

**Закарпатський державний університет  
Факультет міжнародного бізнесу та міжнародного права**

**Актуальні проблеми міжнародного бізнесу та  
територіального розвитку регіонів**

**Збірник наукових праць**

За редакцією д.н. з держ. упр. Черленяка І.І.

**ББК – 72+65.5**

**УДК – 001:339**

**А – 43**

***Видання збірки здійснено в рамках проекту за підтримки Відділу преси,  
освіти та культури Посольства США в Україні.  
Погляди авторів не обов'язково збігаються з офіційною  
позицією уряду США.***

**Рекомендовано до друку**

**Вченою Радою факультету міжнародного бізнесу та міжнародного права  
Закарпатського державного університету. Протокол №6 від 24 листопада 2011**

**Рецензенти: Вергун В.А., доктор економічних наук;**

**Віднянський С.В., доктор історичних наук, професор;**

**Ступницький О.І., кандидат економічних наук, професор.**

Збірка висвітлює тематику та зміст наукових праць та науково-практичних розробок у сфері здійснення, планування бізнесу та систем ділових комунікацій магістрантів, студентів та викладачів факультету міжнародного бізнесу та міжнародного права ЗакДУ, що були здійснені у другій половині 2011 року. Збірка відображає різноманітність наукових пошуків викладацького складу та студентського колективу факультету. Досліджуються бар'єри та шляхи подолання бар'єрів прикордонного співробітництва Україна-ЄС, проблеми та здобутки розвитку сфери малого та середнього бізнесу сучасної Італії, ефективність фінансового менеджменту вітчизняних підприємств, франчайзингові форми організації бізнесу, психологічний портрет сучасного бізнесмена, комунікаційна професіограма сучасного бізнесмена, проблеми розробки комунікаційних систем для сучасного міжнародного бізнесу.

Наукове видання розраховане на керівників та менеджерів середньої ланки підприємств виробничої та невиробничої сфери, працівників органів державного управління, органів місцевого самоврядування, підприємств та організацій державного та муніципального управління, науковців, студентів вищих навчальних закладів.

**Актуальні проблеми міжнародного бізнесу та територіального розвитку регіонів. Збірник наукових праць / За редакцією д.н.з держ. упр. Черленяка І.І. – Ужгород. В-во Закарпатського державного університету, 2011.- 300ст.**

**ISBN 978-966-2075-28-1**

**© Закарпатський державний університет**

## Зміст

Від редактора.....	5
<b>Розділ 1. Наукові розробки магістрантів ФМБМП.....</b>	<b>8</b>
Карнаухова Н.І. Проблеми франчайзингу в умовах сучасної трансформації економічної системи України.....	8
Стойка І. А. Розвиток малого та середнього бізнесу Італії в умовах світової економічної кризи.....	24
Воличак-Гусельниця В.І. Формування факторів конкурентоспроможності фірми на зовнішніх та внутрішніх цільових ринках...	58
Лабич Н.М. Механізми та методи вдосконалення управління прибутком підприємств у нових умовах здійснення бізнесу.....	71
Полів'яненко М.В. Інституційні перспективи розвитку транскордонного співробітництва Україна-ЄС.....	82
Ростока В.В. Фактори росту конкурентоспроможності будівельного підприємства.....	90
Теличко Ю.В. Інноваційна діяльність фірми як чинник конкурентоспроможності в міжнародному бізнесі на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Прага».....	106
Шип Х. В. Банківська система України та фінансові результати її діяльності в умовах світової фінансової кризи.....	117
<b>Розділ 2. Бізнес планування: дві кращі розробки студентів ФМБМП ЗакДУ 2011 року.....</b>	<b>127</b>
Царь В.В. Бізнес-план «Літературне кафе».....	127
Пилипканич А.О. Бізнес план «Промисловий гриб «Глива».....	137
<b>Розділ 3. Розробки студентів ФМБМП: ділові комунікації в міжнародному бізнесі.....</b>	<b>154</b>
Lilia Kyrchovych Business Strategies in Business Communication.....	154
Староста В. Міжкультурна комунікація в міжнародному бізнесі.....	158
Васильєва Т., Качмар О. Ділове іншомовне спілкування як провідний чинник успішних бізнес комунікацій.....	175
Пилипканич А., Качмар О. Види комунікацій у бізнес-структурах...	182
<b>Розділ 4. Наукові статті викладачів ФМБМП.....</b>	<b>189</b>
Черленяк І.І., Бевзюк Є.В. Стратегічне планування та стратегічне управління в вимірі фірми та корпорації: генеза підходів, концепцій та теорій.....	189

Врабель Т.Т.Лінгвокогнітивні та дидактичні аспекти міжкультурної комунікації у сфері бізнесу.....	200
Попадюк К.В.Новітні технології як засіб освіти у епоху глобалізації.....	210
Кобаль В.І., Кобаль М.В., Кляп. М.І.Психологічні особливості особи підприємця та їх вплив на ефективне здійснення підприємницької діяльності.....	219
Качмар О. Ю.Формування комунікативної професіограми фахівця у галузі менеджменту.....	233
Іванова М.І., Черленяк І.І.Формування державної політики прикордонного співробітництва Україна-ЄС.....	238
Курей О. А. Деретулювання бізнес-середовища як фактор формування ефективної економічної політики держави.....	248
Кривенкова Р.Ю., Черленяк І.І.Державно-управлінські механізми підтримки системотворчих стержнів української національної ідентичності у глобалізованому світі.....	270
Іваницький О.М.Міжнародна конференція в Ужгороді ( 2010 р.) – важливий крок до сталого розвитку Карпат.....	281
Motrouk Viktor UTILISATION DE LA POÏSIE DANS L'ENSEIGNEMENT DE LA LANGUE ET DE LA CIVILISATION FRANZAISES.....	292



# ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ТА ДИДАКТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ БІЗНЕСУ

Врабель Т.Т.,  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри ділової іноземної мови та перекладу

*Стаття присвячена проблемі міжкультурної професійної комунікативної взаємодії у сфері бізнесу. Аналізуються лінгвістичні й соціопсихологічні знання про іншомовне суспільство, їх вплив на розвиток міжкультурної ділової комунікації, а також дидактична проблема передачі цих знань студентам ВНЗ. Автор доходить висновку, що університетський курс іноземної мови повинен бути комунікативним за характером, оскільки його завдання визначаються когнітивними і пізнавальними проблемами спеціалістів відповідного профілю, формують перцептивну готовність до ефективної міжкультурної ділової комунікації і, відповідно, до міжнародного професійного співробітництва.*

**Ключові слова:** міжкультурна ділова комунікація, лінгвістичні знання, соціопсихологічні знання, комунікативна свідомість, професійна компетенція, комунікативна поведінка.

*The article deals with the problem of cross-cultural professional communicative interaction in the sphere of business. The author analyses the linguistic and socio-psychological knowledge of society abroad, their influence on the development of cross-cultural business communication, as well as the didactic problem of communicating this knowledge to university students. The following conclusion is made: a university foreign language course should be communicative in character for its tasks are determined by cognitive and epistemological issues of specialists of a particular profession; they form the perceptive readiness to effective cross-cultural business communication and, consequently, to international professional cooperation.*

**Keywords:** cross-cultural business communication, linguistic knowledge, socio-psychological knowledge, communicative conscience, professional competence, communicative behaviour.

Підвищений інтерес мовознавства й лінгводидактики до комунікативної прагматики зумовив ретельне вивчення дослідниками мовних засобів для реалізації індивідуально-особистісних, ілюктивних і ситуативних аспектів повідомлення. Одним з провідних напрямів стає вивчення специфіки комунікативної поведінки у різних соціальних сферах як у представників одного соціуму, так і представників різних культурних соціумів.

Необхідність вивчення проблем міжкультурної ділової комунікації обумовлена швидким ростом міжнародних зв'язків і природнім інтересом учених до проблем навчання іноземній мові широкого кола спеціалістів для вирішення власних професійних завдань.

У зв'язку з цим на перший план виходить необхідність вивчення вербального забезпечення. Цю загальну проблему можна поділити на декілька більш конкретних, зокрема, вербальне забезпечення взаємодії комунікантів у процесі професійного співробітництва, що передбачає наявність у них умінь та навичок вибору адекватної стратегії ведення професійного дискурсу, а також структурування найбільш типових ситуацій професійної взаємодії (встановлення особистих контактів, ведення телефонних розмов, обмін діловою кореспонденцією, проведення презентацій, нарад та зборів, переговорів, участь у конференціях та семінарах) із урахуванням соціокультурної специфіки ділового партнера.

У процесі ділового співробітництва комуніканти, зазвичай, реалізують фактичну, інформаційну та впливову інтенції за допомогою різнорівневих мовних засобів, мовленнєвих вмінь й комунікативних навичок, які визначаються нормою та етикою комунікативної поведінки.

У наш час загальноновизнаною є думка про те, що головною причиною непорозуміння під час розмови між представниками різних культур є не відмінність мов, а відмінність національної свідомості комунікантів [17: 8; 23: 165], а сама міжкультурна комунікація розглядається як «опозитивний діалог свідомостей» [14: 3-9], під час якого у конфлікт вступають «свої» та «чужі» когнітивні, емотивні, аксіологічні настанови. В основі бачення й сприйняття світу кожним народом лежить своя система предметних значень, соціальних стереотипів, когнітивних схем, тому свідомість людини завжди етнічно обумовлена, бачення світу одним народом неможливо простим «перекодуванням» перекласти мовою культури іншого народу [13: 20].

Ще В. фон Гумбольдт писав про те, що «у кожній мові закладене самобутнє бачення світу» [7: 80]. Опосередкований мовою образ світу певної культури становить мовну свідомість. У мовній свідомості людей знаходиться відображення тип культури, до якого вони належать.

У зв'язку з поширенням міжкультурних професійних контактів підвищується потреба суспільства у спеціалістах різного профілю, які володіють іноземною мовою. Проте, знання іноземної мови, яке дозволяє реалізувати міжкультурну професійну взаємодію, передбачає оволодіння також і професійно релевантними концептами іноземної культури, які визначають специфіку суспільної та ділової поведінки, що є під впливом історичних традицій, звичаїв, способу життя та ін.

Лінгвопсихологічні та культурологічні знання про іншомовне суспільство, які будують широкий контекст міжкультурної комунікації, формують перцептивну готовність до ефективної міжкультурної ділової комунікації і, відповідно, до міжнародного професійного співробітництва.

Обумовлена соціальними потребами суспільства, іншомовна ділова комунікація є одним з найбільш вагомих складників змісту навчання спеціалістів. Університетський курс іноземної мови повинен мати комунікативний характер, оскільки його завдання визначаються



комунікативними й пізнавальними потребами спеціалістів відповідного профілю.

Виявлення та уточнення останніх стає можливим внаслідок досліджень лінгвістичних, соціолінгвістичних, культурологічних особливостей комунікативної поведінки іноземних ділових партнерів, моделювання ними комунікативного співробітництва у професійно вагомих ситуаціях, що обумовлює формування у студентів поряд з мовною також і комунікативної компетенції.

Національне бачення світу, що є відображенням дійсності, проявляється у мові: у лексиці, фразеології, граматиці та дискурсі, про що свідчать результати численних досліджень [1; 3; 4; 5; 8; 10; 11; 12; 18; 19; 20; 21; 24; 25, 26].

Особливо яскраво воно проявляється у комунікативній поведінці представників різних лінгвокультур. Запозичивши термін М.М. Бахтіна [2: 361], Д.Б. Гудков називає міжкультурну комунікацію, як і комунікацію загалом, взаємодією «свідомостей, які спілкуються», підкреслюючи при цьому, що для можливості цієї взаємодії необхідний перетин когнітивних просторів комунікантів; і чим більше зона цього перетину, ти адекватнішою буде комунікація [6: 114-127.]. В.В. Красних відзначає, що «стратегії побудов тексту й дискурсу обумовлюються, зокрема, і когнітивною картиною світу, а проблеми міжкультурної комунікації можуть виникнути тоді, коли формальний «збіг», еквівалентність вербальних одиниць викликає квазіеквівалентність на змістовому рівні» [12: 319].

Аналізуючи проблеми, пов'язані з комунікацією, доречно говорити про комунікативну свідомість, під якою розуміється «сукупність механізмів свідомості людини, які забезпечують її комунікативну діяльність» [15: 5]. Це комунікативні настанови, сукупність комунікативних категорій, які визначають прийняті в суспільстві норми й правила комунікації [там само]. Мова надає нам лише матеріал для побудови висловлювань, а механізм побудови висловлювань визначається комунікативною свідомістю.

В особливостях комунікативної свідомості полягає проблема відмінностей у поведінці. Труднощі у міжкультурній комунікації виникають внаслідок того, що комуніканти оцінюють поведінку один одного виходячи з власних норм і традицій, а також, спілкуючись іноземною мовою, зазвичай, користуються цією мовою, знаходяться під впливом власної комунікативної свідомості. Як результат, спостерігаємо явище лінгвокультурної комунікативної інтерференції, яку можна визначити як втручання факторів рідної культури, мови і національної свідомості в інтерпретацію іншомовної комунікативної поведінки та у власну поведінку під час міжкультурної комунікації [16]. Іншими словами, це перенесення національно-культурних стереотипів поведінки, характерних для рідної лінгвокультур, на процес спілкування з представниками інших лінгвокультур.



В останні роки виробнича сфера спілкування значно ускладнилась, широке поширення й розвиток зазнала економічна, управлінська, комерційна, правова сфери професійної діяльності, що обумовлює необхідність оволодіння майбутніми спеціалістами навичок професійної культури як вагомим компонентом професійної міжкультурної комунікації. Зазнала змін і специфіка соціальної взаємодії в міжкультурному аспекті і як наслідок виявила нові компоненти змісту навчання, а саме, засвоєння нових професійних «ролей» організатора спільного підприємства, бізнес-секретаря, менеджера, який вміє підписувати контракти і вести переговори з представниками іншої культурно-мовної спільноти.

У лінгвосоціологічних дослідженнях людина зі всіма її соціокультурними, психологічними, лінгвістичними характеристиками стала організуючим центром семантичного простору. Взаємодія членів суспільства передбачає не лише інформаційний обмін у різних сферах комунікації, і в першу чергу, професійній, але й міжособистісне спілкування, характер якого визначається комунікативними інтенціями партнерів і стратегіями їх досягнення (співробітництво, суперництво, конфлікт і т.ін.), які визначаються соціопсихологічними та культурологічними особливостями відповідних соціумів.

Донедавна дослідження проблем професійної компетенції торкалися переважно лексико стилістичного аспекту, проте не були пов'язані з аналізом когнітивних аспектів організації професійної комунікації, як наприклад, розробкою й побудовою системи фреймів, які становлять ситуації ділового співробітництва з виявленням загального, конкретного й периферійного у них, залученням до кола аналізу знань і уявлень іншомовних комунікантів про світ з метою прогнозування їхньої реакції та поведінки, передбачення розвитку подій та вибору комунікативних стратегій.

Вивчення стратегій комунікативної поведінки представників ділової англomовної спільноти, її лінгвосоціальних та культурологічних особливостей сприяють залученню «неносіїв» мови до концептуальної системи, картини світу, ціннісних орієнтирів носіїв іноземної мови, зменшення міжкультурної дистанції, розвитку готовності адаптуватися до ділової культури іншого народу, іншого соціокультурного контексту взаємодії та впливу з метою розробки оптимальної стратегії професійного співробітництва іноземною мовою.

Успішна міжкультурна професійна взаємодія членів ділових кіл позначає адекватну комунікативну поведінку у процесі взаємопізнання, взаєморозуміння, встановлення взаємозв'язків професійного співробітництва і, відповідно, передбачає поряд з доволі високим рівнем володіння іноземною мовою, вміння адекватно інтерпретувати й приймати соціокультурне розмаїття комунікативних партнерів під час вирішення практичних завдань.



Саме тому необхідно навчити майбутніх спеціалістів комунікативно-орієнтованому володінню іноземною мовою у професійно вагомих ситуаціях міжкультурної ділової комунікації. (Під комунікативними вміннями та навичками розуміємо, поряд з мовними, здатність майбутніх спеціалістів перейняти соціокультурну специфіку іншомовної спільноти та передати інформацію професійно-ділового характеру іноземною мовою). Отже, навчання майбутніх спеціалістів діловому співробітництву іноземною мовою повинно базуватися на цілісній концепції, яка містить інтегральну сукупність мовних та когнітивних знань.

Ми розглядаємо комунікацію як текстову діяльність, у якій стратегія досягнення комунікативної інтенції є, з одного боку, когнітивною дією, яка визначається фоновими знаннями, а з іншої – комунікантами, оскільки вона втілюється у мовних формах і спрямована на досягнення комунікативно вагомого результату у процесі комунікації. На основі цього тексти сфери ділового спілкування розглядаються як одиниці двох рівнів: когнітивного, як відображення ілюкативного й змістового наповнення комунікативного акту, тобто як ієрархія комунікативно-пізнавальних програм, та лінгвістичного, як мовні та мовленнєві форми втілення останніх.

Основні функції комунікації корелюють з основними комунікативними інтенціями особистості у діловій розмові – встановити контакт, обмінятися інформацією та здійснити вплив під час вирішення практичних завдань. Вміння реалізувати ці інтенції іноземною мовою поетапно формуються у моделях міжособистісної комунікації.

Останнім часом у зв'язку з розширенням кола осіб, залучених до професійної діяльності, значно активізувався інтерес до проблеми розуміння, яка тісно пов'язана зі спілкуванням. Ефективність соціального впливу, у першу чергу, професійного, значно залежить від компетентності під час комунікації, як складової професійної компетенції. Саме тому для тих, хто бере участь у професійній комунікації з представниками іншомовної спільноти, поряд з лінгвістичними знаннями необхідні знання правил поведінки, соціологічних та культурологічних дисциплін, які сприяють усвідомленню й реалізації спільних інтенцій комунікантів під час обміну інформацією, встановлення, підтримки та розвитку соціальних зв'язків партнерства, заснованих на взаєморозумінні та діалозі.

Знання комунікативної поведінки, які визначаються соціокультурною специфікою іншомовної спільноти і необхідні для успішного міжкультурного ділового спілкування, найбільш повно можуть бути сформовані за допомогою учбового матеріалу – текстів, які містять фонові знання соціокультурної специфіки ділової іншомовної спільноти.

Тексти, які відображають соціокультурну специфіку ділового іншомовного суспільства, формують у свідомості студентів нові зв'язки та комбінаторику вже наявних загальнолюдських елементів професійного знання й ділової культури, тобто формують нові знання, необхідні для



успішної ділової комунікації з представниками ділової іншомовної спільноти.

Для успішного ведення діалогу необхідно оволодіти не лише мовною, але й концептуальною системою, яка містить уявлення, навички, цінності й норми як спеціальної, так і щоденної соціокультурної сфер, включаючи знання норм і правил спілкування. У зв'язку з цим «надзвичайно складною проблемою для теорії й практики навчання іноземній мові стає виділення в методичних цілях певних одиниць когнітивного рівня" [22: 67], які б відображали "фонові знання" іншомовного суспільства. Суть навчання міжкультурній комунікації у цьому випадку полягає у побудові когнітивної системи знань студента, які б співвідносились зі знанням іншомовної соціокультурної спільноти.

Знання, необхідні для ефективної міжкультурної професійної взаємодії, починають набувати все більш міждисциплінарний характер і містять лінгвістичні знання, навички, вміння реального спілкування, знання особливостей комунікативної поведінки партнерів та знання соціопсихологічної, культурологічної специфіки партнерів. Саме міждисциплінарність знання повинна сприяти формуванню комунікативної компетенції й перцептивної готовності мовної особистості, яка б володіла основами ділової комунікації.

Говорячи про мовну особистість яка володіє основами ділового спілкування, ми наголошуємо, що поряд з оволодінням студентами лексики текстів, які відображають відповідну сферу професійної діяльності й ділової комунікації, розвитком навичок і вмінь оперування відібраним лексичним мінімумом відповідно до граматичної й синтаксичної структури мови, необхідно оволодіти концептами ділової культури іншомовного суспільства, а також комунікативними навичками й вмінням, які б сприяли успішній реалізації іллокутивних цілей комунікантів. Фактичні засоби, тобто своєрідна тактика ведення ділової розмови відрізняються мовним втіленням комунікативних стратегій, які специфічні для кожної ситуації.

Текст, як носій інформації й одиниця ділової комунікації передбачає певний метод його пізнання – його адекватне розуміння, яке можна досягнути лише у тому випадку, якщо інтерпретатор оволодіє не лише мовними, але й соціопсихологічними, культурологічними знаннями, правилами поведінки адресанта іншомовного повідомлення, які маркують сферу ділової комунікації.

Інформація, як відомо, має власну структуру. Ментальна структура (модель), у свою чергу, безпосередньо співвідноситься з інтерпретованим фрагментом дійсності і ця модель незалежна від мови. Будь-який тип когнітивної діяльності пов'язаний з оперуванням певними когнітивними структурами, і якими б не були парадигмальні відмінності в їхньому описі, суттєвим залишається факт їхнього входження у свідомість і збереження у пам'яті як споріднених з мовними, проте самостійних сутностей [9: 53].



Мова у когнітології розглядається як система, в якій взаємодіють структури знань різного ступеня генералізації, що створює передумову для комплексного аналізу мовних одиниць різних рівнів у їх єдності та взаємозв'язку. Адекватне поєднання цілісних комплексних структур з їхніми мовними корелятами і формує лінійне мовленнєве висловлювання, дискурс. Глибинні перетворення когнітивних структур у дискурс постійно зв'язуються з оригінальним інтенціональним задумом, а у процесі породження тексту деталізуються, уточнюються та експлікуються у мовлення.

Комунікативний контекст наявний у свідомості комунікантів як елемент картини світу суспільства. Знання про світ фіксуються та передаються у текстах, змістова сторона яких структурується не у довільному порядку, а на основі певних фреймів, тобто тексти об'єктивують фрейм, когнітивний корелят об'єктивної типової ситуації. Засвоюючи іншомовні концепти, студенти не лише зберігають, але й формують власний соціокультурний досвід, при цьому не відмовляються від власної культури, а лише збагачують її.

У психолінгвістиці вихідним положенням є те, що знання не передаються, а тільки викликаються, тобто інформація, яка передається у тексті, «викликає у свідомості» фонові знання, які зберігаються там у вигляді фреймів; знак, який сприймається, викликає лише появу образу, який вже наявний у свідомості реципієнта.

Отже, про успішність можна говорити лише тоді, коли комуніканти мають подібні образи. Ця подібність базується на відповідності знань, які передують і визначають сприйняття. Тому, текст з новою інформацією «надбудовує» над фоновими знаннями нові знання, які можна адекватно інтерпретувати завдяки зв'язку з вже наявними знаннями. Таким чином, закладаючи фонові знання про іншомовний соціум, ми формуємо перцептивну готовність до сприйняття мови як відображення іншої соціокультурної реальності.

У реальній міжкультурній взаємодії фонові знання постійно уточнюються, перефокусуються, перебудовуються, примножуються завдяки введенню нових параметрів і зв'язків у відомі когнітивні структури, тобто когнітивна перебудова фреймів є обов'язковою умовою наближення до змісту когнітивної структури іншомовної спільноти.

Цілеспрямований підбір текстів, які відображають соціокультурну специфіку поведінки ділового іншомовного суспільства, сприяє формуванню у свідомості студентів мережі образів, понять, що належать до фонових знань. Останні будуть «викликатися» в україномовного комуніканта через тексти, які продукуються представником іншомовного суспільства. Відповідно, суть навчання міжкультурній діловій комунікації майбутніх спеціалістів має на меті закласти основу мовної особистості, здатної до ділової розмови шляхом «формування в когнітивній системі



студента знань, які б співвідносилися зі знанням про світ представника іншомовної соціокультурної спільноти» [22: 162].

Успішна міжкультурна професійна комунікація передбачає поряд з володінням іноземною мовою, вмінням адекватно інтерпретувати комунікативну поведінку представника іншомовної спільноти, також і готовність учасників комунікації сприйняти іншу форму комунікативної поведінки, розуміти її відмінності та варіювання у різних культурах. Стратегія зближення іншомовних культурних знань спрямована на запобігання не лише смислових, але й культурних комунікативних невдач.

Навчання на зразках текстів як комунікативно-пізнавальних одиниць повинно спрямовуватися на те, щоб студенти, вивчаючи специфічні особливості ділової іншомовної спільноти, набували навички емпатичного сприйняття інших (порівняно з власними) форм комунікативної поведінки іншомовного соціуму.

Не підлягає сумніву той факт, що для проведення ділової розмови студенти повинні спиратися на найбільш вагомі національно-специфічні, культурні й комунікативні ознаки, релевантні для професійної взаємодії. Крім того, величезна кількість цих ознак повинна обмежуватися найбільш типовими, частотними й важливими для ділової комунікації компонентами.

Ділова розмова передбачає сформованість вмінь встановлювати й розвивати ділові контакти, які мають особливе значення в міжкультурній комунікації. Успішна міжкультурна професійна взаємодія членів ділових спільнот позначає адекватну комунікативну поведінку у процесі взаємопізнання (перцептивний рівень), взаєморозуміння (комунікативний рівень), встановлення взаємовідносин професійного співробітництва (інтерактивний рівень) і, відповідно, передбачає поряд з доволі високим рівнем володіння іноземною мовою адекватну інтерпретацію й сприймання соціокультурного розмаїття партнерів. Саме тому необхідно навчити майбутніх спеціалістів комунікативно-орієнтованому володінню іноземною мовою у професійно релевантних ситуаціях міжкультурної ділової комунікації.

Таким чином, удосконалення навичок міжкультурної ділової комунікації серед спеціалістів різних соціумів ставить на порядок денний питання про формування мовної особистості, яка володіє основами ділової міжкультурної комунікації і тим самим сприяє реалізації стратегії зближення іншомовних культурних знань між представниками різних ділових культур і готує їх до більш адекватного сприйняття й інтерпретації варіативних форм професійної взаємодії.

#### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Арутюнова Н. Д. От редактора // Логический анализ языка. Истина и истинность в культуре и языке. М., 1995, С. 3-23.
2. Бахтин М. М. Тетралогия. – М., 1998. – 361 с.

3. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов / Пер. с англ. А. Д. Шмелёва. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
4. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М., 1990.
5. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик. М.: Ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина, 1999. – 84 с.
6. Гудков Д. Б. Алгоритм восприятия текста и межкультурная коммуникация // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 1. М., 1997. – С. 114-127.
7. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984.
8. Залевская А. А. Языковое сознание: вопросы теории // Вопросы психолингвистики. 2003, № 1, С. 30-35.
9. Касевич В.Б. Язык и знание // Язык и структура знания. – М., 1990. С.51-60.
10. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – М., 2003.
11. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. Лекционный курс. М., 2002.
12. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М., 2003.
13. Леонтьев А. А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М., 1993. С. 16-21.
14. Сорокин Ю. А. Этническая конфликтология. – Самара: Русский лицей, 1994. – 94 с.
15. Стернин И.А., Прохоров Ю.Е. Русское коммуникативное поведение. – М., 2002. - 276 с.
17. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Коммуникативное поведение. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж, 2003.
18. Тарасов Е.Ф. Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996. С. 7-22.
19. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М., 1996. – 288 с.
20. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) - М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
21. Узленко О.Е. Этнокультурная специфика языкового сознания носителей английского и русского языков: на примере фольклора: Автореф. дис. канд. филол. наук. М., 2002.
22. Юдина Н. В. Ты да я, да мы с тобой (к вопросу об отражении в языке русской идеи соборности) // Филология и культура: Матер. IV Междунар. науч. конфер. 16-18 апреля 2003 г. / Отв. ред. Н.Н. Болдырев. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина. С. 195-197.



23. Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. – М., 1989.
24. Этнокультурная специфика языкового сознания. Сборник статей / Отв. ред. Н.В. Уфимцева. М., 2003. Изд. 2-е. 256 с.
25. Яковлева Е. С. Фрагменты русской языковой картины мира (модели пространства, времени и восприятия). М.: Гнозис, 1994.
26. Wierzbicka A. Understanding Cultures Through Their Key Words: English, Russian, Polish, German, Japanese. – Oxford: Oxford University Press, 1997. – 319 p.
27. Wierzbicka A. Emotions Across Languages and Cultures: Diversity and universals. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 356 p.



НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Актуальні проблеми міжнародного бізнесу  
та територіального розвитку регіонів**

**За редакцією  
доктора наук з державного управління  
Черленяка І.І.**

***Літературні редактори:***

**Врабель Томаш Томашович** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри ділової іноземної мови та перекладу;

**Качмар Ольга Юріївна** – викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу.

Видавництво Закарпатського державного університету  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції  
Серія ДК №3340 від 16.12.2008 р.

Програмне забезпечення  
та комп'ютерна верстка О.А. Курей

Підписано до друку 14.12.2011 р. Формат 60x90/16  
Папір друкарський. Друк різнографічний.  
Умовн. друк. арк. 17,4  
Наклад 200 прим.

---

**Розтиражовано з готових оригінал-макетів  
ПП Данило С.І.  
м. Ужгород, пл. Ш.Петефі, 34/1  
Тел.: 61-23-51**