

НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ ВЕДЕННЯ ТЕЛЕФОННИХ БЕСІД ТА ПЕРЕГОВОРІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ ЯК ЗАСОБУ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ В МЕЖАХ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація: У даній статті розглядаються проблеми навчання студентів економічного профілю ведення ділових телефонних бесід та переговорів англійською мовою; теоретично обґрунтовується поняття «ділові бесіди та переговори» по телефону на основі визначень: «ділове спілкування», «ділові бесіди та переговори», «міжкультурна комунікація».

Ключові слова: ділове телефонне спілкування, ділові бесіди та переговори, міжкультурна комунікація.

Актуальність проблеми сучасного навчання майбутніх економістів обумовлена необхідністю формування особистості готової до ділового спілкування по телефону в межах міжкультурної комунікації і здатної ефективно вирішувати міжкультурні непорозуміння у разі їх виникнення. Пошук потенційних іноземних партнерів, нових ринків збуту продукції та надання послуг по телефону потребують від сучасного спеціаліста економічного профілю мобільності та навичок спілкування в рамках діалогової міжкультурної комунікації. Ділове спілкування по телефону є одним із засобів обміну інформацією, найпростішим способом встановлення контакту, важливим елементом зовнішньоекономічної діяльності.

© Сліпченко Л.Б., 2010

Підготовка студентів до участі у діалозі культур передбачає свідоме володіння етикою ділового спілкування, психологічну готовність до міжкультурного спілкування з представниками інших націй, чий погляд та стилі ведення бізнесу різняться, володіння технологією улагодження конфліктів та стандартизованими зразками повсякденної поведінки, що використовуються носіями мови у ситуаціях телефонного спілкування [2; 4; 7].

Проведений аналіз психолого-педагогічної літератури та публікацій виявив недостатню кількість праць, у яких розглядаються методи, засоби та підходи для навчання майбутніх економістів ведення ділового спілкування в межах телефонних бесід та переговорів англійською мовою. Це, в свою чергу, значно уповільнює процес формування професійно орієнтованої комунікативної компетенції у спеціалістів даної сфери.

Отже, мета статті – визначити основні параметри ефективності ведення телефонних бесід та переговорів, а також вивести і обґрунтувати власне поняття «ділові телефонні бесіди та переговори» як засіб ділового спілкування в межах міжкультурної комунікації.

Проаналізовані роботи (Г.В.°Бороздіної, О.О.°Рембач, В.О.°Співак, М.С.°Дороніної, О.П.°Биконі, Н.В.°Зінукової, К.С.°Мальцевої, Г.°Хофстеде, Г.°Тріандіс, Е.°Холла.) свідчать про існування різних підходів щодо розуміння сутності ділового спілкування, характерними особливостями якого є регламентованість форми і змісту (М.С.°Дороніна) та дотримання правил, що забезпечують ефективність спілкування (Л.В.°Власов, Г.В.°Бороздіна, В.О.°Співак, О.П.°Биконя). Що стосується комунікативних міжкультурних розбіжностей і непорозуміннь у ході ділового спілкування, то американські та західно-європейські дослідники Г.°Хофстеде, Г.°Тріандіс, Е.°Холл розглядають їх за основними параметрами (владна дистанція, уникнення ситуацій непевності, невизначеності; прийняття рішень; комунікативність часу; дотримання пунктуальності, deadlines; прямота висловлень: кружляти навколо теми чи одразу братися до справи; статус: доцільність звертання на ім'я та за титулом; стиль презентацій: стиль чи зміст; високий/низький рівень контекстовживання у комунікації).

У рамках нашого дослідження спробуємо теоретично обґрунтувати поняття «ділові бесіди та переговори по телефону», враховуючи специфіку діяльності майбутніх економістів та узагальнюючи результати різних підходів щодо сутності понять: «ділове спілкування», «ділові бесіди та переговори», «міжкультурна комунікація».

У процесі ділового спілкування майбутні економісти повинні уміти добре орієнтуватись у різноманітних комунікативних ситуаціях, обирати адекватні засоби, способи і прийоми спілкування, правильно, логічно та переконливо висловлювати свої думки, налагоджувати продуктивні взаємини з партнерами, тобто формувати культуру ділового спілкування у процесі ведення бесід та переговорів [8]. Л.А.°Завірюха, О.В.°Лавренко [4] визначають ділове спілкування як частину певної сумісної діяльності людей, що слугує засобом підвищення якості цієї діяльності і є способом її організації. Ділове спілкування за О.П.°Биконю - це процес взаємодії суб'єктів, які виступають у певних соціально-комунікативних ролях, та засіб діяльності особистості та суспільства, пов'язаний з вирішенням

актуальних для своїх професійних справ завдань. У процесі ділового спілкування відбувається сприйняття партнерами один одного, обмін інформацією, їх взаємодія. Спілкування по телефону завжди розгортається у структурі спільної діяльності комунікантів, ефективність комунікації залежить від екстралінгвістичних умов спілкування і, значно більше, від спрямованості пізнавальних процесів комунікантів. Вибірковість і спрямованість цих процесів визначається цілями, потребами, емоціями тих, хто спілкується, тобто всіма тими чинниками, що розкривають сутність принципу активності у загальнопсихологічній теорії діяльності.

Розглядаючи поняття *ділові телефонні бесіди та переговори*, ми звернулися до визначення «*бесіда*», – як розмова двох або більше осіб з метою обміну, отримання, уточнення певної інформації. Це найскладніший з усіх видів усного ділового спілкування, оскільки значною мірою являє собою експромт, для успішної реалізації якого необхідний запас теоретичних знань з фаху, а також досконале володіння мовленнєвим етикетом. Щоб досягти успіху під час бесіди, треба навчити студентів як готуватися до неї, бути уважним, тактовним до співрозмовника, постійно стимулювати в нього зацікавленість розмовою, висловлювати свої думки точно, логічно, переконливо.

З точки зору конфліктології, переговори у сфері ділових відносин - це активний процес результативного спілкування та обговорення позицій у бізнесі сторін, які мають на меті узгодити спільні інтереси, їх предметом можуть бути не тільки актуальні спірні питання економічних відносин, але й умови майбутньої діяльності у сфері бізнесу. Слідом за О.П.°Биконею [1], ми вважаємо, що ділові переговори по телефону – це взаємодія партнерів, в якій його учасники виконують певні соціальні ролі, внаслідок чого в переговорах розрізняють цілі їх ведення, мотиви, а також способи, завдяки яким здійснюються ділові контакти. Основна мета ведення *ділових телефонних переговорів* – переконання партнера, вирішення проблеми, що представляє обопільне прагнення досягти успіху. Крім достатнього знання предмета обговорення, необхідно володіти технікою ведення переговорів, тобто певною системою правил і прийомів, які роблять ділове спілкування по телефону найбільш ефективними. До них належить:

- врахування вербальних та невербальних (в режимі Skype) засобів спілкування, етикету ведення ділових переговорів, комунікативних стратегій та прийомів впливу на партнерів: перцептивний, інтерактивний та комунікативний;
- чітке визначення предмета обговорення, цілі розмови, формулювання обговорюваних питань, можливих варіантів рішень;
- оптимально можлива аргументованість своєї точки зору, система доказів, логічність їхнього викладу;
- послідовність у захисті своїх поглядів, думок, несуперечливість тверджень, доказів, готовність до зміни свого рішення лише за наявності дійових аргументів опонента.

Ділові бесіди та переговори по телефону мають свої специфічні особливості: мовні засоби, норми комунікативної поведінки, соціокультурні, паралінгвістичні особливості, не кажучи вже про предметний зміст мовлення [5]. Так, учасник переговорного процесу повинен слухати й розуміти свого партнера. З одного боку, учасники виступають у ролі передавача інформації. Вони кодують своє повідомлення у вербальні та невербальні знаки. З іншого боку, вони є приймачами, які повинні це повідомлення розшифрувати. У залежності від рівня ділового досвіду комуніканти володіють різними можливостями вираження та сприйняття інформації, яка повинна економити час, а тому має бути лаконічною та зрозумілою. Усі учасники спілкування знаходяться на невизначеній відстані. Технічним засобом спілкування при веденні бесіди є телефон, основним недоліком якого є неможливість візуального контакту зі співрозмовником. Оскільки фактор часу грає вирішальну роль, такий вид спілкування характеризується чіткістю і стислістю викладу змісту висловлювання, діловим стилем, швидкою реакцією-відповіддю співрозмовника, вживанням повторів для підтвердження прийнятої інформації. Ведення ділових телефонних переговорів, що відбуваються завдяки мережі Інтернет (в режимі Skype) надає діловим партнерам можливість вступати в усну контактну комунікацію в режимі реального часу, створюючи унікальну автентичну ситуацію діалогічного спілкування. Здійснення такої комунікації відбувається за рахунок як вербальних, так і невербальних засобів спілкування. Слід зауважити, що невербальна комунікація залежить також від типу ділової культури і при веденні переговорів потрібно звертати на це особливу увагу. Існують, звичайно, жести, експресивні сигнали, які майже однакові у всіх народів (посмішка, сердитий погляд, насуپлені брови, хитання головою тощо). Водночас існує досить багато невербальних засобів, звичок, які прийняті лише однією нацією. Наприклад, у спілкуванні європейців з японцями найбільше труднощів і непорозумінь викликає хибне тлумачення японського слова “так”, що супроводжується кивком. Це не означає, що він згодний зі співрозмовником, а лише “Я уважно вас слухаю”. Отже, ділові переговори стають тим ефективнішими, чим краще в них застосовуються всі засоби спілкування.

Навчання ведення ділових телефонних бесід та переговорів передбачає не лише навчання іншомовного спілкування, але й формування на межі культур особистості, готової до *міжкультурного спілкування* і здатної ефективно вирішувати міжкультурні непорозуміння та конфлікти. У працях зарубіжних методистів міжкультурна ділова комунікація розглядається як спілкування партнерів, соціалізованих в різних суспільствах, під час якого перехреснюються різні ціннісні орієнтації, світогляди, норми, моделі поведінки і, внаслідок чого, відбувається або не відбувається взаєморозуміння [9; 10; 11]. Підготовка студентів до участі у діалозі культур передбачає свідоме володіння етикою міжкультурного спілкування, психологічну готовність до спілкування з людьми інших поглядів, стилів та образів життя, володіння технологією улагодження конфліктів. Необхідно також додати, що оволодіння студентами стандартизованими зразками комунікативної поведінки, які використовуються носіями мови у різних ситуаціях ділового спілкування, надасть змогу уникнути «комунікативних пасток та помилок» у процесі спілкування з представниками інших культур [3; 6]. Аналіз праць з теорії *міжкультурної комунікації* (Г.°Хофстеда, Е.°Холла, У.°Гудікунста, Н.С.°Жданової, І.Ю.°М`язової) дозволяє вважати, що міжкультурна ділова комунікація обумовлена низкою факторів, які впливають і визначають перебіг та успішність взаємодії співрозмовників. На думку Н.С.°Жданової, міжкультурна комунікація повинна бути «містком порозуміння», вона повинна вести до розуміння чужих норм поведінки, робити можливою орієнтацію в чужому середовищі, де вона інформує про чуже середовище та про чужі типи реакції, пояснює моделі поведінки і мислення.

Універсальні закономірності та національна специфіка поведінки, взаємовідносини у суспільстві, які притаманні певному соціуму обумовлюють соціокультурний фактор. Психологічний фактор визначається зовнішніми мотивами (інтереси фірми, прагнення до успіху) і внутрішніми (самоствердження), особистісними цінностями, власною тактикою діяльності, тощо. Цей фактор існує у поєднанні з особистісним, до якого належать такі якості, як здатність до спілкування, контактність, готовність та вміння співпрацювати, самоконтроль, здатність зрозуміти співбесідника на відстані.

Розглянута Г.°Хофстедом, Е.°Холлом проблема взаємодії між представниками різних культур та складності, які можуть виникати під час комунікації має відображення у ході ведення ділового спілкування по телефону. Висвітлення комунікативних стратегій різних культур в їх кореляції з внутрішніми властивостями культурної системи (індексом індивідуалізму/колективізму, маскуліності / фемінінності, владної відстані в культурі) та її стрижневими цінностями – це пряма демонстрація структурних відмінностей, що впливають на розуміння комунікативної ситуації її учасниками.

Узагальнюючи вище викладений матеріал, робимо висновок про те, що тлумачення вищезазначених понять надає нам змогу сформулювати та обґрунтувати власне визначення «*ділові телефонні бесіди та переговори*», яке на наш погляд, найбільш повно розкриває його сутність як засобу ділового спілкування в межах міжкультурної інтеракції.

Отже, *ділове спілкування по телефону* – це складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між комунікантами, в якому здійснюється сприйняття, взаєморозуміння та взаємовплив партнерів по комунікації, передача та обмін інформацією, відомостями;

До ділового телефонного спілкування ставляться такі вимоги:

- точність та стислість у формулюванні думки, логічність, послідовність висловлювання;
- відповідність між змістом і мовними засобами;
- різноманітність мовних засобів;
- відповідність між мовними засобами, ситуацією спілкування та стилем викладу;
- доречність;
- виразність дикції;
- відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Спираючись на узагальнене поняття «*ділові телефонні бесіди та переговори*» та беручи до уваги вимоги, що ставляться до ділового спілкування, авторами С.П.°Кожушко, Л.Б.°Сліпченко був розроблений посібник “Business Telephoning”, який призначений для навчання англomовної бізнес-телефонії студентів економічного профілю в рамках загального університетського курсу ділової англійської мови.

У даному посібнику розкриті питання, пов'язані з тонкощами комунікації і різноманітністю ситуацій, що можуть виникати у ході спілкування по телефону і з якими можуть зіткнутися майбутні учасники переговорного процесу. В ньому підібрані такі матеріали, які демонструють культурні стандарти партнерів з іншомовних країн; ситуації, які надають змогу студентам відчути можливі міжкультурні непорозуміння та проаналізувати і пояснити їх; автентичні діалоги, які навчають вибору і використанню мовних і мовленнєвих засобів для врахування всіх факторів міжкультурної ділової комунікації по телефону; завдання творчого характеру, які направлені на застосування адекватних моделей поведінки в діловому спілкуванні по телефону.

Отже, в даній статті ми вивели і обґрунтували власне поняття «ділові телефонні бесіди та переговори» для навчання ділового спілкування в межах міжкультурної комунікації, визначили основні параметри його ефективності. Припущення щодо необхідності використання розробленого нами посібника “Business Telephoning” в рамках загального курсу ділової англійської мови були перевірені експериментально та продемонстрували ефективність впровадження в навчальний процес. Перспективи подальшого розвитку цього питання вбачаємо у створенні методичних рекомендацій щодо організації навчання студентів економічного профілю ведення англійських ділових телефонних бесід та переговорів.

Слипченко Л. Б.

ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ ВЕДЕНИЯ ТЕЛЕФОННЫХ БЕСЕД И ПЕРЕГОВОРОВ КАК СРЕДСТВА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В РАМКАХ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы обучения студентов экономического профиля ведения деловых телефонных бесед и переговоров на английском языке; теоретически обосновывается понятие «деловые беседы и переговоры» по телефону на основе определений: «деловое общение», «деловые беседы и переговоры», «межкультурная коммуникация».

Ключевые слова: деловое телефонное общение, деловые беседы и переговоры, межкультурная коммуникация.

Slipchenko.L.B.

TEACHING BUSINESS TELEPHONING IN ENGLISH TO STUDENTS OF ECONOMIC SPECIALTIES AS MEANS OF BUSINESS INTERCULTURAL COMMUNICATION.

Annotation: In the given article problems of teaching students of economic specialties how to conduct business telephone conversations and negotiations in English are considered; the concept «business conversations and negotiations» over the phone is theoretically proved on the basis of definitions: «business communication», «business talks and negotiations», «intercultural communication».

Key words: business communication over the phone, business talks and negotiations, intercultural communication.

Література

1. Биконя О.П. Навчання майбутніх економістів ділових усних та писемних переговорів англійською мовою: Автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.02/ Київськ. нац. лінгв. унів. – К., 2006. – 21 с.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения: учебник для студентов ВУЗ. – М.: Инфра, 2006. – 304с.
3. Жданова Н.С. Соціально-психологічні особливості міжкультурного іншомовного ділового спілкування // Вісник КНЛУ. Серія Педагогіка і психологія. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2004. – Вип.7. – С. 167-175.
4. Завірюха Л.А, Лавренко О.В. Етика ділового спілкування. Навчально-методичний комплекс матеріалів на допомогу студентам. – К.: ІММБ, 1998. – 110 с.
5. Лозниця В.С. Техніка ведення ділових переговорів / В.С. Лозниця // Психологія менеджменту: навч. посіб. – К., 1997. – С. 109–112.
6. М'язова І.Ю. Міжкультурна комунікація: зміст, сутність та особливості прояву (соціально-філософський аналіз): автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. — К., 2008. — 18с.
7. Рембач О.О. Культура ділового спілкування у професійній діяльності міжнародника-аналітика // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: Зб. наук. праць / Ред. кол. Т.І. Сущенко (від. ред.) та ін. – Київ-Запоріжжя, 2005. – Вип. 35. – С. 389-394.
8. Тарнопольский О.Б., Кожушко С.П. Методика обучения английскому языку для делового общения.- К.: Ленвит, 2004.- 192.
9. Cohen R. International Communication: An Intercultural Approach// Cooperation and Conflict. – 1987. – Vol. 22. – P. 63-80.
10. Hall E.T. The Silent Language. New York: Anchor Books, 1973.
11. Hendriks E.C. Research on International Business Negotiations: An Introduction //Business Communication in Multilingual Europe: Supply and Demand. Antwerp: Encode/UFSIA, 1991.