

**Секция 22. Филологические науки.**

**Подсекция 6. Филология и журналистика.**

**Prosianyk O.P.**

Maître de conférence, Docteur en sciences philologiques  
Université nationale d'économie de Kharkiv Simon Kuznets  
Département de la gestion des communications sociales

**Lamaachi M.**

Professeur  
Université nationale d'économie de Kharkiv Simon Kuznets  
Département des langues étrangères et de la  
communication interculturelle

## **STRATÉGIES DE COMMUNICATION ET DE LANGUE DANS UN ENVIRONNEMENT MULTICULTUREL**

### ***Annotation:***

L'article examine des stratégies de communication et de langue comme outils pour utiliser l'intelligence linguistique. On a analysé les composantes d'une stratégie linguistique réussie dans des environnements éducatifs et commerciaux.

***Mots clés:*** stratégie linguistique, tactiques de communication, culture de terrain, influence linguistique

Dans la linguistique moderne et les méthodes d'enseignement des sciences humaines, le problème de la stratégie linguistique gagne en compréhension. Tous les changements dans la stratégie linguistique personnelle de l'enseignant des sciences humaines liés à la formation d'un thésaurus et d'une intelligence linguistique individuels, d'une stratégie linguistique individuelle et d'un espace. Au

niveau du thésaurus linguistique individuel, nous entendons la présence de divers éléments et caractéristiques de l'information linguistique et de l'espace éducatif d'une personne en particulier. Un thésaurus linguistique individuel est basé sur les langues verbales et des signes, qui sont les principales caractéristiques d'un espace linguistique et éducatif linguistique [2]. Le niveau d'intelligence linguistique individuelle implique la capacité d'une personne particulière à utiliser un thésaurus linguistique personnel pour la solution individuelle de diverses tâches situationnelles verbales et non verbales.

La stratégie linguistique individuelle implique la capacité d'une personne à utiliser pleinement son intelligence linguistique (principalement, les stratégies linguistiques du comportement) pour une analyse constructive de diverses tactiques de communication du comportement, ainsi que pour la réalisation de leur individualité, de leur caractère unique et originel. Un dictionnaire linguistique individuel contribue à l'actualisation de l'acte volontaire d'activité à ce titre.

Le niveau de l'espace linguistique individuel est compris comme la capacité d'une personne à établir librement des connexions et des relations avec d'autres espaces linguistiques personnels conformément aux valeurs spirituelles et éthiques, aux normes morales et éthiques du comportement verbal et non verbal, ainsi qu'à l'expérience de la communication dans les espaces socioculturels.

Le statut linguistique d'un enseignant suppose, tout d'abord, une parfaite clarté dans la compréhension du problème de la formation d'un espace éducatif multiculturel holistique, dont l'un des aspects clés est la langue, ou plutôt le contexte multilingue.

Deuxièmement, l'enseignant doit mettre en œuvre à l'aide de divers moyens-symboles linguistiques de l'espace éducatif l'idée que toutes les composantes de l'éducation générale de la personne sont interconnectées, interdépendantes. D'une part, les compétences sont impossibles sans connaissances; toute activité, formation, communication sont invalides sans connaissances et compétences. D'un autre côté, l'éducation est un comportement adapté aux connaissances dans l'espace

socioculturel auquel se forme une attitude positive émotionnelle et créative spécifique, qui s'exprime à travers des symboles verbaux et non verbaux de l'espace éducatif multilingue de la personne en développement.

Troisièmement, l'espace d'information et d'éducation multilingue, dont l'environnement est le personnel de l'université et le porteur - l'identité de l'étudiant et du professeur, reflète leur comportement. C'est pourquoi, comme jamais auparavant, dans les conditions de construction d'une société juridique démocratique, la régulation de son propre comportement, qui s'exprime dans la synthèse de la culture interne et de l'expressivité externe (verbale et non verbale) pédagogiquement utile, est particulièrement pertinente. En d'autres termes, l'enseignant non seulement réalise, mais met également en pratique cette approche de la création d'un espace éducatif, qui est basée sur le principe multilingue, ainsi que les principes d'unité des aspects substantiels et procéduraux de l'activité, l'éducation dans tous ses éléments et à tous les niveaux. société, science, culture et personnalité.

Ainsi, la position de leader est l'enseignement multilingue, qui permet aux étudiants de naviguer dans l'espace mondial d'information moderne (cyberespace), de le comprendre comme un ensemble de réalisations de la société humaine, de se préparer à une compréhension mutuelle et à une communication productive de différentes cultures, d'élargir l'accès à une "matrice de langue" étrangère et d'établir des télécommunications en langues internationales. En conséquence, une personne doit avoir une idée de la diversité et de l'estime de soi de différentes cultures, être capable de naviguer dans la société moderne, résoudre des problèmes typiques et problématiques en utilisant des formes symboliques verbales et non verbales de réflexion de l'activité mentale.

Dans le cadre de la formation d'une stratégie linguistique moderne, les domaines de recherche les plus prometteurs sont:

1. La définition des voies et moyens d'un développement efficace du langage comme système de signalisation; le maintien de la pureté de l'espace éducatif

multilingue.

2. La création des conditions de l'existence linguistique unique d'une personne, en préservant l'originalité de ses activités linguistiques.

3. La définition de technologies efficaces et de stratégies méthodiques de soutien de l'atmosphère de compréhension mutuelle de l'enseignant et de l'étudiant en cours de travail, la cognition et la communication, la formation d'un métalangage de cognition éducative dans l'espace éducatif.

4. La création des conditions d'une communauté dans laquelle l'intégration des éducateurs permettra d'agir en tant qu'initiateurs d'un espace multilingue intégré écologiquement propre, à la fois dans l'établissement d'enseignement et en dehors de celui-ci.

Le multiculturalisme dans l'éducation et une approche multidimensionnelle, multidisciplinaire et interdisciplinaire du contenu des connaissances, assurant l'intégration des disciplines académiques, une interprétation significative des relations humaines avec la nature et la société - un moyen qui peut promouvoir l'auto-organisation mondiale de l'humanité et être une condition d'entrée dans une seule information mondiale l'espace éducatif et communicatif, et le travail constant de l'enseignant pour améliorer la stratégie linguistique individuelle - la source la plus importante d'amélioration du professionnalisme et des compétences pédagogiques.

L'Université de Surrey (Angleterre) a effectué des recherches pour déterminer le rôle de la stratégie linguistique dans les petites et moyennes entreprises (PME) situées au Royaume-Uni et pour analyser l'impact de l'anglais comme seule langue utilisant le marché du travail où l'anglais n'est pas une langue officielle. Les résultats montrent que les entreprises qui ont investi dans le développement de stratégies linguistiques ont vu leurs exportations augmenter de 44% par rapport aux autres entreprises. Pour l'internationalisation, il est important d'adopter une stratégie de communication efficace à l'étranger. De plus, la connaissance des langues étrangères est l'un des principaux atouts d'un exportateur

performant. Quels éléments les PME devraient-elles donc inclure dans leurs stratégies linguistiques?

Le premier élément nécessaire à la réussite d'une entreprise en termes de stratégie linguistique est bien entendu la traduction du site Internet de l'entreprise. La traduction de sites Web est un sujet pour les professionnels et nécessite une étude approfondie du marché si l'entreprise se concentre sur de sérieuses perspectives à long terme. L'anglais est la langue maternelle d'un peu moins de la moitié des internautes, ce qui signifie que plus de la moitié des internautes recherchent sur Internet des documents publiés dans leur langue maternelle. La traduction de contenu Web et son adaptation à d'autres cultures est la première étape vers l'expansion de l'entreprise. Par conséquent, de nombreuses entreprises choisissent souvent la langue de ce pays pour créer un site Web pour chaque pays. Par exemple, le portugais est la langue officielle du Brésil, du Mozambique, de l'Angola et du Portugal. Ces pays parlent plusieurs variantes du portugais, qui s'accompagnent de traditions culturelles différentes. Pour optimiser les stratégies marketing, il est souhaitable de trouver certains points selon le pays de destination, tels que les devises, les nombres, les constructions idiomatiques, le jargon. Si un client lit le site Web d'une entreprise dans son pays en fonction de ses propres aspects culturels et linguistiques, il est plus susceptible de s'adresser vers vous.

Un autre moyen pour éviter les barrières linguistiques consiste à retirer les traducteurs des négociations commerciales. En effet, la participation des artistes interprètes aux négociations ou réunions d'affaires présente de nombreux avantages. Tout d'abord, leur expérience vous permet de transmettre votre message séquentiellement et d'éviter les malentendus linguistiques. Selon vos besoins, ils peuvent se produire simultanément ou séquentiellement. Deuxième avantage: l'interprète connaît les croyances et coutumes des deux cultures, il est en mesure de vous conseiller sur la manière de traiter avec une entreprise étrangère. Cela peut être très utile si vous travaillez avec des pays de pays complètement différents, comme la France et la Chine, par exemple, et cette approche améliore les relations

commerciales.

La création d'un site Web en utilisant une langue étrangère et avec l'aide d'un traducteur spécialisé augmente automatiquement les exportations, ce qui vous permettra d'établir une bonne relation de travail avec les clients actuels et potentiels. Les entreprises doivent investir dans la stratégie linguistique afin de s'adapter à un monde qui continue de s'internationaliser et d'utiliser les nouvelles technologies.

Sur la base des besoins ci-dessus d'une entreprise moderne, les établissements d'enseignement supérieur devraient former de futurs spécialistes dans le domaine de l'économie (au sens large) à partir de ces postes, à savoir, l'ensemble du cours d'enseignement des sciences humaines, par exemple, «Langue étrangère» ou «Culture et communications», à transmettre le contexte de la familiarisation, la mise en œuvre des stratégies de communication des stratégies de parole.

Par conséquent, de telles unités d'analyse ont été incluses dans le domaine de notre étude: vocabulaire spécifique, énoncé séparé, bloc de communication, textes de message. Les principaux composants du processus de communication verbale sont le destinataire, le message et le destinataire. L'étude de l'impact de la parole du point de vue du destinataire révèle un certain nombre d'intentions réalisées par étapes du destinataire associées à la transformation des structures sémantiques du destinataire. La phase préparatoire comprend des procédures d'adaptation, des présentations de l'auteur, des présentations de sujets, la formation d'un motif de perception d'un texte, la description d'une situation problématique à travers le prisme des significations personnelles du destinataire. L'étape principale de l'impact comprend les procédures de réforme des constructions catégorielles (croyances, valeurs et besoins) du destinataire; activités de motivation et de programmation; programmation de processus psychophysiologiques et similaires. L'étude de l'exposition à la parole dans la perspective du destinataire révèle la dépendance des transformations de ses structures sémantiques sur les

caractéristiques d'interprétation, de compréhension et de compréhension du texte. En outre, l'acceptabilité du contenu significatif du texte des destinataires, reflète l'un des aspects de l'efficacité de l'impact du texte, a une dépendance sur les niveaux de la personnalité linguistique des destinataires.

L'influence linguistique au sens large est un transfert arbitraire et involontaire d'informations par le sujet au destinataire dans le processus de communication verbale sous forme orale et écrite, effectué par des moyens symboliques linguistiques, paralinguistiques et extralinguistiques et déterminé par les intentions conscientes et inconscientes du destinataire et le but de la communication. communicative ou informative. L'influence linguistique a le côté opposé: c'est l'effet communicatif (résultat) qu'un certain message a sur le destinataire.

L'influence linguistique au sens étroit est l'influence exercée par le sujet sur le destinataire, qui est déterminée par les objectifs spécifiques du sujet du locuteur, qui comprennent la modification du contenu personnel d'un objet pour le destinataire, la restructuration des structures catégorielles de sa conscience, de son comportement, de son état mental ou psychophysiologique. processus [1]. Le concept du type d'influence linguistique est en quelque sorte lié aux concepts de stratégie linguistique, qui sont représentés par un ensemble d'actions linguistiques visant à atteindre certains objectifs de communication, et de tactiques de communication, ce qui signifie une ou plusieurs techniques linguistiques visant à résoudre la tâche de communication générale du locuteur. Cependant, le type d'influence linguistique n'est pas corrélé à la finalité communicative du locuteur dans toute situation de communication, mais à la fonction pragmatique commune à certains types d'énoncés. En d'autres termes, les types d'influence linguistique sont un ensemble particulier de telles déclarations sur la pragmatique. Quant aux tactiques communicatives, elles représentent l'utilisation directe de ces énoncés dans le langage. En distinguant les types d'influence linguistique, d'une part, et les tactiques communicatives, d'autre part, nous pouvons faire une analogie avec le

langage et la parole: dans le premier cas, c'est un système de signes abstraits, code, dans le second - la mise en œuvre de ce code (et sa consolidation sous la forme de pratiques discursives pertinentes). Une certaine stratégie de communication dans une situation de communication donnée peut implémenter différentes tactiques de communication, c'est-à-dire contenir différents types d'influence linguistique. Par exemple, lors du choix d'une stratégie compromettante, des types de déclarations comme l'accusation, l'insinuation, le ridicule (types d'influence linguistique - évaluation et influence émotionnelle) peuvent être utilisés comme tactiques; lors du choix d'une stratégie de subordination - demande, persuasion, preuve (types d'influence linguistique - commandement, persuasion et argumentation). Ainsi, T. Stasiuk identifie les types d'influence linguistique suivants: influence sociale - salutations, adieux, recommandations, remerciements, excuses, promesses, etc.; influence à l'aide d'images artistiques: une histoire (une histoire, une histoire sur sa propre expérience ou l'expérience d'une autre personne) et une image (description artistique); des informations : nouvelles, messages, informations, etc.; des preuves : justification, explication, description, explication, preuve, réfutation, interprétation, définition, généralisation, hypothèse, opinion, etc.; une argumentation : types de messages sont les mêmes que dans la preuve, mais avec une sélection spéciale de faits et un ordre des arguments pour convaincre le destinataire, parfois avec l'ajout du mode émotionnel-évaluatif, la manipulation des modes de pensée et de connaissance; un dialogue simulé : appels, questions rhétoriques, complexes pertinents pour l'interrogation; une persuasion : demande, offre, conseil, souhaits, encouragement, corruption, etc.; un appel : appel, slogan, agitation, publicité, présentation, auto-présentation, etc.; une commande : ordre, instruction, instruction, commande, exigence, interdiction, permission, ordre, rappel, désir, etc. Une coercition : menace, intimidation, volonté, etc.; une évaluation: éthique, esthétique, intellectuelle, utilitaire (éloge, approbation, condamnation), socio-juridique (défense, acquittement, condamnation, accusation); un impact émotionnel : encouragement, consolation, plainte, plaisanterie, ridicule,



vantardise, ressentiment, menace, expression d'émotions (par exemple : pitié, joie, surprise); programmation mentale : formules de codage, exclamations, phrases affectives-émotionnelles, affirmation, "commandes insérées" [2].

Toutes les situations d'apprentissage de l'exposition linguistique devraient fonctionner pour un seul objectif didactique: la volonté de l'étudiant d'interagir dans un environnement multiculturel, ce qui implique la formation d'une compétence communicative interculturelle.

#### Bibliographie:

1. Андрущенко В.П., Скубашевська О.С. Мовні стратегії як чинник освітніх інновацій. *Філософські науки*. 2010. Випуск 35. С. 133-147. [Електронний ресурс]:  
<http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/14234/1/Andruschenko.pdf>
2. Стасюк Т. Технології мовного впливу як компонент сучасної комунікації. *Українська мова*. 2010. № 1. С. 82-87. [Електронний ресурс]:  
<http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/37674/08-stasiuk.pdf>.