

## ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОМУ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ В УНИВЕРСИТЕТЕ

Статья посвящена исследованию проблемы обучения иноязычному деловому общению, которая приобретает особую значимость для студентов университета в условиях развития многоуровневых международных контактов. Авторы рассматривают модель организации обучения студентов университета иноязычному деловому общению в контексте личностно-деятельностного подхода.

Геополитические процессы, интенсивно происходящие в последние десятилетия в мире, не могли не повлиять на гуманитарную сферу деятельности человека. Активизация диалога культур, политических и экономических контактов между государствами повысила прагматическую значимость владения иностранным языком вообще, и деловым иностранным языком в частности. Сегодня, в условиях интеграции России в общеевропейское и мировое культурно-коммуникативное пространство, резко возрастает потребность в специалистах, способных без посредников решать свои профессиональные проблемы на международном уровне. Следовательно, социальный заказ современного общества определяет целью обучения иностранным языкам в университете подготовку специалистов, готовых вступать в деловые и межличностные контакты, т.е. обладающих умениями иноязычного делового общения.

Общение занимает центральное положение в истории человечества, и такие дисциплины, как философия, психология, педагогика, лингвистика, культурология, социология стремятся объяснить процесс коммуникации и проследить пути, по которым происходит передача информации между индивидами, группами, поколениями.

Анализ социально-философских работ, посвященных общению, свидетельствует об особом междисциплинарном статусе его как объекта исследования. Общение – это понятие, обозначающее социальный феномен, раскрывающий механизм структурирования, организации и функционирования человеческого общества, а также формы и способы включения индивида в социально-исторический контекст. Непременное условие общения – социальность, что определяет сложность и многомерность понятия. Большинство исследователей трактует общение как процесс передачи действий, которые оказывают влияние и на адресанта и на адресата. В нашем исследовании мы придерживаемся

определения общения Е.И. Рогова как многопланового процесса установления и развития контактов между людьми, порождаемого потребностью в совместной деятельности и включающего в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека [6, с. 58].

По своим формам и видам общение чрезвычайно разнообразно. Вопрос о классификации общения сложен, и в научных публикациях не существует однозначного подхода к нему. У различных авторов можно найти неоднозначные трактовки классификации общения по целям, функциям и участникам (М.С. Каган, А.А. Леонтьев, Б.Х. Бгажников, В.Н. Сагатовский, А.Б. Добрович и др.).

Г.В. Бороздина исходит из того, что по характеру и содержанию общение бывает формальным (деловое) и неформальным (светское, бытовое). Она определяет деловое общение как «процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели» [2, с. 56].

Деловое общение как подсистема общения занимает важное место при построении таких отношений между людьми, которые обеспечивают максимальный результат совместной деятельности и максимальное удовлетворение субъектов общения.

Проблеме делового общения посвящено много исследований (В.И. Андреев, Ю.М. Жуков, Д. Карнеги, Ф.А. Кузин, В.И. Курбатов, В.Н. Лавриненко, О.И. Марченко, П. Милич, А. Пиз, А.В. Резаев, Ю.П. Рогозин, Е.В. Руденский, В.А. Спивак).

В каких бы психологических формах не проявлялось общение – оно деловое, если его определяющим содержанием является социально-значимая совместная деятельность. По мнению Ю.М. Жукова, деловое общение есть «про-

цесс продвижения в разрешении проблем путем сопоставления (столкновения, ассимиляции, согласования, взаимообогащения и т.д.) предметных позиций» [5, с. 37], т. е. ключевым компонентом в деловом общении является предмет общения – дело и отношения участников к нему. Предметные позиции партнеров являются главными определяющими процесса общения, а способность понимать предметные позиции друг друга составляет необходимое условие успеха деловой коммуникации.

Деловое общение может рассматриваться в соответствии с той же структурой, уровнями и компонентами, что и общение вообще. Однако деловое общение обладает рядом специфических особенностей, на которых мы остановимся подробнее. Например, учитывая, что общение происходит в трех основных формах (монологической, диалогической, полилогической), следует отметить, что не всякая деловая активность определяется общением. Отношения начальника и подчиненного, законодателя и исполнителя, являются управлением, при этом связь между ними часто монологична, а не диалогична. Мы рассматриваем деловое общение как диалогический или полилогический процесс, участники которого выступают в качестве партнеров.

Основываясь на структурных компонентах, предложенных Е.В. Руденским [8, с. 46], нами были выявлены характерные особенности делового общения.

Основополагающими признаками делового общения является его ролевой характер и ситуативность. Предмет делового общения – дело и отношение участников к нему. Речевые действия отличаются регламентированностью, установленными правилами поведения; используются как вербальные, так и невербальные средства общения. Цель делового общения заключается в решении производственных и социальных задач. Цикл делового общения включает следующие этапы: установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение проблемы, принятие решения, выход из контакта (И. Браим, Е.В. Руденский, А.И. Самоукин, В. Сухарев).

Проведенный анализ научной литературы позволил нам уточнить с позиций личностно-деятельностного подхода понятие «иноязычное деловое общение» как вид регламентированного взаимодействия в иноязычных коммуникативных ситуациях, содержанием которого является социально-значимая совместная деятельность, направленная на достижение целей

субъектов путем сопоставления предметных позиций.

Необходимость в овладении студентами университета иноязычным деловым общением обусловлена многими факторами: согласно современной парадигме образования, одной из тенденций развития современного университетского образования является приобщение к ценностям мировой культуры через овладение иностранным языком. Цели такого образования достигаются посредством освоения студентом различных видов деятельности, одной из которых является межкультурная коммуникация, предполагающая развитие индивида в процессе освоения ценностей не одной, а двух (и более) культур [10, с. 236].

Научная разработка педагогических закономерностей обучения деловому общению находится на этапе становления. Видные ученые Л.П. Буева, М.С. Каган, В.М. Соковнин, Ю.Д. Фридман рассматривают общение как философскую категорию; Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, А.А. Леонтьев, Б.Г. Ломов, А.В. Петровский изучают проблему общения в качестве психологического феномена; общение исследуется также как одна из сторон культуры (И.В. Андреев, В. Зигерт, Л.Ф. Лисенкова, Ю.Л. Могилевич); наконец, лингвистические аспекты делового общения отражены в трудах О.Я. Гойхман, Т.М. Дридзе, Е.В. Ключева, М.В. Колтуновой.

Сегодня в педагогических исследованиях можно выделить несколько подходов к проблеме обучения деловому общению. Так, деловое общение рассматривается как путь творческого саморазвития, развитие коммуникативных умений студентов в русле коммуникативно-ценностного подхода; в ряде исследований сущность иноязычного делового общения раскрывается с позиций аксиологического, системного, междисциплинарного подходов.

Иноязычное деловое общение представляет собой различные виды речевой деятельности на иностранном языке. Так как межкультурная коммуникация осуществляется в условиях значительных ментальных различий ее участников, для обеспечения успешного сотрудничества на международном уровне необходимо обучение студентов университета межкультурному общению. Знание особенностей своей и иноязычной культуры позволяет предвидеть и учитывать реакцию и возможные варианты поведения партнеров по общению.

Общепедагогический аспект данной проблемы затрагивает содержание обучения иностран-

ному языку. Современная модель обучения иностранным языкам, в отличие от традиционной, состоящей из лингвистического, психологического и методологического компонентов, включает также и социокультурный компонент, под которым понимается социальный опыт, культура народа-носителя изучаемого языка. Социокультурный компонент в свою очередь состоит из нескольких компонентов, основным из которых являются, по мнению В.П. Фурмановой, фоновые знания, под которыми понимается обобщенное знание реалий говорящим и слушающим. В.П. Фурманова выделяет различные виды фоновых знаний – историко-культурные, социокультурные, этнокультурные, семиотические – и делает вывод, что они представляют собой основу языкового общения, обеспечивают адекватное восприятие иной ментальности [9, с. 98].

Приобщение к культуре стран изучаемого языка происходит через тексты, в которых отражаются языковой и концептуальный образы мира (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, С.Г. Тер-Минасова, В.П. Фурманова).

Обучение студентов университета иноязычному деловому общению начинается с осознания особенностей своей собственной культуры, своего менталитета, норм и правил национально-специфического поведения в общении, с формирования черт вторичной языковой личности, которую Н.Д. Гальскова определяет как «совокупность способностей человека к иноязычному общению на межкультурном уровне, под которым понимается адекватное взаимодействие с представителями других культур» [3, с. 46] и которая складывается из вербальных средств изучаемого языка, т.е. «языковой картины», позволяющей человеку понять новую для него социальную действительность. Родной и изучаемый языки, а также родная и неродная культуры постепенно становятся в сознании обучаемого равноправными.

Развитие у студентов черт вторичной языковой личности, делающих их способными быть эффективными участниками межкультурной коммуникации, является стратегической целью обучения иностранным языкам.

В процессе коммуникативного обучения иностранному языку иноязычная культура становится доступной студентам во всей совокупности аспектов обучения: учебном, познавательном, развивающем, воспитывающем. Умение общаться на изучаемом языке означает овладение иноязычной культурой.

Цель обучения иностранным языкам состоит не только в обучении иноязычному общению, но и в постижении культуры мира через призму предмета «иностраный язык». Получения определенной суммы знаний недостаточно, так как студенты должны овладеть не только культурным фоном, но и культурным модусом поведения. Таким образом, все аспекты обучения основываются на личностно-деятельностном подходе. Он обоснован многими исследователями, в работах которых образовательный процесс трактуется как развитие познавательных способностей и личностных качеств.

За эталон развития обучаемых по данной концепции принимаются показатели, характеризующиеся целеполаганием, осмысленностью, предметностью, преобразующим характером, умением действовать во внутреннем плане. По мысли В.В. Давыдова, только специально организованное обучение делает учащегося его субъектом. Хорошо организованное «внешнее» и его перевод во «внутреннее» – основной путь усвоения знаний [4, с. 25].

Субъектная модель познания происходит, по словам С.Л. Рубинштейна, одновременно на разных уровнях: теоретическом (что я знаю о мире и о себе), практическом (как я проявляю себя по отношению к миру, к людям) [7, с. 128]. Внимание преподавателей должно быть направлено на поиск путей мобилизации внутренней активности обучаемых, т.е. обучаемые должны стать активными субъектами деятельности.

Обучение иноязычному общению должно опираться на следующие принципы: речемыслительная активность, индивидуализация, функциональность, ситуативность и новизна.

Усвоение норм и правил поведения в процессе иноязычного общения способствует эффективности обучения студентов университета деловому общению как основы целенаправленного взаимодействия субъектов образовательного процесса при адекватном выборе форм и методов.

Общение, по мнению Е.В. Руденского, является системным образованием и может быть рассмотрено с этой позиции как взаимодействие. Оно складывается из отдельных действий, каждое из которых включает в себя следующие элементы: действующий субъект, субъект, на который направлено воздействие, средства воздействия, методы действия, результат действия [8, с. 46].

Рассматривая взаимодействие как формы организации конкретной деятельности людей,

мы подробно остановимся на той форме, когда происходит взаимодействие каждого участника с другими, т.е. на «совместно-взаимодействующей деятельности», как ее определяет Г.М. Андреева [1, с. 110]. Именно такая форма взаимодействия является, на наш взгляд, определяющей в деловом общении.

Общественные и межличностные отношения определяют тип взаимодействия (сотрудничество или соперничество) и степень выраженности этого типа (будет ли это более или менее успешное сотрудничество). Поскольку деловое общение направлено на сотрудничество, то при его анализе важен вклад его участников в общую деятельность. Осознание каждым участником этого вклада позволяет ему корректировать свои действия.

В ходе делового общения его участникам нужно организовать обмен действиями, спланировать будущую деятельность, выработать формы и нормы совместных действий. Интерактивную сторону общения можно представить как последовательность реакций людей на действия друг друга. В деловом общении мотивами, побуждающими человека взаимодействовать с другими, являются стремление к улучшению, облегчению и повышению эффективности совместной деятельности.

Коллективная структура взаимодействия в общении преподавателя и студентов, студентов между собой является учебной моделью деятельности профессионального сообщества. Такая работа, моделируемая в учебных условиях, предполагает определенное содержание, построенное проблемно и образующее контекст профессиональной деятельности.

Наиболее эффективной формой делового общения в большинстве исследований определен *диалог*, который представляет собой общение двух или более субъектов посредством языка. Диалог, как организационный принцип коммуникативной деятельности, пронизывает все сферы жизнедеятельности. Выдвижение диалога в качестве организационного принципа отражает тенденцию гуманизации деловых отношений. Он организует межличностное общение равноправных партнеров. Как сложное социальное явление диалог может быть познан с позиции системного подхода, включающего в его характеристику гносеологический, логический, социальный, лингвистический, педагогический и психологический аспекты.

Диалогические формы организации учебной деятельности предполагают синтез методов

обучения и различных средств общения, формируют учебно-диалогическую активность у студентов. Авторы исследований методов обучения сходятся в том, что реализация различных форм диалогического взаимодействия в рамках педагогического процесса возможна только при наличии ряда условий:

– соответственная направленность субъектов педагогического процесса друг на друга позволяет принять другого как равного, что касается в первую очередь педагога;

– изменение традиционного формально-логического стиля мышления на диалогический стиль; обучение диалогу – обучение проблемам, поэтому диалогические методы обучения очень близки по смыслу с такими понятиями, как творческие или активные методы обучения.

Основой диалога является проблема и различие в позициях на ее разрешение.

Диалогическая форма общения предполагает смену коммуникативных ролей в пределах одного акта общения. Для диалогов важны умения ориентироваться в социальном контексте, т.е. студенты должны четко представлять, кто с кем говорит, о чем, с какой целью. Для них важно знать, как строится диалог, какими фразами его начинают и заканчивают, какими стратегиями пользуются говорящие, чтобы достичь желаемого результата.

К диалогическим формам общения относятся различные виды незаконченных диалогов, диалоги с подсказками, краткие диалоги, динамический диалог, дискуссии, беседы, ролевые и деловые игры, переговоры. Моделирование ситуаций делового общения способствует укреплению интереса студента к учебному предмету, потому что обучение происходит в контексте жизни и действия.

В процессе опытно-экспериментальной работы нами было установлено, что продуктивность обучения студентов университета иноязычному деловому общению обеспечивается комплексом педагогических условий: коммуникативное воздействие на интеллектуальную, мотивационно-ценностную и поведенческую сферы личности; организация поэтапного обучения студентов университета иноязычному деловому общению в диалогических формах взаимодействия преподавателей и студентов; деятельностный подход к моделированию реальных ситуаций иноязычного делового общения.

Анализ научной литературы позволил в качестве оптимальной системы для обучения

иноязычному деловому общению выбрать различные виды диалога: беседу, обсуждение с элементами дискуссии, ролевую и деловую игры (Н.П. Аникеева, А.А. Вербицкий, О.Я. Гойхман, И.А. Зимняя, М.В. Кларин, М.И. Лисина, Е.И. Пассов, Д. Шейлз).

В ходе констатирующего эксперимента с целью диагностики иноязычного делового общения студентов нами был разработан критериальный аппарат для его количественной и качественной оценки и выделены критерии (мотивационно-ценностный, содержательный, поведенческий) и уровни владения умениями (начальный, средний, продвинутый, профессиональный).

Диагностика умений иноязычного делового общения (анкетирование и тестирование) позволила установить, что исходный уровень большинства студентов (80% в экспериментальной группе и 90% в контрольной группе) был одинаково низким, т.е. начальным или средним. Результаты констатирующего этапа эксперимента привели нас к убеждению о необходимости разработки новых подходов к обучению студентов университета иноязычному деловому общению.

Реализация первого педагогического условия эффективного обучения студентов университета иноязычному деловому общению – *коммуникативное воздействие на интеллектуальную, мотивационно-ценностную и поведенческую сферы личности* – осуществлялась в ходе исследования самопознания, самооценки студентов и их мотивов изучения иностранного языка в университете. Отвечая на вопросы, студенты размышляли, анализировали себя как личность и свое поведение в общении, что, в свою очередь, подталкивало их к самоанализу и освоению тех моделей поведения и общения, которые сближают «реальное Я» и «идеальное Я» и делают процесс сближения более результативным. Таким образом ходе нашего эксперимента мы проектировали изменение мотивов в познавательной деятельности студентов. Диагностика мотивации изучения иностранного языка, проведенная в начале и в конце эксперимента, привела нас к заключению о сдвиге мотивов его изучения с познавательной цели на цель формирования коммуникативной компетентности обучаемых. Разработанная экспериментальная система позволила изменить интеллектуальный уровень студентов, повысить у них уровень мотивации к овладению иноязычным общением, так как сфера делового общения на иностранном языке соответствует их интересам и запросам.

Второе педагогическое условие – *организация поэтапного обучения студентов университета иноязычному деловому общению в диалогических формах взаимодействия преподавателей и студентов*. Общение диалогического типа является необходимым условием освоения коммуникативных и социокультурных умений. В иноязычном общении необходимо встать в позицию коммуникантов, для которых это – родная деловая культура, реконструировать их нравы и обычаи. Обучение иноязычному деловому общению – это обучение мышлению на иностранном языке, так как такое мышление – форма поведения личности, создающая условия для иноязычного общения в целом и делового, в частности.

В процессе обучения студенты работали в конкретных ситуациях по карте межкультурного взаимодействия, которая помогала осмыслить иноязычное деловое общение с точки зрения адаптационного потенциала норм поведения в тех или иных ситуациях через прохождения следующих фаз: информационной (введение в ракурс культуры изучаемого языка), сравнительной (анализ и осмысление собственной и иноязычной культуры), адаптационной (проецирование чужой культуры на свое поведение в коммуникативных ситуациях) и аппликационной («погружение в культуру»).

В ходе обучающего эксперимента деятельность обучаемых представляла собой систему учебно-речевых действий, операций и упражнений; студенты постепенно переходили от освоения простых речевых действий к более сложным.

В нашем эксперименте в основе отбора материала лежали проблемность, ситуативность, творческая самостоятельность. Такое содержание образования позволяло студентам переносить свои знания и умения в новые ситуации. Важным направлением нашей работы было увеличение элементов содержания, стимулирующих критическое мышление и творческую поисковую активность. Технологии развития критического мышления направлены на формирование у студентов навыков совместного размышления, ведения конструктивной дискуссии, умения совместно с другими обсуждать спорные вопросы. Студент, мыслящий критически, может не только выявлять причины происходящих явлений, событий, но и обосновывать свои предположения, ссылаясь на достоверную, проверенную информацию.

Выбор упражнений определялся такими факторами, как формирование мотивационной

основы общения, обеспечение его предметного содержания, наличие речемыслительной задачи, направленность на цель высказывания, имитация реальных ситуаций в деловом общении, коммуникативная ценность, экономичность во времени и обеспечение продуктивности речевого умения.

Итоги констатирующего и обучающего эксперимента подтвердили необходимость введения учебного курса, направленного на обучение студентов университета иноязычному деловому общению. Опыт обучения студентов университета деловому общению в ходе специального курса «Иноязычное деловое общение студентов» был завершающим этапом нашей опытно-экспериментальной работы и реализацией третьего педагогического условия – *деятельностный подход к моделированию реальных ситуаций иноязычного делового общения.*

В рамках разработанного спецкурса студенты сопоставляли родную культуру и менталитет народов страны изучаемого языка, их традиций и обычаев; моделирование деловых игр приближало студентов к реальным условиям общения. Обучение иноязычному деловому общению формировало более целостную картину мира, в которой сам иностранный язык служит средством познания и общения. Взаимодействие в форме равнопартнерского сотрудничества оказывало влияние на формирование позитивного эмоционального статуса личности обучаемого, на осознание собственного «Я», на систему ценностей и мотивы учения.

Обучение иноязычному деловому общению на основе специального курса «Иноязычное деловое общение студентов» осуществлялось в логике следующих этапов:

1. На **предварительном** этапе студенты овладевают умениями речевого взаимодействия (обращение, приветствие, знакомство, просьба, поздравление, пожелание, прощание); обучаются проведению разговора по телефону, установлению контактов и обмену информацией, организации поездок и встреч (заказ и приобретение билетов, встречи в неформальной и официальной обстановке).

2. На **промежуточном** этапе происходит ознакомление с ситуацией общения. Студенты осваивают способы и приемы общения, начала профессионального языка; учатся рассказывать о предприятии/фирме, подтверждать или изменять договоренность о встрече; выражать благодарность, собственную точку зрения, согласие/

несогласие; сравнивают поведение представителей разных народов в тех или иных ситуациях.

3. Задачей **основного** этапа является совершенствование умений делового общения; развитие умения критически осмысливать проблемы, принимать решения из ряда альтернатив на основе творческого поиска, добывать, критически анализировать и систематизировать полученную информацию; овладение модусом поведения в ситуациях межкультурного делового общения в процессе работы над речевыми упражнениями, диалогами, участия в ролевых играх.

4. **Заключительный** этап направлен на овладение студентами умениями самоанализа, самокоррекции. В процессе моделирования реальных ситуаций иноязычного делового общения студенты обучаются проводить деловые встречи, активно участвовать в презентациях и переговорах; согласовывать различные вопросы деловых контактов; урегулировать претензии и рекламации; составлять резюме (трудовую биографию) и другие документы; участвовать в конкурсе на замещение вакантной должности.

Все перечисленные этапы обучения иноязычному деловому общению связаны между собой: каждый предшествующий являлся подготовительным по отношению к последующему, а каждый из последующих этапов обязательно включает в себя все предыдущие и потенциально вносит качественные изменения в умения иноязычного делового общения. Согласно критериям (мотивационно-ценностный, содержательный, поведенческий), каждому этапу обучения соответствует определенный уровень умений и навыков иноязычного делового общения.

На **начальном уровне** владения умениями иноязычного делового общения студент владеет умениями коммуникативного минимума повседневного общения. Он может установить контакт и обменяться информацией, провести простейшие переговоры по телефону.

Качественная характеристика **среднего уровня** заключается в том, что студент находит свою позицию в деловом общении и осознает перспективы делового общения в своей деятельности; он может выбирать критерии общения и руководствоваться ими. Студент ориентируется в ситуации делового общения и может решить, как его действия затронут интересы других людей.

На **продвинутом уровне** студент может планомерно самореализоваться в деловом общении. Он правильно выбирает формы общения, устанавливает контакт с партнером по общению. В

деловом общении появляется активность, раскрывается индивидуальность личности.

Наконец, **профессиональному уровню** владения умениями иноязычного делового общения присущ анализ в общении, который направлен на изучение студентом своего внутреннего мира, и это позволяет ему судить о ходе развития в процессе делового общения, увеличить внутреннюю активность. У студента появляется уверенность в себе, способность управлять общением без постороннего руководства и осуществлять самокоррекцию в процессе делового общения.

Результаты опытно-экспериментальной работы подтверждают эффективность комплекса педагогических условий обучения студентов университета иноязычному деловому общению – повторная диагностика умений иноязычного делового общения студентов университета на заключительном этапе выявила, что подавляющее большинство студентов, прошедших обучающий эксперимент (90%), овладели продви-

нутым и профессиональным уровнем умений, в то время как этот показатель у студентов, обучавшихся традиционно и не совершенствовавших свои умения в спецкурсе (40%), значительно ниже.

Обучение студентов университета иноязычному деловому общению в контексте личностно-деятельностного подхода представляет собой специально организованное взаимодействие преподавателей и студентов в диалогических формах общения, направленное на развитие личности и умений иноязычного делового общения в ходе изучения содержания учебного курса «Иноязычное деловое общение». Деятельностный подход к моделированию реальных иноязычных ситуаций делового общения, система речевых упражнений и спецкурс обеспечивают положительную динамику иноязычных коммуникативных и социокультурных умений в деловой сфере, способствуют самопознанию студентов, личностному взаимообогащению в процессе коллективного общения.

**Список использованной литературы:**

1. Андреева, Г. М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М., 2001. – 378 с.
2. Бороздина, Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – М., 2002. – 224 с.
3. Гальскова, Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам : пособие для учителя / Н. Д. Гальскова. – М., 2000. – 336 с.
4. Давыдов, В. В. К пониманию развивающего обучения / В. В. Давыдов // Педагогика. – 1995. – № 1. – С.15-32.
5. Жуков, Ю. М. Эффективность делового общения / Ю. М. Жуков. – М., 1988. – 164 с.
6. Рогов, Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. – М., 2001. – 336 с.
7. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб., 1999. – 720 с.
8. Руденский, Е. В. Социальная психология : курс лекций / Е. В. Руденский. – М., 1997. – 224 с.
9. Фурманова, В. П. Межкультурная коммуникация и лингво-культуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам / В. П. Фурманова. – Саранск, 1998. – 120 с.
10. Янкина, Н. В. Интеркультурная коммуникация как компонент университетского образования личности / Н. В. Янкина // Ученые записки Оренбургского государственного университета. – Оренбург, 2002. – Вып. 1. – С. 236-249.