

АКТУАЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ И ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

И. Н. Лойченко, Л. Н. Салионович

В статье анализируются аспекты преуспевающего менеджера XXI века. Предлагается схема курса межкультурной и деловой коммуникации для студентов экономических специальностей. Обсуждаются перспективы развития международного делового взаимодействия.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, экономические специальности

У статті аналізуються аспекти успішного менеджера XXI ст. Запропонована схема курсу міжкультурної і ділової комунікації для студентів економічних спеціальностей. Обговорюються перспективи розвитку міжнародної ділової співпраці.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, економічні спеціальності

Aspects of successful managers in XXI century are analyzed in the article. A scheme of the course on cross-cultural and business communication for the students of economic specialties is suggested. The perspectives of development of international business collaboration are discussed.

Key words: cross-cultural-based, communication, economic specialties

В XXI веке преуспевающим менеджером будет тот, кто владеет несколькими иностранными языками и восприимчив к культурным различиям. Если выпускник экономического факультета участвует в деловой встрече, переговорах, в совместном предприятии или лицом к лицу сталкивается с человеком другой культуры, то знакомство с культурными особенностями страны деловых интересов даст ему весомое преимущество.

Межкультурные проблемы для Украины уже являются жизненно значимыми. Политикам и бизнесменам, представителям самых разных профессий придется все чаще взаимодействовать со своими коллегами в других странах. Украинские компании будут сотрудничать с зарубежными компаниями, объединяться с ними, организовывать совместные предприятия по всему миру. Для установления в будущем гармоничных отношений с другими странами существенное значение имеет распространение среди всех слоев общества межкультурной грамотности.

Интернационализация экономики, ее глобализация, превращение в единую взаимосвязанную систему – очевидные характеристики конца XX века. Сплошь и рядом продукт может быть произведен в одной стране по технологии другой с участием специалистов из третьих, а продан во многих других странах мира.

В 90-е гг. практические технологии в области межкультурного сравнения развивались и распространялись стремительными темпами, количество публикаций на эту тему ежегодно удваивалось, семинары по межкультурному тренингу стали доходным занятием для целого слоя профессионалов, соединяющих в себе качества ученых и практиков.

Наука находила все новые свидетельства того, что люди более сходны в своем внутреннем, нравственном, этическом измерении и различаются главным образом во внешних проявлениях, обычаях и ритуалах, одежде и т.п. Практика искала способы нейтрализации этих различий: их распознавания, примирения, согласования – и разрабатывала методы обучения совместной работе представителей различных культур. Основной сферой практических поисков стала сфера бизнеса, где целесообразность любого нововведения, новой идеи доказывается быстро и просто – получением большей прибыли, достижением большей эффективности.

Актуальность. Взаимоотношения специалистов в профессиональной сфере становятся предметом все более пристального внимания ученых. Владение основами деловой коммуникации позволит специалистам эффективно взаимодействовать с деловыми партнерами, реализуя комфортно-психологическое общение и разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества.

Деловому общению обучают сегодня в школах бизнеса и менеджмента, его вводят в учебные программы престижных вузов, ему посвящают международные семинары и симпозиумы. Студенты экономических специальностей должны изучать не только иностранные языки, но и, главным образом, навыки делового общения с представителями иных культур.

Цель. Курс межкультурной и деловой коммуникации должен быть построен как пособие для практиков, желающих избежать ненужных коллизий, конфликтов по причине собственного невежества и связанных с этим финансовых и морально-психологических издержек.

Во введении курса необходимо сформулировать и ознакомить с самыми общими понятиями и представлениями о роли языка в культуре, о самой культуре. Во второй части курса необходимо дать анализ аспектов, общих для всех типов деловой культуры и специфических для каждого из них: использования времени, пространства, структуры принятия решений, ритуалов, параметров делового взаимодействия, об иерархии деловых отношений, о способах ведения переговоров и ряде других неотъемлемых характеристик делового взаимодействия. Они образуют профиль конкретной деловой

культуры, что позволяет прогнозировать возможные расхождения и предотвращать потенциальные конфликты.

В третьей части необходимо дать характеристику деловых культур отдельных стран. По каждой стране предлагается дать набор практических рекомендаций. Они позволят предвидеть и учитывать реакцию и возможные варианты поведения людей и важны для управления многонациональными коллективами, ведения переговоров, заключения сделок и – в целом – для формирования успешного долгосрочного сотрудничества. Курс должен быть насыщен практическими материалами, помогающими освоить коммуникативные приемы и процедуры.

Вместе с тем необходимо понять, что украинская или российская действительность изменяется настолько быстро, что уследить за ней и тем более выявить какие-то устойчивые закономерности достаточно трудно, даже живя в Украине или России. В этой связи возникает ряд принципиальных вопросов: на какие образцы и стандарты поведения следует ориентироваться украинским или российским бизнесменам? Какие особенности, привычки, ритуалы, обычаи других стран следует воспринимать как нечто неизменное, неизбежное, а каким надо учиться и какие просто нейтрализовать? Каковы перспективы «столкновения культур»? Приведет ли оно к дальнейшей дифференциации или будет двигаться в направлении интеграции, становления некой общей основы, на которой станет возможным эффективное международное деловое взаимодействие?

В самом украинском и российском деловом сообществе, несмотря ни на что, неумолимо крепнет стремление к утверждению таких норм ведения дел, которые, с одной стороны, вобрала в себя лучшие традиции дореволюционного периода, а с другой – наиболее передовые стандарты так называемого цивилизованного бизнеса. Нельзя не вспомнить при этом мудрые слова Л. Толстого: «Человечеству только кажется, что оно занимается торговлей, войнами, искусством, политикой и т.п. На самом деле что оно делает, оно уясняет себе нравственные законы, по которым оно живет...» [3].

Таким образом, перспектива развития международного делового взаимодействия лежит на пути от столкновения культур к становлению, а скорее, к выявлению и укреплению на их общечеловеческой нравственной основе фундамента единой международной деловой культуры. Призыв к интеграции и убежденность в ее необходимости отнюдь не означают восхваления прелестей униформизма и единообразия. Напротив! Как раз в обстановке признания сущностного равенства и ценности всех людей независимо от культур, которые их воспитали, еще больше расцветает их разнообразие, уже не омрачаемое стремлением доказать, что «наше поведение единственно правильное, эффективное и рациональное потому, что оно – наше. Более того, в будущей международной культуре утвердятся технологии общения, которые доказали свою практическую эффективность независимо от происхождения. Встречаясь друг с другом, деловые люди будут в одной сделке применять в зависимости от ситуации немецкий тип планирования, китайский способ разрешения конфликтов, японский тип своевременного изменения условий контракта, российскую изобретательность в тупиковых ситуациях и т.д. до бесконечности, для чего, однако, надо знать как можно больше об этом «меню».

Выводы. Именно поэтому курс межкультурной и деловой коммуникации на иностранном языке столь важен в наше время. Украинские, российские деловые люди смогут быстро, с большей пользой и не меньшим интересом интегрироваться в международный экономический контекст. Это поможет им избежать многочисленных «ляпов» и связанного с ними материального и морально-психологического ущерба, сформировать представление о себе как о компетентных и высококультурных партнерах, с которыми не только выгодно, но и по-человечески приятно иметь общее дело.

Литература:

1. Маккормак М.Х. Секреты бизнеса для всех. Чему до сих пор не учат в бизнес-школах. Пер. с англ. – М., 1998.
2. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – С-П., 2001.
3. Толстой Л.Н. Собр.соч.: В 22т. – Т.19. – М.: Худ. лит., 1970. – С.210.
4. Axtell R.E. ed. Do's and Taboos Around the World, compiled by the Parker Pen Company, 1985.
5. Berry M. Know Theyself and the Other Fellow Too: Strategies for Effective Cross-Cultural Communication, Institute for European Studies, 1992.
6. Holden N.J. Management, Language and Eurocommunication, 1992 and Beyond, Institute for European Studies, 1992.