

портфоліо в залежності від його напрямлення і пропонує форми роботи з мовним портфоліо на старшій ступені навчання.

Ключевые слова: інтерактивне навчання, інтерактивна технологія, мовного портфоліо, старша ступень навчання.

Nikitina N. P. Language Learning Portfolio as Flexible Interactive Technology

The necessity of study and generalization theory of the interactive technologies as effectiveness method of teaching English and practical their usage at the English lessons at the senior pupils' grade of the secondary comprehensive school is displayed. The scientifically pedagogical literature is analyzed in this article. The basic education functions (educational, pedagogical, informational, self-appraisal) and forms at the senior pupils' grade are determined in the article. These functions are implemented after contents of The Language Learning Portfolio, which consists of Language Passport, Language Biography and Language Dossier. The author explains the efficiency of usage of different aspects such as Self-Assessment Language Portfolio, Language Learning Portfolio, Administrative Language Portfolio, Show Case, Feedback Language Portfolio and Comprehensive Language Portfolio. The usage of this interactive technology during the English lessons at the senior pupils' grade of the secondary comprehensive school makes the pupil and his personal development and foreign cultural expertise active participant of modern educational process.

Key words: interactive learning, interactive technology, language portfolio, senior pupils' grade.

Стаття надійшла до редакції 05.02.2013 р.

Прийнято до друку 30.05.2013 р.

Рецензент – к. пед. н., доц. Ананьян Е. Л.

УДК 378.016: 811.

Т. Ю. Осадчая

ПОНЯТИЕ «РАЗЛИЧИЯ БИЗНЕС КУЛЬТУР» В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ

Общеизвестно, что проблема повышения качества профессионального образования является достаточно актуальной для Украины на современном этапе. Одной из целей повышения профессионального уровня специалистов является знание иностранного языка, как инструмента профессионального общения, которое должно способствовать достижению профессиональных целей.

Необходимость взаимодействия с представителями различных культур проявляется практически в любой из сфер общественной жизни. Однако наиболее ярко это проявляется в рамках профессионального сотрудничества и бизнеса. Именно в этой сфере способность к успешному межкультурному взаимодействию становится все более актуальной, если не сказать необходимой. В связи с этим одной из важнейших проблем методики преподавания иностранного языка с профессиональной направленностью является создание эффективных методик формирования межкультурной иноязычной компетентности будущих специалистов. То есть межкультурная компетенция стала важнейшей составляющей иноязычной коммуникативной компетенции, неотъемлемой частью процесса овладения иностранным языком.

Существует множество определений понятия «межкультурная компетентность», однако, если данное понятие рассматривать с точки зрения профессиональной деятельности специалистов (например, менеджеров), то наиболее актуальной является, по нашему мнению, следующая его интерпретация. Межкультурная компетентность представляет собой «функциональные умения понимать взгляды и мнения представителей другой культуры, корректировать свое поведение, преодолевать конфликты в процессе коммуникации, признавать право на существование различных ценностей, норм поведения» [1, с. 4–5]. 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) [2].

Очевидно, что формирование межкультурной компетентности будущих менеджеров невозможно без изучения ими понятия «различия бизнес культур», типологии этих культур, а также способов снятия культурных барьеров в общении с представителями различных типов культур. Созданию методик формирования межкультурной компетентности специалистов, в том числе сферы бизнеса, было посвящено немало работ. Однако поиск наиболее эффективных методик преподавания все еще продолжается, этим обуславливается актуальность данного исследования.

Проблемой формирования межкультурной компетенции будущих специалистов в сфере бизнеса занимались такие ученые как Г. Хофстеде, Р. Льюис, Дж. Холл, Н. Д. Гальскова, О. А. Стеблецова, Н. А. Баранова, Н. М. Губина и многие другие. Исследованию коммуникации в сфере профессиональной деятельности посвящены работы многих отечественных и зарубежных лингвистов: Е. И. Шейгал, В. И. Карасик, М. Л. Макаров, А. В. Олянич, В. В. Жура, Л. Бейлинсон, D. V. Bell, D. Boden, P. Drew, J. Herritage, J. Gibbons, A. Firth, N. Fairclough,

R. Scollon. Однако остается открытым вопрос о разработке таких методик преподавания иностранного языка и культуры, которые бы в значительной мере готовили будущих менеджеров к эффективному общению на международном уровне.

Таким образом, целью данной статьи является обоснование необходимости изучения будущими менеджерами понятия «различия бизнес культур» в процессе изучения иностранного языка в вузе, а также описание соответствующей методики преподавания.

Степень различия бизнес культур двух стран определяется важными аспектами культуры каждой страны, например, уровнем экономического развития, формой правительства, доминирующей религией, языком и этническим составом населения страны и т.д. Концепция «различия бизнес культур» широко используется в международной бизнес среде, где она применяется для того чтобы оценить степень различия преобладающих бизнес ценностей и практики ведения бизнеса в разных странах. Чем больше бизнес культура двух стран ведущих бизнес отличается, тем труднее вести переговоры и обеспечивать эффективное общение в иностранной бизнес среде.

Существуют так называемые поверхностные и глубинные различия культур. Поверхностные различия относятся к общему уровню жизни населения, который включает особенности питания, климата, жилья, транспорта, условия для отдыха и развлечений и т. д. Глубинные отличия включают ценности, верования, идеологию, которые могут проявляться в политических и религиозных убеждениях. Очевидно, что именно глубинные отличия создают наибольшие помехи в деловом общении представителей различных бизнес культур. Австралия и Япония, США и Китай – примеры стран, которые культурно очень различаются друг от друга.

Различие бизнес культур может создавать помехи в общении – непонимание, неправильное понимание собеседниками друг друга, психологический дискомфорт, напряжение в отношениях партнеров. То есть, различие культур, к которым принадлежат бизнес партнеры, может привести к проблемам в восприятии друг друга, а также создавать барьеры в общении. Это происходит, если участники переговоров воспринимают общение и поведение партнеров с точки зрения культурных норм собственной бизнес культуры.

Ученые различают два типа различия культур:

- Абсолютные различия, которые представляют собой законы, постановления, ограничения, формы ведения бизнеса и другие аспекты, которые в совокупности определяют, насколько эффективно компания может вести бизнес в зарубежном государстве.
- Различия, основанные на 5 аспектах культур, определенных ученым Хофстедом.

Многие аспекты делового общения определяются бизнес культурой, к которой принадлежит партнер по переговорам, например:

- тип общения между менеджерами и их подчиненными,
- невербальная коммуникация и ее восприятие партнером,
- различные типы поведения мужчин и женщин в бизнес среде,

в зависимости от норм, существующих в данной культуре.

Человеку, который должен работать в чужеродной бизнес среде, необходимо обращать внимание не только на содержание и форму своих высказываний, но и на такие факторы как место, занимаемое за столом переговоров, расстояние между собеседниками, темы-табу и другие.

Однако именно вербальное общение является критически важным в сфере бизнеса, поскольку бизнес по своей природе является сотрудничеством различных людей для достижения их целей. Поэтому в общении необходимо находить взаимопонимание партнеров, сводя к минимуму препятствия и барьеры. Стили делового общения очень сильно различаются по всему миру, поэтому ученые, занимающиеся исследованиями в сфере межкультурного общения, выделяют различные критерии, по которым можно было бы классифицировать бизнес культуры разных стран по типам.

Так, например, выделяют общение с низким и высоким уровнем контекста. Стил ь общения с высоким уровнем контекста требует большого количества дополнительной информации, сопровождающей каждое сообщение. Стил ь общения с низким уровнем контекста помещает всю необходимую информацию в само сообщение [3].

Западные страны чаще используют стил ь общения с низким уровнем контекста. В сфере бизнеса это проявляется в том, что в культуре с низким уровнем контекста в общении требования и нормы поведения передаются служащим через определенные руководства, правила поведения работника, контракты и другие документы. От служащих также ожидается, что они будут подавать документы, касающиеся любых их потребностей, письменно.

В культуре с высоким уровнем контекста в общении необходим личный контакт подчиненного и менеджера для достижения любых договоренностей. Правила поведения считаются обязательными для исполнения в культуре данного типа только в том случае, если они озвучиваются менеджерами лично. В противном случае умалчивание о каких-либо запретах воспринимается как негласное разрешение [3].

В сфере составления контрактов данное различие бизнес культур проявляется еще более выразительно. Так, контракты, составленные менеджерами западных стран, отличаются полнотой и тщательной продуманностью деталей и не предусматривают никаких отклонений или изменений в зависимости от обстоятельств. Не выполнение обязательств по контракту автоматически ведет к взысканию по закону.

Контракты в бизнес культуре с высокой степенью контекста отличаются по двум критериям. Во-первых, контракт является скорее документом о том, что договоренность между сторонами существует, а не перечислением обязательств сторон и условий их выполнения. Личное

доверие между сторонами считается более важным, чем юридические обязательства. В связи с этим многие условия контракта могут корректироваться в зависимости от изменения ситуации обеими сторонами. Во-вторых, сама идея контракта чужда бизнес культурам данных стран, поскольку исторически именно личные отношения были основой любых сделок между людьми.

В сфере переговоров различия культур проявляются не менее ярко. Так, прямые вопросы и ответы, принятые в западных странах обычно контрастируют с нечеткими и уклончивыми репликами партнеров из стран с высокой степенью контекста в общении, а также с их желанием избежать негативных ответов и обострения ситуации переговоров до конфликтной [3].

В сфере финансов и инвестиций различия бизнес культур проявляются в том, насколько доступной является информация об акциях компании, о возможностях инвестирования для широкой публики. Культуры с низким уровнем контекста, ориентированные на постановления имеют традицию выставлять акции на продажу широкой публике. В связи с этим компания должна предоставлять полную информацию о своей деятельности в виде бухгалтерских и других финансовых отчетов, подготовленных по определенным стандартам, единым для всех компаний.

Инвестиции в культурах с высоким уровнем контекста осуществляются на основе взаимного доверия партнеров. Чаще всего инвестируют в компании, которые принадлежат семье, даже если сами компании расположены в разных странах. Финансовая отчетность имеет второстепенное значение. Сотрудничество компаний в данного типа культурах требует длительного развития доверия между ними [3].

Различные бизнес культуры имеют разное восприятие времени в зависимости от особенностей традиции, истории, стиля жизни. Ученые выделили два типа культур по их отношению ко времени: монохронические и полихронические. Полихронизм – это форма поведения, когда человек занимается двумя и более видами деятельности за определенный отрезок времени, монохронизм – человек занимается только одним видом деятельности прежде чем начать другой. В сфере бизнеса представители полихронизма имеют тенденцию отодвигать последний срок, составлять гибкий график работы, не составлять расписание рабочего дня. Представители монохромной культуры – соответственно – следуют строгому плану работу [4].

Геерт Хофстеде (G. Hofstede) указывает следующие параметры, по которым можно сравнивать культуры в сфере ведения бизнеса (наиболее широко распространенная типология бизнес культур):

- Степень владения полномочиями (властью) различными должностными лицами в компании. В культурах с высоким уровнем полномочий у руководителей принято открыто выражать свою принадлежность к власти; подчиненные согласовывают все свои

действия с руководством, а также несут ответственность за допущенные ошибки; отношения между подчиненным и руководителем официальные; стиль руководства имеет черты авторитарного.

- Характерное эмоциональное мужественное/женственное поведение представителей различных обществ вне зависимости от их пола. Обычно «мужественными» чертами называют стремление к конкуренции среди работников коллектива, стремление увеличивать прибыль, расширять объемы производства или деятельности, охват мирового рынка. Традиционно «женственное» поведение включает в себя стремление построить хорошие отношения с коллегами и деловыми партнерами, к улучшению качества жизни, повышению эффективности производства.

- Запрограммированная обществом линия поведения работников в проблемных и неопределенных ситуациях общения и ведения дел (стремление избегать ситуации неопределенности). Данный критерий показывает насколько в той или иной бизнес культуре принято строго придерживаться правил, законов и постановлений в противовес неопределенности в отношении обязательности исполнения законов и правил, а также риску в ведении дел.

- Отношение к ведению бизнеса в рамках понятий «коллективизм – индивидуализм» как в сфере принятия решений, так и в проявлении личной инициативы. В культурах с ориентацией на индивидуализм, работник стремится решить в первую очередь собственные задачи по продвижению по карьерной лестнице, иногда даже за счет интересов других людей; поощряется конкуренция между служащими компании; возможность принимать решения самостоятельно каждым работником считается важным условием успешной работы любой компании.

- Настроенность работников на краткосрочные либо долгосрочные результаты, как собственной профессиональной деятельности, так и сотрудничества с зарубежными партнерами [5].

Для развития межкультурной компетентности будущих менеджеров зарубежные ученые предлагают ряд стратегий. Одной из наиболее известных, является стратегия обучения через ролевую игру и симуляцию реальной ситуации [6; 7]. Именно данную методику, на наш взгляд, целесообразно использовать для организации работы студентов по изучению типов бизнес культур и для формирования их умений преодолевать культурные барьеры в деловом общении на международном уровне.

Можно назвать следующие преимущества использования данной стратегии обучения:

1. Применение методов ролевой игры и моделирования реальных ситуаций мотивируют студентов изучать не только данную ситуацию, но и получать дополнительные знания по теме.

2. Данные методы дают возможность студентам использовать уже приобретенные знания (иногда по нескольким дисциплинам специальности), а также систематизировать эти знания, находя применение общим теоретическим концепциям в практике ведения бизнеса. Студенты имеют возможность сравнить различные варианты поведения в конкретной ситуации и последствия различных действий, а также самостоятельно сделать вывод об эффективности различных вариантов поведения.

3. Ролевые игры и симуляция ситуаций дает возможность развивать не только языковые, но и профессиональные умения, развивают стратегическое мышление и умение выходить из проблемных ситуаций.

4. Данная стратегия обучения позволяет формировать позитивное отношение студентов к социальным ценностям чуждой культуры, а также эмпатию по отношению к представителям другой культуры (в данном случае к тем, кто играет их роль).

5. Методы ролевой игры и симуляции позволяют оценивать знания и умения студентов в ситуациях межкультурного общения: самооценивание по определенным стандартам, оценивание студентами друг друга, оценивание коммуникативной деятельности студента преподавателем. Зарубежные ученые считают, что оценивание деятельности студента на занятии является важнейшим фактором мотивации [7].

6. Данная стратегия позволяет развивать навыки работы в коллективе, навыки коллективного принятия решения и распределения ролей для успешного решения поставленной задачи [7].

Первая фаза стимуляции – подготовительная. Задача преподавателя не ознакомить студентов с определенной информацией о бизнес культуре другой страны, а предоставить информацию, из которой студенты могут самостоятельно выбрать нужную для решения тех или иных задач. Например, преподаватель может ознакомить студентов с существующими критериями типологии бизнес культур и попросить их подготовить сообщения о типах культур и особенностями ведения бизнеса с представителями различных типов культур.

Вторая фаза – проведение игры или симуляции ситуации, в которой происходит (успешное или неуспешное) общение представителей различных типов бизнес культур. Материал для ситуаций или ролевых игр предоставляет преподаватель.

Третья фаза – обсуждение и оценивание работы студентов. На этом этапе преподаватель должен предоставить студентам возможность говорить спонтанно, делать выводы самостоятельно, выделять главное. Преподаватель должен также стремиться избегать негативных оценочных суждений, а также предотвращать их со стороны студентов. Важно также не навязывать свои суждения и обсуждать любые идеи, предлагаемые студентами. Фаза обсуждения и оценивания может быть использована преподавателем для развития навыков неподготовленной

речи на иностранном языке и поэтому должна быть тщательно подготовлена. Имеет смысл, например, подготовить речевые опоры в виде фраз клише, которые могут быть использованы студентами.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

1. Овладение иностранным языком должно идти параллельно с формированием культуры межличностного общения на основе уважения к ментальности и национальным традициям зарубежных партнеров. В связи с этим изучение студентами типологии бизнес культур приобретает первостепенное значение.

2. Одной из методик, которую целесообразно использовать в профессиональной подготовке будущих менеджеров на занятиях по иностранному языку, является методика сравнения бизнес культур по различным критериям с использованием приемов симуляции реальных ситуаций делового общения.

3. Данная стратегия позволяет оптимизировать процесс овладения иностранным языком с профессиональной направленностью, поскольку соответствует требованию создавать на занятии аутентичные ситуации общения.

Перспективным считаем дальнейшее изучение методик преподавания иностранного языка и культуры, способствующих оптимизации процесса формирования коммуникативной межкультурной компетентности будущих специалистов различных сфер.

Список использованной литературы

1. Плужник И. Л. Формирование межкультурной компетенции студентов гуманитарного профиля в процессе профессиональной подготовки: дис. ... доктора пед. наук : 13.00.01 / Плужник Ирина Ленаровна. – Тюмень, 2003. – 326 с. **2. Лытаева М. А.** Межкультурная компетенция будущего специалиста и содержание обучения иностранным языкам / М. А. Лытаева, Е. С. Ульянова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 4. – С. 111 – 114. **3. Hooker J.** Working across Cultures / Hooker J. – NY. : Stanford University Press, 2003. – 215 p. **4. Lindquist J. D.** The Polychronic-Monochronic Tendency Model: PMTS scale development and validation / J. D. Lindquist, C. Kaufman-Scarborough // Time & Society. – 2007. – № 16. – P. 253 – 285. **5. Hofstede G. S.** Culture consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across countries / Hofstede G. S. – Thousand Oaks, CA : Sage publications, 2001. – 216 p. **6. Hall J. K.** A prosaics of interaction / J. K. Hall // Culture in Second Language Teaching and Learning. – Cambrige : Cambrige University Press, 2003. – P. 137 – 151. **7. Guillén-Nieto V.** Intercultural Business Communication and Simulation and Gaming Methodology / Guillén-Nieto V., Marimón-Llorca C., Vargas-Sierra Ch. – Bern : Peter Lang AG. – 2009. – 403 p.

Осадча Т. Ю. Поняття «відмінності бізнес культур» в формуванні міжкультурної компетентності майбутніх менеджерів

У статті надається обґрунтування необхідності ознайомлення студентів з поняттям «відмінності бізнес культур» у процесі вивчення іноземної мови з професійною спрямованістю у ВНЗ. Автор пропонує методику симуляції реальних ситуацій ділового спілкування для формування міжкультурної компетентності майбутніх менеджерів. Дана стратегія навчання дозволяє формувати позитивне відношення студентів до цінностей іншомовної культури, емпатію у відношенні до її представників. Рольові ігри та симуляції ситуацій ділового спілкування надають можливість розвивати не лише мовні, а й професійні вміння, формувати стратегічне мислення, вміння виходити з проблемних ситуацій.

Ключові слова: бізнес культура, міжкультурна компетентність, культурний бар'єр у спілкуванні, методика викладання.

Осадчая Т. Ю. Понятие «различия бизнес культур» в формировании межкультурной компетентности будущих менеджеров

В статье дается обоснование необходимости ознакомления студентов с понятием «различия бизнес культур» в процессе изучения иностранного языка с профессиональной направленностью в вузе. Автор предлагает методику симуляции реальных ситуаций делового общения для формирования межкультурной компетентности будущих менеджеров. Данная стратегия обучения позволяет формировать позитивное отношение студентов к ценностям иноязычной культуры, эмпатию по отношению к ее представителям. Ролевые игры и симуляция ситуаций дают возможность развивать не только языковые, но и профессиональные умения, формировать стратегическое мышление, умение выходить из проблемных ситуаций.

Ключевые слова: бизнес культура, межкультурная компетентность, культурный барьер в общении, методика преподавания.

Osadcha T. Yu. The Concept «Differences in Business Cultures» in the Process of Future Managers' Cross-cultural Competence Developing

The article justifies the need of teaching the concept “differences in business cultures across the world” in the process of foreign language for special purposes teaching in higher educational establishments. The article states that mastering a foreign language should go hand in hand with developing of interpersonal communication skills which should be based on respect for national traditions and mentality of foreign partners. The author suggests using a teaching strategy of role-playing and simulations of business communication for developing future managers' cross-cultural competence. Cross-cultural competence is a functional ability to understand the views and opinions of representatives of other cultures, to adjust one's behavior with those views, to overcome conflicts in the communication process. Suggested

teaching strategy allows to form positive attitudes to foreign countries' cultural values, empathy to people from foreign countries. Role-playing and simulations of real situations of business communication allow to develop both language and professional skills, problem solving skills, to form students' strategic thinking.

Key words: business culture, cross-cultural competence, cultural barrier in communication, teaching methods.

Стаття надійшла до редакції 05.02.2013 р.

Прийнято до друку 30.05.2013 р.

Рецензент – д. пед. н., проф. Максименко Г. Н.

УДК 811.111:025.328

О. В. Радзівська

АНОТУВАННЯ НАУКОВОГО ТЕКСТУ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

Система фахової підготовки спеціалістів у вищих навчальних закладах періодично зазнає змін відповідно до соціально-економічних перетворень. Метою вищої освіти сьогодення є найбільш ефективна підготовка майбутніх науковців. Отже, студент магістратури повинен бути не тільки висококваліфікованим фахівцем у певній галузі, а й широко ерудованою особистістю, яка має фундаментальну гуманітарну підготовку, а також здатна адекватно виразити себе – соціально, професійно, інтелектуально та емоційно. Саме такі вимоги і обумовлюють необхідність володіння майбутніми науковцями іноземними мовами як засобом міжкультурної комунікації. Крім того, в умовах поширення величезних обсягів інформації іноземною мовою, які доступні майже кожному фахівцю завдяки глобальним комп'ютерним мережам, виникає необхідність у тому, щоб випускник магістратури розумів і вмів виділяти професійно важливу інформацію. Отже, унаслідок того, що зростає практичне значення володіння іншомовною комунікацією, а знання іноземної мови стає однією з основних умов успішної професійної діяльності, підвищується значущість навчальної дисципліни «Іноземна мова».

Для майбутніх науковців опрацювання наукової літератури є важливою складовою при написанні наукових статей, підготовці рефератів до здачі кандидатського мінімуму з англійської мови, створення анотацій та доповідей до наукових конференцій та семінарів. Робота з науковим текстом була висвітлена у працях таких дослідників, як О. Ковальова, І. Степанова, Н. Успенська, В. Шпак, Г. Ятель., але на нашу думку, вищезазначена проблема втрачає актуальності і потребує уваги з боку дослідників.