

- ¿Cuál fue la máxima prueba de humildad y sencillez que dio Jesucristo?
- Nacer en Belén, pudiendo haber elegido nacer en Bilbao.
- ¿Cómo le llaman al “Metro” en Bilbao?
- Kilómetro.

Анекдот всегда критичен. Слушатель анекдота подсознательно отчуждается от того, что подвергается осмеянию. Ощущение непричастности к тому или иному недостатку приносит чувство удовольствия. В этнических анекдотах отстраненность строится на чужом коде, когда речь идет от лица другой национальности. В этой связи гораздо проще быть выше “пороков”, приписываемых инородцам. В то же время нельзя отрицать тот факт, что за стереотипной характеристикой (нередко доводимой в анекдоте до абсурда) кроются некоторые характерные черты, присущие определенному народу (нации, народности) — простодушие, открытость, осторожность, щедрость. Так, например, евреи и каталонцы не отрицают, что в большинстве своем они люди бережливые и предприимчивые, а какой грузии откажет себе в удовольствии сделать широкий жест и пригласить (пусть на последние деньги) своих друзей в ресторан или в гости.

Важно отметить, что несмотря на то, что анекдоты подчас бывают беспощадны в оценках своих героев, они не вызывают у них чувство обиды. Общеизвестно, что анекдоты о евреях сочиняют, как правило, сами евреи; они же их охотно рассказывают. Наиболее ярким примером того, что анекдоты не наносят обиды своим персонажам являются габровцы и жители Лепе, которые не только придумывают анекдоты о себе, но и делают на этом неплохой бизнес (в буквальном смысле этого слова).

КУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В КОММУНИКАЦИИ

В.И. Смольникова

Филиал БГЭУ, Бобруйск

Многообразие культур лежит в основе человеческой цивилизации. В том числе различия в плане культурной самобытности часто становятся причинами кризисов и конфликтов. Поэтому диалог между культурами в эпоху глобализации становится одним из важнейших требований XXI века.

Известно, что первые шаги потенциальных партнеров в установлении между собой контактов на международном уровне не всегда приводят к успеху. Фирмы и их представители говорят об этом не очень охотно, поскольку неудача воспринимается как свидетельство либо собственной, либо чужой некомпетентности. Осознать самого себя как субъекта определенной культуры, который общается особым образом, дело весьма непростое. Для продуктивных межкультурных контактов, например в экономике, просто необходима способность к дистанцированному самовосприятию. Но чтобы ее приобрести, надо приложить немало труда. На нескольких конкретных примерах мы постараемся показать, какую роль играют обусловленные культурой различия в глобализированной экономике. Речь пойдет о тонких и часто едва уловимых различиях в той сфере, которая называется “стилем общения”, о молчаливых допущениях относительно того, что именно члены разных этнических и культурных групп считают “нормальным” способом коммуникации.

Американские культурные антропологи Э.Т.Холл и М.Р.Холл называли эти различия в общении “hidden differences”. Они оказывают большое, иногда непредсказуемое воздействие на коммуникации именно потому, что чаще всего скрыты от самих действующих лиц. В сравнении культур не бывает “лучше” или “хуже” — бывает только — “иначе”.

Знание правил, регулирующих поведение, может иметь большое значение для бизнеса, так как стороны в состоянии лучше оценить, чего им следует ожидать. Кроме того, оно существенно повышает безопасность: когда знаешь, чего ожидать, можно избежать предсказуемых недоразумений и ненужных трений.

Приведем примеры, которые в том или ином виде постоянно фигурируют в протоколах германских предпринимателей, а именно, ситуации, когда при первом визите потенциально делового партнера дарятся подарки. Если германскую фирму посещают японцы, то в большинстве случаев принимающей стороне вручают разные “сувениры”. Как объяснить такой “сувенирный менеджмент”? Германские бизнесмены, как правило, не готовы принимать подарки, тем более при первом контакте, да еще от совершенно незнакомых людей, это нередко приводит к ошибочному истолкованию мотивов чужого поведения.

Подарки, как и приглашения, относятся к типу поведения, связанного с обменом. Во всех культурах люди вступают между собой в отношения. Они встречаются, приглашают друг друга в гости, обмениваются взгляда-

ми и мыслями. Подношение даров — универсальный способ взаимодействия между людьми. Зато формы подарков и способы их дарения бывают разными и зависят от обусловленных культурой правил. Многие представители бизнеса Азии и Среднего Востока руководствуются принципом: “дела можно делать только с друзьями”. Большинство западных предпринимателей ориентируется на другой принцип: “бизнес и личное надо строго разделять”. Подарки, как и дружбу, они однозначно относят к личной сфере. Дружба может стать результатом деловых отношений, но лишь в конце длинной цепочки контактов. Но и в этом случае дружба не должна влиять на дело. Нельзя допустить, чтобы подарки влияли — явно или скрыто — на процесс принятия деловых решений. Что касается подарков, для представителей азиатской культуры бизнеса имеет силу принцип: “деловые отношения — это, в первую очередь, межличностные отношения”. Они отвечают интересам участвующих сторон и устанавливаются не ради сиюминутной выгоды, а на долгую перспективу. В начале таких, ориентированных на долгосрочную перспективу отношений, необходимо ознакомление и постепенное построение личных отношений. Личные отношения нельзя форсировать, для них требуется некоторое время и подходящие обстоятельства. Объем коммуникаций, рассматриваемый как необходимый, а также время, которое должно быть в распоряжении, прежде чем можно “взяться за дело”, называет немецкий профессор Юрген Бенеке “исследовательским предварительно-испытательным общением”.

В культурах мира есть ясные, хотя и разные, представления о том, сколько времени должно занимать “предварительно-испытательное общение”. Западным предпринимателям, работающим во многих странах, пойдет на пользу, если они будут учитывать это время в своих бизнес-планах. И наоборот, западным предпринимателям можно дать совет: слишком короткий для их культурного круга ознакомительный этап общения на Западе не надо понимать как неподобающий — он просто обусловлен культурой.

Согласно азиатской модели, деловые отношения отличаются от продажи на улице, в первую очередь, тем, что построение личных отношений рассматривается как необходимое. Для успеха деловых контактов в азиатской модели наряду с личными отношениями необходимо сформировать систему взаимных обязательств: “ты мне — я тебе”. Она важна как предпосылка каждого последующего этапа коммуникаций. Такую систему надо строить уже в самом начале деловых отношений, поэтому она не может быть последним звеном контактов.

Такого рода взаимные обязательства известны, конечно, и на Западе. Но здесь они представляются сомнительными с точки зрения этических норм. На Западе стараются избегать всего, что выглядит как взятка. Приглашения и подарки считаются нежелательным влиянием или даже попыткой подкупа. Западная модель делового общения строится на строгой и категорической этике, не допускающей никаких исключений. В других культурах действует более гибкая и ситуативная этика “смотря-по-обстоятельствам”. Итак, здесь противостоят друг другу две в принципе несовместимые системы — западное стремление к автономии, с одной стороны, и азиатская система взаимных зависимостей — с другой. В то время как в западной культуре предпринимательства в каждом отдельном случае решение принимается на основе экономической рациональности, в Азии и похожих в этом отношении культурах имеет значимость принцип взаимозависимости ввиду долгосрочной перспективы. Сначала партнера основательно проверяют на надежность и ценностные представления. Как только становится ясно, что партнеры подходят друг другу, имеют общие долгосрочные интересы, однажды установленные взаимоотношения поддерживаются через непрерывный обмен сигналами и своеобразными “инвестициями”.

Немцы часто испытывают трудности с пониманием различий во властном статусе при деловых контактах. В ситуациях, когда требуется устный перевод, они слишком часто обращаются к переводчику, потому что в немецкой культурной традиции, как правило, больше говорит тот, кому “есть что сказать”. Это, конечно, ошибка — часто пользоваться услугами переводчика, — и ее допускают только неопытные люди. В Азии с распределением подлинной власти дело обстоит как раз, наоборот: у того, кто больше всех молчит, обычно, наибольшая власть. Другой пример: немец исходит из того, что его партнер — автономное существо, не зависимое от опеки и помощи неизвестного человека. Для него принять опеку — означает попасть в зависимость. Этой взаимной зависимости он хочет избежать, прежде всего, чтобы сохранить собственную автономию. Здесь вновь сталкиваются два несовместимых принципа. Этим объясняются и различия в “протокольных” ожиданиях. В культурах, где уважение играет важную роль, прибывшему в азиатскую страну будущему деловому партнеру или делегации оказывают честь, встречая их в аэропорту, размещая в отеле и проявляя личную заботу об их благополучии. Это “внимание” призвано подготовить почву для предстоящих деловых переговоров — является частью “предварительно-испытательного общения”. Немцы часто отклоняют подобное внимание не только в тех случаях, когда они из-за этого вынуждены жертвовать своими выходными, но прежде всего из принципиальных соображений. Для другой страны в этом процессе имеет значение, что отсутствие или недостаток “оказания внимания и уважения” надо понимать как следствие культурно обусловленных различий.

Универсального “нормального поведения” не существует. Правила культуры, к которой мы принадлежим, также относительны и не имеют универсальной значимости. Чтобы понять поведение представителя другой культуры, надо задать себе вопрос: традиционно ли его поведение для этой культуры? Абсолютной мировой культуры не будет никогда, а будет существовать потребность в большей открытости по отношению к различным культурам.

Культура — это ключ к духовной инновации, коммуникации, интеллектуальному вызову, ко всем формам общения. Диалог культур предполагает взаимную готовность учиться. Он требует внимательных слушателей и может функционировать лишь тогда, когда исходят из того, что и другая сторона может быть правой.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

Т.Н. Федорева

ГрГУ, Гродно

В наше время типологически различные “культуры” сосуществуют в одном временном и духовном пространстве. “Культуры различных стран Европы, Азии и Америки концентрируются в нашем сознании. Диалог различных культур оказывается реальным феноменом повседневного бытия современного человека” (Библер В.С., Культура. Диалог культур: опыт определения // Вопросы философии. — 1989. — №6).

Процессы интеграции отдельных государств (возможно даже не являющихся соседями) неизбежно ведут к интеграции культур этих народов, что находит прямое отражение в такой важной области человеческой деятельности, как образование.

Гуманитаризация и демократизация нашего образования требует усиления гуманитарной и практической направленности учебных дисциплин, включения в их содержание материалов, помогающих обучающимся освоить ценности общества и культуру, в которой они живут, способы самоопределения в них.

Знакомство с культурой других стран содействует пробуждению познавательной мотивации, при этом процесс обучения становится гораздо более эффективным. И здесь особая роль отводится изучению и преподаванию иностранных языков.

Последние годы прошлого столетия радикально изменили отношение к социокультурному контексту при изучении языков международного общения, что, конечно, привело к появлению новых потребностей в соизучении языков и культур.

Культуроведческое наполнение образования средствами иностранного языка становится необходимостью. Культуроведческие знания и умения, которыми овладевает обучаемый при изучении иностранных языков, могут реально способствовать обогащению его социокультурного мировидения и, подготовить его к исполнению роли культурного посредника в межкультурном общении. Речевые партнеры, принадлежащие к разным культурным сообществам, к разным геополитическим, континентальным, религиозным, национальным сообществам, могут и отличаются друг от друга в отношении ценностно ориентированного мировоззрения, образа и стиля жизни, моделей речевого и неречевого общения. Поэтому роль, которая отводится социокультурному компоненту содержания обучения, очевидна.

Широко известные западные модели коммуникативной компетенции (Bachman L., 1990; Canale M and Swain M., 1980) считают социокультурный компонент обязательной частью социолингвистической компетенции. Очевидно, что знание норм поведения, ценностей, правил культуры общения совершенно необходимо для выбора верного речевого регистра.

Невладение социокультурной компетенцией, отсутствие навыков по восполнению информационных пробелов могут оказаться решающими факторами при общении с носителями языка и культуры. В наше время роль социокультурной компетенции особенно важна, если учесть количество молодежи, которая хочет учиться или работать в стране изучаемого языка.

Знания культуры придают уверенность всем владеющим иностранным языком, дают возможность быть полноправным участником межкультурной коммуникации, что предполагает понимание подстрочного смысла и различной окраски высказывания, правильную интерпретацию культурных, исторических эпизодов и реалий при чтении газет, журналов и другой литературы, при просмотре фильмов и телепрограмм; знание стихов из детской книжки “Рифмы Матушки Гусыни”, которую знает любой англичанин с самого детства, а цитаты из ко-