

УДК 378.147

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ СОДЕРЖАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

С. Е. Цветкова

Нижегородский государственный технический университет имени Р. Е. Алексеева

Поступила в редакцию 27 марта 2013 г.

Аннотация: в современных условиях социально-экономической глобализации и развития международного бизнеса появилась необходимость реализации более эффективных подходов к иноязычному образованию студентов экономических специальностей. В данной статье рассматриваются особенности содержания иноязычной подготовки, разработанного в контексте рекомендаций социокультурного подхода, а именно межкультурный аспект содержания.

Ключевые слова: содержание иноязычной подготовки, социокультурный подход, учебная информация, культурологическое наполнение, аутентичность, модульность, межкультурные аспекты информации.

Abstract: in modern conditions of socio-economic globalization and international business development the realization of more effective approaches to foreign language teaching for economy students has become the necessity of vocational training. The article considers the features of foreign language training contents, developed according to the sociocultural approach recommendations, the contents intercultural aspect specifically.

Key words: foreign language training contents, sociocultural approach, information for studying, culturological filling, authenticity, modularity, intercultural aspects of information.

В современных условиях социально-экономической глобализации, культурной и образовательной интеграции, развития международного бизнеса и предпринимательства возникает необходимость пересмотра старых и реализации более эффективных образовательных тенденций или подходов к иноязычному образованию студентов экономических специальностей.

Обновление учебных программ адекватно международным требованиям становится смыслом преобразовательной деятельности в области иноязычной подготовки студентов экономических специальностей.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей содержания иноязычной подготовки студентов экономических специальностей, разработанного в контексте рекомендаций социокультурного подхода, т.е. рассмотрение межкультурного аспекта содержания.

Теоретические основы. С общепринятых позиций содержание образования – определенная часть совокупного социального опыта, усвоение которого устанавливается как одно из условий прогрессирующего развития материальной и ду-

ховной культуры [1, с. 3]. Содержание обучения представляет собой совокупность знаний и умений, а также способов деятельности, обеспечивающих жизнедеятельность человека в различных сферах самоопределения личности [там же, с. 77].

Соответственно, содержание иноязычной подготовки студентов экономических специальностей включает в себя профессионально значимые иноязычные знания и коммуникативные умения, а также способы осуществления речевой деятельности в сферах межкультурного взаимодействия.

В контексте социокультурного подхода рассматриваются предпосылки, возможности и закономерности культурологического или социокультурного образования студентов средствами иностранного языка. Следует отметить, что подход, связанный с интеграцией культуры в процесс иноязычной подготовки, не имеет однозначной трактовки. В одних исследованиях он трактуется как социокультурный подход (В. В. Сафонова), в других – как межкультурный подход (Г. В. Елизарова, М. Г. Евдокимова), в третьих – как культурологический подход (Л. П. Павлова). Однако все эти исследования объединяет то, что культуроведение

рассматривается в них как теоретико-прикладная область языковой педагогики. Это означает, что социокультурные знания и умения формируются в контексте учебного иноязычного общения, одновременно и параллельно с языковыми знаниями, умениями и навыками.

Принимая во внимание лингвокультурные основы межкультурного общения, социокультурный подход предусматривает наличие осведомленности об отражении культуры в языке и речи, а также формирование умений строить высказывания, адекватно отражающие соответствующие культурные ценности. Эти знания и умения охватывают следующие аспекты:

1. Осведомленность о том, что лексические вариации отражают значительные культурные различия между участниками межкультурного общения.

2. Представление о культурной обусловленности дискурса, о том, как способы общения отражают значительные расхождения в системе ценностей соизучаемых культур. Например, такой параметр диалога, как очередность (*turn talking*), в англоязычных культурах отражает ценностное отношение к автономности и независимости личности и связанное с ним стремление избежать конфронтации [2, с. 141].

3. Осведомленность о структуре и лингвистических характеристиках речевых актов (претензии, просьбы, приглашения, извинения), отражающих специфические культурные ценности соизучаемых культур.

4. Умение строить речевые акты, адекватно отражающие ценностные ориентации носителей культуры, и употреблять их в приемлемых для носителей ситуациях.

Учитывая социально-психологический аспект межкультурного общения, социокультурный подход к иноязычной подготовке студентов определяет рациональные пути формирования социально-психологических знаний и умений, значимых для осуществления успешного межкультурного общения.

Анализ лингвокультурных основ профессионально-делового общения позволяет определить специфику межкультурных знаний и коммуникативных умений, обозначить культуроведческие объекты, определяющие отбор и систематизацию содержания учебной информации, а именно:

– образ жизни представителей соизучаемых бизнес-культур, соотносимые с ним социальные нормы, традиции и обычаи организационной культуры;

– социокультурный портрет национальных объединений – лидеров в области производства

товаров и услуг и историко-культурный фон их развития;

– модели речевого поведения (речевой этикет, речевые акты, способы общения, стилистические нормы речевого поведения);

– универсальные культурные ценности и их отражение в моделях коммуникативного поведения представителей соизучаемых бизнес-культур.

Практическая/экспериментальная часть.

При отборе содержания иноязычной подготовки (в контексте социокультурного подхода) студентов экономических специальностей мы учитывали основные требования, предъявляемые следующими программно-нормативными документами:

• Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080100 Экономика (квалификация (степень) «Бакалавр») [3].

Согласно требованиям Федерального государственного образовательного стандарта ВПО, студенты должны «владеть навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке; навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по проблемам экономики и бизнеса».

• Примерная программа дисциплины «Обучение иностранным языкам» (в вузах неязыковых специальностей) Министерства образования и науки Российской Федерации [4].

Согласно требованиям Примерной программы, достижение образовательных целей иноязычной подготовки означает повышение уровня общей культуры, а также культуры общения и речи студентов. При этом достижение воспитательных целей связано с формированием готовности будущих специалистов содействовать налаживанию межкультурных и научных связей, относиться с уважением к духовным ценностям других стран и народов.

Рассмотрим особенности разработки содержания иноязычной подготовки в контексте рекомендаций социокультурного подхода, т.е. его межкультурный аспект.

Главной особенностью отбора учебной иноязычной информации в контексте рекомендаций социокультурного подхода является *дидактически целесообразное культуроведческое наполнение* (В. В. Сафонова), обуславливающее формирование межкультурной коммуникативной компетенции у студентов экономических специальностей. При этом культурно-связанные речевые образцы ориентированы на формирование *межкультурного аспекта профессионально-языковой и речевой компетенции*.

На уровне *лексических единиц* следует акцентировать внимание на *лексических вариациях* (словах, устойчивых оборотах и выражениях народной мудрости), значение которых обусловлено развитием культурного контекста бизнеса и экономики в англоязычной среде и адекватно отражает ценностные ориентации представителей английской бизнес-культуры. Например: *the out of hours concept, the trouble shooting kind of job, quite a challenge, to risk the money, «Good weather is a good way to star business»*. Наличие в речевых образцах культурно-связанной лексики обуславливает формирование умений адекватно отражать англоязычные культурные ценности на уровне лексических вариаций.

На уровне *фраз и предложений* следует актуализировать *речевой этикет*. Практически каждый модуль характеризуется наличием единиц речевого этикета, предлагает варианты их адекватного использования для выражения различных коммуникативных интенций в соответствии с социальными факторами, ситуацией общения и взаимоотношениями между коммуникативными партнерами.

Большое внимание уделяется формированию *межкультурного аспекта логико-информационной компетенции*. При этом поиск и извлечение необходимой информации ориентированы на восприятие, анализ и усвоение *норм и ценностей английской и англо-американской деловых культур* в контексте их сравнительно-сопоставительного анализа с *русской деловой культурой*. Сопоставление названных деловых культур осуществляется с *позиций* и посредством универсальных культурных ценностей, своеобразно проявляющихся в любой культуре.

Анализ ситуаций опосредованного общения (деловых писем, факсов, телефонных контактов) между представителями разных деловых культур ориентирован на восприятие и усвоение *международных стандартов делового этикета*, не зависящих от специфических особенностей конкретной культуры, принятие и действие которых обусловлено интернациональным характером мирового бизнеса.

Наличие социокультурных аспектов информации, отражение в них универсальных культурных ценностей ориентировано на формирование межкультурных знаний и умений, которые, в свою очередь, детерминируют позитивное восприятие и постепенное принятие культурных различий и явлений иной культуры, т.е. формирование социально-психологической компетенции межкультурного общения.

Другой особенностью отбора учебной иноязычной информации в контексте рекомендаций социокультурного подхода является *использование аутентичных речевых образцов из оригинальных источников* (печатные издания, Интернет). В пользу применения аутентичных образцов профессионального общения свидетельствуют следующие аргументы:

1) студент получает доступ к материалам, иллюстрирующим функционирование языка в форме, принятой его носителями, и, следовательно, в естественном социальном контексте;

2) естественность вызывает большую познавательную активность; аутентичность вводит в реалии изучаемого языка и демонстрирует действие языка в реальном социально-культурном контексте.

Следующей важной особенностью отбора и систематизации содержания иноязычной подготовки является его *модульное построение или модульность*.

Существует большое количество определенных модулей, однако во всех определениях можно выделить инвариантные составляющие. *Модуль* – это блок учебного материала, который реализуется посредством четко отработанной технологии. Модуль включает в себя логически завершенную единицу учебной информации, цели, на достижение которых она ориентирована, и методическое руководство, обеспечивающие достижение поставленных целей.

Формирование уровней межкультурной коммуникативной компетенции у студентов экономических специальностей обеспечивается за счет последовательного усложнения тематики учебного иноязычного материала и его культурологического наполнения в рамках модулей.

Последовательное усложнение учебной иноязычной информации ориентировано на формирование следующих уровней межкультурной коммуникативной компетенции:

I уровень – иноязычная коммуникативная грамотность;

II уровень – межкультурная профессионально-иноязычная грамотность;

III уровень – межкультурная профессионально-иноязычная образованность.

В таблице представлены обучающие модули, их содержание и объем, межкультурные аспекты информации в контексте каждого модуля, а также комплекс учебных действий, обеспечивающих их интериоризацию и формирование межкультурных аспектов иноязычной коммуникативной компетенции у студентов экономических специальностей.

Т а б л и ц а

Формирование межкультурных аспектов иноязычной коммуникативной компетенции в контексте конкретных модулей

<p>Уровни межкультурной коммуникативной компетенции Модули / Содержание и объем модулей</p>	<p>Комплекс учебных действий, обеспечивающих формирование межкультурных (МК) аспектов иноязычной коммуникативной компетенции</p>
<p>Уровень I, Иноязычная коммуникативная грамотность. I семестр (32 ак. ч. – п/з)</p> <p>Модуль 1. «Деловые контакты. Нормы поведения и манеры общения» (18 ак. ч. – п/з).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Маркетинговый опрос потребителя (4 ак. ч.). – Представление и знакомство. Установление контакта (4 ак. ч.). – «Хорошие манеры – хороший бизнес» (4 ак. ч.). – Внешность, личные и профессионально важные качества коллеги (4 ак. ч.). – Манеры общения и отношения коллег в офисе (2 ак. ч.). 	<p>(I) – МК аспект профессионально-языковой и речевой компетенции (II) – МК аспект логики-информационной компетенции (III) – МК социально-психологической компетенции</p> <p>(I) Употребление <i>речевого этикета</i> в ситуациях межличностного общения (опрос потребителя; установление контакта / знакомство с новым коллегой, клиентом офиса). Анализ и использование <i>речевого этикета</i> и <i>способов общения</i>, обусловленных социальными факторами и отношениями. Например: – нейтральных приветствий между служащим и посетителем (Good morning, How do you do); – симметричных приветствий типа «Hello» между коллегами одного ранга, а также между начальником и подчиненным; – псевдовопросов для выражения просьбы или указания («Топу? I'd like to see you for a minute, would you come into the office?»). (II) Анализ <i>МК аспектов информации</i> (уровень и образ жизни английской семьи; манеры общения и личные контакты в различных деловых культурах; профессионально важные личностные качества) и отражаемых ими культурных ценностей (отношение ко времени, дистанции власти). Построение <i>аналогичных высказываний</i>, содержание которых адекватно отражает традиции родной культуры. (III) Ознакомление с новыми категориями (универсалиями, обобщениями). Анализ <i>психологических аспектов и невербальных сигналов</i> речевого поведения, их имитация в процессе инсценировок собственных речевых актов (в обеих культурах).</p>
<p>Модуль 2. «Моя будущая профессия» (14 ак. ч. – п/з).</p> <p>Тема 1. Рабочий день (10 ак. ч.):</p> <ul style="list-style-type: none"> – типичный день из жизни бизнесмена (4 ак. ч.); – будний день Филиппа Блэйка (аудирование) (1 ак. ч.); – работа в офисе Российского торгового представительства (4 ак. ч.); – работа мистера Дональда в офисе (аудирование) (1 ак. ч.). <p>Тема 2. Работа менеджера. Отношение к работе (4 ак. ч.).</p>	<p>(I) Анализ и использование <i>лексических единиц</i>, значение которых обусловлено развитием культурного контекста бизнеса и экономики. Например: a trouble-shooting kind of job, quite a challenge, the out of hours concept, to get money out of people, to go for a jog и др. Употребление <i>речевого этикета</i> соответственно социальным ситуациям (интервью бизнесмена; назначение деловой встречи по телефону). (II) Анализ <i>МК аспектов информации</i> (распорядок дня и пунктуальность бизнесмена, отношение к работе и обязанностям) и отражения в них универсальных культурных ценностей (отношение ко времени, деятельности). Построение <i>параллельного высказывания</i>, содержание которого адекватно отражает нормы и традиции родной культуры.</p>

Продолжение таблицы

<p>II семестр (часть) (28 ак. ч. – п/з) Модуль 3. «Деловая поездка» (28 ак. ч. – п/з). Тема 1. Поездка самолетом (12 ак. ч.): – в билетной кассе, на борту самолета (4 ак. ч.); – встреча гостя в аэропорту; проблемы в аэропорту (5 ак. ч.); – таможня (3 ак. ч.). Тема 2. Гостиница (8 ак. ч.): – резервирование комнаты (чтение, говорение) (4 ак. ч.); – заселение в гостиницу; беседа с горничной (аудирование, говорение) (4 ак. ч.). Тема 3. Город (8 ак. ч.): – достопримечательности Лондона (4 ак. ч.); – ориентировка в городе (4 ак. ч.).</p>	<p>(III) Ознакомление с <i>культурными универсалиями</i> (отношение ко времени, деятельности). Выявление и обсуждение социокультурных явлений в контексте образцов профессионального общения, обуславливающие постепенное формирование этнографических навыков направленного наблюдения. (I) Употребление <i>речевого этикета</i> соответственно социальным ситуациям (в билетной кассе аэропорта, встреча гостя в аэропорту, прохождение через таможню; бронирование комнаты в гостинице, беседа с горничной; ориентировка в городе). Анализ и имитация <i>способов общения</i>, обусловленных ценностными ориентациями. Например, использование описаний, а не предписаний для выражения нежелательности действий: «(This is) No smoking area. Thank you for no smoking». (II) Выявление <i>межкультурных аспектов информации</i> (модели речевого поведения, культурные нормы обслуживания в гостинице и аэропорту, история и достопримечательности города) и отражения в них универсальных культурных ценностей (отношение к личности, общению, пространству). Построение <i>высказывания</i>, содержание которого отражает нормы и традиции соответствующей культуры. (III) Ознакомление с <i>культурными универсалиями</i> (отношение к личности, общению, пространству). Формирование <i>этнографических навыков</i> направленного наблюдения.</p>
<p>Уровень II, Межкультурная профессионально-иноязычная грамотность. II семестр (часть) (44 ак. ч. – п/з) Модуль 4. «Обмен информацией посредством каналов связи» (20 ак. ч. – п/з). Тема 1. Письма, факсы и докладные записки (8 ак. ч.): – планирование и стиль (4 ак. ч.); – анализ писем разных стилей (2 ак. ч.); – планирование делового письма (2 ак. ч.). Тема 2. Обмен информацией по телефону (12 ак. ч.): – анализ стилистических ошибок и речевого поведения (аудирование) (2 ак. ч.); – речевой этикет телефонного разговора (2 ак. ч.); – просьба о помощи; предложение помощи; просьба о разрешении (4 ак. ч.); – могу ли я передать сообщение? (2 ак. ч.); – планирование телефонного звонка (2 ак. ч.).</p>	<p>(I) Употребление <i>речевого этикета</i> (обмен информацией по телефону). Употребление <i>речевого этикета соответственно</i> отношениям между партнерами (в деловых культурах). Например: симметричные приветствия типа «Hello» между коллегами одного ранга. Рассмотрение <i>способов и форм общения</i> (правила построения и стилистические нормы делового письма; нормы общения по телефону; особенности речевых актов, а именно: просьбы и предложения о помощи), обусловленных ценностными ориентациями (отношение ко времени, личности, общению). (II) Построение <i>образцов профессионального общения</i>, структура и стиль изложения которых приняты международными стандартами делового этикета. (III) Ознакомление с новыми категориями (стереотипами, атрибутами и др.).</p>

Продолжение таблицы

<p>Модуль 5. «Покупка/продажа оборудования» (24 ак. ч. – п/з). Тема 1. Обсуждение сроков отгрузки и условий доставки (6 ак. ч.). Тема 2. Обсуждение цены и условий платежа (6 ак. ч.). Тема 3. Посещение предприятия (6 ак. ч.). Тема 4. Ярмарки и выставки (6 ак. ч.).</p>	<p>(I) Анализ и употребление лексических единиц, значение которых обусловлено культурным контекстом среды бизнеса и экономики (competitive prices, best prices, CIF-terms, FOB-terms), а также фразеологизмов и выражений народной мудрости (Good weather is a good way to start business). Употребление речевого этикета делового общения (обсуждение условий покупки / продажи оборудования). Рассмотрение способов и форм общения (экспликация деталей, терпеливое отношение к неосведомленности в ходе переговоров), обусловленных отношением к личности и общению. (II) Анализ межкультурных аспектов информации (нормы проведения и ритуалы деловых переговоров), отражаемых в них универсальных культурных ценностей (отношения ко времени, общению, деятельности). Построение образцов профессионального общения (ситуации переговоров), структура которых обусловлена международными стандартами делового этикета и системой ценностей соответствующей культуры. (III) Анализ социокультурных явлений посредством их соотнесения с универсальными культурными ценностями, их имитация в процессе инсценировок; отказ от оценочных значений «хорошо – плохо» при сопоставлении культурных различий. Моделирование атрибуций и связанных негативных реакций, направляющих переход представлений из области бессознательного в область осознаваемого.</p>
<p>Уровень III, Межкультурная профессионально-иноязычная образованность. III семестр (54 ак. ч. – п/з)</p> <p>Модуль 6. «Организация производства/деятельности» (20 ак. ч. – п/з). Тема 1. Ознакомление с компанией (6 ак. ч.): – отделы компании / фирмы, расположение; – уклад и традиции организации; – организация визита. Тема 2. Секторы экономики. Структура занятости (4 ак. ч.). Тема 3. Организация компании (4 ак. ч.). Тема 4. Компании – лидеры мировой экономики (поисковое чтение) (2 ак. ч.). Тема 5. Организация деятельности (4 ак. ч.).</p>	<p>(I) Анализ и употребление речевого этикета соответственно ситуации (знакомство с новым коллегой, налаживание контакта; интервью с генеральным менеджером; участие в дискуссии, выражение согласия / несогласия). Анализ способов общения, обусловленных социальными факторами. Например, использование псевдоопросов для выражения просьбы / указания: «I was wondering if I could hand him over to you now?»; «Well, perhaps you could say something about the departmental structure?». Анализ структуры и стиля сообщений, связанных с организацией визита (факс, телефонный разговор, меморандум). (II) Анализ социокультурных аспектов информации (ценности и традиции организационной культуры; порядок и правила организации визита; организационная структура компании; компании – лидеры мировой экономики, история их развития; традиционные формы организации деятельности). Построение сообщения о нормах и ценностях «офисной жизни» в родной культуре; об истории развития и современном опыте известной российской компании. (III) Анализ и восприятие социокультурных явлений (в обеих культурах) с позиций двойного видения посредством их соотнесения с универсальными культурными ценностями. Восприятие и переживание межкультурных явлений в беседе, дискуссии.</p>

Продолжение таблицы

<p>Модуль 7. «Деньги. Движение денежной наличности» (16 ак. ч. – п/з).</p> <p>Тема 1. Источники финансирования (8 ак. ч.); – возможные источники финансирования (4 ак. ч.); – заем в банке (4 ак.ч.).</p> <p>Тема 2. Движение денежной наличности (4 ак. ч.).</p> <p>Тема 3. Заполнение аккредитива (4 ак. ч.).</p>	<p>(I) Анализ и уместное употребление лексических единиц и выражений, значение которых обусловлено развитием культурного контекста («to pay its way», to back the project with his own money, to risk the money, «free of cost», some form of «security» for the loan, cash flow, credit risk, debt collection agencies и др.).</p> <p>(II) Анализ социокультурных аспектов информации (традиционные источники финансирования малого бизнеса; способы совершенствования кредитного контроля; стандартные пункты в оформлении аккредитива).</p>
<p>Модуль 8. «Финансовый менеджмент» (18 ак. ч. – п/з).</p> <p>Тема 1. Результаты работы компании (показатели прибыли и рентабельности) (4 ак. ч.).</p> <p>Тема 2. Планирование бюджета по отделам (5 ак. ч.).</p> <p>Тема 3. Финансовый контроль (5 ак. ч.).</p> <p>Тема 4. Устранение проблемы неплатежа (4 ак. ч.).</p>	<p>(I) Анализ и употребление единиц речевого этикета/клише соответственно ситуации профессионально-делового общения (отчет-презентация о результатах работы компании; телефонный разговор между ревизором и клиентом-должником).</p> <p>Анализ структуры и стилистических особенностей высказывания (отчет о результатах работы компании; письмо-напоминание о неуплате по счету; письмо-извинение).</p> <p>Анализ способов общения (культура дискуссии, очередность беседы, ограниченность каждой реплики во времени; экспликация деталей), обусловленных отношением к личности и общению.</p> <p>(II) Анализ социокультурных аспектов информации (социальных норм поведения и манер, моделей коммуникативного поведения; содержательных аспектов письма-напоминания о задержке платежа) и проявления в них универсальных культурных ценностей: отношения к личности, к установлению отношений, ко времени, к общению) и др.</p> <p>(III) Анализ и восприятие социокультурных явлений (в обеих культурах) с позиций двойного видения посредством их соотнесения с универсальными культурными ценностями.</p> <p>Восприятие и переживание социокультурных явлений в ролевых играх, дискуссиях, связанных с разрешением проблемных ситуаций в бизнесе.</p>
<p>IV семестр (68 ак. ч. – п/з).</p> <p>Дисциплина «Деловой иностранный язык» (общий).</p> <p>Модуль 9. «Несколько понятий рыночной экономики» (44 ак. ч. – п/з).</p> <p>Тема 1. Понимание капитала и прибыли (9 ак. ч.); – капитал, активы и пассивы (4 ак. ч.); – презентация отчетной информации (5 ак. ч.).</p> <p>Тема 2. Менеджмент (14 ак. ч.); – функции менеджмента (5 ак. ч.); – организация и карты персонала (5 ак. ч.); – текущие планы отделов(4 ак. ч.).</p> <p>Тема 3. Маркетинг (21 ак. ч.); – что включает в себя маркетинг (5 ак. ч.); – маркетинговое исследование (4 ак. ч.); – реклама и коммерческое вещание (4 ак. ч.); – соревнование; конкуренция (4 ак. ч.); – стратегия компании (4 ак. ч.).</p>	<p>(I) Анализ и употребление речевого этикета соответственно ситуации профессионально-делового общения (соборание менеджеров, отчет о текущих проектах; доклад коммерческого директора о конкурентах и др.).</p> <p>Анализ стилистических особенностей высказывания (реклама, рекламное объявление, рекламный ролик).</p> <p>Анализ способов общения (очередность беседы, ограниченность каждой реплики во времени), обусловленных отношением к личности и общению.</p> <p>(II) Анализ социокультурных аспектов информации (культура оформления отчетной информации, концепты рыночной экономики) и проявления в них универсальных культурных ценностей.</p> <p>Анализ и усвоение материалов, характеризующих манеры реализации делового контакта в английской, американской и русской культурах (в рамках самостоятельной работы).</p> <p>(III) Анализ и восприятие социокультурных явлений (в обеих культурах) с позиций двойного видения посредством их соотнесения с универсальными культурными ценностями.</p>

О к о н ч а н и е т а б л и ц ы

<p>Модуль 10. «<u>Интернациональная торговля в машиностроении</u>» (24 ак.ч. – п/з).</p> <p>Тема 1. Обмен информацией (нормы речевого поведения, стиль и манера речи) (6 ак. ч.).</p> <p>Тема 2. Деловая корреспонденция (18 ак. ч.):</p> <ul style="list-style-type: none"> – написание письма-запроса (6 ак. ч.); – написание ответа на запрос (6 ак. ч.); – подача и выполнение заказа (6 ак. ч.). 	<p>(I) Анализ и употребление <i>единиц речевого этикета/клише</i> соответственно ситуации профессионально-делового общения (обмен информацией по телефону). Анализ <i>структуры и стилиевых особенностей делового письма</i> (письмо-запрос, неофициальное и официальное; письмо-ответ на запрос). Использование и интерпретация <i>речевых актов</i> (извинения, претензии).</p> <p>(II) Анализ <i>социокультурных аспектов информации (речевого поведения, манеры речи, при обмене информацией по телефону)</i>, обусловленных ценностными ориентациями (отношением к установлению отношений, эмоциям, общению и др.). Анализ и усвоение материалов, характеризующих <i>манеры реализации делового контакта в английской и русской культурах</i> (в рамках самостоятельной работы). Составление писем и документов, структура и стиль изложения которых соответствуют международным стандартам делового этикета: неформальное и официальное письмо-запрос, подача / выполнение заказа и др.</p> <p>(III) Анализ и восприятие социокультурных явлений (в обеих культурах) с позиций двойного видения посредством их соотнесения с универсальными культурными ценностями.</p> <p>Анализ атрибуций, связанных с ними негативных реакций и способов избавления от них; моделирование и толкование культурно-связанных действий.</p>
---	--

Таким образом, вышеизложенное позволяет констатировать, что научная новизна и теоретическая значимость данной статьи заключаются в том, что в ней обоснованы особенности содержания иноязычной подготовки в контексте рекомендаций социокультурного подхода, представлен авторский модульный учебный курс, определены межкультурные аспекты иноязычной информации в рамках каждого модуля, а также учебные действия, обуславливающие их интериоризацию и формирование межкультурной компетенции у студентов экономических специальностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маркова С. М.* Педагогическое проектирование в условиях непрерывного многоуровневого про-

Нижегородский государственный технический университет имени Р. Е. Алексева

Цветкова С. Е., кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков

E-mail: swet.tsvetkova2013@yandex.ru

Тел.: 8-903-043-40-69

фессионального образования / *С. М. Маркова.* – Н. Новгород : ВГИПИ, 1999. – 88 с.

2. *Agar M.* Language Shock : Understanding the culture of conversation / *M. Agar.* – New York : William Morrow and Company, Inc., 1994. – 184 с.

3. Об утверждении и введении в действие Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 080100 Экономика (квалификация (степень) «Бакалавр») : приказ от 21 декабря 2009 г. № 747 Министерства образования и науки Российской Федерации.

4. Примерная программа дисциплины «Обучение иностранным языкам» (в вузах неязыковых специальностей) / Министерство образования Рос. Федерации. – М. : Информатика, 2000. – Режим доступа: www.nemutsch.ru/index.php

Nizhny Novgorod State Technical University named after R. E. Alekseyev

Tsvetkova S. E., Candidate of Pedagogical Sciences, Assistant Professor of the Foreign Languages Department

E-mail: swet.tsvetkova2013@yandex.ru

Tel.: 8-903-043-40-69