

Розвиток умінь міжкультурного спілкування у майбутніх економістів

У статті розглядаються проблеми розвитку вмінь міжкультурного спілкування у процесі формування іншомовної комунікативної компетенції у майбутніх економістів. Аналізуються необхідні студентам вміння для забезпечення ефективної ділової комунікації, пропонуються вправи для оволодіння цими вміннями.

Ключові слова: ділова комунікація, іншомовна комунікативна компетенція, лінгвосоціокультурна інформація, міжкультурне спілкування.

Семенчук Ю. А. Развитие умений межкультурного общения у будущих экономистов на занятиях по иностранному языку

В статье рассматриваются проблемы развития умений межкультурного общения в процессе формирования иноязычной коммуникативной компетенции. Анализируются необходимые студентам-экономистам умения для обеспечения эффективной деловой коммуникации, предлагаются упражнения для овладения этими умениями.

Ключевые слова: деловая коммуникация, иноязычная коммуникативная компетенция, лингвосоциокультурная информация, межкультурное общение.

Semenchuk Yu. O. The development of cross-cultural communication skills of future economists during the foreign language classes

The article deals with the problems of cross-cultural communication skills development in the process of forming foreign language communicative competence. Skills necessary for students majoring in economics to conduct effective business communication have been analyzed, exercises for mastering these skills have been suggested.

Key words: business communication, cross-cultural communication, foreign language communicative competence, linguasociocultural information.

На сучасному етапі розвитку українського суспільства важливим завданням вищої немовної школи є формування і розвиток у студентів умінь міжкультурного спілкування, що є передумовою їхнього успішного функціонування на ринку праці. Адже вміння міжкультурного спілкування дозволяють вести так званий діалог культур та уникати конфліктів, надають можливість партнерам взаємодіяти й домовлятися з представниками інших народів, переконувати й досягати успіху у вирішенні ділових питань. Отже, згідно з вимогами навчально-нормативних документів викладачі іноземних мов зобов'язані забезпечити можливість студентам оволодіти вміннями міжкультурної комунікації. Враховуючи актуальність зазначеної проблеми, метою статті є проаналізувати теоретичні положення щодо форму-

вання у студентів умінь міжкультурного спілкування, виокремити специфічні вміння для майбутніх економістів і запропонувати практичні способи їх набуття.

Вміння міжкультурного спілкування розвиваються у процесі формування у студентів лінгвосоціокультурної компетенції, що є невід'ємним компонентом іншомовної комунікативної компетенції. Аналіз науково-методичної літератури показує, що лінгвосоціокультурна компетенція складається з кількох компетенцій: соціолінгвістичної, соціокультурної і соціальної [6, 13]. На думку С. Ю. Ніколаєвої, соціолінгвістична компетенція — це здатність здійснювати вибір мовних форм, використовувати їх і перетворювати відповідно до контексту, а також усвідомлення зв'язків між мовою (мовами) і явищами суспільного життя; соціокультурна компетенція — це здатність користуватися у процесі спілкування набутими знаннями про національно-культурні особливості соціальної і мовленнєвої поведінки носіїв мови, яка вивчається; соціальна компетенція — це здатність вступати в комунікативні стосунки з іншими людьми, орієнтуватися у соціальній ситуації і керувати нею. Ці компетенції, зазначається у Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти, пронизують увесь процес спілкування між представниками різних культур, навіть тоді, коли його учасники не усвідомлюють цього впливу [3, 13]. Розкриваючи суть соціокультурної компетенції, М. Л. Писанко наголошує на необхідності поєднувати у процесі її формування навчання іноземної мови як форми вираження думок і засобу комунікації з оволодінням культурою країни, мова якої вивчається, шляхом засвоєння нормативної поведінки, характерної для носіїв мови в різних комунікативних ситуаціях [7]. Ми погоджуємося з думкою Л. П. Голованчук, яка вважає, що важливою передумовою взаєморозуміння у міжкультурному іншомовному спілкуванні, його основою є культурний фон [4]. Тому для тих, хто вивчає іноземну мову, важливо бути „культурно чутливим”, щоб під час контактів з представниками інших країн успішно долати міжкультурні непорозуміння, виходити з конфліктних ситуацій, позбутись негативних стереотипів щодо певних націй і шанувати рідну мову і культуру своїх співрозмовників.

На забезпечення наукового підґрунтя щодо створення методики формування усіх складників лінгвосоціокультурної компетенції у студентів спрямовані зусилля науковців та викладачів-практиків (О. В. Бирюк, Н. Ф. Бориско, Л. П. Голованчук, Т. М. Колодько, О. О. Коломінова, О. Л. Красковська, Н. В. Мороз, В. В. Сафонова, П. В. Сисоєв та ін.). Доведено, що для формування

соціокультурної компетенції, наприклад, студентам необхідно мати країнознавчі, лінгвокраїнознавчі, соціолінгвістичні знання та вміння зіставляти мовні засоби з метою й умовами спілкування, вміння організувати мовленнєве спілкування відповідно до соціальних норм поведінки, вміння використовувати мовні засоби відповідно до національно зумовлених особливостей [5]. У контексті навчання англійської мови за професійним спрямуванням О.Б. Тарнопольський і О.П. Кожушко виокремлюють власне діловий лінгвосоціокультурний компонент іншомовної комунікативної компетенції, який, на їхню думку, складається з численних вербальних стереотипів і реалій, засвоєння яких необхідне для оформлення ділової комунікації згідно норм, прийнятих у певному мовному й культурному соціумі для регулювання ділових стосунків [9]. Оволодівши знаннями та сформувавши виділені дослідниками вміння міжкультурного спілкування, можна досягти поставленої Програмою з англійської мови для професійного спілкування (2005 р.) соціокультурної мети навчання студентів-економістів, що дозволить їм „досягати широкого розуміння важливих і різнопланових міжнародних соціокультурних проблем”, а також бути спроможними „діяти належним чином у культурному розмаїтті професійних та академічних ситуацій” [8, с. 6].

Ураховуючи вимоги Програми, дослідники виділяють окремі групи вмінь міжкультурного спілкування в конкретних ситуаціях, характерних для професійної діяльності майбутніх економістів. Наприклад, для проведення ділових зустрічей і переговорів необхідні вміння знаходити потрібні форми спілкування з партнерами, вміння користуватися вербальними й невербальними засобами комунікації, вміння вибудувати адекватну до ситуації стратегію мовленнєвої взаємодії, вміння вирішувати проблеми й уникати конфліктів, вміння переконати партнера і правильно реагувати на отриману інформацію [1, с. 32]. Ефективним засобом стимулювання студентів до використання іноземної мови в ситуаціях ділового міжкультурного спілкування є організація та проведення презентацій, які забезпечують навчання у взаємодії, сприяють розвитку особистісних та професійно значущих якостей студентів, а також формують лінгвосоціокультурну компетенцію. Для навчання проведення усних презентацій іноземною мовою у студентів необхідно сформувати й розвинути відповідні вміння, а саме: вміння проаналізувати склад аудиторії, щоб знайти контакт і привернути її увагу до ідеї або продукту, який презентується; вміння правильно й ефективно розпочати презентацію; вміння правильно організувати матеріал дослідження або проекту, щоб у відведений час логічно й послідовно донести свої основні ідеї до слухачів; вміння переконливо викласти основний зміст матеріалу, який досліджувався, або продемонструвати результати спільно виконаного продукту навчальної діяльності, яким може бути, наприклад, реферат, есе, маркетингове дослідження тощо; вміння робити висновки, узагальнення, порівняння, щоб

переконати слухачів, позитивно вплинути на їхнє рішення щодо подальшого розвитку подій (наприклад, ставити уточнюючі питання, висловити своє ставлення до проблеми, яка висвітлюється у презентації, виразити свою готовність чи неготовність до виконання запропонованих доповідачем дій тощо); вміння оперувати фактологічним матеріалом свого дослідження, щоб правильно й адекватно реагувати на вербальну й невербальну поведінку слухачів, якщо виникають, скажімо, труднощі з підбором специфічної лексики, з використанням наочності тощо; вміння відповідати на поставлені запитання. Сформувавши презентаційні вміння у процесі навчання, можна сподіватися, що студенти зможуть надалі правильно вибрати свої стратегії поведінки й комунікації під час проведення презентацій, будуть спроможні донести до свідомості слухачів корисну їм інформацію і переконати їх у необхідності діяти, ухвалювати рішення щодо запропонованих ідей.

Розвиток умінь міжкультурного спілкування повинен здійснюватися й під час навчання студентів писемного мовлення. Згідно вимог освітньо-кваліфікаційних характеристик бакалавра студенти повинні вміти заповнювати документацію, писати різноманітні листи і меморандуми, вести конспекти і записи, укладати контракти, готувати доповіді, тобто спілкуватись у письмовій формі зі своїми діловими партнерами. Передумовою навчання студентів писемного мовлення є, перш за все, ознайомлення і засвоєння знань щодо стилю письма, тобто адекватного до комунікативного наміру вибору слів, правильного їх компонування у речення, формування абзаців і створення цілісного тексту. При доборі слів для письмового вираження певної думки важливо дотримуватись принципу простоти, тобто уникнення двозначних слів, невживання жаргонізмів і сленгу, пояснення термінів. Простота у виборі слів не означає примітивності, а допомагає читачу швидше зрозуміти суть повідомлення і прийняти правильне рішення. Процес навчання писемного мовлення, окрім стилю, також повинен охоплювати й так звану механічну сторону створення писемного продукту, тобто орфографію, пунктуацію, розшифровку аббревіатур, знання правил вживання великої букви, особливості написання числівників прописом тощо.

Діловий стиль письма вимагає, щоб тексти, незалежно від їх розміру і призначення, мали чітко сформульовані й логічно викладені у реченнях думки, що дозволить легко й без перекручень передавати інформацію. Речення виражає одну закінчену думку і тому може мати різну кількість слів, але не більше двадцяти. Для ефективного письма доцільно вживати різні типи підрядних речень в активному стані, які повинні бути правильно з'єднані за допомогою відповідних фразкліше: *firstly, consequently, although, in addition, however, owing to, moreover, thus, on the other hand, furthermore* та ін. Для передачі негативної інформації, як правило, використовуються пасивні конструкції. Все, що викликає двозначне трактування, повинно бути замінене й

перелисано. Під час написання тексту потрібно перевірити правильність уживання вищо-часових форм дієслів, узгодження підмета і присудка, тобто відповідність ужитих у реченнях граматичних конструкцій мовним нормам.

Група з чотирьох-п'яти речень формує абзац, який фокусується на одній головній проблемі. Зазвичай перше речення абзаца (*topic sentence*) формулює цю головну ідею, а решта речень розвивають думку, аргументують її, уточнюють написане. Абзаци мають бути логічно пов'язаними і структурованими. Для цього використовують слова-зв'язки, паралельні структури, повторення ключових слів. Наприклад: абзац може починатися з таких фраз: *It should be noted/remembered that ...; From this point of view ...; As it has already been stressed, ...; We can draw the following conclusion ...; Having considered these data, we can see that ...; There is no doubt that ...; Taking everything into account, we can prove ...* та ін. Отже, правильно вибрані слова, відповідно побудовані речення та логічно пов'язані і структуровані абзаци забезпечують створення цілісного ділового документа формального характеру, що вимагається від студентів.

Загалом студентам треба пояснити всю схему або алгоритм написання завершеного тексту, що складається з таких обов'язкових елементів: 1) етап обдумування головних ідей, які повинні відповідати темі або жанру документа, їх компоновання і попередній виклад на письмі; 2) етап письма, що передбачає формулювання думок у зв'язі речення, які будуть складати певні абзаци конкретного тексту; 3) етап перевірки і виправлення, під час якого встановлюється відповідність написаного задуму і темі документа, переробляються і переписуються певні частини тексту; 4) етап редагування — перевірка орфографії і правильності вжитих граматичних конструкцій, доцільності вибору тих чи інших слів, структури абзаца; 5) етап опублікування, який включає повторне перечитування всього тексту, остаточні правки, а також передачу тексту товаришу чи колезі для прочитання. Знання алгоритму процесу письма, дотримання логічної послідовності роботи над написанням тексту сприятиме успішному оволодінню вміннями письма. Таким чином, ми розглянули процес написання тексту, проаналізували проблему стилю, що загалом створює передумови для формування вмін писемного мовлення з урахуванням міжкультурних відмінностей ділової комунікації.

Деякі дослідники методики навчання письма (C.L. Bovee, M. Doherty, M. Guffey, L. Loughheed, S. Ober, J.F. Trimmer, M. Wilson та ін.) звертають увагу на наявність невидимих стосунків між автором і читачем, наголошують на важливості врахування ставлення автора до читача і до створеного писемного продукту. Для ефективного написання документа недостатньо лише відібрати правильні слова, побудувати з ними речення та об'єднати їх у абзаци. Діловий стиль письма передбачає, що тон і ставлення до читача є не менш важливим, ніж зміст самого повідомлення. Аналіз взаємо-

відносин між автором і читачем дозволяє, по-перше, дати відповідь на запитання, чи автор сам переконаний у написаному. Якщо читач не відчуває такої впевненості з боку автора, то його реакція на прочитане може бути пасивна і нерезультативна. По-друге, аналіз повинен засвідчити, що тон письма є щирий і ввічливий по відношенню до читача, щоб у останнього виникла потреба у віддачі, тобто у реагуванні на прочитане. По-третє, аналіз повинен підтвердити, що автор правильно виділяє головне і ставить акценти. Нарешті, читач має бути впевнений, що написаний документ не містить дискримінаційних речей, таких як наїтяків на стаття, упереджень щодо кольору шкіри або сексуальної орієнтації тощо. Отже, якщо автор ділового документа враховує важливість тону написаного, якщо між автором і читачем відчувуються позитивні стосунки, то таке письмо можна вважати ефективним.

Розглянемо особливості написання деяких ділових документів, щоб забезпечити розвиток умінь міжкультурного писемного спілкування майбутніх фахівців. У сучасних умовах дуже поширеним є електронне листування, тому при навчанні студентів написання електронних листів потрібно не лише акцентувати їхню увагу на лінгвістичних особливостях створення таких документів, але й, наприклад, ознайомити з етичними правилами, які існують у діловому світі. Наприклад, не допускається в електронному листі писати текст великими буквами, тому що це рівнозначно підвищеному голосу в усному спілкуванні, що не може вважатися ознакою хорошого тону. Виконуючи інші види письмових робіт, таких як написання ділових листів, протоколів засідань, звітів про виконану роботу тощо, студенти обов'язково повинні брати до уваги міжкультурні відмінності. Наприклад, між англійським та американським варіантами структури ділового листа є суттєва різниця у формі привітання та у завершальній фразі листа, у способі написання дати, у розбивці абзацив та використанні пробілів. Для української ділової практики не досить поширеним видом писемного спілкування в межах організації або фірми є меморандуми, тому важливо вивчити структуру й особливості стилю їх написання. Зокрема, треба звернути увагу студентів на необхідність чотирьох обов'язкових компонентів меморандуму: адресат, адресант, дата і тема, а також той факт, що меморандум не підписується, хоча автор може написати свої ініціали. Досить новими видами ділових документів є резюме і супровідний лист, які студенти повинні заповнити при прийомі на роботу. Як свідчить практика, студенти дуже зацікавлені правилами написання таких документів, тому їм треба пояснити, які типи резюме доцільно готувати тим чи іншим категоріям шукачів роботи, яку інформацію варто подати не в резюме, а в супровідному листі. Бажано також продемонструвати зразки таких документів, проаналізувати сильні і слабкі сторони кожного з них.

Ще одним видом писемної комунікації, яка повинна враховувати міжкультурні відмінності, є написання доповідей або рефератів на основі опрацювання автен-

тичних фахових текстів. Оскільки процес реферування охоплює етап читання тексту і етап його перекодування, тобто безпосереднього викладу основної інформації „своїми словами” [4, с. 15], то студентам необхідно оволодіти вміннями лексико-синтактичного аналізу, вміннями виділяти, систематизувати й узагальнювати важливу інформацію, вміннями логічно пов'язувати факти та робити умовиводи, вміннями коректно викладати свої думки під час написання реферату, вміннями редагування і вміннями оформлення написаного вторинного тексту. Сформувавши за допомогою відповідних вправ такі вміння, студенти зможуть усвідомлено проаналізувати фаховий текст, вибрати й опрацювати корисну інформацію, втілити результати своєї аналітико-синтетичної діяльності у власному писемному продукті. Оволодіння вміннями написання рефератів дозволить майбутнім економістам підготуватися до позанавчальної діяльності, такої як, наприклад, студентська наукова конференція, де вимагається підготувати доповідь за результатами своєї навчально-дослідної діяльності. Участь студентів у конференції сприятиме тому, що вони зможуть ефективно вступати в міжкультурне спілкування із зарубіжними діловими партнерами, у них сформується загальнонауковий світогляд, розшириться діапазон знань про предмет свого дослідження, вони зможуть задовольнити свої пізнавальні інтереси.

Таким чином, для забезпечення умінь міжкультурного спілкування в усній чи письмовій формі студенти повинні мати багаж знань про основи вербальної комунікації у діловому середовищі, знати тонкощі формальних і неформальних стосунків, розуміти й дотримуватись певних традицій, притаманних діловим людям. Важливим питанням для економістів-міжнародників у плані розвитку умінь міжкультурного спілкування є вивчення культурних особливостей різних народів, ознайомлення з нормами і правилами культурної поведінки, розуміння стандартів комунікації в різноманітних і непередбачуваних ситуаціях ділового співробітництва. Для отримання таких знань студенти мають засвоїти спеціальний курс ділової комунікації, який читається іноземною мовою і охоплює такі аспекти як особливості вербальної та невербальної поведінки комунікантів, правила проведення ділових зустрічей і переговорів, організація презентацій науково-дослідних робіт, написання й обробка кореспонденції, підготовка доповідей, оформлення документації та ін. Вивчення курсу сприяє закріпленню фактологічних знань студентів щодо культури ділового спілкування за кордоном, забезпечує їх зразками й моделями усної і писемної комунікації, дозволяє порівняти зарубіжні аналоги з вітчизняними, допомагає зрозуміти і засвоїти норми діловодства.

Нижче ми пропонуємо низку вправ для розвитку у студентів умінь міжкультурного спілкування та ефективного формування іншомовної комунікативної компетенції у процесі вивчення ділової англійської мови.

Exercise 1. Together with your fellow student classify the given communication media into three groups: *face to face meeting, business letter, smile, touch, telephone conversation, eye contact, hand-out, speech, e-mail, video conference, bulletin board, gesture, and memo*. Take turns with your partner, comment on which of these media are the most/the least effective in different business situations. Explain and justify your point of view.

Verbal		Nonverbal
Oral	Written	

Exercise 2. What are the advantages and disadvantages of different means of communication: face to face, over the phone and in writing? Together with your fellow student fill in the table given below and explain when one can use each of these means.

E.g.: The advantage of a face to face meeting is that you can obtain the evidence how the person you are dealing with feels about the situation. This information can be provided by the tone of voice, facial expression, body language, etc. We meet our business partners when ...

	Advantages	Disadvantages
Face to face meeting		
Speaking over the phone		
Communicating in writing		

Exercise 3. Work in pairs. Below you will find a list of different factors which can influence the effectiveness of the cross-cultural business communication. Together with your groupmate rate these factors from the most important for achieving good results to the least important. Explain your choice.

1. Establishing verbal and nonverbal rapport.
2. Exploring mutual objectives for the business meeting.
3. Building a joint agenda.
4. Getting comfortable.
5. Clarity of speech.
6. Assertive behavior.
7. Avoidance of bias and nonnegotiable items.
8. Maintaining flexibility.
9. Questioning skills.
10. Controlling and reading body language.

Exercise 4. A. Read some expressions that may be useful if you are dealing with a potentially controversial question, or if you wish to correct or contradict your business partner.

1. With respect to those who drew up this very comprehensive report, some of the figures are misleading.
2. With respect to you, this is not the position we adopt.
3. I'm obliged to say that we cannot accept your approach.
4. I have too much respect for you to hide my true feelings in this matter.
5. I'm going to be very frank with you.
6. The situation requires that we have to disagree with you.
7. I hope you don't mind my asking you this, but what exactly made you change your mind?

B. In the groups of two or three students take turns to discuss the questions listed below.

- What in your opinion are the best answers to these expressions?
- In which situations can business partners use a very direct and candid approach to business information?

- How should business partners treat each other if they have to talk about their fundamental interests and concerns?

Exercise 5. Do you agree or disagree with the following statements? Take turns commenting on them. Give your reasons and valid arguments to prove your point of view when debating with your groupmates.

1. The art of communicating in business is above all the art of persuasion.
2. To communicate in a foreign language can be a daunting task which requires mastering different communication and language skills.
3. If the business partners from foreign countries are not aware of cultural differences and peculiarities of behavior patterns, there will be a communication breakdown in business talks.
4. The personal needs of the participants in business meetings, such as goodwill, credibility, recognition of status and authority, etc., must be taken into account when they want to come to an agreement and solve business problems.
5. All parties involved in business talks must be prepared to compromise in order to reach an agreement for mutual benefit.
6. During business talks one should lay a good foundation for the future dealings with the other person.

Exercise 6. Browse relevant web-sites on the Internet and find the information to answer the questions listed below. Discuss your ideas with two or three groupmates and elaborate some recommendations to business people how to communicate in a diverse cultural surrounding. Present your findings to the whole class.

1. In what way does business conversation differ from everyday communication?
2. What do many misunderstandings and conflicts in the business world stem from?
3. Why do we need a good measure of tact and diplomacy when we communicate with foreigners in business situations?
4. How can you avoid the risk of annoying or upsetting your counterparts during business meetings?
5. What are the advantages/disadvantages of communicating during business talks in a foreign language?
6. What major cross cultural misunderstandings should we avoid?

Exercise 7. What do you think about the following guidelines of a successful business communication? Are all of them equally important? In small groups of three or four discuss these and suggest other ideas that may be useful for business people.

1. To conduct the conversation in a professional and in a business-like atmosphere.
2. To meet the requirements of each party in the business meeting.
3. To have a sense of commitment to your own company.
4. To be ready to accept any outcome of the discussion.
5. To have the power of persuasion in order to communicate effectively.
6. To be competent in all problems which are under discussion.
7. To possess necessary communication and language skills.

8. To take human factors into account when dealing with business matters.

Exercise 8. Each culture has its specific features that determine the behavior of business people in different situations. For example, Arabs may present their negotiation counterparts with something valuable; most Westerners expect a prompt answer when they make a statement or ask a question. Together with your fellow student brainstorm the following issues and find out how Ukrainian culture differs from those of Western or Oriental ones. Then report the results of your discussion to the class.

1. Meetings and greetings.
2. Shaking hands and exchanging business cards.
3. Small talk.
4. Gift giving.
5. Agreeing/disagreeing.
6. Interrupting.
7. Handling questions.
8. Resolving conflicts.
9. Ending the conversation and parting.

Exercise 9. Nonverbal behaviors are all different from culture to culture. When communicating, it is necessary to observe and comprehend nonverbal signs, because sometimes they carry far more information than verbal messages do, or even contradict them. Together with your fellow student take turns to analyze the given below nonverbals and define which of them are used independently. Compare how these nonverbals are used in Ukrainian business practice and deliver a short presentation to the whole class.

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| 1. Facial expressions. | 6. Physical appearance. |
| 2. Eye contact. | 7. Space. |
| 3. Hand gestures. | 8. Touch. |
| 4. Body movements. | 9. Time usage. |
| 5. Posture. | |

Exercise 10. Below you will find some examples of cultural stereotypes which often lead to misunderstandings and miscommunications. What do you think are the ways to get rid of negative cultural stereotypes in business practice? How in your opinion should Ukrainian business people behave if they want to resolve a cultural shock? Discuss these and similar problems in small groups of three or four students and then present your major ideas to the whole class.

1. If one does not bargain aggressively with Arabs, one is considered naïve, because the process of bargaining is meant to establish personal relationships.
2. The Arab businessman who insists on giving his Japanese counterpart gifts of greater value than those he receives harms the alliance before it even begins to form.
3. British negotiators are very formal and polite and they place great importance on proper protocol.
4. The French expect everyone to behave as they do when doing business. They are very much individualists and have a sense of pride that is sometimes interpreted as supremacy.
5. Germans are men of their word; a handshake is as good as a written contract. However, they are very concerned with the precision of the written word.
6. Italians tend to be extremely hospitable but when they make a point, they do so with considerable gesticulation and emotional expression.
7. In certain Middle Eastern countries, such as Egypt or Saudi Arabia, the social relationships developed between the

parties are more significant than the technical specifications of the contract and price.

8. The Japanese often want to spend days or even weeks creating a friendly, trusting atmosphere before discussing business.
9. Personal relationships take priority over institutions, laws, and regulations in Latin America.
10. Status is paramount to Russians; every Russian upon meeting another for the first time must first establish a hierarchy and the superior/subordinate position of each party involved in business talks.

Exercise 11. Interview your partner to find out whether the following statements are true or false. Correct the false ones. Support your point of view with arguments and examples.

1. Self-confidence in your ability to speak before others is based on careful preparation and recognition of your knowledge, expertise and sincerity.
2. The less practice you get, the easier it is to speak with confidence when negotiating with your foreign business partners.
3. You should tell your business partner an inappropriate, humorous incident or anecdote as it has a natural connection with the subject of the negotiations.
4. Visual aids are planned, prepared and selected to help the speaker in getting the message or talk across.
5. During a business meeting or a presentation address your audience as a single unit and do not single out one person.
6. Cultures in which management decisions are made by the boss simply because he or she is the boss value power distance.
7. In Asian and many Latin American countries looking a partner full in the eyes is considered an irritating sign of ill breeding.

Exercise 12. The most frequent form of business written communication at work is e-mail. Together with your partner discuss some of the rules of etiquette when writing and sending an e-mail message. What other rules could you suggest? Do you always follow these rules? Take turns to interview each other.

Experienced e-mailer	Inexperienced e-mailer
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enters a precise subject of the message. ▪ Keeps messages short and clear. ▪ Regularly checks the mail box. ▪ Never uses company computer for sending private messages. ▪ Does not send offensive materials. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Writes too informally. ▪ Writes in capitals. ▪ Sends huge attachments. ▪ Uses a lot of abbreviations and symbols.

Exercise 13. Find relevant information and have a discussion with your groupmates on the following problems. As a summary write a paragraph which accumulates the major conclusions from your discussion.

1. What are the causes and effects of cultural misunderstandings in business?
2. What practices and policies contribute to successful communication in a multicultural organization?
3. How can an experienced communicator avoid conflicts

in the process of business negotiations with foreign partners?

4. Are there any communication differences between males and females in cross-cultural environment?
5. What are in your opinion the most effective strategies when writing business documents?

Наведені вище вправи можуть, як свідчить наш досвід, сприяти розвитку у студентів умінь міжкультурного спілкування, забезпечити можливості для формування в них іншомовної комунікативної компетенції з акцентом на організацію інтерактивного навчання. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у розробці нових вправ, які б охоплювали всі аспекти ділової комунікації і допомагали студентам оволодіти лінгвосоціокультурними знаннями, дозволяли підготувати їх до професійного іншомовного спілкування з урахуванням його міжкультурних особливостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ніколаєва С.Ю. Цілі навчання іноземних мов в аспекті компетентнісного підходу / С.Ю. Ніколаєва // Іноземні мови. — 2010. — № 2. — С. 11-17.
2. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / Науковий редактор С.Ю. Ніколаєва. — К.: Ленвіт, 2003. — 273 с.
3. Писанко М.Л. Формування англійської соціокультурної компетенції у студентів мовних спеціальностей на базі німецької мови як першої іноземної: Автореф. дис. ... к. пед. н.: 13.00.02 / М.Л. Писанко; Київ. нац. лінгв. ун-т. — К., 2008. — 25 с.
4. Голованчук Л.П. Навчання учнів основної загальноосвітньої школи культурно-країнознавчої компетенції на уроках англійської мови: Автореф. дис. ... к. пед. н.: 13.00.02 / Л.П. Голованчук; Київ. нац. лінгв. ун-т. — К., 2003. — 20 с.
5. Мороз Н.В. Формування соціокультурної компетенції як складової професійної підготовки курсантів вищих військових навчальних закладів: Дис. ... к. пед. н.: 13.00.04 / Н.В. Мороз; Нац. академія Держ. прикорд. служби України імені Богдана Хмельницького. — Хмельницький, 2007. — 234 с.
6. Тарнопольский О.Б. Методика обучения английскому языку для делового общения / О.Б. Тарнопольский, С.П. Кожушко / Учебное пособие. — К.: Ленвіт, 2004. — 192 с.
7. Програма з англійської мови для професійного спілкування. Колектив авторів: Г.Є. Бакаєва, О.А. Борисенко, І.І. Зуєнок та ін. — К.: Ленвіт, 2005. — 119 с.
8. Биконя О.П. Вправи для навчання майбутніх економістів ділових переговорів англійською мовою / О.П. Биконя // Іноземні мови. — 2006. — № 2. — С. 32-38.
9. Квасова О.Г. Обучение реферированию англоязычного текста в языковом вузе / О.Г. Квасова // Іноземні мови. — 2004. — № 3. — С. 15-23.

Отримано 21.12.10