

Список использованной литературы

1. Компетентностно ориентированные задания в системе высшего образования : учеб. пособие / А. А. Шехонин [и др.]. – СПб. : НИУ ИТМО, 2014. – 98 с.
2. Ефремова, Н. Ф. Формирование и оценивание компетенций в образовании / Н. Ф. Ефремова. – Ростов-н/Д : «Аркол», 2010. – 386 с.

УДК 372.881.111.1

И. Л. Ярчак

(Российский экономический университет
им. Г. В. Плеханова, Москва)

КОМПОНЕНТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Особый интерес для данного исследования представляет межкультурное деловое общение в сфере бизнеса. В статье рассмотрена специфика данной сферы коммуникации, а также то, какие компоненты делового общения на иностранном языке, характерные для современного межкультурного взаимодействия, необходимо изучить студентам для эффективного общения с представителями различных культур в сфере бизнес-отношений.

Представители каждой профессии устанавливают свои законы и правила деловой коммуникации. Для осуществления эффективного межкультурного взаимодействия в сфере бизнеса, студентам необходимо принимать во внимание существование определенных компонентов иноязычной деловой коммуникации, владеть основными компетенциями делового общения. К. Waechter предполагает наличие следующей специфики межкультурного делового общения в сфере бизнеса:

1. Значимость репутации. В мире бизнеса репутация – это все, утратить ее означает фактически потерять свою деятельность. Грамотная речь, умение слушать и быть услышанным позволяет сохранить репутацию, найти общий язык с представителями различных национальных и социальных групп, избежать противоречий, сохранить свое имя и не уронить репутацию в глазах партнеров. Ведь

деловое отношение – это фундамент, на котором строятся доверительные отношения в сфере бизнеса. Таким образом, честность и уважительное отношение, выражаемое в соответствующих лексических оборотах – вот принцип сохранения репутации в сфере бизнеса [1].

2. *Конкретность и четкость.* Для руководителя необходимо уметь четко и ясно формулировать свои цели, наличие которых способствует быстрой самоорганизации, выстраиванию конструктивных позиций внутри коллектива, формированию чувства ответственности. Язык делового общения в сфере бизнеса – это точный, грамотно выстроенный механизм, он не терпит приблизительностей и аллегорий, требует сосредоточенности, погружения и самоотдачи [1].

3. *Взаимовыгодное сотрудничество и контроль над ситуацией.* Деловое общение в сфере бизнеса – это, прежде всего, взаимодействие и сотрудничество, целью которого является заключение взаимовыгодного контракта. Достижение данной цели требует способности контролировать свои чувства и эмоции, контролировать свою речь и принимать решения, основываясь на логике и здравом смысле. Из чего следует, что вежливость, тактичность, сдержанность и логичность речи – это базовые принципы, на которых строится общение в сфере бизнеса.

К. Waechter выдвигает предположение о том, что *деловое общение на иностранном языке в сфере бизнеса* базируется на трех составляющих: *язык, культура и бизнес* [1]. Это дает основание для определения трех основных компонентов делового общения на иностранном языке в сфере бизнеса: *социально-коммуникативного, межкультурного, профессионально-ориентированного* (рисунок 1).



Рисунок 1 – Компоненты делового общения в сфере бизнеса

Под *компонентом* (от латинского *componens* – слагающий, составляющий) понимается составная часть, элемент чего-либо [2]. Под *компонентами делового общения* подразумевается совокупность элементов делового общения, раскрывающих его структуру и сущность.

Социально-коммуникативный компонент делового общения рассмотрен в исследованиях В. И. Загвязинского, Т. А. Ильиной, В. А. Кан-Калик, Д. Карнеги, А. Н. Леонтьева, В. Dignen и др. и включает, в первую очередь, умение четко и ясно излагать свои мысли, анализировать, убеждать, аргументировать, высказывать суждения, строить доказательства, организовывать и поддерживать диалог, активно и грамотно пользоваться вербальными и невербальными средствами общения. Также он предполагает наличие у студента способности использовать речевые единицы в соответствии с ситуацией делового общения; владеть вежливыми формулами речевого культурного этикета; быть осведомленным о правилах оформления документов и определенных ритуалах, отражающих правила хорошего тона и этикета (приветствие, поздравление, извинение, благодарность и т.д.).

Ряд ученых (И. А. Артамонова, Н. Ю. Васютинский, Б. В. Краснопевцева и др.) рассматривают деловой этикет как неотъемлемую составляющую делового общения, базирующегося на следующих принципах: здравый смысл, свобода, этичность, удобство, целесообразность, консерватизм, непринужденность, эффективность [3].

На наш взгляд, этот компонент играет важнейшую роль в осуществлении делового общения на иностранном языке, так как для того, чтобы осуществлять деловое общение в сфере бизнеса, бакалавр должен быть знаком в первую очередь с правилами коммуникации и деловой этики.

Коммуникация в сфере бизнеса невозможна без знания основ его функционирования, именно это дает основание обозначить следующий компонент как *профессионально-ориентированный*. Научные основы этого компонента заложены в трудах Д. Ниренберга, Т. А. Токминой, D. Conrad, R. Newberry и др. Данный компонент включает в себя знание основ профессиональной деятельности бакалавров: умение давать объективную оценку процессам, происходящим в сфере бизнеса; умение работать с информацией на иностранном языке, а также осуществлять ее поиск в глобальных сетях Интернет и корпоративных сетях; знание основ сотрудничества в трудовой деятельности; умение работать в команде, так же как и принимать самостоятельные решения [4; 5].

И, наконец, *межкультурный компонент* (В. С. Библер, Т. Н. Персикова, А. П. Садохин, R. Camerer, J. Mader и др.), который является особенно значимым в формировании межкультурного *иноязычного* делового общения. Это обусловлено тем положением, что для осуществления эффективного делового общения на иностранном языке необходимы знания социальной и общественной структуры общества, менталитета, национально-речевого и поведенческого этикета народа, делового имиджа и деловой этики. Деловые переговоры часто подразумевают присутствие представителей различных национальностей, в случае чего знание культурных традиций и национальной гордости является залогом успешного результата [6; 7]. Считаем уместным привести цитату руководителя центра “Richard Lewis Communications”, известного американского ученого Р. Льюиса: *«Внимание к культурным корням и национальным особенностям других людей как в обществе, так и в сфере бизнеса позволит предвидеть и точно просчитать то, как они будут реагировать на наши предложения»* [8].

Межкультурные знания и умения предполагают понимание и применение норм и культурных реалий в стране изучаемого языка, а именно:

- применение общепринятых в деловом мире правил написания писем, ведения деловых переговоров, общения по телефону, организации встреч и совещаний;
- непрерывное обновление и компенсирование межкультурных знаний путем самообразования;
- понимание особенностей невербального поведения деловых партнеров в официальных ситуациях делового общения [7].

Овладение студентами компетенциями, лежащими в основе выявленных компонентов межкультурного делового общения, позволяют сформировать конкурентоспособного выпускника высшего учебного заведения, способного осуществлять межкультурное иноязычное деловое общение на мировой арене.

Список использованной литературы

1. Waechter, K. Language + Culture = Effective communication: How much Intercultural Competence do business English teachers need? / K. Waechter // Journal of Modern education Review, USA. – May 2013. – Volume 3. – No. 5. – P. 347–357.

2. Новейший философский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insai.ru/slovar>. – Дата доступа: 11.07.2021.
3. Артамонова, И. А. Этика делового общения: учебное пособие / И. А. Артамонова, И. Ю. Васютинский, Б. В. Краснопевцева. – М. : Московский государственный университет геодезии и картографии, 2003. – 155 с.
4. Токмина, Т. А. Речевая культура будущего специалиста: учебное пособие по риторике для студентов технического вуза / Т. А. Токмина, С. Ю. Токмин, О. Б. Миронова. – Тверь, 2003. – 139 с.
5. Conrad, D. 24 Business communication skills: attitudes of human resource managers versus business educators / D. Conrad, R. Newberry // *American communication Journal*. – Volume 13, issue I. – 2011.
6. Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2011. – 224 с.
7. Садохин, А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учебное пособие / А. П. Садохин. – М. : КИОРУС, 2014. – 254 с.
8. Camerer, R. Intercultural competence in Business English / R. Camerer, J. Mader. – Berlin : Cornelsen, 2012. – P. 111–112.
9. Ярчак, И. Л. Технологическое сопровождение будущих бакалавров в интерактивном обучении деловому общению: на материале иностранного языка : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / И. Л. Ярчак. – М., 2017. – 208 л.