативного коду партнерів, який стимулює мовців до вербальної комунікації. Отже, методичною основою для створення комунікативного коду на заняттях з іноземної мови є така структура соціальної перцепції: 1) наділення осіб певними рисами та ознаками; 2) передбачення типу поведінки партнерів; 3) створення сприятливої атмосфери під час спілкування мовців.

Вищеназвану структуру можна застосовувати у ділових, ситуаційних та імітаційних іграх на заняттях. Потрібно звернути увагу при підготовці кваліфікованих фахівців на такі ділові ігри:

– гра-драматизація полягає у втіленні дидактичного завдання за темою заняття та демонструванні драматизм-змісту в розмові іноземною мовою (теми: “Ціноутворення”, “Ринок”, “Система освіти”);

– проектно-діагностична гра економічного спрямування “Директор” передбачає виконання ролей різних рівнів складнощів; свободу у виборі лінії поведінки її учасників (теми: “Менеджмент”, “Управління підприємством”);

– “круглий акваріум” – гра, завданням якої є розвиток комунікативних умінь з використанням елементів дискусії (теми: “Переговори”, “Підписання договору”);

– “Брейн-ринг” – використовується на заключному етапі заняття з метою перевірки основних тем країнознавчого характеру (теми: “Культура”, “Мистецтво”, “Звичаї та традиції”);

– гра “Знайди партнера”, завдання якої полягає у розвитку промислових можливостей та інтуїції майбутніх фахівців: заборонено ставити прямі запитання (теми: “Маркетинг”, “Система франчайзингу”);

– гра “Дзеркало” використовується з метою розвитку емпатії та рефлексії фахівців економічного профілю, передбачаючи взаємний обмін враженнями про вчинки партнерів після виконання певних навчальних дій (теми: “Торгівля”, “Підприємство”);

– гра “Без маски” застосовується для формування навиків щирих висловлювань, дає змогу діагностувати рівень толерантності студентів (теми: “Маркетинг-міх”, “Фінансова система”).

Отже, соціальна перцепція відбувається на основі взаєморозуміння, що є змістом соціальної комунікації та взаємопов’язана із механізмами ідентифікації, емпатії, рефлексії та виконання різних ролей.

Ефективними у ситуаціях міжкультурної комунікації є автентичні тексти, які характеризуються своєрідністю лексики: велика кількість займенників, часток, вигуків, слів з емоційним забарвленням; словосполучень, що стимулюють виникнення асоціативних зв’язків; фразеологізмів, неологізмів; особливістю синтаксису.

Зазначимо, що соціокультурна спрямованість професійної підготовки фахівця реалізується за допомогою активного словникового запасу, що ґрунтується на комунікативно-значимих лексичних одиницях, типових для даних ситуацій. Словниковий запас характеризується національно-культурними компонентами: фоновією лексиною, безеквівалентною лексиною, що пов'язана з дозвіллям, реаліями повсякдення, контекстами національної культури. Психологічний аспект автентичних текстів виявляється у діяльнісній структурі мовлення. З одного боку, він є продуктом мовлення і засобом мовленнєвої взаємодії на читача, а з іншого боку – об'єктом змісту і створенням комунікативної бази для розвитку мовлення, що сприяє активізації пізнавальної та розумової діяльності студентів.

Потрібно виокремити дидактичні умови, які використовуються при розробці автентичного навчального тексту для студентів зовнішньоекономічної діяльності:

1) завдання тексту полягає у формуванні уявлення студентів про специфіку іншої культури, особливостях побуту, звичках носіїв мови (культурологічна автентичність);

2) інформація, яка використовується у навчальних текстах, повинна відповідати віковим особливостям та інтересам студентів (інформативна автентичність);

3) ігрові ситуації, що застосовуються як навчальні ілюстрації, повинні активізувати зацікавленість студентів до вибраної теми, забезпечити природність її обговорення (ситуативна автентичність);

4) необхідним є використання автентичності національної ментальності, яка вказує на доцільність чи недоцільність використання тієї чи іншої фрази у мовленні;

5) розроблений автентичний текст повинен стимулювати у студентів емоційну, розумову та мовленнєву відповідь на прочитане (реактивна автентичність);

6) зорієнтованість на автентичність оформлення акцентує увагу студентів та полегшує розуміння комунікативного завдання, що лежить в основі тексту, встановлення його зв'язку з реальністю;

7) сформовані завдання до текстів повинні стимулювати взаємодію з текстом, яка ґрунтується на операціях, що здійснюються під час самостійної та позааудиторної роботи студентів з джерелами інформації (автентичність навчальних завдань).

Як відомо, цілісний підхід до навчально-методичного забезпечення процесу підготовки майбутнього міжнародного менеджера та маркетолога включає використання не лише автентичних а й неавтентичних текстів. Причиною є те, що студенти відчувають незадоволення від роботи як із складними, так із занадто легкими автентичними та неавтентичними матеріалами. Основними дидактичними вимогами до вибору навчальних текстів є зрозумілість навчальних матеріалів та їх відповідність до мовної компетенції студентів, а також відображення реалістичної моделі письмового чи усного мовлення. Варто підкреслити, що вирішення проблеми цілісності підходів щодо формування міжкультурної комунікативної компетентності студентів у процесі

професійної підготовки ґрунтується на єдності вивчення іноземної мови, культури, історії, соціокультурних традицій, особливостей національного бачення світу народом-носієм, мова якого вивчається.

Таким чином, автентичні структури, зміст та оформлення текстів сприяють підвищенню мотивації тих, хто навчається, та створює найбільш сприятливі умови для ефективного “занурення” у мовне середовище на занятті. Автентичні матеріали є незаперечним стимулом у навчанні, сприяють зацікавленню студента до цільової мовної культури, приносять задоволення від навчання і посилюють мотивацію до навчання.

Професійна підготовка майбутнього фахівця міжнародного бізнесу і менеджменту ґрунтується на ефективному поєднанні вивчення іноземної мови та культури країни, мова якої вивчається, її історії, соціокультурних традицій.

Важливим аспектом є лінгвокраїнознавча компетенція – невід’ємна частина професійно-комунікативної компетенції, основою якої є знання певної лінгвокультурної спільноти. Зазначимо, що наявність спільних знань є головною передумовою для адекватного спілкування за умови приналежності до різних лінгвокультурних спільнот.

Виокремимо такі характеристики фонових знань: 1) історично-культурний фон (містить інформацію про культуру суспільства у процесі його історичного розвитку); 2) соціокультурний фон (характеризується відомостями про соціум); 3) етнокультурний фон (містить інформацію про побут, традиції, звичаї, святкування); 4) семіотичний фон (акцентує увагу на символіці, позначеннях, особливостях іншомовного оточення).

Структурними елементами лінгвокраїнознавчої компетентності міжнародного менеджера та маркетолога є: інформаційно-зорієнтований, інформаційно-орієнтуючий, мотиваційно-стимулюючий, контрольнo-корегуючий, розвиваючий і виховуючий, гностичний. Охарактеризуємо визначені структурні елементи лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця.

Інформаційно-зорієнтований елемент позначає єдність зв’язку між мовою і культурою країни; вказує на особливості національної специфіки нації, поведінку її представників; виокремлює подібності та відмінності у рідній та іноземній культурах.

Мотиваційно-стимулюючий елемент характеризується створенням внутрішньої потреби у використанні іноземної мови як засобу спілкування у ситуаціях міжкультурної комунікації в професійній діяльності.

Контрольнo-коригуючий елемент виокремлює цілі, форми, види та об’єкти самоконтролю і рефлексії при оволодінні іноземною мовою як засобу міжкультурного спілкування; допомагає планувати та здійснювати самоконтроль мовленнєвих навиків та умінь.

Розвиваючий і виховуючий елементи сприяють розвитку професійної пам’яті, уяви, інтелектуальних здібностей студентів, уміння самостійно пізнавати незнайому культуру; виховують повагу та толерантність до народу, мова якого вивчається, та до його соціокультурних цінностей.

Гностичний елемент формує навички аналізу навчального матеріалу, відомості про культуру країни, мова якої вивчається; попереджує прояви лінгвокраїнознавчої і соціокультурної інтерференції у мовленнєвій діяльності. Отже, вищезазначені структурні елементи є невід'ємними у підготовці фахівців зовнішньоекономічної діяльності.

Важливим елементом цілісної системи підготовки фахівця є дидактичні умови становлення міжкультурної комунікативної компетентності. В основі екстралінгвістичного фактору – тематичних асоціацій – потрібно виокремити географічні, культурно-історичні, суспільно-політичні та етнографічні реалії. Важливою складовою неавтентичної мовної підготовки майбутнього фахівця є здатність здійснювати міжкультурну комунікацію, що ґрунтується на знанні лексичних одиниць, в поєднанні з національно-культурним компонентом семантики та вмінні адекватно їх застосувати у ситуаціях міжкультурного спілкування, а також використовувати фонові знання для досягнення взаєморозуміння у ситуаціях опосередкованого і неопосередкованого міжкультурного спілкування. Варто зазначити, що дидактичними умовами формування і становлення лінгвокраїнознавчої компетентності у ситуаціях міжкультурної комунікації є:

1) використання на заняттях з професійної іноземної мови неавтентичних матеріалів;

2) включення у навчальний процес автентичних матеріалів; використання активних форм навчання, які сприяють засвоєнню особливостей іншомовної культури; залучення студентів до різноманітних видів позааудиторної роботи;

3) використання навчальних ситуацій, методів індивідуальної та колективної рефлексії, методів взаємоконтролю та самооцінки, різних видів ділових ігор;

4) робота з автентичними матеріалами, лінгвокраїнознавчими словниками, довідковою літературою, засобами масової інформації;

5) співставлення національно-культурних особливостей двох і більше лінгвокультурних спільнот.

Таким чином, у статті визначено особливості лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця міжнародного бізнесу і менеджменту в ситуаціях міжкультурної комунікації. Виокремлено та охарактеризовано компетенції професійної діяльності міжнародного менеджера та маркетолога. Визначено структурні елементи лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця. Встановлено дидактичні умови формування лінгвокраїнознавчої компетентності міжнародних менеджерів і маркетологів у ситуаціях міжкультурної комунікації.

Література

1. Емчура Т. Н. Коммуникативный механизм социальной регуляции : автореф. дисс. ... к. социал. н. : 22.00.08 "Социология управления" / Т. Н. Емчура. – Белгород, 2000. – 24 с.
2. Маркова А. К. Психология профессионализма / А. К. Маркова. – М. : Знание, 1996. – 308 с.
3. Московская Н. Л. Профессиональная языковая личность – субъект лингвистического образования / Н. Л. Московская // Лингвистическое образование : профессия, миссия, карьера. – Ставрополь : СГУ, 2003. – С. 270–278.
4. Van Ek J. A. The Threshold Level / Ek J. A. Van. – Strasbourg ; Oxford : Council of Europe, Pergamon Press, 1980. – 253 p.

Анотація

У статті визначено особливості лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця міжнародного бізнесу і менеджменту в ситуаціях міжкультурної комунікації; виокремлено та охарактеризовано компетенції професійної діяльності міжнародного менеджера та маркетолога; визначено структурні елементи лінгвокраїнознавчої компетентності фахівця; встановлено дидактичні умови формування лінгвокраїнознавчої компетентності міжнародних менеджерів і маркетологів у ситуаціях міжкультурної комунікації.

Ключові слова: особливість, лінгвокраїнознавча компетентність, фахівець, ситуація, міжкультурна комунікація, структурні елементи, дидактичні умови.

Аннотация

В статье обусловлены особенности лингвострановедческой компетентности специалиста международного бизнеса и менеджмента в ситуациях межкультурной коммуникации; выделены и охарактеризованы компетенции профессиональной деятельности международного менеджера и маркетолога; определены структурные элементы лингвострановедческой компетентности специалиста; выделены дидактические условия формирования лингвострановедческой компетентности международных менеджеров и маркетологов в ситуациях межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: особенность, лингвострановедческая компетентность, специалист, ситуация, межкультурная коммуникация, структурные элементы, дидактические условия.

Summary

This article considers the special features of linguistics and countrystudy competence of international business and management in the situations of the international communication. The competences of the professional active of an international manager and marketer are defined and described; the structural elements of the linguistics and countrystudy competence of the specialist are defined; the educational conditions of the formation of the linguistics and countrystudy competence of an international managers and marketers in the situations of the international communication are determined.

Keywords: the special feature, the linguistics and countrystudy competence, the specialist, the situation, the international communication, the structural elements, the educational conditions.

УДК 821.161

Білоконенко Л. А.,

кандидат філологічних наук,

Дніпропетровський національний університет

імені Олеся Гончара

ОБМАН ЯК ВЕРБАЛЬНИЙ КОНФЛІКТОГЕН (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА РОСІЙСЬКОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ)

Брехня і приятеля робить недругом

(Укр. присл.)

Що може бути реальніше, ніж мовний конфлікт, який сам по собі є протилежністю успішної комунікації? Свідомість людей нової доби, нерідко “хвора” від психологічних перевантажень і депресій, обмежена через брак культури або людяності, втікає від реальності, сподіваючись на можливість “безконфліктності”. Але штучне невизнання феномену конфлікту в суспільній системі і навіть пропозиція його різних альтернативних назв – ситуацію не змінить. Адже мова йде про явище, в якому відбувається представлення