

**УМЕНИЕ ПРЕОДОЛЕВАТЬ КУЛЬТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ
НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ**

Т. Ю. Осадчая

**OVERCOMING CULTURAL BARRIERS IN INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION
AS AN IMPORTANT ASPECT OF STUDENTS' CROSS-CULTURAL COMPETENCE**

T. Yu. Osadchaya

В статье рассматривается один из важных аспектов межкультурной компетентности студентов – умение преодолевать культурные барьеры в профессиональном общении на международном уровне. Результатом исследования является описание методики преподавания английского языка, нацеленной на развитие умений студентов преодолевать культурные барьеры делового общения. Данная методика преподавания должна обучать студентов классифицировать культурные барьеры делового общения, находить способы их преодоления, а также включать в себя ряд интерактивных методов преподавания, ориентированных на развитие коммуникативных умений в области межличностного межкультурного общения на международном уровне.

One of the most important aspects of cross-cultural competence of students is the ability to overcome cultural barriers in professional communication at the international level. The paper gives a brief description of the technique of teaching English, which is aimed at developing students' skills to overcome cultural barriers in business communication. The paper emphasizes that this teaching technique should teach students to classify cultural business communication barriers, to find ways to overcome them, and include a variety of interactive teaching methods focused on the communicative skills in the interpersonal cross-cultural communication.

Ключевые слова: культурные барьеры, деловое общение, межкультурная компетентность, методика преподавания, интерактивные методы.

Keywords: cultural barriers, business communication, cross-cultural competence, teaching methodology, interactive teaching methods.

Проблема формирования межкультурной компетентности студентов в настоящее время является предметом многочисленных исследований, что вызвано процессами экономической глобализации и культурной интеграции, которые происходят в современном мире.

Английский язык является доминирующим в сфере бизнеса, интернациональным языком делового общения; по меньшей мере, 2/3 деловой переписки в мире осуществляется на этом языке. Поэтому преподавание английского языка с профессиональной направленностью и делового английского языка в вузе должно идти параллельно с изучением не только бизнес культур англоязычных стран, но и таких понятий, как «национальная бизнес культура», «критерии различий бизнес культур», «типы национальных бизнес культур», а также особенностей общения с представителями различных типов национальных бизнес культур.

В данной статье мы рассматриваем понятие «бизнес культура страны» (или «национальная бизнес культура») как коммуникативную культуру народа, то есть «ту часть национальной культуры, в которой отражаются языковые идеалы и представления, традиции и обычаи, нормы и правила общения представителей данного общества» [6, с. 89] в сфере делового взаимодействия.

Западные исследователи (Р. Льюис, Г. Хофстеде, Ф. Тромпенаарс, Э. Холл и др.) предлагают различные модели описания и анализа национальных бизнес культур, а также собственные типологии на основе определенных общекультурных критериев. Данные модели были разработаны, исходя из практических

потребностей участников межкультурной коммуникации.

Проблемой межкультурной компетентности будущих специалистов сферы бизнеса занимались многие исследователи: R. Lewis, G. Hofstede, F. Trompenaars, E. Hall, Н. Д. Глазкова, О. А. Стеблецова, Н. А. Баранова, Н. М. Губина и др. Исследования профессиональной коммуникации отражены в работах многих лингвистов: В. И. Карасик, М. Л. Макаров, А. В. Олянич, В. В. Жура, L. Beilenson, D. V. Bell, D. Boden, P. Drew, J. Herritage, J. Gibbons, A. Firth, N. Fairclough, R. Scollon.

Задачей данного исследования является анализ причин возникновения культурных барьеров, определение способов преодоления культурных стереотипов в деловом общении, а также описание модели преподавания английского языка, которая бы способствовала развитию умения преодолевать культурные барьеры в деловом общении на международном уровне в рамках формирования межкультурной компетентности студентов всех специальностей.

Поскольку «культура чаще выступает источником конфликтов, а не взаимодействия, культурные различия становятся помехой общения, а то и вовсе катастрофой» [8 с. 37], социокультурная компетенция рассматривается как «знание культурных особенностей носителя языка, их привычек традиций, норм поведения и этикета и умение понимать и адекватно использовать их в процессе общения, оставаясь при этом носителем другой культуры; формирование социокультурной компетенции предполагает интеграцию личности в системе мировой и национальной культур»

[5]. То есть социкультурная компетенция предполагает умение специалиста понять причины возникновения и снимать культурные барьеры в деловом общении.

Межкультурной компетенцией в современной литературе принято называть умение специалиста успешно общаться с представителями других культур. Она включает в себя следующие уровни: общекультурологические и культурно-специфические знания (когнитивный уровень компетенции); умения и навыки практического общения (активный уровень компетенции); межкультурную психологическую восприимчивость (аффективный уровень компетенции) [4].

Как отмечает Н. М. Губина, «при этом нужна не только общая готовность к коммуникации и взаимодействию, но и особое культурное самосознание, реалистичная самооценка, эмпатия инокультурного индивида, толерантность, эмоциональная стабильность, уверенность в себе, умение преодолевать противоречивость и избегать конфликтов» [2, с. 53]. То есть именно эти умения необходимо формировать и развивать в рамках изучения иностранного языка с профессиональной направленностью и делового иностранного языка.

Рассмотрим причины возникновения культурных барьеров в деловом общении на международном уровне.

Барьеры в межкультурном общении могут иметь следующие причины: неправильное восприятие слов и интенций собеседника; неправильное понимание высказываний и действий собеседника; неправильная оценка коммуникативных целей говорящего [7].

I. Восприятие зависит от многих факторов и имеет ряд особенностей.

1. Восприятие избирательно: человек не может воспринять всю поступающую из внешней среды информацию, поэтому воспринимается наиболее важная, яркая и запоминающаяся информация. Однако объем воспринимаемой информации и критерий отбора может меняться в зависимости от интереса и важности предмета (его значимости для человека в определенный момент).

2. Восприятие изменяется с течением времени: опыт учит человека воспринимать окружающую действительность с разных точек зрения.

3. Восприятие определяется в немалой степени различными аспектами культуры, к которой принадлежит человек.

4. Восприятие человека часто создает стереотипы, оценка однажды воспринятых и оцененных явлений редко подвергается пересмотру и изменению.

5. Восприятие может быть искаженным: мы видим то, чего не существует, и не видим то, что существует, то есть мы воспринимаем то, что ожидаем воспринять, а не то, что есть на самом деле. Чаще всего именно искаженное восприятие является причиной возникновения культурных стереотипов [7].

То есть можно говорить о так называемых фильтрах восприятия, которые в значительной степени влияют на его адекватность.

Понимание высказываний (интенций, действий) собеседника – это процесс выделения определенного смысла из воспринятой информации, то есть анализ полученной информации для определения линии по-

ведения. Однако опыт и память позволяют человеку не анализировать воспринятые блоки информации каждый раз, а пользоваться уже сделанными ранее выводами, то есть относить эти блоки информации к определенным категориям.

В случае межкультурной коммуникации категории собеседников могут существенно отличаться. Если один из собеседников продолжает пользоваться категориями собственной культуры – могут возникнуть проблемы в восприятии и понимании получаемой информации, и, соответственно, это ведет к неправильному поведению в бизнес среде другой страны. Подобное явление принято называть созданием стереотипов.

Итак, создание стереотипов – это форма распределения воспринятой информации по категориям, что помогает анализировать события и определяет поведение человека в различных этнических и национальных сообществах. Стереотипы типичны для целых групп людей – поскольку в процессе получения опыта отдельная личность пользуется уже сложившимися в обществе стереотипами.

Стереотипы могут быть полезными или вредными в зависимости от того, как мы ими пользуемся.

Стереотипы помогают в общении при следующих условиях:

1. Если человек пользуется стереотипом при описании нормы поведения группы людей, а не черты характера отдельной личности;

2. Если стереотип является описательным, а не оценочным; т. е. собеседник не выносит оценочные суждения о представителях чужой культуры;

3. Если стереотип адекватно описывает нормы поведения данной культурной группы людей;

4. Если человек рассматривает какой-либо стереотип только как подсказку до момента получения конкретных сведений о норме поведения группы или опыта общения с представителями какой-либо бизнес культуры.

5. Если человек способен изменять суть данного стереотипа в зависимости от дополнительной информации о какой-либо культурной группе людей, опыта общения с отдельными представителями данной культурной группы [7].

То есть информация о каждом представителе определенной культуры, полученная в реальном общении (а не стереотип по поводу норм поведения культурного сообщества), должна превалировать в оценочных суждениях.

Стереотипы должны помогать в общении, а не быть барьером. Неправильное использование стереотипов включает в себя следующие случаи:

– мы неправильно относим человека к той или иной культурной общности;

– мы неправильно описываем нормы поведения конкретной культурной общности;

– мы выносим ошибочное оценочное суждение о представителях культурной общности;

– мы воспринимаем представителя чужой культуры только на основе стереотипа, а не учитывая его или ее личностные качества;

– мы не стараемся изменить стереотип на основании опыта общения с представителями иностранной культуры.

II. Еще один источник появления культурных барьеров в общении – *неправильное понимание* собеседниками высказываний, оценка намерений собеседника на основе норм поведения собственной культуры, в том числе деловой.

Можно назвать следующие причины неправильного понимания собеседника.

1. Неосознанные культурные «шоры» (невозможность увидеть очевидное для собеседника). Чаще всего понимание/непонимание происходит на бессознательном уровне, мы не осознаем, что в процессе декодирования высказываний партнера по переговорам мы выносим суждения исходя *только* из собственного культурного опыта.

2. Недостаточное понимание собственной принадлежности к определенной культуре, незнание об особенностях собственной культуры по сравнению с другими, незнание о стереотипах, которые сложились у представителей других культур по поводу собственной культуры. То есть неумение видеть себя глазами представителей других культур является важным фактором возникновения стереотипов и, следовательно, культурных барьеров в общении.

3. Предполагаемая похожесть всех людей. Предположение, представление и даже восприятие высказываний, поведения, целей собеседников как сходных или очень похожих на собственные. Подобное непонимание партнеров по переговорам может привести к иллюзии понимания, к иллюзии достижения договоренности [7].

III. Следующий источник возникновения культурных барьеров в деловом общении – *неправильная оценка* высказываний или действий представителей других бизнес культур. Это происходит из-за того, что наша собственная культура является критерием правильности в оценке поведения собеседника. Неосознанно мы оцениваем поведение, характерное для нашей собственной культуры как «правильное, хорошее», а любое отклонение от поведенческих норм нашей собственной культуры как «неправильное, плохое».

Правильным отношением было бы признание факта, что мы не можем судить о партнерах по их поведению, пока не изучим характерные особенности их бизнес культуры и не сможем посмотреть на их действия сквозь данную призму. Любые выводы должны считаться гипотезами или предположениями до тех пор, пока они не будут уточнены и проверены в ходе дальнейшего общения с представителями чуждых культур. Важным также является умение понять, какие особенности собственного поведения могут восприниматься партнерами как непонятные или непривычные.

Таким образом, мы должны осознать существование культурных стереотипов в нашем сознании, использовать стереотипы как руководство к действию, то есть переоценить их на основе полученного опыта общения.

Задача изучения особенностей взаимодействия с представителями различных национальных бизнес культур очень сложна и многогранна, поэтому каж-

дый преподаватель должен разработать собственную методику, которая бы учитывала как современные подходы к формированию межкультурной компетентности будущих специалистов сферы бизнеса, так и потребности, интересы и уровень подготовки каждой конкретной группы студентов.

Поскольку критерием успешности любой коммуникации является достижение коммуникативных целей партнеров по общению, в современных условиях выхода большинства компаний на международный рынок, коммуникативная компетенция должна обязательно дополняться межкультурной компетентностью специалистов всех сфер.

Структура профессионального общения включает три компонента: 1) коммуникативный (обмен информацией происходит ради достижения профессиональных целей, решения проблем и т. д.); 2) интерактивный (обмен не только знаниями и идеями, но и действиями, умение соотносить действия с конкретной ситуацией); 3) перцептивный (процесс восприятия партнерами друг друга, установление взаимопонимания) [1].

О. И. Кучеренко выделяет следующие критерии определения уровня дискурсивной компетенции специалистов: выбор типа дискурса в соответствии с коммуникативной целью; построение реального дискурса с учетом коммуникативной ситуации; выбор жанра в соответствии с выбранным типом дискурса; соблюдение жанрово-стилистических норм дискурса; построение текста с учетом таких характеристик, как построенность, когезия, цельность [3].

Таким образом, особенности профессионального общения обуславливают необходимость целенаправленного обучения студентов данному виду общения в процессе овладения выбранной ими специальностью. Принимая во внимание данную структуру профессионального общения и критерии дискурсивной компетентности специалистов, целесообразным, по нашему мнению, является использование следующей *модели обучения*.

Первый этап представляет собой ознакомление студентов с основными понятиями данной сферы, с ключевыми типологиями бизнес культур, основными характерными чертами каждого типа, факторами, которые необходимо учитывать при сотрудничестве с представителями той или иной бизнес культуры. Необходимо отметить, что на данном этапе преподаватель может ознакомить студентов с примерами дискурса представителей различных типов культур; предъявление устного типа дискурса может сопровождаться предъявлением соответствующего ему письменного, который являлся результатом или следствием устного типа дискурса. Очень важными являются комментарии преподавателя к изучаемым ситуациям общения, где особое место уделяется специфике речевого и неречевого поведения.

Второй этап может включать задания для самостоятельной работы студентов, репродуктивного, аналитического, творческого и исследовательского характера. Студентов просят найти информацию о бизнес культуре определенной страны, сравнить ее с бизнес культурой собственной страны по ряду критериев, а также предоставить список факторов, которые необ-

ходимо учитывать в различных ситуациях делового общения.

Третий этап данной модели включает задания на составление и воспроизведение студентами мини-дискурсов определенного типа (например, деловые переговоры представителей различных типов бизнес культур) по заданной преподавателем схеме. Одной из задач студентов является максимально учитывать культурные особенности партнеров по переговорам.

Преимущества данного типа заданий следующие:

– студенты достаточно хорошо усваивают логико-смысловую структуру дискурса определенного типа, его лингвистические и композиционные особенности, учитывают экстралингвистические признаки речевого поведения;

– у преподавателя появляется возможность развивать коммуникативные умения студентов в ситуациях максимально приближенным к реальным, в том числе спонтанные высказывания в зависимости от реплики собеседника (как с опорой на шаблон, так и без нее);

– студенты имеют возможность оценить как ситуацию общения, так и ценности, идеи, представления собственной культуры с точки зрения ценностей, идей и представлений других культур.

То есть задания трех этапов данной модели способствуют формированию позитивного отношения к представителям культур иностранных государств, а также правильному отношению к стереотипам как к помощи, а не помехе в общении, и в конечном итоге снятию культурных барьеров в общении.

Литература

1. Баранова Н. А. Основы формирования дискурсивной компетенции менеджеров в процессе обучения профессионально-ориентированному общению // Язык в проблемном поле гуманитаристики: монография / Т. С. Нифанова, О. А. Мельничук, А. Х. Мерзлякова и др. Архангельск: Поморский университет, 2010. 244 с.
2. Губина Н. М. Формирование межкультурной компетенции студентов в процессе обучения деловому английскому языку в элективном спецкурсе (продвинутый уровень, специальность “Мировая экономика”): автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2004. 23 с.
3. Кучеренко О. И. Формирование дискурсивной компетенции в сфере устного общения: французский язык, неязыковой вуз: дис. ... канд. пед. наук. М., 2000. 184 с.
4. Лытаева М. А., Ульянова Е. С. Межкультурная компетенция будущего специалиста и содержание обучения иностранным языкам // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2011. № 4. С. 111 – 114.
5. Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка / Департамент современных языков Директората по образованию, культуре и спорту Совета Европы; пер. выполнен на кафедре стилистики английского языка МГЛУ под общ. ред. проф. К. М. Ирисхановой. М.: Изд-во МГЛУ, 2003. 23 с.
6. Стеблецова А. О. К исследованию национальных деловых коммуникативных культур // Вестник ВГУ. 2004. № 2. С. 89 – 95.
7. Adler N. J. Communicating across cultural barriers // International dimensions of organizational behaviour. Boston, MA: PWS-KENT publishing company. 1991. P. 63 – 91.
8. Hofstede G., Hofstede G. J. Cultures and Organizations: Software of the Mind (Revised and expanded 2nd ed.). New York: McGraw-Hill, 2005. 436 p.

Информация об авторе:

Осадчая Татьяна Юрьевна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранной филологии и методики преподавания Гуманитарно-педагогической академии (филиал) Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского в г. Ялте, osadchaya_ta@mail.ru.

Tatiana Y. Osadchaya – Candidate of Pedagogics, Associate Professor, Assistant Professor at the Department of Foreign Philology and Methods of Teaching, Humanities and Pedagogics Academy (branch) of V. I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta.

Таким образом, можно сделать следующие **выводы**.

1. Поскольку деловые и профессиональные контакты на международном уровне приобретают все большую важность в современном мире, предметы «Профессионально-ориентированный английский язык» и «Деловой английский язык» должны включать в себя изучение бизнес культур англоязычных стран, а также типов национальных бизнес культур.

2. Одним из ключевых аспектов межкультурной компетентности будущего специалиста является умение распознавать причины и преодолевать культурные барьеры в деловом общении на международном уровне на основе уважения к национальным традициям, представлениям, нормам поведения и ценностям зарубежных партнеров.

3. Одной из задач преподавателя английского языка с профессиональной направленностью является создание такой модели преподавания, которая бы включала обучение студентов классифицировать культурные барьеры делового общения и находить способы их преодоления.

4. Подобная модель должна включать в себя ряд интерактивных методов преподавания, ориентированные на развитие коммуникативных умений в области межличностного межкультурного общения.

Перспективным считаем дальнейшее изучение способов и методов формирования межкультурной компетентности будущих специалистов разных сфер на занятиях по дисциплинам «Профессионально-ориентированный английский язык» и «Деловой английский язык» в вузе.

Статья поступила в редколлегию 04.09.2015 г.