

Компьютерные обучающие программы также являются инновационными технологиями в языковом образовании. В основном они используются как вспомогательное средство при обучении иностранному языку.

Имеется несколько компьютерных программ. Например, программы English Tutor, Teacher, ICL, Lang Land позволяют эффективно дополнять процесс обучения языку на всех уровнях. Они предназначены для аудиторной и самостоятельной работы студентов, способствуют развитию грамматических и лексических навыков. English Tutor можно использовать как для организации самостоятельного курса обучения на английском языке, так и в процессе параллельной работы над несколькими аспектами языка. Интерактивный курс «Euro plus», в который включены мини-видеосюжеты и аудиодialogи, позволяет вовлекать студентов в интерактивную деятельность с виртуальным партнером.

Для отработки грамматических навыков существуют три большие программы English Grammar in Use, LEARN и Active I. Программа Active I предлагает грамматическую теорию и 15 упражнений. Кроме теоретических выкладок и практических заданий каждая программа предусматривает систему оценок и словарь.

Конечно, на занятиях иностранного языка нельзя использовать компьютер постоянно, так как существует множество задач, решать которые можно лишь при непосредственном общении. Но и недооценивать роль таких занятий нельзя. Именно компьютерное обучение несет в себе огромный мотивационный потенциал и соответствует принципам индивидуализации обучения.

*М.И. Прохорчик, Т.Л. Терех
БГЭУ (Минск)*

О ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯХ

Глобализация стала важнейшей реальной характеристикой современной мировой системы, одной из наиболее влиятельных сил, определяющих ход развития нашей планеты. Согласно преобладающей точке зрения на глобализацию, ни одно действие, ни один процесс в обществе (экономический, политический, юридический, социальный) нельзя рассматривать ограниченно.

Глобализация, охватывая все регионы и секторы мирового хозяйства, принципиально изменяет соотношение между внешними и внутренними факторами развития национальных хозяйств в пользу первых. Ни одна национальная экономика независимо от размеров стран (крупные, средние, малые) и уровня развития (развитые или развивающиеся с переходной экономикой) не может больше быть самодостаточной исходя из имеющихся факторов производства, технологий и потребности в капитале. Ни одно государство не в состоянии рационально формировать и реализовывать экономическую стратегию развития, не учитывая приоритеты и нормы поведения основных участников мирохозяйственной деятельности.

Все более возрастает потребность в эффективном осуществлении бизнес-коммуникаций. Известно, что каждая пятая сделка в мире расстраивается из-за непо-

нимания сторон, а при культурном обмене делегациями нередко возникают недоразумения, связанные с обоюдным незнанием привычек, национальных обычаев и характерных особенностей стран, каждая из которых обладает своей культурой, национальными традициями и нормами этикета. Граждане многих государств внимательно следят за соблюдением формальностей и болезненно реагируют на их нарушения. Это в равной степени относится к языку мимики и жестов, который играет в межнациональном общении особую роль. Для понимания языка тела и жестов у разных народов большое значение имеет представление о личном пространстве человека — той зоне, в пределах которой человек чувствует себя максимально комфортно и в которую запрещено вторгаться ближнему, не говоря уже об иностранце. Например, личное пространство немца — старательно закрытая и тщательно охраняемая территория, которую хозяин покидает неохотно. Именно поэтому в общении немцы стремятся не выходить за линию очерченного круга и не впускать в него посторонних. Немцы являют собой пример порядка, педантизма и сдержанности. Они традиционно вежливы, соответственно и ожидают аналогичного поведения.

Понятие личного пространства у разных народов дает представление о том, насколько важно соблюдать осторожность в общении с иностранцами — носителями иной культуры и менталитета.

Л.Ф. Радько, Т.Л. Терех
БГЭУ (Минск)

БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ — ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В основе понятия «бизнес-коммуникации» лежат два элемента — бизнес и коммуникация. Бизнес — это организация предприятия, дело, предпринимательская деятельность. Понятие коммуникации очень емкое по своему смысловому содержанию. Оно широко используется как в экономических работах, так и публикациях по информатике и информационным технологиям, социальной и управленческой психологии, экономической социологии и теории организации.

В работах по психологии управления и организации под коммуникациями понимают процессы межличностного общения, в информатике — обезличенный процесс передачи данных и обмен информацией посредством современных информационных систем. Коммуникации являются необходимым условием совместной экономической деятельности людей. Они присутствуют на стадиях производства, распределения, обмена и потребления товаров. Коммуникация осуществляется на всех уровнях управления национальной экономики. По данным американских исследований, коммуникация занимает около 3/4 времени активной жизни человека. У менеджера на это уходит 80–90 % рабочего времени. Чем выше уровень руководства, тем больше времени менеджер тратит на деловое общение. Коммуникативная функция руководства является наиболее важной составляющей эффективного управления.