

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА»

Факультет филологический  
Кафедра общего и русского языкознания

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой

11 ноября 20 16г.

СОГЛАСОВАНО  
Декан факультета

11 ноября 20 16г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА  
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

для специальности (направление специальности)

1-21 05 02-04 Русская филология (русский язык как иностранный)

Составитель: Е.Н. Горегляд

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета  
17.06.2016 г., протокол № 6

УДК [008:316.77+81](075.8)  
ББК 71.045я73+81.006.3я73  
Т33

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 5 от 25.05.2016 г.

Составитель: доцент кафедры общего и русского языкознания ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат филологических наук **Е.Н. Горегляд**

**Р е ц е н з е н т ы :**

доцент кафедры английской филологии БГУ,  
кандидат филологических наук *О.Н. Кулиева*;  
доцент кафедры белорусского языкознания ВГУ имени П.М. Машерова,  
кандидат филологических наук *Г.А. Артёмёнок*

**Т33 Теория и практика межкультурной коммуникации для специальности (направление специальности) 1-21 05 02-04 Русская филология (русский язык как иностранный) : учебно-методический комплекс по учебной дисциплине / сост. Е.Н. Горегляд. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2016. – 120 с.**

ISBN 978-985-517-576-5.

В настоящем издании нашли отражение основные темы названного курса, представленные в виде заданий для аудиторных занятий и индивидуальной работы по курсу «Теория и практика межкультурной коммуникации».

Учебно-методический комплекс предназначен для студентов дневной формы обучения филологического факультета.

УДК [008:316.77+81](075.8)  
ББК 71.045я73 + 81.006.3я73

ISBN 978-985-517-576-5

© ВГУ имени П.М. Машерова, 2016

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА</b> .....	4
<b>ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЗАНЯТИЙ</b> .....	6
<b>ЛЕКЦИОННЫЙ БЛОК</b> .....	8
ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. ПОНЯТИЯ «КОММУНИКАЦИЯ» И «ОБЩЕНИЕ» .....	8
ТЕОРИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК НАУКА. ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ТЕОРИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	17
КУЛЬТУРА В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ..	30
ПРОБЛЕМА ПОНИМАНИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	44
ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ. ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ .....	50
НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЕЕ СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА .....	59
ПРОЦЕСС ОСВОЕНИЯ ЧУЖОЙ КУЛЬТУРЫ. МОДЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ЧУЖОЙ КУЛЬТУРЫ М. БЕННЕТА .....	70
<b>БЛОК ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ</b> .....	83
<b>БЛОК КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ</b> .....	98
<b>КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ</b> .....	113
<b>ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ</b> .....	118

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Курс «Теория и практика межкультурной коммуникации» предназначен для студентов университета, обучающихся по специальностям, в учебном плане которых предусмотрено его изучение.

**Основная цель преподавания курса** – формирование и систематизация знаний, позволяющих расширить представления студентов о сущности явлений процессов межкультурной коммуникации, усовершенствование профессиональной подготовки студентов-филологов.

**Задачи** изучения курса:

- 1) ознакомить студентов с научными основами теории коммуникации;
- 2) рассмотреть коммуникацию как объект изучения филологии и показать место теории коммуникации в системе гуманитарного (и в особенности филологического) знания;
- 3) развить аналитические способности обучаемых и умение самостоятельного научного поиска;
- 4) обучить слушателей сопоставлять данные лингвистики, психологии, психолингвистики, этнолингвистики, философии языка и других наук для осознания ими междисциплинарной парадигмы теории межкультурной коммуникации;

В ходе изучения курса студенты должны **знать**:

- различные школы и направления коммуникативистики;
- основные правила эффективной межкультурной коммуникации;
- критерии успешности межкультурного общения и пути его оптимизации;

**уметь**:

- применять на практике принципы межкультурной толерантности;
- использовать навыками анализа и эмпирических исследований в сфере межкультурных коммуникаций;
- грамотно структурировать коммуникативную деятельность в различных сферах,
- осмысливать различные теории изучаемой науки и подходы к ней с целью выработки соответствующих готовностей применять приобретенные в курсе знания при решении конкретных теоретических и прикладных задач в сфере своей профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины формируются следующие **компетенции**:

## **1. Академические компетенции (АК):**

- владение междисциплинарным подходом при решении проблем (АК-6);
- обладание навыками устной и письменной коммуникации (АК-8).

## **2. Социально-личностные компетенции (СЛК):**

– умение логично, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики (СЛК-7).

## **3. Профессиональные компетенции (ПК):**

– умение применять различные технологии обучения языку и литературе, русскому языку как иностранному (ПК-2);

– умение осваивать и внедрять в образовательный процесс инновационные образовательные технологии (ПК-3).

Курс «Теория и практика межкультурной коммуникации» является частью общенаучного цикла дисциплин специальности «Русская филология (русский язык как иностранный)» и непосредственно связан с такими дисциплинами, как «Актуальные проблемы языкознания», «Теория перевода», «Общее языкознание».

Форма получения высшего образования – дневная. Курс рассчитан на 76 часов, из них 34 аудиторных: 20 лекционных часов и 14 часов для практических занятий в 5-ом семестре. Итоговый контроль уровня сформированных знаний проводится в форме зачета.

Материал учебно-методического комплекса организован в соответствии с типовым учебным планом по специальности 1-21 05 02-04 Русская филология (русский язык как иностранный) для учебной дисциплины «Теория и практика межкультурной коммуникации». Ключевые тематические блоки вынесены на теоретическое осмысление и индивидуальную проработку, которая может осуществляться как в рамках аудиторных занятий, так и во внеаудиторное время, предназначенное для самостоятельной подготовки. Практический раздел учебно-методического комплекса содержит материалы для проведения практических занятий и содержит систему заданий, призванных способствовать выработке устойчивых практических навыков и умений анализа теоретического материала. Раздел контроля знаний формируют материалы текущей аттестации, позволяющие определить соответствие результатов учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов высшего образования.

# ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЗАНЯТИЙ

## Наименование тем, их содержание

1. **Основы теории коммуникации. Понятия «коммуникация» и «общение».** Законы и категории теории коммуникации. Методы и функции теории коммуникации. Разновидности коммуникации: межличностная, социальная, массовая. Типы, формы, модели коммуникации. Коммуникативный процесс: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание, использование информации. Общение как коммуникативный процесс.

2. **Теория межкультурной коммуникации как наука. Объект и предмет теории межкультурной коммуникации.** Основы дисциплины. Основные понятия теории межкультурной коммуникации. Структура и виды межкультурной коммуникации. Уровни, формы и характер межкультурной коммуникации. Детерминанты в межкультурной коммуникации.

3. **Культура в аспекте межкультурной коммуникации.** Культура и коммуникация. Культура и поведение. Культурные нормы и культурные ценности. Сходства и различия культур. Типология культур. Базовые категории культуры. Система культурных ценностей. Этнический, национальный и цивилизационный уровни культуры. Элитарная, народная и массовая культура.

4. **Проблема понимания в межкультурной коммуникации.** Природа человеческого восприятия и его механизмы (идентификация и интерпретация). Культурная обусловленность восприятия. Ценности и ценностные ориентации. Культура и коммуникация: низко- и высококонтекстуальные культуры (классификация Э. Холла).

5. **Лингвокультурные аспекты межкультурной коммуникации. Вербальная коммуникация.** Вербальный язык как функция межкультурной коммуникации. Язык как источник национально-культурной информации. Культурная обусловленность значения. Проблема значения в межкультурной коммуникации. Гипотеза лингвистической относительности Сэпира-Уорфа. Языковая картина мира.

6. **Невербальная коммуникация, её сущность и специфика.** Элементы невербальной коммуникации в различных культурах. Функции невербальной коммуникации (повторение, дополнение, замещение, регулирование). Кинесика. Сенсорика. Такесика. Проксемика. Хронемика. Связь невербального языка и культуры. Паравербальная коммуникация. Место и роль символа в системе невербальных средств межкультурной коммуникации.

7. **Процесс освоения чужой культуры. Модель освоения чужой культуры М. Беннета.** Понятия «свой» и «чужой». Этнокультурные проблемы идентификации личности в современном многонациональном обществе. Аккультурация как процесс освоения чужой культуры. Понятие культурного шока и его признаки. Социализация и инкультурация. Межкультурные конфликты и пути их преодоления.

# ЛЕКЦИОННЫЙ БЛОК

## ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. ПОНЯТИЯ «КОММУНИКАЦИЯ» И «ОБЩЕНИЕ»



Существующее множество определений понятия «коммуникация» свидетельствует о его многосторонности.

*Чарльз Хортон Кули*, американский социальный психолог: коммуникация – механизм, посредством которого обеспечивается существование и развитие человеческих отношений; включает в себя все мыслительные символы, средства их передачи в пространстве и сохранения во времени.

*А.Д. Урсул*, доктор философских наук, профессор: коммуникация – обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать.

*Колин Черри*, видный английский ученый в области общей теории связи, кибернетики и психологии: коммуникация (в широком смысле) – социальное объединение индивидов с помощью языка или знаков, установление общезначимых наборов правил для различной целенаправленной деятельности.

*М.С. Каган*, советский и российский философ и культуролог, специалист в области философии и истории культуры, теории ценности, истории и теории эстетики, доктор философских наук, профессор: коммуникация есть информационная связь субъекта с тем или иным объектом – человеком, животным, машиной.

*Тамотсу Шибутани*, американский ученый, профессор Калифорнийского университета: коммуникация – это прежде всего способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей... Коммуникация – это такой обмен, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможной координацию действий большой сложности.

*Пол Смит, Крис Бэрри, Алан Пулфорд*: коммуникация – это акт отправления информации от мозга одного человека к мозгу другого человека.

*Дэвид Льюис*: коммуникация (биол.) – это передача сигналов между организмами или частями одного организма, когда отбор благоприятствует продуцированию и восприятию сигналов. В процессе коммуникации происходит изменение информации и взаимная адаптация субъектов.



А.Б. Зверинцев, А.П. Панфилова: коммуникация – специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

В понятии «коммуникация» можно условно выделить следующие основные значения:

1) *универсальное*, при котором коммуникация рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира;

2) *техническое*, соответствующее представлению о коммуникации как о пути сообщения, связи одного места с другим, средствах передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое;

3) *биологическое*, широко используемое при исследованиях сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т.д.;

4) *социальное*, используемое для обозначения и характеристики многообразных связей и отношений, возникающих в человеческом обществе. В данном случае речь идет о социальной коммуникации – коммуникационных процессах в обществе. Теория коммуникации чаще всего обращается именно к этому значению коммуникации как к специфической форме взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, осуществляющейся при помощи языка и других знаковых систем.

Законы коммуникации действуют при определенных условиях, которые обеспечивают информационный обмен. Эти законы-условия состоят в следующем:

1) должно быть не менее двух сторон – участников коммуникационного взаимодействия (адресант и адресат, коммуникатор и коммуникант, оратор и слушатель и т.п.);

2) всякая коммуникация как информационное взаимодействие основана на принципе обратной связи, являющейся необходимым условием осуществления коммуникативного акта;

3) всякая коммуникация имеет знаковый характер (знаками могут слова, символы, сигналы, предметы, позы, жесты и т.п.);

4) для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего для адресанта и адресата основания в виде системы знаков, или правил приема и передачи, кодирования и декодирования информации (закон минимального основания);

5) коммуникация возможна при несовпадении информационных потенциалов взаимодействующих систем. Это означает, что полное совпадение информационных потенциалов коммуникантов обесценивает какой-либо обмен информацией между ними (закон гетерогенности коммуникативных систем).

Последние два условия имеют большую практическую значимость. Мы чаще всего игнорируем то, что знакомо и привычно, порой не замечаем ту или иную информацию. Чем более редок передаваемый сигнал, тем он более информативен – эта закономерность коммуникации широко ис-

пользуется в практической деятельности профессионалов в рекламе, политическом пиаре и др.

Содержание и предназначение теории коммуникации как специфической области научного знания реализуется в ее функциях. К числу важнейших функций теории коммуникации относятся познавательная, методологическая, прогностическая, практическая.

Познавательная функция предполагает накопление знаний об объекте исследования. С помощью познавательной функции исследователи ищут ответы на следующие вопросы: что представляет собой коммуникативная реальность? Каковы причины тех или иных коммуникативных явлений? Почему различным коммуникативным актам присущи те или иные закономерности?

Методологическая функция теории коммуникации состоит в том, чтобы разработать эффективный способ научного познания коммуникативной реальности и исходные принципы познания для всего комплекса коммуникативных исследований.

Прогностическая функция проявляется в трех направлениях. Во-первых, теория коммуникации позволяет определить ближайшие и отдаленные перспективы развития социальной коммуникации. Во-вторых, создает возможность заблаговременного проведения научных экспертиз разрабатываемых и внедряемых технических систем коммуникации с точки зрения ожидаемых эффектов. В-третьих, обеспечивает моделирование коммуникативных процессов в обществе с целью выявления их последствий и результатов.

Практическая функция позволяет решить такие важные проблемы, как оптимизация процесса коммуникации (выбор канала, объема, скорости передачи информации в различных видах деятельности), разработка практических рекомендаций для достижения наибольшей эффективности в рамках различных стратегий коммуникации и т.д. Прикладной характер теории коммуникации предопределяет ее существенную роль в профессиональной подготовке не только тех, кто непосредственно организует коммуникативные процессы, но и любых специалистов-профессионалов. Вследствие этого теория коммуникации выступает как наука действующая, а не умозрительная.

Метод науки – это совокупность приемов, исследовательских процедур, применяемых для получения научного знания. При исследовании коммуникативных процессов используются общенаучные и частнонаучные методы.

Общенаучные методы – это совокупность исследовательских приемов и процедур, используемых в различных областях научного знания. Это, например, моделирование, системный подход, сравнение.

Частнонаучные методы – совокупность способов, исследовательских приемов и процедур познания, применяемых в той или иной отрасли науки.

Поскольку теория коммуникации представляет собой многоуровневую и чрезвычайно разветвленную систему знания, то в ней используются методы таких наук, как социология, психология, лингвистика, педагогика, а также социальной психологии, социолингвистики и др. Так, для изучения состояния коммуникативных процессов в обществе широко применяются методы социологических исследований: различные виды опросов, интервьюирование, анализ документов. При этом применяются такие *методы анализа собранной первичной информации*, как статистический анализ, группировка и типологизация.

*Герменевтика* как метод истолкования, интерпретации текстов, заимствованный из философии, также используется в изучении коммуникативных процессов.

*Контент-анализ* используется в изучении содержательной стороны информации. Это экспериментальный метод, направленный на изучение деятельности средств массовой информации путем систематической числовой обработки, оценки и интерпретации формы и содержания сообщения информационного источника. Данный метод применяется и в теоретических исследованиях, раскрывающих характер взаимоотношений средств информации и общественных структур (например, роль телевидения в формировании культурно-нравственных основ подрастающего поколения).

*Интеннт-анализ* – метод, с помощью которого изучается проблема целенаправленности вербальной коммуникации. Этот метод исходит из того, что человеческая речь представляет собой преднамеренное действие, т.е. намерение (интенцию) что-либо высказать, связанное с определенным содержанием мысли или чувством, лежит в основе практически каждого речевого акта.

*Метод наблюдения* используется при сборе материала для исследования вербального и невербального взаимодействия. Эффективность этого метода повышается тогда, когда используются технические средства фиксации объектов.

*Метод социометрии* предполагает проведение опроса всех членов группы для установления их отношения друг к другу. Результаты опроса показывают степень сплоченности коллектива и важны с точки зрения изучения межличностной и групповой коммуникации.

Перечисленные выше методы не исчерпывают методологическую базу теории коммуникации, но являются одними из наиболее широко ею используемых. Необходимо учитывать, что нет какого-либо одного метода, который бы позволил глубоко проникнуть в суть изучаемого явления. Методы исследования должны применяться в комплексе.

*Социальная коммуникация* – это коммуникативная деятельность людей, организаций, масс-медиа, которая обусловлена совокупностью социально-значимых ценностей, оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных норм общения, принятых в данном обществе. Она рассматривается

как социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в массовом общении и включает два аспекта: коммуникативно-социальный и социально-психологический.

В данном контексте информация – это содержание, которое передается в процессе коммуникации и, таким образом, является одним из ее элементов. Социальная информация – это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знаний. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп.

Массовая коммуникация – систематическое распространение сообщений, информации с помощью средств массовой коммуникации среди численно больших и рассредоточенных аудиторий с целью информирования, утверждения духовных ценностей и оказания идеологического, политического, экономического, культурного воздействия на мысли, чувства и поведение людей. Субъектами массовой коммуникации являются «социальные группы, реализующие свои потребности, связанные с обеспечением условий собственного существования».

Впервые понятие в 30-е годы XX века сформулировал американский социолог Гарольд Лассуэлл, анализируя язык политической пропаганды. Он определил три функции массовой коммуникации:

1) *информационную* функцию, или обозрение окружающего мира и выявление всего того, что могло бы пошатнуть систему ценностей социальной общности или ее частей;

2) *преобразующую* функцию, или воздействие на общество через обратную связь;

3) *познавательно-культурологическую* функцию, или передачу культурного наследия.

Дэннис Мак Квейл (Амстердамский университет) предложил семь основных характеристик массовой коммуникации:

1) направленность на большие аудитории;

2) открытость, публичный характер;

3) сложная формальная организационная структура;

4) социально-культурная неоднородность аудитории, участвующей в процессе коммуникации;

5) коммуникант, как правило, обладает знанием о социальном статусе коммуникатора;

6) коммуникация выполняет функцию сплочения аудитории вокруг общей цели во имя решения общих задач;

7) одновременный контакт с большим числом людей, удаленных друг от друга и от коммуникатора.

В зависимости от канала распространения информации массовая коммуникация может носить формальный и неформальный характер.

*Формальная* – коммуникация в форме текстов того или иного технического канала массовой коммуникации. *Неформальная* – это в основном устная коммуникация в виде слухов, сплетен, анекдотов, песен, возможно записанных и распечатанных, но циркулирующих вне официально признанного социокультурного цикла.

Массовая коммуникация реализует ряд социальных задач:

- 1) создание и поддержание общей картины мира (дает глобальные знания);
- 2) создание и поддержание картины отдельной общности (конкретные знания);
- 3) социализация членов общества;
- 4) передача из поколения в поколение культурных ценностей;
- 5) предоставление массовой аудитории развлекательной, способствующей релаксации информации.

Межличностная коммуникация понимается как процесс одновременного взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга. Межличностная коммуникация может осуществляться в различных формах, специфика которых определяется числом участников, их социальным статусом, коммуникативной установкой, особенностями пространства и времени коммуникации. Идеальным образцом межличностной коммуникации является неформальная беседа двух человек. Характерными чертами этого вида коммуникации являются частая смена тематики, доминирование одной стороны в силу ее большей активности и подчинение другой, смена коммуникативной установки, возможность вернуться к прежней тематике, необязательность заключительного этапа, так как беседа может быть прервана случайными обстоятельствами. При возникновении формальных ситуаций, как правило, используются только общепринятые нормы коммуникации (нельзя, например, подойти к незнакомому человеку и хлопнуть его по плечу в знак приветствия) и определенная последовательность высказываний.

Межличностная коммуникация протекает как процесс одновременно речевого взаимодействия коммуникантов и их воздействие друг на друга. Неотвратимость и неизбежность межличностной коммуникации объясняются самими условиями человеческого бытия: человек как социальный феномен не смог бы существовать без общения, которое является его важнейшей потребностью. Необратимость межличностной коммуникации понимается как невозможность уничтожить сказанное («слово не воробей»). Непосредственная обратная связь является непременным условием осуществления межличностной коммуникации.

Коммуникативный процесс можно разделить на 5 этапов:

- 1) производство информации (источник);
- 2) мультипликация (кодирование);
- 3) распространение (канал);

- 4) прием (декодирование);
- 5) использование информации (получатель).

Некоторые специалисты выделяют обратную связь как отдельный этап и необходимый атрибут коммуникативного процесса. На каждом этапе передаваемая информация подвергается различным изменениям; кроме того, значение самих этапов в процессе коммуникации неравноценно и может изменяться в зависимости от той ситуации, в которой происходит коммуникация.

Термин *коммуникация* является предельно общим. В переводе с латыни он означает «делать общим, связывать, общаться». Еще в XIX в. коммуникация обычно рассматривалась в ее инженерно-техническом значении как «пути, дороги, средства связи мест» (В.И. Даль), военно-инженерные коммуникации. Введенный в широкий научный оборот в начале XX в. термин обрел социальное звучание, обусловленное его использованием в различных областях социально-гуманитарного знания. Нередко в литературе встречается прямое отождествление понятий «коммуникация» и «социальная коммуникация», некорректное с точки зрения терминологической строгости (поскольку не учитывает технические и биологические аспекты коммуникации), но вполне допустимое в контексте социальных исследований.

При таком отождествлении коммуникации и социальной коммуникации неизбежно возникает проблема соотношения понятий «коммуникация» и «общение». Общение – понятие, давно и прочно утвердившееся в научных дисциплинах социально-гуманитарного цикла – философии, общей и социальной психологии, социологии, педагогике и др. Естественно, возникает проблема, не обозначает ли термин «коммуникация» тот же круг явлений, что и понятие «общение». Данная проблема привлекла внимание многих специалистов. В результате более или менее отчетливо определились следующие подходы к ее разрешению.

Первый подход состоит по существу в отождествлении двух понятий. Его придерживаются многие русские психологи и философы – Л.С. Выготский, В.Н. Курбатов, А.А. Леонтьев и др. В ряде энциклопедических словарей термин «коммуникация» трактуется как «путь сообщения, общение». Аналогичных взглядов придерживаются и такие авторитетные зарубежные ученые, как Т. Парсонс и К. Черри.

Второй подход связан с разделением понятий «коммуникация» и «общение». Именно такую точку зрения высказывает М.С. Каган. Он считает, что коммуникация и общение различаются по крайней мере в двух главных отношениях. Во-первых, «общение имеет и практический, материальный, и духовный, информационный, и практически-духовный характер, тогда как коммуникация ... является чисто информационным процессом – передачей тех или иных сообщений». Во-вторых, они различаются по характеру самой связи вступающих во взаимодействие систем. Коммуникация монологична, общение диалогично.

По-своему различает коммуникацию и общение известный социальный психолог Г.М. Андреева. Полагая, что общение – категория более широкая, нежели коммуникация, она предлагает выделять в структуре общения три взаимосвязанные стороны: коммуникативную, или собственно коммуникацию, которая состоит в обмене информацией между общающимися индивидами; интерактивную, заключающуюся в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями; и перцептивную, представляющую собой процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

В рамках второго подхода свою точку зрения, отличную от предыдущих, высказывает А.В. Соколов. Его позиция состоит в том, что общение – это одна из форм коммуникационной деятельности. В основе выделения этих форм лежат целевые установки партнеров по коммуникации. Нетрудно заметить, что в данном случае коммуникация рассматривается как понятие более широкое, нежели общение.

Очевидно, что соотношение понятий *коммуникация* и *общение* рассматривается в каждом из представленных подходов в зависимости от того содержания, которое в них вкладывается. Поэтому в одних случаях коммуникация выступает лишь как информационная сторона, аспект общения; в других, наоборот, общение выступает формой коммуникации.

Инвариантом большинства определений коммуникации выступает понятие информации или информационного обмена. Общение – также процесс, имеющий ярко выраженный информационный характер. Именно поэтому в зависимости от трактовки информации мы можем получить и различные представления о коммуникации и общении.

Информация (от лат. – разъяснение, изложение) в исконном значении термина – сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом. На основе этого появились следующие смысловые варианты понятия информации:

- сведения о чем-либо, передаваемые людьми;
- сигналы, импульсы, циркулирующие в кибернетических системах;
- количественная мера устранения неопределенности;
- мера организации системы (сложные системы информационно более насыщены, нежели простые);
- отражение разнообразия в любых объектах и процессах живой и неживой природы; информационный обмен возможен лишь в условиях информационного разнообразия и невозможен, когда такое разнообразие отсутствует (независимо от того, каков характер этого разнообразия).

Третий подход к проблеме соотношения указанных понятий основан на понятии информационного обмена. К нему склоняются те, кто считает, что общение обозначает только те процессы обмена информацией, которые представляют собой специфически человеческую деятельность, на-

правленную на установление и поддержание взаимосвязи и взаимодействия между людьми и осуществляются прежде всего вербально, с помощью языка (речи или текста). Все информационные процессы в обществе можно обозначить термином «социальная коммуникация».

Таким образом, самым общим понятием становится «коммуникация» (информационный обмен), менее широким – «социальная коммуникация» (информационный обмен в обществе) и, наконец, наиболее узким, обозначающим особую разновидность «социальной коммуникации», – «общение».

Любой коммуникативный акт осуществляется в рамках определенных пространственно-временных координат. Поэтому к числу базовых категорий теории коммуникации относятся категории коммуникативное пространство и коммуникативное время.

В коммуникативном пространстве реализуются все коммуникативные взаимодействия. Его можно определить как систему многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными агентами коммуникации. Общество создает свое социальное коммуникативное пространство, агентами которого выступают отдельные люди, группы людей (большие и малые), социальные институты.

Многочисленные связи, возникающие между отдельными людьми, людьми и группами, группами и институтами, людьми и институтами и т.д., формируют социальное коммуникативное пространство. Его основными параметрами являются плотность и протяженность. Первый означает, что это пространство неоднородно, его плотность в различных местах неодинакова и зависит от интенсивности и количества взаимодействий. Протяженностью коммуникативного пространства является коммуникативная дистанция. Близкая дистанция означает непосредственный контакт, возникающий в условиях межличностной коммуникации или в коммуникации в малых группах. Напротив, большая дистанция характерна для массовой коммуникации, где обычно непосредственного контакта между источником и получателем информации не существует, а их связь опосредована специальными техническими средствами коммуникации.

Под коммуникативным временем понимается длительность и последовательность самих коммуникативных актов. В настоящее время с помощью современных технических средств решена проблема максимального ускорения прохождения информации от источника до получателя: сегодня можно практически мгновенно передавать информацию в любую точку планеты и даже за ее пределы. Но решение технических проблем не решает человеческих проблем: существуют границы человеческих возможностей получения, восприятия и понимания сообщений в условиях все более сокращающегося коммуникативного времени и все более увеличивающегося объема информации.



# ТЕОРИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК НАУКА. ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ТЕОРИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ



Понятие «межкультурная коммуникация» впервые было сформулировано в 1954 г. в работе Георга Трейгера и Эдварда Холла «Культура и коммуникация. Модель анализа». Здесь под межкультурной коммуникацией понималась идеальная цель, к которой должен стремиться человек в своем желании как можно эффективнее адаптироваться к окружающему миру. **«Культура – это коммуникация» – тезис основателя теории межкультурной коммуникации Э. Холла.**

В 50–60-е годы XX в. теоретики межкультурной коммуникации взяли на вооружение разработанную американским психологом, основателем гуманистической психологии Абрахамом Харольдом Маслоу (1908–1970) теорию мотивации, построенную на вере в неограниченные творческие возможности человека, его способности к культурному самоопределению. Практические разработки методов межкультурной коммуникации были предложены Э. Стюартом, Г. Триандисом. В 70-х годах XX века в американских высших учебных заведениях начали преподаваться курсы межкультурного обучения. В США получили развитие два основных направления исследований межкультурной коммуникации – это интернациональная межкультурная коммуникация и внутренняя межэтническая коммуникация.

Современное мировое сообщество охвачено процессом глобализации. Культуры при этом теряют своеобразие и замкнутость. Положительным результатом процесса глобализации стала возможность общения с представителями разных культур.

Межкультурное общение осуществляется на различных уровнях: государственном, экономическом, политическом, религиозном, личностном, что непременно приводит к необходимости выработки коммуникативных стратегий. **Межкультурная коммуникация представляет собой особую форму диалога или полилога представителей различных культур; в ходе взаимодействия происходит обмен культурными ценностями.** В качестве межкультурных рассматриваются все отношения, участники которых, используя собственный языковой код, обычаи, традиции и установки, одновременно пытаются учитывать и иной языковой код, иные традиции, иные правила общения.

Межкультурная коммуникация выполняет свою генеральную функцию с помощью следующих средств:

1) создания и поддержания «картины мира» (сообщение о фактах, событиях, идеологической ориентации, о политическом значении тех или иных явлений во внешней для данной общности среде);

2) создания «картины общностей» (сообщение о фактах и событиях, социальных ориентациях, касающихся изменений, происходящих внутри этнических сообществ);

3) трансляции ценностей культуры, осуществляемой в двух видах – как диахронный и синхронный процессы.

Основными понятиями теории межкультурной коммуникации являются *язык, культура, коммуникация, языковое сознание*.

**ЯЗЫК.** Речь идет о языке вообще, едином человеческом языке и о языке как *«реально существующей знаковой системе, используемой в некотором социуме в некоторое время и в некотором пространстве»* (А.Е. Кибрик). Глобально языком может быть любая знаковая система (язык музыки, архитектуры, цифр и т.д.).

**КУЛЬТУРА.** По данным некоторых исследователей, количество определений данного термина измеряется четырехзначными числами. Один из подходов к определению культуры – перечисление составляющих ее компонентов (знания, верования, искусство, нравственность, обычаи, законы и т.д.). На основании теории Ю.Лотмана, Э. Бенвениста и др. можно дать следующее определение: *культура – определенная форма общественного бытия людей, форма присвоения личностью коллективного опыта*.

В культуре можно выделить *универсальное* и *национальное*, т.е. существуют общечеловеческие черты культуры, но сама она выступает в конкретных этнических формах. В реальной жизни мы имеем дело с русской культурой, китайской, французской и др. национальными культурами.

Основными чертами культуры являются:

а) системность;

б) кумулятивность (Ю.Лотман: культура есть память);

в) знаковый характер (символична);

г) коммуникативность.

Язык и культура тесно взаимосвязаны, что определено ещё со времен В. фон Гумбольдта. Язык не может существовать вне культуры, как и культура без языка. Он может быть продуктом культуры, частью культуры, условием культуры. Британский философ А. Уайтхед сказал: «Человеческая цивилизация есть продукт языка, а язык есть продукт развивающейся цивилизации».

В зарубежной и отечественной культурологии существует несколько концепций трактовки культуры – антропологическая, социологическая, историческая, нормативная, психологическая, дидактическая, аксиологиче-

ская и мн. др. В контексте проблемы межкультурных коммуникаций представляется возможным использовать аксиологическую трактовку культуры как *совокупности духовных и материальных ценностей, создаваемых людьми*. Также культура определяется как *полный перечень созданных людьми достижений, способ и содержание жизнедеятельности людей*.

Несмотря на свою очевидную реальность, культура предстает в некотором смысле абстрактным понятием. В действительности она существует только в виде множества культур разных эпох и регионов, каждая из которых обладает собственной структурой, объединяющей религию, ценности, нравственные установки, мировоззренческие представления, материальные артефакты, в совокупности определяющие менталитет и модель поведения представителя культуры.

**КОММУНИКАЦИЯ.** Разные лингвисты к коммуникации подходят как к динамическому феномену, находящемуся в постоянной эволюции, обусловленному творческой активностью говорящего, хотя в структуралистском подходе коммуникация рассматривается как использование заранее заданных моделей, структур, конструкций из фиксированных единиц. Но информация остается неизменной на выходе только в искусственных системах. При реальном общении языковых личностей происходит процесс взаимодействия и взаимокорректировки коммуникантов.

Выделяют несколько видов коммуникации:

- *ритуальная* (сравните формулы приветствия, прощания и др. в русском и в английском языках);
- *монологическая* (нет пересечения коммуникативных пространств говорящих, каждый лишь заявляет о своей позиции, не воздействуя на сознание собеседника; классический пример – спор А. Базарова и П. Кирсанова);
- *диалогическая* (идет взаимодействие, «подстройка» под собеседника, проверка понимания и т.д.).

Чтобы взаимодействие осуществлялось, необходимо пересечение индивидуальных когнитивных пространств общающихся; и чем больше зона такого пересечения, тем успешнее будет коммуникация. Естественно, познания разных членов общества различны, но индивидуальные когнитивные пространства никогда не могут полностью отличаться, всегда есть общие «зоны». У говорящего и слушающего тоже должна быть зона пересечения пространств. Это обеспечивается, например, принадлежностью к одному обществу, одной культуре, общей истории, общей системе образования и т.д.

Элементы речевой коммуникации: адресант – контакт – сообщение – код – адресат.

Понятие кода является одним из ключевых для теории коммуникации. «Культурный код» – совокупность знаков, символов, смыслов и их комбинаций, которые заключены в любом предмете деятельности челове-

ка. Кодирование представляет собой перевод одной знаковой системы в другую с помощью внутреннего или внешнего кода, существующего в вербальной и невербальной формах. Каждый элемент культуры обладает своим культурным кодом и может быть понят только через декодирование информации.

В качестве внешних кодов могут выступать вербальные знаки, паралингвистические средства, жестикуляция, мимика, пантомимика (язык тела), проксемика (физическая дистанция), социальная дистанция, одежда, такесика (прикосновения). Профессор Б.С. Ерасов относит к культурному коду также архитектуру, дизайн интерьера, артефакты, графическую символику, художественные и другие формы (танцы, парады и т.п.), запахи, цвета, вкусовые предпочтения; сигналы, применяемые полицией, водителями, и даже тишину.

Для успешной коммуникации необходимо, чтобы отправитель и получатель информации пользовались одним и тем же или сходными кодами. Чем больше общих элементов содержат коды собеседников, тем больше вероятность взаимопонимания между ними. Культурный код включает как культурный, так и языковой аспект коммуникации.

Культурно-языковой код тесно связан с менталитетом и национальным характером своего носителя и оказывает влияние на отбор и способ предоставления информации, что фактически кодируется в языковом знаке.

Доказано, что этнические сознания серьезно отличаются друг от друга, но эти различия могут определяться не языком, а социокультурными условиями. Это проявляется и в практике преподавания иностранного языка в различной аудитории. В американской аудитории хорошо принимаются игровые упражнения, соревновательные задания, но хуже – *дриллз* (от англ. drill – упражнение, тренировка; вид тренировочных упражнений, направленных на закрепление вводимого лексико-грамматического материала и автоматизацию его использования; относится к числу механических упражнений), у японцев – все наоборот. Дети, родившиеся в Израиле в семьях из Западной Европы и Америки, Восточной Европы и считающие родным языком иврит, обнаруживают различия в когнитивном стиле, что требует различной стратегии обучения. Английская речь школьников-афроамериканцев отличается способом нарративности. Так, белые дети строят рассказ о проведенном выходном как последовательное описание событий, линейно расположенных во времени, или строят его по степени значимости событий; структура рассказа на ту же тему негритянских детей напоминает круги, расходящиеся по воде от брошенного камня, нередко «перескакивание» с одного предмета речи на другой по ассоциации.

В последнее время появились исследования, которые доказывают, что языковые категории влияют на восприятие пространства, времени, себя и других людей.

**ЯЗЫКОВОЕ СОЗНАНИЕ** – это такой уровень сознания, на котором образы, представления, мыслительные структуры обретают языковое оформление.

Говоря о русском, английском, немецком, французском и т.д. языковом сознании, мы неизбежно должны рассматривать определенную общность *языковых личностей*, сознание каждой из которой обладает собственным, индивидуальным бытием. Существует лингвокультурное сообщество (ЛКС), которое объединяет индивидов с общей культурой и общим языком. Л.Толстой писал, что «язык является основным, ярчайшим и устойчивым показателем этноса».

Языковое сознание, как коллективное сознание определенного лингвокультурного сообщества, очевидно и доступно наблюдению, когда опосредуется конкретной языковой личностью (в ее речевой деятельности). Термин «языковая личность», введенный Ю.Н. Карауловым в 80-е годы XX века, в настоящее время широко применяется в лингвистике. Языковая личность рассматривается как «многослойный и многокомпонентный набор языковых способностей, умений, готовностей к осуществлению речевых поступков разной степени сложности, поступков, которые классифицируются, с одной стороны, по видам речевой деятельности (аудирование, говорение, чтение, письмо), а с другой – по уровням языка...» Ю.Н. Караулов предложил структуру языковой личности из трех уровней:

- 1) *вербально-семантического* (нормативное владение естественным языком);
- 2) *когнитивного* (систематизированная «картина мира», отражающая систему ценностей, идей, концептов, представлений);
- 3) *прагматического* (цели, мотивы, интересы, установки).

В зависимости от способов, приемов и стилей общения принято выделять три основных вида межкультурной коммуникации: вербальную, невербальную и паравербальную.

Под *вербальной коммуникацией* понимается языковое общение, выражающееся в обмене мыслями, информацией, эмоциональными переживаниями собеседников. Вербальная коммуникация, как считают специалисты по теории коммуникации, может проходить преимущественно в форме диалога или монолога.

*Невербальная коммуникация*. Под ней в науке понимается совокупность неязыковых средств, символов и знаков, используемых для передачи информации и сообщений в процессе общения. В основе невербальной коммуникации лежат два источника – биологический и социальный, врожденный и приобретенный в ходе социального опыта человека.

*Паравербальная коммуникация*. Использует паравербальные средства – совокупность звуковых сигналов, сопровождающих устную речь, привнося в нее дополнительные значения. Смысл высказывания может меняться в зави-

симости от того, какая интонация, ритм, тембр, фразовые и логические ударения были использованы для его передачи. Все эти звуковые элементы передачи информации получили название паралингвистических средств. Исследователи выделяют следующие акустические средства, сопровождающие, дополняющие и замещающие звуки речи: темп, высота, громкость, скорость, ритмичность, паузы, интонацию, покашливание, вздохи, тембр и др.

Межкультурная коммуникация – необходимая предпосылка функционирования и развития культуры. Она обеспечивает информационную связь между социальными группами и общностями во времени и пространстве, делает возможным накопление и передачу социокультурного опыта, организацию и координацию совместной деятельности людей, трансляцию идей, знаний и ценностей.

В межкультурной коммуникации выделяют уровни макрокультуры и микрокультуры, в рамках которых происходят коммуникативные процессы. В межкультурном общении на уровне макрокультуры наибольшей популярностью пользуется разделение на восточный и западный типы культуры.

На уровне микрокультуры выделяют несколько типов межкультурной коммуникации:

– *межэтническая* – общение между лицами, представляющими разные народы (этнические группы). Чаще всего общество состоит из различных по численности этнических групп, которые создают и разделяют свои субкультуры. Свое культурное наследие этнические группы передают от поколения к поколению, и благодаря этому они сохраняют свою идентичность среди доминирующей культуры. Совместное существование в рамках одного общества естественно приводит к взаимному общению этих этнических групп и обмену культурными достижениями;

– *контркультурная* происходит между представителями материнской культуры и дочерней субкультуры и выражается в несогласии дочерней субкультуры с ценностями и идеалами материнской. Характерной особенностью этого уровня коммуникации является отказ субкультурных групп от ценностей доминирующей культуры и выдвижение своих собственных норм и правил, противопоставляющих их ценностям большинства;

– *коммуникация среди социальных классов и групп* основывается на различиях между социальными группами и классами того или иного общества. В мире нет ни одного социально однородного общества. Все различия между людьми возникают в результате их происхождения, образования, профессии, социального статуса и т.д. Во всех странах мира расстояние между элитой и большинством населения, между богатыми и бедными довольно велико. Оно выражается в противоположных взглядах, обычаях, традициях и др. Несмотря на то что все эти люди принадлежат к одной культуре, подобные различия делят их на субкультуры, что отражается на коммуникации между ними;

– *демографическая* – коммуникация между представителями различных демографических групп – между мужчинами и женщинами, между представителями разных поколений;

– *межрелигиозная* – коммуникация между представителями различных религиозных групп;

– *коммуникация между городскими и сельскими группами* основывается на различиях между городом и деревней в стиле и темпе жизни, в общем уровне образования, ином типе межличностных отношений, разной «жизненной философии», которые прямым образом сказываются на процессе коммуникации между этими группами населения;

– *региональная* – возникает между жителями различных местностей, поведение которых в одинаковой ситуации может значительно отличаться. Примером может быть общение жителей Москвы с представителями Санкт-Петербурга. Москвичей отталкивает нарочито-интеллигентный стиль общения жителей Санкт-Петербурга, который они считают неискренним. А жители Санкт-Петербурга воспринимают прямой и свободный стиль общения своего соседа как грубость и необразованность;

– *коммуникация в деловой культуре (межкорпоративной)* возникает из-за того, что каждая организация располагает рядом специфических обычаев и правил, связанных с корпоративной культурой, и при контакте представителей разных предприятий может возникнуть непонимание.

Итак, общей характерной чертой всех уровней и видов межкультурной коммуникации является неосознанность культурных различий ее участниками. Дело в том, что большинство людей в своем восприятии мира придерживаются наивного реализма. Им кажется, что их стиль и образ жизни является единственно возможным и правильным, что ценности, на которые они ориентируются, одинаково понятны и доступны всем людям. И только сталкиваясь с представителями других культур, обнаруживая, что привычные модели поведения перестают работать, обычный человек начинает задумываться о причинах своей неудачи.

В процессе межкультурной коммуникации каждый человек одновременно решает две важнейшие проблемы: стремится сохранить свою культурную идентичность и включиться в чужую культуру. Комбинация возможных вариантов решения этих проблем определяет четыре основные формы межкультурной коммуникации: прямую, косвенную, опосредованную и неопосредованную.

При *прямой коммуникации* информация адресована непосредственно от отправителя к получателю. Она может осуществляться как в устной, так и в письменной форме. В прямой коммуникации наибольший эффект достигается посредством устной речи, сочетающей в себе вербальные и невербальные средства.

В *косвенной коммуникации*, которая носит преимущественно односторонний характер, информационными источниками являются произведения

литературы и искусства, сообщения радио, телевизионные передачи, публикации в газетах и журналах и т.п.

*Непосредованная и опосредованная формы* коммуникации различаются наличием или отсутствием промежуточного звена, выступающего в роли посредника между партнерами. В качестве посредника может выступать человек, техническое средство. Коммуникация, опосредованная техническими средствами, может быть прямой (разговор по телефону); при этом только сокращается возможность использования невербальных средств.

## **ДЕТЕРМИНАНТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В зависимости от сочетания и значения того или иного фактора в каждой социокультурной группе формируются свои ценностные ориентации (детерминанты), выражающиеся в специфическом отношении к природе, времени, пространству, характеру общения, характеру аргументации входе общения, личной свободе индивида, природе самого человека.

1. Отношение к природе. Здесь возможны три варианта:

- а) природа воспринимается как контролируемая человеком;
- б) природа воспринимается как находящаяся в гармонии с ним;
- в) природа воспринимается как ограничивающая его.

В зависимости от варианта отношения к природе поведенческие реакции людей располагаются в диапазоне от свободного волеизъявления до фатализма. Например, в индустриальных странах доминирует первый вариант, когда человек властвует над природой, которая находится в его распоряжении. Поведение человека в таких культурах основывается на убеждении, что человеку все подвластно, все его пожелания могут быть исполнены, если приложить к этому достаточно усилий. При варианте гармонии с природой не отмечаются различия между жизнью человека и природой, все поступки и виды деятельности осуществляются в соответствии с природой. Такого рода поведение характерно для японской и китайской культур. В варианте подчинения человека природе любые события воспринимаются как неизбежные, а поведение людей определяется такого рода событиями. Представители третьего типа редко дают обещания, но если нарушают заранее разработанные планы, то эти нарушения воспринимаются как неизбежные, не подлежащие и не поддающиеся контролю. Такое отношение к природе характерно для культуры американских индейцев, а также культур народов с натуральным ведением хозяйства.

2. Отношение ко времени. Каждая культура имеет свой язык времени, который необходимо выучить, прежде чем на нем общаться. По критерию отношения к времени можно определить культурную направленность человеческой жизни, которая может быть ориентирована в прошлое, настоящее и будущее. Представители каждой культуры могут использовать все три возможности ориентирования во времени, но при этом какая-то



одна из них преобладает. Как правило, при взаимодействии ни один контакт между людьми, принадлежащими к различным временным системам, не обходится без стресса. Здесь важно помнить, что на поступки людей из другой системы времени нельзя реагировать точно так же, как на такие же поступки людей из своей временной системы. Многие вещи имеют иногда противоположное значение.

Так, если западная культура четко измеряет время и опоздание в ней рассматривается как провинность, то у арабов, в Латинской Америке и в некоторых странах Азии опоздание никого не удивит. Более того, для нормального и эффективного общения там принято потратить какое-то время на произвольные беседы, не проявляя поспешности, которая может стать причиной культурного конфликта.

В культурах с преобладающей ориентацией на прошлое главное внимание уделяется традициям, тесным родственным и семейным связям. Этот тип культуры позволяет фокусироваться на нескольких действиях одновременно, не всегда следовать запланированным срокам, изменять планы, заниматься делами по мере возможности, часто медленно, поскольку время воспринимается как неисчерпаемый ресурс, который никогда не кончается. Характерными чертами данных культур являются привычки опаздывать и изменять сроки выполнения заданий без извинений и указания причин, попытки решить несколько проблем одновременно, воздержанность от твердых обязательств или четко оговоренных сроков.

Практическим примером того, как обходятся со временем в разных культурах, служит отношение людей к пунктуальности. Во многих странах пунктуальности придается большое значение. Например, в Германии, Швейцарии и некоторых других странах Европы, а также в Северной Америке обычно требуется своевременное появление собеседника. Причем существует определенная «шкала» опозданий, и для каждой ступени этой шкалы предусматривается подходящая форма извинения. Так, неписанные правила делового этикета европейских культур позволяют опаздывать на встречу не больше чем на 7 минут. Большее опоздание является демонстрацией собственной несерьезности, а опоздание на 11 минут грозит потерей доверия партнера.

Ориентация на настоящее проявляется в культурах, где люди не интересуются прошлым, а будущее для них неопределенно и непредсказуемо. В таких культурах время фиксировано, люди пунктуальны, ценится соответствие планов и результатов. События происходят быстро, ибо время конечно, необратимо и поэтому очень ценно.

**3. Отношение к пространству.** Каждому человеку для его нормального существования необходим определенный объем пространства вокруг него, которое он считает своим личным пространством. Размеры этого пространства зависят от степени близости с теми или иными людьми, от принятых в данной культуре форм общения, от вида деятельности и т. д.

В соответствии с параметром отношения к пространству культуры подразделяются на те, в которых преобладающая роль принадлежит:

- а) общественному пространству;
- б) личному пространству.

Для культур первого типа характерно небольшое расстояние между индивидами в процессе общения, совместное проживание в одной комнате, отсутствие личных офисов на рабочих местах и т.д. Для представителей таких культур считается нормальным осмотреть личные вещи других людей, прочитать любые открытые тексты в чужих помещениях, заглянуть в гости к друзьям без предупреждения.

В культурах второго типа между близкими людьми допустимы прикосновения, которые носят сугубо ритуальный характер; как правило, члены семьи имеют отдельные комнаты, а на работе все сотрудники – отдельные офисы, прочтение какого-либо текста, предназначенного для другого лица, расценивается как грубый поступок, визиты заранее согласовываются, поскольку появление без предупреждения рассматривается как вторжение в личное пространство.

Чувства личного пространства люди интуитивно придерживаются при общении с представителями своей культуры, что, как правило, не создает проблем для коммуникации. Однако при разговоре с представителями других культур дистанция общения создает такие проблемы, поскольку отношение к пространству в каждой культуре обусловлено ее особенностями и может ошибочно пониматься представителями другой культуры. Дело в том, что большинство людей воспринимает пространство не только глазами, но и всеми остальными органами чувств. Начиная с детства, человек усваивает значение пространственных сигналов и в рамках собственной культуры может их безошибочно узнавать. Однако при общении с представителями других культур органы чувств человека не в состоянии точно истолковать незнакомые пространственные сигналы, что может стать причиной непонимания или конфликта.

Реакция людей на одни и те же пространственные сигналы почти всегда различается в разных культурах. В тех странах, где люди довольствуются относительно небольшим личным пространством, толчея на улице воспринимается как нормальное явление. В этих культурах люди не боятся прямых физических контактов. Это культуры Италии, Испании, Франции, России, стран Ближнего Востока и др. В культурах североевропейских стран, Германии, США, люди, наоборот, максимально стремятся избежать близких дистанций или прикосновений. Динамика движений и личная дистанция при разговоре являются неотъемлемой частью процесса коммуникации. Так, латиноамериканцы и европейцы в обычной обстановке разговаривают на разных расстояниях, но при общении друг с другом латиноамериканцы будут стараться оказаться на привычном для них расстоянии, а европейцем это стремление будет воспринято как вторжение в его личное пространство, и он

постарается отодвинуться. В ответ латиноамериканец постарается приблизиться вновь, что европеец расценит как проявление агрессии.

Пространственный фактор в коммуникации может также служить для выражения отношений господства / подчинения. Однако в каждой культуре приняты разные сигналы, выражающие отношения во власти. Например, в Германии и США верхние этажи офисов обычно предназначены для руководящих сотрудников фирмы или отдела. При этом угловые офисы с наиболее широким обзором занимают, как правило, главные менеджеры или владельцы фирм. В России руководящие сотрудники стараются избегать верхних этажей, предпочитая размещать свои офисы на средних этажах здания. Похожая картина наблюдается и во Франции. Это объясняют тем, что власть и контроль в этих странах обычно исходят из центра.

4. Отношение к общению. По этому критерию страны подразделяются на низкоконтекстуальные и высококонтекстуальные.

Характер и результаты процесса коммуникации определяются среди прочего степенью информированности его участников. В некоторых культурах для полноценного общения необходима дополнительная подробная информация. В таких культурах практически отсутствуют неформальные сети информации и, как следствие, люди оказываются недостаточно информированными. Такие культуры называют культурами с низким контекстом. Для данного типа культур характерно пренебрежение контекстом – все значения должны быть выражены вербально, а все необходимое для общения обговаривается непосредственно в его ходе. Кроме того, в этих культурах большое значение придается формальному общению, предпочтения не выражаются открыто, не приветствуется эмоциональность. В низкоконтекстуальных культурах не значимы непрямые сигналы и намеки, а типичные косвенные невербальные сигналы расшифровываются однозначно.

Напротив, в других культурах у людей нет необходимости в получении более полной информации. Здесь люди нуждаются лишь в незначительном количестве дополнительной информации, чтобы иметь ясную картину происходящего, так как в силу высокой плотности неформальных информационных сетей они всегда оказываются хорошо информированными. Такие общества называются культурами с высоким контекстом. В культуре данного типа большое значение придается факторам, сопровождающим процесс общения (место, время, статус и т.п.), традициям, невербальным элементам коммуникации. Общение характеризуется вниманием к формальностям, эмоциональностью, импульсивностью и частым восприятием деловых отношений как личных. Типичной формой поведения в таких культурах является предпочтение личного общения письменному, поскольку личный контакт предоставляет больше возможностей извлекать значения из контекста общения.

5. Тип информационных потоков. Важность информационных потоков определяется формами и скоростью распространения информации. Про-

блема заключается в том, что в одних культурах информация распространяется медленно, целенаправленно, по специально предназначенным каналам и поэтому носит ограниченный характер. В других культурах система распространения информации действует быстро и широко, вызывая соответствующие действия и реакции.

Для межкультурной коммуникации важно, каким образом в соответствующей культуре распространяется информация. Ведь культурные различия, влияющие на характер распространения информации, могут стать серьезными препятствиями при межкультурных контактах.

Например, в североевропейских странах, которые относятся к монохронным культурам с низким контекстом, передаваемая информация важнее, чем та, которая уже находится в памяти, поскольку в культурах этих стран, образно говоря, люди «отгораживаются» от окружающего мира. Это тип культуры с низкой скоростью распространения информации. В этих странах все должно иметь свою структуру и порядок, все предельно точно определено правилами, а пространство для личной инициативы незначительно. Люди вовлечены в поток информации, перегруженный мельчайшими деталями. Для переработки такого огромного объема информации требуется большое число правил, регулирующих ее распространение.

В культурах с высоким контекстом, к которым принадлежат Россия, Франция и другие страны южной Европы, все происходит наоборот. Эти культуры являются полихронными и имеют высокую скорость распространения информации. Люди располагают эффективной неформальной информационной сетью, вся информация течет беспрепятственно, причем те данные, которые хранятся в памяти, являются более важными, чем те, которые вновь передаются. Люди обо всем превосходно информированы, и у них нет необходимости выяснять подоплеку каждого нового события. Перегрузка информационных каналов случается также нечасто, поскольку люди находятся в непрерывном контакте друг с другом.

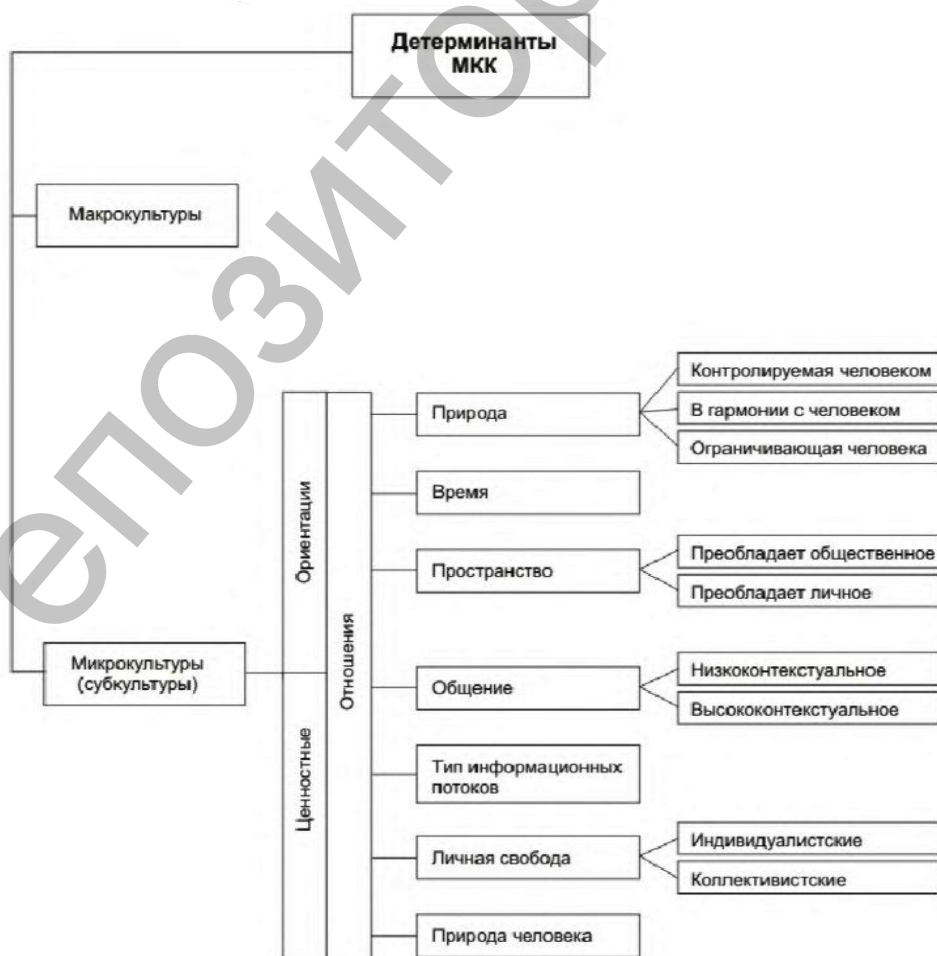
б. Отношение к личной свободе. По данному критерию культуры разделяются на *индивидуалистские* и *коллективистские*.

Для первых характерен акцент на личном Я и на личности как основной единице и ценности общества. В условиях культур этого типа индивид независим от других индивидов в рамках культурных норм данного общества и несет ответственность за все свои действия и поступки. В таких культурах высоко ценятся личная инициатива, личные достижения, решения принимаются индивидуально, во всем преследуются личные цели, распространено стремление полагаться только на себя, положительно оценивается конкуренция с другими индивидами. В поведении представителей индивидуалистских культур прослеживаются действия, направленные на то, чтобы их заметили и признали их личные достижения.

В коллективистских культурах главным является понятие Мы. В соответствии с этим достижения каждого индивида ассоциируются с совмест-

ной групповой деятельностью. Здесь групповые цели, взгляды, потребности доминируют над личными, личность во всем зависит от коллектива и делит с ним ответственность за происходящее. Наиболее ценными здесь признаются такие качества человека, как сотрудничество, совместная деятельность, скромность. В этих условиях считается неприличным подчеркивать собственные достоинства и достижения. Для коллективистских культур характерно ожидание признания собственных достоинств через оценки, высказанные другими.

7. Отношение к природе человека. Этот критерий основывается на особенностях характера человека и его отношении к общепринятым нормам и другим людям. В соответствии с таким подходом человеческая природа допускает, что человек может быть порочным, поэтому требуется контроль над его поведением. Существуют культуры, считающие человека изначально греховным. В таких культурах четко определены понятия добра и зла, хорошего и плохого. Этим понятиям придается большое значение, поскольку на них базируются основные культурные ценности данного общества. Противоположностью этому типу являются культуры, в которых сущность человека считается изначально положительной, нормы и законы здесь применяются гибко, а их нарушение может принести и положительные результаты.



## КУЛЬТУРА В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ



Исследователи выделяют восемь составляющих процесса коммуникации, которые в той или иной степени обусловлены культурой. Каждая из них влияет на наше восприятие, а это определяет понимание поведения партнеров. Стремясь к успешному взаимодействию в межкультурной среде, мы должны узнавать и изучать культурное своеобразие той страны, где собираемся работать.

1. Отношения – психологические состояния, которые предопределяют наши поступки. При этом нежелательно проявление этноцентризма – суждения о других на основе своих личных или национальных культурных стандартов. Важно избегать сравнения «своего» и «чужого» образа жизни. Умение понять другого человека в контексте его истории, политической, экономической и культурной среды поможет успешно взаимодействовать с ним. Этноцентризм – «тенденция рассматривать нормы и ценности собственной культуры как основу для оценки и выработки суждений о других культурах», эмоциональное отношение, часто подсознательное, при котором родная / своя этническая группа, нация или культура ставится выше других, собственные культурные ценности и модели поведения считаются «нормальными», а чужие – «странными». Этноцентризм – одно из серьезных препятствий на пути полноценного межкультурного общения, поскольку люди, ослепленные чувством превосходства над другими, не могут оценить и понять иные культурные ценности, поведение, представления, а значит, они не могут понять партнера по процессу коммуникации.

2. Стереотипы – наделение людей определенными качествами и характеристиками на основе принадлежности к какой-то культурной, социальной, профессиональной, половой, возрастной и т.д. группе.

Мы делим людей на категории: мужчины и женщины, руководители и исполнители, веселые и грустные, трудолюбивые и ленивые и т. д. Эти категории не заложены в нас с рождения, они усваиваются по мере нашего приобщения к культуре и усвоения культурных норм, ценностей, представлений, понятий. Проблемы возникают тогда, когда мы убеждены и ведем себя так, как будто наша культура единственно правильная, а остальные – «странные».

Стойкость стереотипов объясняется тем, что они:

– вооружают нас готовыми и простыми объяснениями человеческих поступков,

- помогают предвидеть, чего можно ждать от собеседника,
- создают основу собственного поведения по отношению к другим.

3. Социальная организация культуры также влияет на личное восприятие. *Географическое общество* состоит из представителей нации, племени или религиозной секты; *ролевое общество* объединяет людей одной профессии или иерархической группы. Например, менеджеры принадлежат к одному и тому же ролевому обществу (т. е. деловому окружению), но они часто являются представителями различных географических обществ. На одном уровне общение менеджеров из двух разных культур проходит без проблем, а на другом существующие различия в ценностях, приоритетах, подходах, оценках и т. д. вызывают серьезные трудности.

4. Образ мысли и методы аргументации также зависят от культуры. Логическое мышление, по Аристотелю, которое превалирует на Западе, не разделяют представители Востока. То, что кажется разумным, логичным и само собой разумеющимся для американца, может быть неразумным, нелогичным для японца.

5. Социальные роли и связанные с ними обусловленные культурой поведенческие нормы также играют важную роль в процессе коммуникации. В некоторых культурах определенные роли связаны с точно определенными правилами: например, визитная карточка японского бизнесмена указывает его должность в компании, а значит, четко определяет степень уважения, которое должно быть проявлено по отношению к данному лицу.

6. Знание языка страны пребывания многие считают если не обязательным, то желательным, понимая, насколько это помогает преодолеть барьер культурных различий в межличностном общении. Правда, во многих случаях выход из положения находят с помощью компетентного переводчика.

7. Восприятие пространства – важный фактор в коммуникативном процессе. Американцы считают, что наиболее комфортное расстояние между говорящими составляет около 60 см, поскольку жители североамериканского континента принадлежат к неконтактным культурам. С другой стороны, латиноамериканцы или жители ближневосточных стран контактны и чувствуют себя комфортно, когда стоят ближе к собеседнику.

8. Отношение ко времени также влияет на человеческие взаимодействия. Североамериканским культурам свойственно линейное восприятие времени с разделением его на прошлое, настоящее и будущее. Ориентированный на будущее человек экономит время. Восточные религии трактуют время как бездонный резервуар, в котором течет жизнь. Различное восприятие времени часто приводит к недоразумениям, когда приходится вести дела на межкультурном уровне.

На всем протяжении своей истории человечеством было создано огромное количество знаков поведения, без которых невозможен ни один

вид его деятельности. Для человека владение этими знаками и знаковыми системами означает его включение в отношения с другими людьми и в культуру. В зависимости от назначения были созданы и применяются несколько типов знаков.

1. Знаки-копии, воспроизводящие различные явления действительности, но сами этой действительностью не являющиеся (фотографии).

2. Знаки-признаки, несущие некоторую информацию о предмете (температура больного).

3. Знаки-сигналы, заключающие в себе информацию по договоренности о предметах, о которых они информируют (школьный звонок).

4. Знаки-символы, несущие информацию о предмете на основе выделения из него каких-то свойств или признаков (герб государства).

5. Языковые знаки.

Однако сами по себе отдельные знаки не имеют смысла и не представляют ценности, если они не взаимосвязаны с другими знаками и не входят в определенную знаковую систему. Например, существует знаковая система приветствий: разного рода поклоны, рукопожатия, поцелуи, хлопывания по плечу и т.п.

Человеческое поведение – это продукт миллионов лет эволюции, оно заложено как генетически, так и обусловлено возрастом, личным жизненным опытом, уровнем образования, нашей принадлежностью к какой-либо группе, полу и многими другими факторами. Несмотря на эти различия люди во всех культурах вступают между собой в самые разные отношения, в контексте которых они встречаются, обмениваются мнениями, совершают какие-то поступки и т.д. Смысл каждого конкретного поступка зачастую необходимо понять, ибо он не всегда лежит на поверхности, а чаще всего скрыт в традиционных представлениях о том, что нормально, а эти представления в разных культурах и социокультурных группах также разные. Это различие можно проследить на примере распространенной во многих культурах традиции обмена подарками. Многие немецкие предприниматели вспоминают, что при их первых контактах с партнерами из азиатских стран им вручались различные подарки, которые в протоколах отмечались как сувениры. Немецкие бизнесмены, как правило, не готовы принимать подарки, особенно при первой встрече, да еще от совершенно незнакомых людей. Чаще всего эти подарки служили основанием для выводов о корыстных мотивах поведения партнеров. Вопрос о роли подарков для представителей азиатской культуры имеет другое значение. Согласно их представлениям деловые отношения прежде всего должны базироваться на межличностных отношениях. Поэтому долгосрочные в перспективе отношения стоит начать с создания прочных личных отношений. На Западе стараются избегать любых действий, которые могут выглядеть как взятка. Приглашения и подарки считаются нежелательным влиянием или даже попыткой подкупа.



В приведенном примере противостоят друг другу две противоположные системы ценностей: западное стремление к автономии и азиатская система взаимной зависимости. В то время как в западной культуре предпринимательства поведение участников определяется требованиями экономической рациональности, в Азии, наоборот, определяющее значение имеют отношения взаимной зависимости. Данный пример показывает, что универсального «нормального поведения» не существует. Правила культуры, к которой мы принадлежим, относительно и не имеют универсальной значимости. Чтобы понять поведение представителя другой культуры, нужно выяснить, какое поведение традиционно для этой культуры. В случае несовместимости правил поведения другого человека и твоих собственных надо начать выработку общих правил поведения.

Поведение людей в процессе коммуникации определяется целым рядом факторов разной степени значимости и влияния:

– освоение человеком своей родной культуры осуществляется одновременно как на сознательном, так и бессознательном уровне. В первом случае это происходит посредством социализации через образование и воспитание, а во втором — процесс освоения «своей» культуры происходит стихийно, под влиянием различных житейских ситуаций и обстоятельств;

– ситуация, которую определяют как «культурные очки». Она состоит в том, что большинство людей рассматривают собственную культуру как меру всех вещей. Нормальный человек обычно не осознает, что образцы его поведения и способы восприятия окрашены его собственной культурой и что люди других культур имеют другие точки зрения, системы ценностей и норм (наивный реализм);

– окружающая обстановка и обстоятельства коммуникации. Наши действия не одинаковы в разной обстановке. Место нахождения человека (аудитория, ресторан, офис) навязывает определенную линию поведения. Сознательно или бессознательно мы придерживаемся соответствующих правил поведения, принятых в данной культуре;

– количество времени и часть суток, когда происходит коммуникация. При нехватке времени люди, как правило, стремятся закончить разговор и завершить контакт, чтобы сделать что-то более важное и необходимое. В американской культуре фактор времени имеет особое значение. Там все действия и поступки строго расписаны по времени и на каждый из них отводится его соответствующее количество. Как заметил Э. Холл, «для американцев распределение времени – показатель того, как люди относятся друг к другу, как важны для них дела, и показатель их положения в обществе». Каждый случай общения происходит в какое-то время суток, что также сказывается на его характере. Чтобы понять это, постарайтесь сами себе ответить на вопрос: одинаково ли вы будете реагировать на телефонный звонок в 2 часа дня и в 2 часа ночи?

Практически межкультурная коммуникация на индивидуальном уровне представляет собой столкновение различных взглядов на мир, при котором партнеры не осознают различия во взглядах, считают свое видение мира «нормальным», видят мир со своей точки зрения. При этом не ставится под сомнение свое «нечто само собой разумеющееся», а занимает этноцентристская позиция.

В то же время у каждого бывали ситуации, когда общение с другими людьми было понятным и легким. Это общение с любимыми людьми, с близкими друзьями. В таких ситуациях присутствует естественное желание понять другого человека, не обидеть его. Такой тип общения и понимания человека называется *эмпатией*. Эмпатия основана на умении поставить себя на место другого, взглянуть на все его глазами, почувствовать его состояние и учесть все это в своем поведении и поступках.

Каждый вид коммуникации характеризуется особыми отношениями партнеров, их направленностью друг на друга. В этом отношении специфика межкультурной коммуникации заключается в желании понять, о чем думает партнер, причины его переживаний, его точку зрения и образ мыслей. Поэтому при межкультурной коммуникации, чтобы понять коммуникативное поведение представителя другой культуры, необходимо рассматривать его в рамках его культуры, а не своей, то есть здесь следует проявлять больше эмпатии, чем симпатии. Симпатия получила распространение в самых разных видах коммуникации, и она подразумевает, что человек мысленно ставит себя на место другого. Но при симпатии используются свои собственные способы интерпретации поведения других людей. Согласно теории Беннета, если мы следуем «золотому правилу нравственности» («поступай с людьми так, как хотел бы, чтобы поступали с тобой») при общении с носителями других культур, то тем самым мы проявляем симпатию, потому что рассматриваем приемлемость их поведения со своей точки зрения.

Специфика межкультурной коммуникации заключается в том, что в ней определяющим становится эмпатический подход, т.е. мысленное, интеллектуальное и эмоциональное проникновение во внутренний мир другого человека, в его чувства, мысли, ожидания и стремления. Беннет предлагает альтернативу «золотому правилу нравственности» – «платиновое правило», которое выражает сущность эмпатического подхода: «поступай с другими так, как они поступали бы сами с собой». Таким образом, использование эмпатии с ее стремлением понять проблему культурных различий изнутри и найти необходимые пути и способы для взаимопонимания резко увеличивает вероятность того, что между собеседниками возникнет понимание. Для этого необходимо придерживаться основных характеристик эмпатии:

- внимательно слушать, что тебе говорят;
- стремиться понять, как чувствуют себя другие люди;

- иметь искреннюю заинтересованность в том, что говорят другие;
- проявлять сочувствие к нуждам других людей;
- обладать способностью понимать точку зрения другого.

В психологии существуют специальные методы, с помощью которых можно повысить чувствительность людей к переживаниям друг друга. Одним из них является метод подстройки, который часто интуитивно применяют многие люди, пытаясь понять состояние другого человека. Он заключается в том, что нужно попробовать максимально близко подстроиться к собеседнику через подражание его внешнему поведению: принять подобную его позу, перенять свойственный ему в данный момент темп речи и т.п. Если удастся это сделать, то открываются его переживания и возникает чувство понимания собеседника.

Любую группу людей, обладающих своей культурой, можно охарактеризовать следующими категориями:

1) осознание себя и пространства. Разные культуры имеют свое представление о «комфортной индивидуальной зоне». Чтобы чувствовать себя комфортно, американцам требуется большее расстояние между людьми, чем латиноамериканцам или, например, вьетнамцам. Одни культуры достаточно строго структурированы и формальны, другие – гибки и неформальны. Некоторые культуры закрыты, и место каждого индивида в них четко закреплено, некоторые – открыты и изменчивы;

2) коммуникация и язык. Система коммуникации (как вербальной, так и невербальной) отличает одну культуру от другой. Помимо множества языков, существующих в мире, некоторые нации имеют несколько государственных языков, не говоря уже о диалектах, сленгах, жаргонах, акцентах и других вариантах в рамках одного языка. Общечеловеческие жесты также по-разному интерпретируются в разных культурах;

3) одежда и внешний вид. Сюда можно отнести верхнюю одежду и убранства (или их отсутствие), а также украшения тела, которые отличают одну культуру от другой. Мы все представляем себе, например, японское кимоно, набедренные повязки африканских племен, английский котелок. В одних культурах члены племени разукрашивают лица перед боем для устрашения противника, а в других женщины пользуются косметикой, чтобы продемонстрировать свою красоту. Представители многих субкультур носят определенный вид одежды: бизнесмены – официальный костюм, молодежь всего мира – джинсы, сотрудники МЧС, стюардессы – форму. В военной субкультуре устав определяет не только форму одежды, но и длину волос и т.д.;

4) еда и правила поведения за столом. В разных культурах по-своему выбирают еду, готовят, подают и потребляют ее. Животных, которых считают домашними любимцами в одной стране, употребляют в пищу в другой. Американцы и европейцы любят говядину, которая считается запрет-

ной у индусов; весь мир употребляет в пищу свинину, которая является табу для мусульман и евреев. Манера потребления пищи также отличается в разных культурах: кто-то ест руками, кто-то – палочками, кто-то пользуется сложным набором разнообразных вилок и ножей, щипчиков и ложечек. Но даже используя одни и те же приборы (вилку и нож), представители разных культур по-разному обращаются с ними. Правила поведения за столом отличают ресторан от солдатской столовой, студенческий буфет от маленького кафе;

5) время и его восприятие. Отношение ко времени различно в разных культурах: одни отличаются пунктуальностью, другие обращаются со временем свободно. Замечено, что немцы, как правило, точны, а выходцы из стран Средиземноморья просто не задумываются об этом. В некоторых странах статус и возраст определяют время прибытия на деловую встречу: подчиненные приходят первыми, а начальник – последним. Некоторые субкультуры имеют свою систему исчисления: час дня у гражданских определяется как 13.00 у военных, которые очень ценят точность и синхронизируют часы перед началом военных операций. В некоторых культурах люди вообще не следят за временем, а живут по восходу и заходу солнца. Деление года на сезоны также различно во многих странах: мы привыкли, что год состоит из 4-х времен года, а в некоторых культурах он делится на сезоны дождей и засухи;

6) взаимоотношения. Каждая культура закрепляет определенные человеческие отношения в зависимости от возраста, пола, статуса, степени родства, а также достатка, мудрости и власти. Семья – наиболее распространенная единица многих обществ – варьируется от маленькой до большой. Если в западноевропейских и североамериканских культурах семья – это родители и дети, то во многих азиатских и африканских культурах семья включает в себя родителей, детей, бабушек, дедушек, дядей, тетей, двоюродных братьев и сестер. Во многих культурах дом делится на мужскую и женскую половины. В одних культурах распространена моногамия, в других – полигамия или даже полиандрия (когда одна жена имеет несколько мужей);

7) нормы и ценности. И потребности общества, и приоритетные формы поведения тоже определяются культурой. В странах с невысоким уровнем развития к основным потребностям общества относятся еда и кров. В развитых странах ценность приобретают деньги, материальный достаток, звание и должности, а также закон и порядок. В зависимости от существующей в стране системы ценностей устанавливаются нормы поведения членов общества, варьируемые от вседозволенности до строгого повиновения для детей, от неукоснительного подчинения мужу до полного освобождения женщин. Культурные нормы обуславливают этику поведения на работе, формируют традиции бракосочетания, рождения и смерти, определяют границы частной жизни, устанавливают правила хороших манер и

образцового поведения. Процесс глобализации и развитие мировых систем коммуникаций приводит к стиранию граней между системами ценностей в различных культурах и ставит на первое место такие общечеловеческие проблемы, как загрязнение окружающей среды, борьба с наркотиками, терроризмом и т.д.;

8) система религиозных убеждений и представлений. Во всех культурах зафиксирована боязнь сверхъестественного, что находит выражение в религиях и религиозных верованиях. Религиозные традиции в различных культурах осознанно или неосознанно влияют на наше отношение к жизни и смерти. Религия и система верований, распространенные в обществе, до определенной степени зависят от уровня развития общества: племена и общества, находящиеся на примитивном уровне развития, очень суеверны; некоторые религии прочно связаны с земледельческим этапом развития, в то время как на развитой технологической стадии все больше людей вместо религии верят в науку;

9) умственная деятельность и методы обучения. В разных культурах люди по-разному думают и учатся. Э. Холл считает, что разум человека – это продукт усвоенной культуры, который по-разному классифицирует и обрабатывает информацию. Некоторые культуры ценят абстрактное мышление и умозрительность, другие предпочитают механическое заучивание и запоминание наизусть. Умственная деятельность присутствует во всех культурах, но проявляется по-разному;

10) организация труда и отношение к работе. Некоторые культуры пропагандируют такое понимание труда, при котором от всех членов общества ожидается участие в полезной и нужной деятельности. В других культурах идея труда понимается шире, включая в себя занятия спортом, музыкой и другими видами искусства. В некоторых культурах полезность труда связана с произведенным доходом, а ценность человека зависит от его производственного статуса. В культурах, где определяющую роль играет религия, работа является актом служения Богу и народу и считается моральным долгом каждого члена общества.

Различают этнический, национальный и цивилизационный уровни культуры.

1. Этнический уровень. *Этнос* (греч. – «племя», «народ») – это социальная группа, членов которой объединяет сознание своей генетической связи с другими представителями этой группы. Этническая культура является тем, что выделяет людей из «животного царства» на самых ранних ступенях развития. Народ формирует в своей повседневной жизни менталитет – образ мышления и чувствования, мировосприятия, духовной настроенности, который воплощает в себе национальное своеобразие данного народа, его культуры. Без ощущения этнической идентичности индивид может испытывать чувство незащищенности. Этническая культура форми-

руется во многом как защитный механизм, гарантирующий жизнеобеспечение внутри «своего» народа.

2. Национальный уровень. Национальная культура воплощается в ценностях образа жизни конкретной страны, в той или иной мере разделяемых населяющими ее этносами. Поэтому иногда говорят, что, с одной стороны, этнические культуры формируют национальную в рамках государства, а с другой – национальная накладывает свои отпечатки на этнические культуры. Если этнические несут отголоски культуры мифа, то национальные – культуры государства, политики, экономики. Для каждой нации характерно создание единой системы известных всем ее представителям знаковых средств (языка, традиционных форм поведения, символики), которые обеспечивают их взаимопонимание и повседневное взаимодействие. С другой стороны, вхождение этносов в нацию не означает усвоения ими всей национальной культуры. Они лишь частично воспринимают духовную культуру нации, образуя свою субкультуру. Этнические и национальные культуры образуют органическое единство, они невозможны друг без друга. Этническая культура – наиболее древний слой национальной культуры, она представляет архаичные, во многом уже не отвечающие современным условиям нормы жизни, ей чужды какие-либо перемены и новшества. Национальный тип культуры является актуальным, т.е. ориентированным на решение текущих социальных задач, и прогностическим, т.е. направленным на достижение будущего. Этническая культура тяготеет к замкнутости, страдает ксенофобией, т.е. неприязнью ко всему чужому и незнакомому. Национальная, напротив, по мере своего развития все больше открывается для контактов с другими культурами и становится богаче, впитывая в себя их достижения.

Этническая культура стремится сохранить различия между свойственными отдельным группам населения особенностями быта, поведения, произношения и т.д.; в национальной культуре эти различия нивелируются и с её развитием постепенно исчезают. Лучшие достижения национальной культуры – это продукт творчества наиболее талантливых представителей нации, просвещенных, эрудированных людей. Ее средоточием является не столько деревня, сколько город с его театрами, музеями, библиотеками, учебными заведениями. Овладение национальной культурой не дается само собой – оно достигается в процессе образования и самообразования и требует серьезных интеллектуальных усилий.

Национальная культура характеризуется единством территории, государственностью, общностью экономической жизни. Общность культуры присутствует в языке, верованиях, символике, бытовой культуре, обычаях и т.д. Освоение национальной культуры требует осознанных личных усилий. Поэтому национальная культура не может обойтись без специализированных учреждений культуры, национальной системы образования.

3. Цивилизационный уровень. Понятие «цивилизация» является одним из ключевых терминов в культурологии. Его история теснейшим образом связана с историей понятия «культура». Понятие «цивилизация» появилось в XVIII в. и несло на себе отпечаток культуры и мировоззрения той эпохи. Первоначально это понятие использовалось в связи с теорией прогресса, а потому употреблялось только в единственном числе для обозначения противоположной «варварству» стадии всемирно-исторического процесса. Идеалами цивилизации были разумность, научность, гражданственность, справедливость, которые должны были стать основами общественной и частной жизни людей. Однако в XIX веке под цивилизацией стали понимать не только исторический процесс, но и уже достигнутое состояние общества. Понятие «цивилизация» указывает на ту или иную форму исторической жизни людей, ограниченную пространственными рамками или границами какой-либо эпохи. Например, говорят о «восточной цивилизации», «европейской цивилизации», «античной цивилизации» и т.д. Тем не менее, единая терминология еще не сложилась: французские исследователи для обозначения примерно одних и тех же процессов предпочитают слово «цивилизация», а немецкие – «культура».

Постепенно, особенно в немецкой научной и философской литературе, цивилизацию стали отличать от культуры. В обиход вошло представление о цивилизации как о совокупности материальных и социальных благ, доставляемых человеку развитием общественного производства. Возникла тенденция противопоставлять культуру и цивилизацию, рассматривать их как противоположности. Цивилизация отождествляется в первую очередь с техническим развитием и массовым обществом, а следовательно, и со стандартизацией и усреднением, тогда как «культура» представляется как совокупность достижений искусства и сфера личного совершенствования. В русском языке слово «цивилизация» получает широкое распространение в 60-х годах XIX в. и включается в первое издание словаря В.И. Даля: «цивилизация – общежитие, гражданственность, сознание прав и обязанностей человека и гражданина». Это слово уже часто используется Н. Добролюбовым, Д. Писаревым и Н. Чернышевским для противопоставления общественного и природного начал, развитого и дикого состояний. Фактически под цивилизацией понимается культурная общность людей, обладающих некоторым социальным стереотипом, освоившая большое, достаточно автономное, замкнутое мировое пространство и в силу этого получившая прочное место в мировом раскладе.

Культура многолика и многогранна. Она принимает специфические формы. В ней можно проследить разные направления, выделить автономные области. Эти различия кладутся в основу различных классификаций и типологий культурных явлений и процессов. Культура делится на матери-

альную и духовную. Широкое распространение получило разделение культуры на *народную, элитарную и массовую*.

Деление культуры на элитарную и народную утвердилось в XIX в. и во многом связывалось с социально-классовым расслоением общества.

Народная культура включает ценности не только «потребляемые», но и творимые, создаваемые народом. Такая культура, охватывающая различные направления, представленная многими жанрами, существовала всегда. В середине XIX в. английский археолог Дж. Томсон придумал слово «фольклор» (от англ. *folk* – народ, *lore* – знания, мудрость). Постепенно это слово вошло во многие языки мира для обозначения художественных произведений народной культуры. Наряду с устным народным творчеством (сказками, былинами, пословицами) важными направлениями этого искусства являются хореография, песенное творчество, кукольный театр, а также прикладное искусство (вышивка, игрушка и др.). Эти ценности складывались веками. В сказаниях и былинах, лирических напевах и частушках, пословицах и поговорках мы находим не только приметы конкретного исторического времени, но и непреходящие социальные и культурные ценности — идеалы добра, красоты, справедливости, солидарности. Народная культура творилась в совместном труде, на общих праздниках, при соблюдении многочисленных обрядов, освещающих основные вехи земной жизни каждого человека (рождение ребенка, вступление во взрослую жизнь, бракосочетание, прощание с умершим). Народное искусство не знает разделения на создателей и «потребителей». Народная культура всегда несет на себе своеобразие породившего ее народа, особенности его менталитета, культурно-исторических традиций.

Элитарная культура получила распространение в городах среди образованной части населения и создавалась привилегированной частью общества либо по ее заказу профессиональными художниками, писателями, музыкантами. Термин «элитарная культура» относят к произведениям изобразительного искусства, литературы, музыки, поэтому чаще говорят об элитарном или высоком искусстве. До появления массовой культуры считалось, что отчуждение народа от элитарной культуры вызвано прежде всего недоступностью в материальном отношении продуктов этой культуры, а также неграмотностью основной массы населения. Вслед за классиком отечественной литературы Н. А. Некрасовым многие считали, что, как только эти факторы будут преодолены, окрыленный народ «Белинского и Гоголя с базара понесет». Однако востребованной широкими слоями общества оказалась не высокая культура, а та, которую в дальнейшем стали называть массовой. Сложилось убеждение, что восприятие элитарной культуры требует определенного уровня образования, широкого культурного кругозора, развитого эстетического чувства, хорошего вкуса. Те, кому эти качества не присущи, а их всегда в обществе большинство, остаются «глухими» к творениям высокого искусства.



Массовая культура – важнейшее социальное явление современного общества. Ее продукты, начиная от серийно изготовленных вещей и предоставляемых услуг и заканчивая песенными шлягерами, бестселлерами, блокбастерами, вошли в повседневную жизнь людей.

Появление массовой культуры связано со становлением на рубеже XIX – XX вв. так называемого массового общества. Достаточно четко обозначились две сферы жизни работающего человека – работа и досуг. В результате возник платежеспособный спрос на те товары и услуги, которые помогали провести досуг. Рынок на этот спрос ответил предложением «типового» культурного продукта: книг, фильмов, грампластинок и т. д. Они были предназначены прежде всего для того, чтобы помочь людям интересно провести свободное время, отдохнуть от монотонного труда.

Использование в производстве новых технологий, расширение участия масс в политике потребовали определенной образовательной подготовки. В результате в ряде стран появилась обширная читательская аудитория, а вслед за этим зародился один из первых жанров массовой культуры — массовая литература.

Массовое общество, как отметили многие исследователи, породило его типичного представителя – «человека массы» – главного потребителя массовой культуры. Философы начала XX в. наделяли его преимущественно отрицательными характеристиками – «человек без лица», «человек как все». В середине XX в. «массового человека» во все большей степени стали соотносить с вполне благонамеренной частью общества – со средним классом. Понимая, что они не элита общества, люди среднего класса довольны своим материальным и социальным положением. Их стандарты, нормы, правила, язык, предпочтения, вкусы принимаются обществом как нормальные, общепринятые. Для них потребление и досуг не менее важны, чем работа и карьера. В работах социологов появилось выражение «общество массового среднего класса».

Есть сегодня в науке и еще одна точка зрения. Согласно ей, массовое общество вообще сходит с исторической сцены, происходит так называемая демассификация. На смену единообразию и унификации приходит подчеркивание особенностей отдельного человека, персонализация личности, на смену «массовому человеку» индустриальной эпохи приходит «индивидуалист» постиндустриального общества.

Основными особенностями массовой культуры являются:

1) общедоступность и узнаваемость – одна из основных причин успеха массовой культуры (говорят даже о ее примитивности). Простоту произведений массовой культуры нельзя однозначно связывать с их низким уровнем. Понятие «массовая культура» не равнозначно понятию «плохая культура». В рамках массовой культуры работали выдающиеся деятели искусства: актеры Чарли Чаплин, Любовь Орлова, Игорь Ильинский, Жан

Габен, танцовщик Фред Астер, всемирно известная певица Э. Пиаф, композитор Ф. Лоу и др.;

2) занимательность – обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы;

3) серийность, тиражируемость – продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей. Книги выходят миллионными тиражами, «мыльную оперу» по телевидению смотрят миллионы зрителей. Определенная серийность проявляется и в известной повторяемости сюжетных ходов, похожести героев;

4) пассивность восприятия – беллетристика, комиксы, легкая музыка не требовали от потребителя интеллектуальных или эмоциональных усилий для восприятия. Развитие визуальных жанров (кино, телевидение) только усилило эту черту. Читая литературное произведение, мы неизбежно что-то домысливаем, создаем свой образ героев, а экранное восприятие этого не требует;

5) коммерческий характер. Продукт, создаваемый в рамках массовой культуры, – это товар, предназначенный для массовой продажи. Товар должен быть демократичным, т.е. подходить, нравиться большому числу людей разного пола, возраста, вероисповедания, образования. Поэтому производители подобной продукции стали ориентироваться на самые фундаментальные человеческие эмоции.

Произведения массовой культуры создаются в основном в рамках профессионального творчества: музыку пишут профессиональные композиторы, сценарии фильмов – профессиональные литераторы. Показателями спроса выступают объемы продаж, а также различного рода рейтинги — замеры отношения аудитории к той или иной передаче, программе.

Газета и журнал, радио и телевидение, кино и Интернет – это те каналы, посредством которых мы в основном и приобщаемся к массовой культуре. Эти каналы получили название средств массовой информации.

Система СМИ складывалась постепенно. Первыми в XVII в. появились газеты и журналы. В XIX в. происходит разделение на так называемую качественную и массовую прессу. В США начинает свою активную жизнь желтая пресса. В прошлом веке систему СМИ дополнили радиостанции, а затем и студии телевидения. Конец XX в. ознаменовался созданием сети Интернет.

Из всех СМИ самым массовым является телевидение. По своей глубине (длительности времени просмотра передач) и по своей широте (количеству людей, которые его смотрят) телевидение превратилось в такую влиятельную культурную силу, которой нет аналогов в прошлом. Более 75% россиян в одном из социологических опросов ответили телевидению

решающую роль в общественном развитии. Средний американский подросток смотрит телевизор 21 час в неделю, проводя 5 минут наедине со своим отцом и 20 минут – наедине с матерью. Конечно, разные возрастные и социальные группы населения неодинаково увлечены телепросмотром. Помимо подростков, телезависимость испытывают пожилые люди. Во многом это объясняется снижением у них возможностей передвижения и, как следствие, общения.

Влияние массовой культуры на духовную жизнь общества:

*позитивное*, т.к. она:

– утверждает простые и понятные представления о мире людей, о взаимоотношениях между ними, об образе жизни, что позволяет многим людям лучше ориентироваться в современном, быстро меняющемся мире;

– её произведения не выступают средством авторского самовыражения, а непосредственно обращены к читателю, слушателю, зрителю, учитывают его запросы;

– отличается демократичностью (ее «продуктами» пользуются представители разных социальных групп);

– отвечает запросам, потребностям многих людей, в том числе и потребностям в интенсивном отдыхе, в психологической разрядке;

– имеет свои вершины – литературные, музыкальные, кинематографические произведения, которые уже по своей сути могут быть отнесены к «высокому» искусству;

*негативное*, т.к. она:

– снижает общую планку духовной культуры общества, поскольку поощряет невзыскательным вкусам «массового человека»;

– ведет к стандартизации и унификации не только образа жизни, но и образа мыслей миллионов людей;

– рассчитана на пассивное потребление, так как не стимулирует никаких творческих импульсов в духовной сфере;

– формирует у людей через массированную рекламу искусственные потребности;

– используя современные СМИ, подменяет для многих людей реальную жизнь, навязывая определенные представления и предпочтения.

Массовая и элитарная культуры не враждебны друг другу. Достижения, художественные приемы, идеи «элитарного искусства» через некоторое время перестают быть новаторскими и перенимаются массовой культурой, повышая ее уровень. В то же время массовая культура, приносящая прибыль, дает возможность кинокомпаниям, издательствам, домам моделей оказывать поддержку «творцам» элитарного искусства.

## ПРОБЛЕМА ПОНИМАНИЯ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ



Эффективность общения зависит от способности коммуникантов соотносить свое поведение с интересами, потребностями и состоянием других. В процессе межличностного восприятия каждый из собеседников не только ориентирован на понимание мотивов, потребностей, установок другого, но также должен принимать во внимание то, как другой понимает его собственные потребности, мотивы, установки. Это становится возможным в результате осознания себя через другого.

Идентификация. Данный способ познания другого человека предполагает умение поставить себя на его место, взглянуть на вещи с его точки зрения. Когда мы хотим, чтобы нас поняли, мы говорим: «Стань на мое место», «Побудь в моей шкуре». Отождествление себя с кем-то позволяет построить свое поведение так, как строит его другой. Посредством механизма идентификации с раннего детства формируются многие личностные черты, поведенческие стереотипы, ценностные ориентации, гендерная, этническая и др. идентичность.

Интерпретация своего и чужого поведения выступает составной частью межличностного восприятия. Она может быть основана на знании причин этого поведения. Однако в обыденной жизни люди не всегда или недостаточно знают действительные причины поведения другого человека. В условиях дефицита информации они начинают приписывать друг другу, как причины поведения, так и чувства, намерения и качества личности. Приписывание осуществляется либо на основании сходства поведения воспринимаемого лица с каким-то другим образцом, имевшимся в прошлом опыте, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации. Так или иначе, возникает целая система способов такого приписывания (атрибуции).

Кроме общих способностей и жизненного опыта большое значение имеют следующие свойства человека:

- 1) *эмпатия* – умение правильно представлять себе, что происходит во внутреннем мире другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир;
- 2) *рефлексия* – способность воспринимать себя глазами партнёра по общению и иметь представление о том, как сам выглядишь в его глазах;
- 3) *аттракция* – особая форма восприятия и познания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивой позитивности;

4) *каузальная атрибуция* – интерпретация причин и мотивов поведения других людей; человек склонен по-разному объяснять свои и чужие поступки; возможна нелогичность и субъективность; неудачные результаты обычно приписываются внешним причинам и обстоятельствам, а удачные – внутренним (личностным);

5) *эффект ореола (гало-эффект)* – приписывание человеку набора связанных между собой качеств, когда на самом деле наблюдается лишь одно качество из этого набора (душевный, добрый, честный, хороший);

б) *стереотипы* – упрощенные и стандартизированные концепции характеристик или ожидаемого поведения членов определенной группы (национальность, профессия и др.).

Как показывают результаты межкультурных исследований, восприятие человека существенно зависит от социокультурного опыта конкретного сообщества, в котором происходит становление личности, от сложившейся в этом сообществе системы представлений, интерпретаций и оценок действительности, от «национальной картины мира», этнических предубеждений и стереотипов и т.д.

Источником большинства сведений о влиянии культуры на восприятие стали межкультурные исследования зрительного восприятия, в частности, оптических иллюзий. Уже в 1905 г. эти исследования показали, что представители европейской цивилизации ориентированы на восприятие предметов прямоугольной формы и бессознательно ожидают, что вещи будут иметь прямые углы, тогда как жители Индии и Новой Гвинеи больше привыкли к закругленным и неправильным формам.

Ценности. В культурологии трудно обойтись без понятия «ценность», так как ценности формируют ядро той или иной культуры. Существует множество определений понятия «ценность», приведем наиболее общее. *Ценность* – это общепринятое убеждение относительно целей, к которым человек должен стремиться, они составляют основу нравственных принципов; это общепризнанная норма, сформированная в определенной культуре, задающая образцы и стандарты поведения, определяющая поведенческую модель человека. Ценность включает в себя интерес и потребность, долг и идеал, побуждение и мотивацию. Ценность подразумевает выбор и допускает полярность решений. Через систему ценностей и норм осуществляется регуляция человеческой деятельности. Именно ценность является фундаментом всякой культуры.

В достаточно общем виде иерархию человеческих ценностей, сложившуюся как результат опыта культурной деятельности многих народов, можно представить так:

– сфера жизненных ценностей и благ (жилище, питание, одежда, комфорт и т.д.);

– отдельные духовные ценности (наука, искусство, принципы управления экономикой, политикой и т.д.);

– моральные ценности и прежде всего признанные ценности личности как неотъемлемого достоинства человека.

Сферу моральных ценностей формируют:

– уважение к жизни (благоговение перед жизнью) и к смерти (личная ответственность за жизнь перед фактом смерти, которую никто с человека снять не может);

– любовь к истине (искренность, любовь, трудолюбие и мужество стремления к ней);

– любовь (верность, порядочность, бескорыстие, уважение личности в другом человеке и т.д.).

Можно выделить различные типы ценностей:

– *витальные*, связанные с формами здоровой жизни, физического и духовного здоровья, идеального образа жизни;

– *социальные*, связанные с социальным благополучием, должностью, благосостоянием, комфортной работой;

– *политические*, связанные с идеалами свободы, правопорядка и социальной безопасности, гарантиями гражданского равенства;

– *нравственные*, связанные с идеалами справедливости, добра;

– *религиозные и идеологические* ценности, связанные с идеалом смысла жизни, предназначения человека, поиска целей для будущего;

– *художественно-эстетические* ценности, связанные с идеалами прекрасного, возвышенным смыслом и идеалами чистой красоты;

– *семейно-родственные* ценности, связанные с идеалами семейного уюта, благополучия и гармонии интересов, взаимопонимания и уважения идеалов различных поколений, гармонии семейной традиции;

– *трудовые* ценности, связанные с идеалами мастерства, талантливости, удовлетворения результатами труда и т.п.

Есть большая разница в восприятии ценностей людьми разных культур. Это восприятие зависит и от их индивидуальных установок, и от универсальных ценностей, являющихся совокупностью идеалов, принципов, нравственных норм, имеющих приоритетное значение в жизни людей независимо от их социального положения, национальности, вероисповедания и т.д. Например, нигде мы не найдем поощрения убийства, насилия, воровства и т.п., но в разных законодательных системах за эти преступления предполагаются различные наказания. Таким образом, ценности, распространенные повсеместно, одинаковые или сходные по содержанию, усваиваются всеми культурами как необходимая часть, они вечны и обязательны для всех обществ. Но строение ценностной системы, соотношение и взаимодействие элементов внутри нее являются продуктом той или иной культуры.

В проблеме изучения культурных ценностей есть еще один важный аспект – изменения в системе ценностей. Время от времени в различных культурах возникают опасения, что может произойти размывание культурного, ценностного ядра, подмена «своих» ценностей «чужими».

Ценности обнажаются в ситуации кризиса или конфликта. Между тем, ценности ядра любой культуры невозможно изменить ни доказательством их несостоятельности, ни демонстрацией более привлекательных ценностей. Изменения этого ядра проходят сравнительно медленно, даже при целенаправленном мощном воздействии, а исчезает оно вместе с самой культурой.

Э. Холл разделил все культуры на высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные. В зависимости от того, какое значение придает каждая культура контексту коммуникативного акта, можно определить её принадлежность к этим двум аспектам.

#### Высококонтекстуальные культуры.

Благодаря накопленному опыту и традициям межличностные отношения в таких культурах отличаются однородностью, стабильностью, длительностью, прочностью и наличием множества скрытых правил и требований. Согласно Э. Холлу, в странах с высоким контекстом культуры для повседневного общения их представителей не требуется подробной информации и разъяснений о событии, поскольку они уже имеют представление о происходящем. О большей части информации человек уже имеет представление, и лишь незначительная её часть выражена в словах, т.е. закодированном, выраженном внешне способе коммуникации.

В высококонтекстуальных культурах индивидам присущи тесные связи и коллективизм. У японцев, арабов, жителей Средиземноморья развита обширная информационная сеть среди семей, друзей, коллег и клиентов, которые вовлечены в близкие личные отношения. В результате для большинства нормальных взаимодействий в обычной жизни не требуется всесторонняя фоновая информация, потому что постоянно поддерживается информированность обо всем, что касается людей, которые важны для них.

В высококонтекстуальных культурах многое сказано и определено неязыковым контекстом: поведением, реакцией, внешним видом, статусом. Представители высококонтекстуальных культур более сдержаны в эмоциях, для них нетипично открытое выражение недовольства или ненависти. Даже в самых сложных ситуациях китайцы и японцы делают вид, что ничего не случилось. Подобное поведение объясняется сплоченной и стабильной культурной системой.

К странам с высококонтекстуальной культурой Э. Холл относит Бразилию, Китай, Филиппины, Францию, Грецию, Гавайи, Венгрию, Индию, Индонезию, Италию, Ирландию, Японию, Корею, Латинскую Америку,

африканские страны, Непал, Пакистан, Португалию, Россию, Испанию, Таиланд, Турцию, Вьетнам.

Э. Холл так говорит о Китае: «Письменная речь этой страны с многовековой историей практически не претерпела изменений за последние три тысячелетия. Эта письменность является объединяющей силой, связывающей полмиллиарда китайцев, корейцев, японцев и даже вьетнамцев, которые говорят по-китайски. Как только заглядываешь в китайский словарь, появляется необходимость в знании контекста. Для того чтобы найти нужное слово, читатель должен быть знаком с историей Китая, знать происхождение 214 иероглифических ключей».

Отличительные черты высококонтекстуальных культур:

- невыраженная, скрытая манера речи;
- важно не то, что сказано, а то, каким образом это сказано;
- наличие в речи многочисленных и многозначительных пауз;
- использование невербальных сигналов и символов;
- большое значение уделяется зрительному контакту;
- детали, подробности, избыточная информация излишни, т.к. участникам беседы всё и так ясно;
- уклонение от конфликта и выяснения отношений и проблем;
- отсутствие открытого выражения недовольства при любых условиях и результатах общения.

В высококонтекстуальных культурах Юго-Восточной Азии и арабского мира большая часть информации уже известна человеку и лишь незначительная часть представлена в словах. О многом говорит внешний вид, статус, марка автомобиля, расположение офиса. Слова же, наоборот, камуфлируют и скрывают истинные намерения говорящего. Такой стиль характерен для восточных республик СНГ.

#### Низкоконтекстуальные культуры.

Культуры, где преобладает более свободная сеть связей в социальном окружении и меньший объем информации, Э. Холл называет низкоконтекстуальными. Большое значение придается словам, а не контексту разговора – люди часто выражают своё мнение и желания словесно, не предполагая, что это будет понято из ситуации общения. Именно речь (письменная и устная), а также детали разговора позволяют адресату правильно понять и проанализировать сообщение. Людям необходима подробная информация обо всем происходящем. Представителям культур с низким контекстом свойственно говорить прямо, открыто, по существу, называя вещи своими именами, высказываться на обсуждаемую тему, не оставлять свои мысли при себе.

В низкоконтекстуальных культурах межличностные отношения носят временный и поверхностный характер. Люди легко вступают в дружеские отношения и легко прерывают их. Низкоконтекстуальные культуры отли-



чаются индивидуализмом, их представители меньше ценят личные взаимоотношения, а больше – письменные договоренности.

К странам с низкоконтекстуальной культурой Э. Холл относит Австралию, Германию, Англию, Финляндию, Нидерланды, Израиль, США, Новую Зеландию, Скандинавию, Швейцарию, Канаду.

В 1990 году Э. Холл пишет: «Низкоконтекстуализированные люди, включая американцев, немцев, швейцарцев, скандинавов и других северных европейцев, делят свои личные отношения, работу и многие аспекты ежедневной жизни на различные отсеки. Поэтому каждый раз, когда они общаются с другими, им нужна детальная фоновая информация. Французы находятся гораздо выше на шкале контекста, чем немцы или американцы. Эта разница может оказывать существенное влияние на любую ситуацию и отношения, в которые вступят представители этих двух противоположных традиций».

К основным признакам культур с низким контекстом относят:

- изложение сути дела простым языком;
- прямая и выразительная манера речи;
- формализованный объём информации;
- маленькая доля невербальных форм общения;
- четкая и ясная оценка всех обсуждаемых тем и вопросов;
- вербальный, рациональный и эксплицитный коммуникационный процесс;
- отсутствие недосказанности;
- недосказанность рассматривается как недостаточная компетентность или слабая информированность собеседника;
- открытое выражение недовольства.

В западных низкоконтекстуальных культурах бóльшая часть информации передается словами. Например, немецкая реклама отдает предпочтение текстам, а не образам. Немец прочитает рекламу полностью, как бы длинна и скучна она не была. Американские менеджеры часто используют слова «абсолютно», «определенно» и высказывания типа «Говорите, что Вы имеете в виду», «Хватит ходить вокруг да около», «Давайте по существу». У американских бизнесменов принято говорить прямо, открыто, по существу, называя вещи своими именами, высказываться на обсуждаемую тему, не оставлять свои мысли при себе, озвучивать ход своих рассуждений. Подобная манера всё называть словами воспринимается людьми из высококонтекстуальных культур как грубая и невежливая.

# ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ. ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



Выделяют четыре стили вербальной коммуникации:

- 1) прямой и непрямой стили;
- 2) искусный (вычурный) и краткий (сжатый) стили;
- 3) инструментальный и аффективный стили;
- 4) личностный и ситуационный стили.

Прямой вербальный стиль характерен для речевых сообщений, которые выражают истинные намерения говорящего в виде его желаний, потребностей и ожиданий в процессе общения. Этот стиль предполагает жесткий стиль общения, исключая условности и недосказанности. Например, он характерен для американской культуры, в которой принято использовать в общении четкие, ясные и однозначные слова. Американцы всегда настойчиво вызывают собеседника на прямой и откровенный разговор, который является для них показателем честности и убежденности, тогда как разговор намеками ассоциируется с нечестностью и неуверенностью. Американцы расценивают указания, преподнесенные в непрямой форме, как попытки манипулировать ими, чтобы в случае негативного результата снять с себя за это ответственность. Американский вербальный стиль несет в себе индивидуальное достоинство, ценность настойчивости и равенства в отношениях.

Непрямой стиль свойствен речевым сообщениям, которые камуфлируют и скрывают истинные интенции говорящего (его желания, цели, потребности) в ситуации общения. Например, этот стиль характерен для высококонтекстуальных культур Японии и Кореи. Забота о сохранении собственного лица и лица собеседника в японском обществе требует от говорящего использования неясного и даже двойственного значения слов и выражений. Японцы, корейцы почти никогда не лгут, однако им никогда не приходит в голову говорить вам правду. Традиции этого народа не допускают возможности открыто сказать «нет». Когда нужно сказать это слово, японцы делают вид, что не понимают вас или не слышат, или просто пытаются перевести разговор на другую тему, высказывая множество ничего не значащих фраз. Избегая формирования впечатления о себе как о настойчивом, напористом человеке, японец предпочитает использовать такие выражения, как «может быть», «возможно», «вероятно» и т.д.

Многие исследователи считают, что непрямой стиль общения – ведущий стиль вербальной коммуникации в коллективистских культурах, а прямой стиль преобладает в индивидуалистических культурах.

Искусный (вычурный) и краткий (сжатый) вербальные стили основываются на различной степени использования экспрессивных средств языка, пауз, молчания и т.д.

Искусный, или вычурный, стиль – это использование богатого, экспрессивного языка в общении. Он широко распространен в культурах арабских народов Ближнего Востока, где благодаря клятвам и заверениям сохраняется как лицо говорящего, так и лицо его собеседника. Так, в арабских культурах отказ от угощения обязательно должен сопровождаться заверениями, что гость действительно сыт, и призывами в свидетели Аллаха. Если араб выскажет прямо и точно свои мысли или чувства, без ожидаемой свехубежденности, то тем самым даст основания заподозрить его в неискренности. Прямой вербальный стиль разговора, осторожность в выражениях, краткость и паузы на размышление не принесут успеха в общении с арабами. Сдержанность в словах, которая очень высоко ценится японцами, может вызвать у арабов замешательство. Если их собеседник выражает свои мысли сдержанно, то они подумают, что собеседник неискренен с ними и будут приставать с расспросами, пока не выяснят, в чем дело. В общении с арабами необходимо говорить больше и громче, чем обычно. Громкость голоса, повышение высоты и тона при общении с арабами означает искренность.

Сжатый стиль означает употребление лаконичных, сдержанных высказываний, пауз и молчания в повседневной коммуникации. Этот стиль вербальной коммуникации свойствен многим азиатским культурам и некоторым культурам американских индейцев. Его главная особенность заключается в использовании необходимого и достаточного минимума высказываний для передачи информации. Помимо лаконичности и сдержанности этот стиль характеризуется также уклончивостью, использованием пауз и выразительного молчания. Паузы и недосказанности в разговоре позволяют говорящему не оскорбить собеседника, не потеряв при этом и своего лица. Обычно этот стиль доминирует в коллективистских культурах, главной целью которых в процессе коммуникации является сохранение и поддержание групповой гармонии. Например, японцы и китайцы часто используют в разговоре молчание, особенно при неопределенном статусе и роли участников разговора. Для представителей этих культур молчание становится способом контроля над процессом коммуникации.

Инструментальный стиль коммуникации ориентирован главным образом на говорящего и на цель коммуникации. Он опирается на точную информацию, чтобы достичь поставленных целей общения. Использование инструментального стиля позволяет человеку утвердить себя в процессе коммуникации, поддержать собственное лицо, а также сохранить чувство

автономии и независимости от собеседника. Этот стиль общения преимущественно представлен в культурах, которые характеризуются высокой степенью индивидуализма. Например, в европейских культурах и США люди стремятся предьявить себя посредством вербального общения, через разговорную речь показать и утвердить свое Я. Данный стиль общения особенно широко распространен в Дании, Нидерландах и Швеции.

Аффективный стиль имеет противоположную направленность процесса коммуникации: он ориентирован на слушающего и сам процесс коммуникации. Для достижения поставленных целей данный стиль предполагает приспособление участников к самому процессу общения, к чувствам и потребностям собеседника. Это приводит к тому, что человек вынужден быть осторожным в своей речи, избегать рискованных высказываний и положений, для чего он широко пользуется неточными выражениями и избегает прямых утверждений или отрицаний. Если оба собеседника по коммуникации придерживаются этого стиля, то постоянно возникают ситуации недопонимания и необходимости интерпретации сказанного.

Так, аффективный стиль вербальной коммуникации характерен для японского стиля общения. Главная его цель – достижение понимания собеседниками друг друга. Они должны проявлять интуитивную чуткость к значениям, таящимся между слов. Сами слова, вербальные выражения служат здесь лишь намеками на реальное содержание, поэтому никто из партнеров не ожидает, что слова и выражения будут восприняты как точные факты, отражающие реальность.

Личностный вербальный стиль ставит в центр общения индивида, а ситуационный — его роль. При этом личностный стиль использует лингвистические средства для усиления «Я-идентичности», а ситуационный – для подчеркивания ролевой идентичности. Культуры Дальнего Востока и Юго-Восточной Азии (Малайзия, Индия, Индонезия) и многие африканские (Гана, Нигерия, Сьерра-Леоне) имеют высокие показатели по шкале дистанции власти, являются коллективистскими культурами и предпочитают ситуационный стиль вербального взаимодействия. Культуры Австралии, Северной Европы (Дания, Финляндия, Швеция) и США имеют низкие показатели по шкале дистанции власти, являются индивидуалистическими и предпочитают личностный стиль вербальной коммуникации.

Поскольку все варианты вербальных коммуникативных стилей присутствуют практически во всех культурах, каждая культура придает свое значение и приписывает свою нормативную ценность различным способам взаимодействия. В каждом случае стиль вербального взаимодействия отражает глубокие морально-философские основы культуры, ее специфическую «картину мира».

## ГИПОТЕЗА ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ОТНОСИТЕЛЬНОСТИ СЕПИРА-УОРФА

Точная дата рождения гипотезы Сепира-Уорфа неизвестна. Считается, что она возникла в 30-х годах XX века, а точнее, её сформулировал во время лекций Бенджамин Ли Уорф. Именно он и дал ей название «гипотеза лингвистической относительности». Его идея обладает свойствами, которыми и должна обладать великая научная гипотеза: чрезвычайная простота и фундаментальность.

Бенджамин Уорф утверждал: язык определяет мышление и способ познания. Эту элементарную формулировку обсуждают уже много десятилетий. В результате чередующихся подтверждений и опровержений сформулированы два варианта: один гласит, что язык определяет мышление, а другой – что язык влияет на мышление.

Идеи не рождаются на пустом месте, предшественники есть и у идеи о связи языка и мышления. Первым и основным считается великий немецкий философ и языковед Вильгельм фон Гумбольдт. Отчасти под влиянием своего брата Александра он увлёкся экзотическими языками. Его последняя, оставшаяся незаконченной работа посвящена кави – одному из языков острова Ява. Возможно, всё это и привело к формулировке идеи о связи языка и духа народов, которую можно проиллюстрировать одной из самых известных цитат Гумбольдта: «Язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-либо более тождественное».

Идеи Гумбольдта подхватили и развивают до сих пор. Среди наиболее значительных его последователей можно назвать знаменитого немецкого лингвиста Лео Вайсгербера (1899–1985). Он родился в Лотарингии – области, расположенной на границе Германии и Франции, и поэтому был билингом, одинаково хорошо владея немецким и французским языками. Вайсгербер полагал, что каждый язык уникален, и в каждом языке заложена своя так называемая картина мира – культурно-специфическая модель. Так что можно говорить о том, что способ мышления народа определяется языком, то есть о своего рода «стиле присвоения действительности» посредством языка.

Гораздо менее зависима от идей Гумбольдта другая – американская – линия. Она получила название «этнолингвистика», а её создателем считается американский лингвист Эдвард Сепир. Вместе с учениками Сепир изучал языки и культуру американских индейцев и накопил огромный материал – описание языков Северной и Центральной Америки. Он выдвинул принцип культурного релятивизма, по сути отрицавший превосходство западной культуры и утверждавший, что поведение людей, в том числе и речевое, нужно оценивать в рамках их собственной культуры, а не с точки зрения других культур, считающих такое поведение бессмысленным или даже варварским.

Э. Сепир, используя накопленный материал, сравнивал грамматические системы многочисленных языков, показывал их различия и делал на этом основании более масштабные выводы. Он полагал, что язык – это «символический ключ к поведению», потому что опыт в значительной степени интерпретируется через призму конкретного языка и наиболее явно проявляется во взаимосвязи языка и мышления. Влияние Сепира в среде американских лингвистов трудно переоценить. Он создал собственную глубоко лингвистическую школу. Среди учеников Сепира оказался и химик-технолог, служивший инспектором в страховой компании, – Бенджамин Ли Уорф. Его интерес к языку проявлялся даже на рабочем месте. Так, расследуя случаи возгорания на складах, он обратил внимание, что люди никогда не курят рядом с полными бензиновыми цистернами, но если на складе написано «*Emptygasolinedrums*», то есть «*пустые цистерны из-под бензина*», работники ведут себя принципиально иначе: курят и небрежно бросают окурки. Он отметил, что такое поведение вызвано словом *empty* (*пустые*): даже зная, что бензиновые пары в цистернах более взрыво- и пожароопасны, чем просто бензин, люди расслабляются. В этом и других подобных примерах Уорф усматривал влияние языка на человеческое мышление и поведение.

Вслед за своим учителем Уорф обратился к индейским языкам. Отличие языков и культуры индейцев от того, что было ему хорошо известно, оказалось столь значительным, что он не стал разбираться в нюансах и объединил все «цивилизованные» языки и культуры под общим названием «среднеевропейский стандарт» (Standard Average European).

Одна из главных его статей, которая легла в фундамент гипотезы, как раз и посвящена сравнению выражений понятия времени в европейских языках, с одной стороны, и в языке индейцев хопи – с другой. Он показал, что в языке хопи нет слов, обозначающих периоды времени (мгновение, час, понедельник, утро и др.), и хопи не рассматривают время как поток дискретных элементов. В этой работе Уорф проследил, как соотносятся грамматические и лексические способы выражения времени в разных языках с поведением и культурой носителей.

Ещё один знаменитый пример связан с количеством слов для обозначения снега в разных языках. Уорф говорил, что в эскимосских языках есть несколько разных слов для обозначения разных видов снега, а в английском все они объединены в одном слове *snow*. Свою главную идею Уорф высказал, в частности, таким образом: «Мы членим природу по линиям, проложенным нашим родным языком», – и назвал её гипотезой лингвистической относительности.

*Гипотеза*, известная как гипотеза лингвистической относительности, предполагает, что люди, говорящие на разных языках, думают по-разному, и это происходит из-за различий в их языках. Поскольку люди различных культур, как правило, говорят на разных языках, гипотеза Сепира-Уорфа

особенно значима тем, что она позволяет понимать культурные различия (и сходства) в мышлении и поведении как функции языка. Согласно гипотезе, люди различных культур думают различно, и причины этого лежат в самой природе, структуре и функционировании их языков. Их мыслительные процессы, ассоциации, способы интерпретации мира, восприятие ими одинаковых событий могут быть другими, потому что они говорят на другом языке, и этот язык способствует формированию их структуры мышления.

Э. Сепир и Б. Уорф стремились доказать, что различия между «среднеевропейской» (западной) культурой и иными культурными мирами (в частности, культурой североамериканских индейцев) обусловлены различиями в языках.

Например, в европейских языках некоторое количество вещества невозможно назвать одним словом – нужна двучленная конструкция, где одно слово указывает на количество (форму, вместилище), а второе – на само вещество (содержание): *стакан воды, ведро воды, лужа воды*. Уорф считает, что в данном случае сам язык заставляет говорящих различать форму и содержание, таким образом навязывая им особое видение мира. По Уорфу, это обусловило такую характерную для западной культуры категорию, как противопоставление формы и содержания. В отличие от «среднеевропейского стандарта», в языке индейцев хопи названия вещества являются вместе с тем и названиями сосудов, вместилищ различных форм, в которых эти вещества пребывают; таким образом, двучленной конструкции европейских языков здесь соответствует однословное обозначение. С этим связана неактуальность противопоставления «форма – содержание» в культуре хопи.

Язык – важнейший элемент культуры, форма мышления. Язык, мышление и культура естественным и неразрывным образом взаимосвязаны между собой. Они составляют единое целое, ни один из этих трех компонентов не может существовать без двух других. Все вместе они соотносятся с окружающей природной и социальной действительностью, отражают и одновременно формируют ее. Язык выполняет этносоциальную функцию: выступает условием формирования этнической общности в процессе этногенеза. Именно в языке воплощен весь познавательный опыт народа, его философско-религиозные, морально-этические, социально-воспитательные, художественно-эстетические представления и принципы. Утрата этносом языка приводит к размыванию его этнокультурной идентичности.

## **ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА**

Понятие *языковой картины мира* восходит к идеям В. фон Гумбольдта и неогумбольдтианцев о внутренней форме языка, с одной стороны, и к идеям американской этнолингвистики, в частности к гипотезе лингвистической относительности Сепира-Уорфа – с другой.

*В. фон Гумбольдт* был одним из первых лингвистов, кто обратил внимание на национальное содержание языка и мышления, отмечая, что «различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия». Каждый человек имеет субъективный образ некоего предмета, который не совпадает полностью с образом того же предмета у другого человека. Объективироваться это представление может, прокладывая «себе путь через уста во внешний мир». Слово несет на себе груз субъективных представлений, различия которых находятся в определенных рамках, так как их носители являются членами одного и того же языкового коллектива, обладают определенным национальным характером и сознанием. По Гумбольдту, именно язык оказывает влияние на формирование системы понятий и системы ценностей. Эти его функции, а также способы образования понятий с помощью языка, считаются общими для всех языков. В основе различий лежит своеобразие духовного облика народов – носителей языков, но главное несходство языков между собой состоит в форме самого языка, «в способах выражения мыслей и чувств».

*В. фон Гумбольдт* рассматривает язык как «промежуточный мир» между мышлением и действительностью, при этом язык фиксирует особое национальное мировоззрение. Картина мира – это подвижная, динамичная сущность, так как образуется она из языковых вмешательств в действительность.

Таким образом, в формировании обоих понятий огромная роль принадлежит языку: «Язык – орган, образующий мысль, следовательно, в становлении человеческой личности, в образовании у нее системы понятий, в присвоении ей накопленного поколениями опыта языку принадлежит ведущая роль».

Заслуга *Л. Вайсгербера* заключается в том, что он ввел в научную терминологическую систему понятие «языковая картина мира». Основными характеристиками языковой картины мира, по *Л. Вайсгерберу*, являются следующие:

1. Языковая картина мира – это система всех возможных содержаний: духовных, определяющих своеобразие культуры и менталитета данной языковой общности, и языковых, обуславливающих существование и функционирование самого языка.

2. Языковая картина мира, с одной стороны, есть следствие исторического развития этноса и языка, а с другой стороны, является причиной своеобразного пути их дальнейшего развития.

3. Языковая картина мира как единый «живой организм» четко структурирована и в языковом выражении является многоуровневой. Она определяет особый набор звуков и звуковых сочетаний, особенности строения артикуляционного аппарата носителей языка, просодические характеристики речи, словарный состав, словообразовательные и синтаксические возможности языка, а также паремиологический багаж.



4. Языковая картина мира изменчива во времени и, как любой «живой организм», подвержена развитию, т.е. в диахроническом смысле она в каждый последующий этап развития отчасти нетождественна сама себе.

5. Языковая картина мира передается последующим поколениям через особое мировоззрение, правила поведения, образ жизни, запечатлённые средствами языка.

6. Картина мира какого-либо языка и есть та преобразующая сила языка, которая формирует представление об окружающем мире через язык как «промежуточный мир».

7. Языковая картина мира конкретной языковой общности и есть её общекультурное достояние.

Язык как деятельность рассматривается и в трудах *Л. Витгенштейна*, посвященных исследованиям в области философии и логики. Одним из важнейших вопросов для Л. Витгенштейна является соотношение грамматического строя языка, структуры мышления и структуры отображаемой ситуации. Предложение – модель действительности, копирующая её структуру своей логико-синтаксической формой. Следовательно, в какой мере человек владеет языком, в такой степени он знает мир. Языковая единица представляет собой не некое лингвистическое значение, а понятие, поэтому Л. Витгенштейн не разграничивает языковую картину мира и картину мира в целом.

Основательный вклад в разграничение понятий картина мира и языковая картина мира внесён *Э. Сепиром и Б. Уорфом*, утверждавшими, что «представление о том, что человек ориентируется во внешнем мире, по существу, без помощи языка и что язык является всего лишь случайным средством решения специфических задач мышления и коммуникации, – это всего лишь иллюзия. В действительности *реальный мир* в значительной мере неосознанно строится на основе языковых привычек той или иной социальной группы». Употребляя сочетание «реальный мир», Э. Сепир имел в виду язык со всеми его связями с мышлением, психикой, культурой, социальными и профессиональными феноменами. Именно поэтому он утверждал, что «современному лингвисту становится трудно ограничиваться лишь своим традиционным предметом...он не может не разделять взаимных интересов, которые связывают лингвистику с антропологией и историей культуры, с социологией, психологией, философией ...»

Согласно *современным представлениям* о языковой картине мира, язык – факт культуры, составная часть культуры, которую мы наследуем, и одновременно ее орудие. Культура народа вербализуется в языке, язык аккумулирует ключевые концепты культуры, транслируя их в знаковом воплощении – словах. Создаваемая языком модель мира есть субъективный образ объективного мира, она несет в себе черты человеческого способа миропостижения, т.е. антропоцентризма, который пронизывает весь язык.

Данную точку зрения разделяет В.А. Маслова: «Языковая картина мира – это общекультурное достояние нации, она структурированная, многоуровневая. Именно языковая картина мира обуславливает коммуникативное поведение, понимание внешнего мира и внутреннего мира человека. Она отражает способ речемыслительной деятельности, характерной для той или иной эпохи, с ее духовными, культурными и национальными ценностями».

По словам Ю.Н. Караулова, «языковая картина мира» – это «взятое во всей совокупности, все концептуальное содержание данного языка». Она является «наивной» в том смысле, что во многих существенных отношениях она отличается от «научной» картины. При этом отраженные в языке наивные представления отнюдь не примитивны: во многих случаях они не менее сложны и интересны, чем научные.

Языковая картина мира, как отмечает Г.В. Колшанский, базируется на особенностях социального и трудового опыта каждого народа. В конечном счете, эти особенности находят свое выражение в различиях лексической и грамматической номинации явлений и процессов, в сочетаемости тех или иных значений, в их этимологии и т.д.

Итак, понятие «языковая картина мира» включает две связанные между собой, но различные идеи:

1) картина мира, предлагаемая языком, отличается от «научной»;

2) каждый язык рисует свою картину, изображающую действительность несколько иначе, чем это делают другие языки.

Реконструкция языковой картины мира составляет одну из важнейших задач современной лингвистической семантики. Исследование языковой картины мира ведется в двух направлениях, в соответствии с названными двумя составляющими этого понятия. С одной стороны, на основании системного семантического анализа лексики определенного языка производится реконструкция цельной системы представлений, отраженной в данном языке, безотносительно к тому, является она специфичной для данного языка или универсальной, отражающей «наивный» взгляд на мир в противоположность «научному». С другой стороны, исследуются отдельные характерные для данного языка (лингвоспецифичные) концепты, обладающие двумя свойствами: они являются «ключевыми» для данной культуры (в том смысле, что дают «ключ» к ее пониманию) и одновременно соответствующие слова плохо переводятся на другие языки: переводной эквивалент либо вообще отсутствует (например, для русских слов *тоска*, *надрыв*, *авось*, *удаль*, *воля*, *неприкаянный*, *задушевность*, *совестно*, *неудобной* др.), либо такой эквивалент в принципе имеется, но он не содержит именно тех компонентов значения, которые являются для данного слова специфичными (например, русские слова *душа*, *судьба*, *счастье*, *справедливость*, *пошлость*, *разлука*, *обида*, *жалость*, *утро* и др.).

## НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЕЁ СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА



Невербальная коммуникация не так сильно структурирована, как вербальная. Не существуют общепринятые словари и правила компоновки жестов, мимики, интонации, при помощи которых мы в состоянии однозначно передать свои чувства. Такая передача зависит от очень многих факторов и часто происходит неоднозначно.

Наиболее влиятельной работой в исследованиях проблемы языка тела была работа Ч. Дарвина «Выражение эмоций у людей и у животных» (1872 г.). Многие его идеи и наблюдения признаны сегодня исследователями всего мира. С того времени учеными были обнаружены и зарегистрированы более 1000 невербальных знаков и сигналов.

Альберт Мейерабиан (Меграбян Альберт) установил, что передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на 7%, за счет звуковых средств (включая тон голоса, интонацию звука) на 38%, а за счет невербальных средств – на 55%.

Профессор Рэй Бердвистел (Ray Birdwhistell) проделал аналогичные исследования относительно доли невербальных средств в общении людей. Он установил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10–11 минут в день и что каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Как и Меграбян, он обнаружил, что словесное общение в беседе занимает менее 35%, а более 65% информации передается с помощью невербальных средств.

Важнейшей особенностью невербальной коммуникации является то, что она осуществляется с помощью всех органов чувств: зрения, слуха, осязания, вкуса, обоняния, каждый из которых образует свой канал коммуникации. На основе слуха возникает акустический канал, по нему поступает паравербальная информация. На основе зрения складывается оптический канал, по которому поступает информация о мимике и телодвижениях (кинесике) человека. Оно позволяет оценить позу и пространственную ориентацию коммуникации (проксемику). На основе осязания работает тактильный канал. К невербалике также относят понимание и использование времени – хронемикку. Все элементы невербальной коммуникации тесно связаны друг с другом, они могут взаимно дополнять друг друга и вступать в противоречие друг с другом.

Кинесика представляет собой совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выра-

зительных средств общения. Кин (кинема) – мельчайшая единица движения, из них складывается поведение. Из кинем образуются кинеморфы (нечто подобное фразам), которые и воспринимаются в ситуации общения. Считывая кинемы, мы интерпретируем сообщения, передаваемые через жесты и другие телодвижения.

Жесты – это различного рода движения тела, рук или кистей рук, сопровождающие в процессе коммуникации речь человека и выражающие отношение человека непосредственно к собеседнику, к какому-то событию, предмету, свидетельствующие о желаниях и состоянии человека. Большая часть жестов культурно обусловлена, они являются символами и носят договорной характер.

Жесты при общении несут много информации. В языке жестов, как и в речевом, есть слова, предложения. Богатейший «алфавит» жестов можно разбить на 5 групп:

1) жесты-иллюстраторы – описательно-изобразительные и выразительные жесты, сопровождающие речь и вне речевого контекста теряющие смысл. С их помощью говорящий старается более глубоко раскрыть смысл высказывания, сопровождает идущий в данный момент разговор, более подробно раскрывая его содержание. Это жесты сообщения: указатели, пиктографы, т.е. образные картины изображения; кинетографы – движения телом; жесты – «биты» (жесты – «отмашки»); идеографы, т.е. своеобразные движения руками;

2) жесты-регуляторы – жесты, выражающие отношение говорящего к чему-либо (улыбка, кивок, направление взгляда, целенаправленные движения руками);

3) жесты-эмблемы – своеобразные заменители слов или фраз в общении: сжатые вместе руки по манере рукопожатия на уровне груди означают во многих случаях «здравствуйте»;

4) жесты-адапторы – специфические привычки человека, связанные с движениями рук: почесывания, подергивания отдельных частей тела, касания собеседника, перебирание отдельных предметов, находящихся под рукой (карандаш, пуговица и т.п.);

5) жесты-афффекторы – жесты, выражающие через движения тела и мышцы лица определенные эмоции.

Мимика представляет собой все изменения выражения лица человека, которые можно наблюдать в процессе общения. Она является важнейшим элементом невербальной коммуникации. Лицо партнера по общениювольно или невольно привлекает наше внимание, поскольку выражение лица позволяет получать обратную связь о том, понимает нас партнер или нет. Ведь человеческое лицо очень пластично и может принимать самые разные выражения. Именно мимика позволяет выразить все универсальные эмоции: печаль, счастье, отвращение, гнев, удивление, страх и презрение. Мимика складывается из спонтанных и произвольных мимических реакций. Для

усиления эмоций мы делаем нашу мимику более выразительной и точной в соответствии с характером и содержанием процесса коммуникации.

Изучение основных мимических состояний выработало единицу анализа лицевого выражения – мимический признак.

К наиболее типичным эмоциональным состояниям относят:

– *удивление* – это моментальная реакция. Всегда появляется внезапно. Если есть время обдумать то, что может удивить, удивление на лице не зафиксировано. Основные проявления реакции удивления: брови вздернуты вверх; на лбу широкие морщины; глаза широко, расслабленно открыты, соответственно, рот открыт;

– *страх* – эмоция, возникающая в предвосхищении чего-то исключительно пагубного для человека. Причиной страха может быть ожидание физической боли, каких-либо неприятных событий, которые этот человек не в силах предотвратить. Основные проявления реакции страха: брови подняты, растянуты и сведены; короткие морщины на лбу; глаза раскрыты, нижнее веко очень напряжено; губы раздвинуты, сильно напряжены и оттянуты назад;

– *негодование (злость)* является результатом физической угрозы или намерения нанести кому-то психологический или физический ущерб. В состоянии гнева у человека поднимается кровяное давление, отчего краснеет лицо, на висках и шее вздуваются вены, учащается дыхание, напрягаются мышцы; брови сдвигаются, между ними появляются вертикальные складки, внешние концы бровей поднимаются; лоб без горизонтальных морщин; глаза сужаются, губы напряженно сжаты, иногда в гримасе обнажаются зубы;

– *отвращение* является реакцией на ощущение вкуса, запаха, звука, прикосновения и вида некоторых объектов или людей. Основные признаки этой реакции: брови опущены; глаза сужены, почти закрыты; уголки рта опущены. Иногда при сильной степени отвращения рот открыт и напряженно, как при тошноте, высунут язык; на носу морщины;

– *радость* переживается как ощущение приятного, возбуждающего, поднимающего настроение, или как избавление от чего-то неприятного или опасного. В некоторых случаях радость может сливаться с удивлением, при этом, как правило, реакция удивления фиксируется лишь на мгновение. Основные признаки радости: брови и лоб почти не принимают участия в формировании экспрессии; глаза часто сужаются и блестят; уголки губ поднимаются кверху; рот растягивается в улыбке.

– *печаль (горе)* чаще всего вызывается какими-то потерями. Она фиксируется на лице от нескольких минут до нескольких дней. Основные проявления реакции печали: брови сдвинуты вместе, их внешние концы опущены, между бровями небольшие вертикальные складки; на середине лба короткие морщины; глаза слегка приоткрыты, и между нижним и верхним веком образуется складка в виде треугольника; уголки рта опущены вниз.

Визуальный контакт является исключительно частью общения. Человек зрительно фиксирует все изменения во внешности и выражении лица собеседника. Зрительная система может регистрировать все особенности объекта восприятия. Время от времени взгляды собеседников встречаются, в некоторых случаях собеседник воздерживается от пристального и прямого визуального контакта. В ситуации острого соперничества или враждебности люди избегают прямо смотреть друг на друга. В обычном разговоре контакт глазами помогает говорящему почувствовать, что он общается именно с вами, произвести благоприятное впечатление, лучше донести до собеседника смысл сказанного вами.

Позы. Большое количество информации несет в себе поза человека. Поза – положение человеческого тела и движения, которые принимает человек в процессе коммуникации. Это одна из наименее подконтрольных сознанию форм невербального поведения, поэтому при наблюдении за ней можно получить значимую информацию о состоянии человека. По позе можно судить о жизненной силе, степени усталости, самоуверенности и даже о социальном статусе человека. По тому, как человек складывает руки и ноги, можно сделать выводы о его истинных эмоциях, намерениях, отношении к другим людям.

Вертикальное, расслабленное и естественное положение тела создает впечатление уверенности и самоуважения. Если сидящий слегка наклонился к вам или повернул голову, он сигнализирует о готовности вступить с вами в общение. Руки, расположенные по направлению к другому человеку – это тоже проявление открытости и сердечности. Если во время разговора собеседник скрещивает на груди руки, значит, он не согласен с вами, а если он к тому же закидывает ногу на ногу, он защищается от ваших слов, недоволен и готовится к возражениям.

При общении принято выделять три группы поз:

1) включение или исключение из ситуации, т.е. открытость или закрытость для контакта. Закрытость достигается скрещиванием на груди рук, сплетенными в замок пальцами, фиксирующими колено в позе «нога на ногу», отклонение спины назад и др. При готовности к общению человек улыбается, голова и тело повернуты к собеседнику, туловище наклонено вперед;

2) доминирование или зависимость. Доминирование проявляется в «нависании» над партнером, похлопывании его по плечу, руке на плече собеседника. Зависимость – взгляд снизу вверх, сутулость;

3) противостояние или гармония. Противостояние проявляется в следующей позе: сжатые кулаки, выставленное вперед плечо, руки на боках. Гармоничная поза всегда синхронизирована с позой партнера, открыта и свободна.

Внешний вид. В современном мире очень большое значение имеет умение человека производить хорошее впечатление. Для делового челове-

ка важно то, как он выглядит в глазах окружающих, какое производит впечатление на своих коллег и партнеров, т.к. от этого зависит эффективность и результативность его деятельности, поэтому он стремится к созданию определенного «привлекательного» имиджа. *Имидж* – это целенаправленно сформированный образ, с помощью которого человек представляет себя миру, это своего рода форма самопрезентации, это искусство управлять впечатлением, которое производит человек на окружающих.

Особенно много может сказать одежда человека. Она сообщает окружающим о его настроении, чувствах и намерениях. При первой встрече внешний вид – это единственный источник информации о собеседнике. Одежда, прическа, состояние лица и рук, украшения способны много рассказать о социальном положении, финансовом состоянии, возможной работе.

Многое о собеседнике могут рассказать предпочитаемый цвет одежды, стиль, излюбленные украшения. Если украшения очень дорогие, то, как правило, человек притягивает на особую значимость и престиж; если украшений слишком много (больше трех днем, вечером можно позволить и больше), скорее всего, человек также желает придать себе особую значимость или же просто отсутствие вкуса; если украшения подобраны со вкусом, это означает, что человек чувствителен к другим людям и стремится к созданию гармоничных отношений. Одежда ахроматической гаммы (белый, серый, черный) свидетельствует о том, что перед вами человек, имеющий высокий социальный статус.

Такесика изучает прикосновения в ситуации общения: рукопожатие, поцелуй, дотрагивание, поглаживание и т.п. Как показали наблюдения и исследования, с помощью разного рода прикосновений процесс коммуникации может приобретать различный характер и протекать с различной эффективностью.

Объятия. По характеру объятий, их силе, длительности определяют значение выражаемых человеком чувств. Закадычные друзья, находившиеся в долгой разлуке, при встрече заключают друг друга в крепкие объятия. Влюбленные задерживаются в нежных объятиях продолжительное время. Объятия между дальними родственниками в зависимости от поддерживаемых ранее контактов могут быть как сдержанными, холодными, так и эмоциональными. Между близкими людьми они носят мягкий душевный смысл.

Рукопожатия тоже различаются по способу их совершения, силе и длительности. Крепкое, энергичное потряхивание руки собеседника в купе с радостным восклицанием говорит об искренности партнера, его желании продолжить беседу. Обхват руки своими в виде «перчатки» также говорит о дружелюбии. Но если вам протягивают неживую руку, с вами не хотят контактировать. Холодная рука в пожатии может сигнализировать о том, что ее владелец сильно волнуется. О нервном переживании говорят запо-

тевшие ладони. Рука, оказывающаяся ладонью вниз в пожатии, свидетельствует о желании доминировать над другим человеком. Если рука повернута ладонью вверх – ее обладатель бессознательно признает себя подчиненным собеседнику.

Похлопывания по спине или плечу в основном характерны для мужчин. Эти невербальные жесты часто интерпретируются как проявление дружеского расположения, участия или ободрения. Их можно увидеть практически во всех возрастных категориях.

Прикосновения широко встречаются в мире невербального общения. Различного характера прикосновения являются индикатором невысказанных чувств партнера, в случае с глухим человеком позволяют обратить на себя его внимание. Прикосновения могут быть нежными, ласковыми, легкими, сильными, грубыми, ранящими и т.д.

Поцелуи, как разновидность тактильного жеста, широко применяются во всех аспектах жизни человека. По отношению к конкретному объекту меняется характер поцелуев. Мать целует ребенка нежно и с любовью, между любящими людьми они могут варьироваться от легкого прикосновения губ до страстного поцелуя. Поцелуи могут быть как искренними проявлениями чувств, так и формальными, холодными, традиционными.

Сенсорика представляет собой тип невербальной коммуникации, основывающийся на чувственном восприятии представителей других культур. Наряду со всеми другими сторонами невербальной коммуникации отношение к партнеру формируется на основе ощущений органов чувств человека. В зависимости от того, как мы чувствуем запахи, ощущаем вкус, воспринимаем цветовые и звуковые сочетания, ощущаем тепло тела собеседника, мы строим наше общение с этим собеседником.

Особенно большое значение в общении имеют запахи. Это, прежде всего, запахи тела и используемой человеком косметики. Мы можем отказаться от общения с человеком, если сочтем, что от него плохо пахнет.

Все сенсорные факторы действуют совместно и в результате создают сенсорную картину той или иной культуры. Оценка, которую мы даем этой культуре, зависит от соотношения числа приятных и неприятных сенсорных ощущений. Если приятных ощущений больше, мы оцениваем культуру положительно. Если больше негативных ощущений, культура нам не нравится.

Проксемика исследует пространственные условия общения – взаиморасположение собеседников в момент их физического, визуального или иного контакта. Данный термин был введен Э. Холлом для анализа закономерностей пространственной организации коммуникации, а также влияния территорий, расстояний и дистанций между людьми на характер межличностного общения.

Каждый человек считает, что определенный объем пространства вокруг него является его собственным, и нарушение этого пространства рас-



смаатривает как вторжение в его внутренний мир. Поэтому общение людей всегда происходит на определенном расстоянии друг от друга, и это расстояние является важным показателем типа, характера и широты отношений между людьми.

Э. Холл в результате своих наблюдений выделил четыре зоны коммуникации:

– интимная зона – расстояние, на которое могут подходить друг к другу друзья, родственники, близкие люди. В среднем это расстояние между собеседниками составляет не более полуметра;

– личная зона – в среднем от полуметра до метра. На таком расстоянии общаются хорошо знакомые друг с другом люди, а также люди, находящиеся в неформальных служебных отношениях;

– социальная зона – это расстояние между собеседниками от метра до трех. На таком расстоянии могут общаться между собой коллеги, не находящиеся в дружеских отношениях, и малознакомые люди;

– общественная зона – расстояние между собеседниками, превышающее три метра. Это расстояние, достаточное для того, чтобы поздороваться и либо подойти друг к другу ближе, либо разойтись. Обычно именно на таком расстоянии друг от друга предпочитают находиться незнакомые люди, особенно в помещении.

Выбор межличностного пространства – дело трудное. Расстояние, на которое вы подходите к собеседнику, не должно быть ни слишком большим, ни слишком маленьким. Например, социальная зона – это то расстояние, на котором мы держимся при общении с незнакомыми людьми. Исключением из правила, требующего строгого соблюдения дистанционной зоны, являются случаи, когда пространственная зона человека обусловлена его социальным положением. Например, управляющий компанией и один из его подчиненных могут быть компаньонами по рыбной ловле, и, находясь на рыбалке, они пересекают и личную, и интимную зону друг друга. На работе же управляющий будет держать его на расстоянии социальной зоны.

Общественная зона – это расстояние, предпочтительное при коммуникации с большой группой людей, с массовой аудиторией. Наиболее часто общественную зону коммуникации можно наблюдать во время совершения светских или религиозных церемоний, когда глава государства или глава религиозного института находится на почтительном расстоянии от большинства людей.

Хронемика – это использование времени в невербальном коммуникационном процессе. Для общения время является не менее важным фактором, чем слова, жесты, позы и дистанция. Восприятие и использование времени является частью невербального общения.

Исследования хронемики различных культур позволяют выделить две основные модели использования времени: *монохронную* и *полихрон-*

ную. При монокронной модели время представляется в виде дороги или длинной ленты, разделенной на сегменты. Это разделение времени на части приводит к тому, что человек в данной культуре предпочитает одновременно заниматься только одним делом, а также разделяет время для дела и для эмоциональных контактов. В полихронной модели нет такого строгого расписания, человек там может заниматься несколькими делами сразу. Время здесь воспринимается в виде пересекающихся спиральных траекторий или в виде круга.

Таким образом, невербальные сообщения способны передавать следующую информацию:

1) информация о личности коммуникатора – о его темпераменте, эмоциональном состоянии в момент коммуникации, выяснить его личностные свойства и качества, коммуникативную компетентность, социальный статус, получить представление о его самооценке;

2) информация об отношении коммуникантов друг к другу, их близости или отдаленности, типе их отношений (доминирование / зависимость, расположенность / нерасположенность), а также динамике их взаимоотношений;

3) информация об отношениях участников коммуникации к самой ситуации: насколько они комфортно чувствуют себя в ней, интересно ли им общение или они хотят поскорее выйти из него.

Невербальные сигналы дублируют нашу речь и подкрепляют ее доказательствами в виде эмоций.

Вся совокупность невербальных средств призвана выполнять следующие функции:

– дополнение речи: невербальное общение может дополнять вербальное. Например, когда мы сочувствуем или жалеем человека, мы его обнимаем и гладим по спине или голове; когда говорим «Привет!», улыбаемся; когда говорим «Тише!», прикладываем указательный палец к губам;

– замещение речи: например, кивок головой, пожимание плечами, моргание глазами, махание рукой и т.д.;

– репрезентация эмоциональных состояний собеседников: невербальные сигналы могут сделать акцент на каком-то высказывании. Например, выражая свой протест и нежелание, говоря слово «Нет!», можно стукнуть кулаком по столу. Невербальные сигналы являются прекрасным способом расставить акценты в своей речи; без них слова будут значительно менее выразительными;

– регулирование общения: с помощью кивка головой, взгляда, жеста мы легко вступаем в беседу или прекращаем ее.

Невербальные знаки могут не соответствовать устному сообщению (например, мы говорим: «Рады вас видеть!», но при этом хмуримся и смотрим в сторону).

Невербальные знаки формируют пять систем:

1) оптико-кинетическая система знаков: жесты, мимика, позы, походка, кожные реакции (покраснение, побледнение, потоотделение), пространственно-временная организация общения (дистанция между партнерами), контакт глазами (визуальный контакт) и др. Профессор Оксфордского университета М. Аргайл изучал частоту и силу жестикуляции в разных культурах: в течение одного часа финны жестикулировали 1 раз, итальянцы – 80, французы – 120, мексиканцы – 180;

2) паралингвистическая система – это система вокализации, то есть качество голоса, его диапазон, тональность, фразовые и логические ударения, предпочитаемые конкретным человеком;

3) экстралингвистическая система – включение в речь пауз, других вкраплений (покашливание, плач, смех), сам темп речи. Все эти дополнения увеличивают семантически значимую информацию, но не посредством дополнительных речевых включений, а «околоречевыми» приёмами;

4) тактильно-кинестезическая система: прикосновения, пожатие рук, объятия, поцелуи. В общении они выполняют функцию одобрения, эмоциональной поддержки. Использование человеком в общении динамических прикосновений определяется многими факторами. Среди них особую силу имеют статус партнеров, возраст, пол, степень их знакомства;

5) ольфакторная система: восприятие, передача и анализ запахов. Все запахи делят на приятные и неприятные запахи окружающей среды, естественные и искусственные запахи человека. Данная система служит дополнительной характеристикой складывающегося о человеке впечатления.

Разные культуры используют различную невербальную коммуникацию. Например, в рамках «черной» культуры Америки считается невоспитанным смотреть прямо в глаза учителю. Существуют также различные варианты проявления обиды: особенной походкой, особым движением глаз. В то же время человек иной культуры даже не заметит этого.

Владение знаниями функций невербального языка поможет человеку контролировать свои невербальные жесты и стать приятным собеседником. Это, несомненно, важно, так как «язык тела» выражает наше подсознание, и люди доверяют больше невербальным средствам, а не речевым. Приглядываясь к невербальным знакам, мы увидим то, чего собеседник не выразил словами.

Факторы, влияющие на невербальные знаки:

1) культурные особенности. В каждой стране своя система невербальных знаков. Перед встречей с иностранным партнером необходимо ознакомиться с особенностями этикета его страны;

2) здоровье. У человека, имеющего определенные заболевания, меняются взгляд, звучание голоса, жесты обычно более вялые, хотя есть забо-

левания, сопровождающиеся повышенной возбудимостью, эмоциональностью;

3) профессия. У человека могут быть профессиональные особенности невербального выражения эмоций, часто это касается людей творческих профессий; слабое рукопожатие не всегда проявление слабости: может быть, профессия требует беречь пальцы;

4) уровень культуры влияет на систему жестов, представление об этикете, правильном воспитании;

5) статус и звание человека. Чем выше должность, тем меньше жестов;

6) возрастная группа: в раннем возрасте одно и то же состояние может выражаться разными жестами; кроме того, с возрастом может снижаться скорость движений;

7) возможность проявить и воспринять невербальные средства общения (физическая преграда между собеседниками затрудняет их полноценное восприятие);

8) актерские способности (многие умеют играть не только словами, но и невербальными знаками);

9) несогласованность знаков. При неправильном сочетании невербальных знаков может сложиться впечатление неискренности речи. Наше тело гораздо быстрее выражает наши чувства и эмоции, чем речь. Невербальные сигналы передают большой поток информации и упрощают понимание между говорящими.

## **МЕСТО И РОЛЬ СИМВОЛА В СИСТЕМЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ**

Культура представлена в виде символической системы, в которой выражаются ключевые идеи, ценности, нормы и стандарты определенного общества и культуры. Выделяют следующие типы символов: социальные, этнические, мифологические, религиозные, художественные, политические и государственные.

Социальные символы являются атрибутивно-статусными признаками индивидов, входящих в те или иные социальные группы в общей структуре общественной системы. Они являются отражением идейно-ценностных и нормативно-обыденных представлений о месте и роли определенных социальных групп, традиционно закрепляемых в обществе. Подобные представления – результат идеологической линии, разрабатываемой духовной элитой в плане осмысления философского вопроса о сущности и роли человека в обществе.

Этнические символы выражают специфику социокультурного бытия этнической общности. В этнических символах воплощаются идеи, идеалы и ценности, которые в историко-культурном и социополитическом аспектах объединяют людей между собой и позволяют им идентифицировать себя с представителями этнической общности.

Мифологические символы присутствуют в мифологических и религиозных системах. Они выступают отражением определенных представлений и верований о сущности вещей, явлений и процессов земного, социального, сверхъестественного характера. Подобные символы в большинстве случаев обладают архетипическим содержанием и продолжают существовать в современной культуре, претерпевая идейно-смысловые трансформации.

Религиозные символы формируются в процессе возникновения, оформления и утверждения той или иной религии. В религиозных символах в наглядно-чувственной форме выражены сакральные представления о сущности человеческого и божественного, земного и непознаваемого. Религиозный символ не только дает представления о сущности человека, его месте и роли в мире, о его связи с Богом, но и регламентирует в нравственном срезе отношения между людьми.

Художественные символы широко используются в произведениях художественной культуры. Появление этих символов обусловлено стремлением творцов к выражению духовно-ценностного опыта как откровения культуры. Эти символы обладают мощным эмоционально-психологическим потенциалом. Художественные символы – отражение философских, религиозных, этических, правовых, политических и эстетических понятий и норм.

Политические символы воплощают идеи, идеалы, представления и ценности, которые используются с целью объединения людей в политические общности и побуждения к политическим действиям.

Государственные символы – официальные символы, служащие идентификации конкретного государства или государственно-административного образования. Они являются отражением господствующей в обществе идеологии, призваны воплотить национальную концепцию социополитического развития, способную сплотить население под эгидой общих идеалов и ценностей.

Несмотря на то что в рамках любой символической системы культуры социальные, этнические, мифологические, религиозные, художественные, политические, государственные типы символов находятся в тесной взаимосвязи и взаимодействии, в разные историко-культурные эпохи и у разных народов те или иные типы символов преобладают.

Выделяют три фундаментальные функции символа:

1) *познавательная функция* заключается в том, что символ служит формой для выражения понятий и представлений, которые могут иметь разные смысловые грани для интерпретации. Поэтому расшифровка символа предполагает работу воспринимающего его человека в определенном временном идейно-мировоззренческом контексте. Символы имеют определенные традиции в истолковании своего содержания, закрепляемые в системе науки, религии, философии, искусства, образования;

2) *идентификационно-интегративная функция* заключается в том, что символы служат средством объединения людей в социальные группы и общности, а также способом идентификации индивидов. Символы фиксируют социальные статусы индивидов, а также являются выражением социальных связей и отношений;

3) *информационно-коммуникативная функция* реализуется, если реципиент способен к узнаванию символа и его прочтению.

Символы – способ установления межкультурной коммуникации не только между индивидами и группами в пределах единого культурного пространства, но и между разными культурами.

Особенностью символа является его способность «замещать» предметы, явления и выражать информацию, заключенную в них. В качестве символа могут выступать и материальные предметы: обручальное кольцо на пальце символизирует замужество.

Зарубежные ученые в середине XX века уже обращались к символу как важному невербальному средству коммуникации для познания сущности явлений межкультурного характера. Выяснилось, что благодаря символам, не затрагивая вербальный канал общения, общество находит точки для понимания представителей других лингвокультур.

Понимание является центральной категорией символа в межкультурной коммуникации, так как участники пользуются разными языками для общения. Благополучная, успешная межкультурная коммуникация предполагает постижение отличий и способность интерпретировать символы другой культуры.

## **ПРОЦЕСС ОСВОЕНИЯ ЧУЖОЙ КУЛЬТУРЫ. МОДЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ЧУЖОЙ КУЛЬТУРЫ М. БЕННЕТА**



Современные средства коммуникации позволяют нам непосредственно знакомиться с особенностями и ценностями культур других народов. Людям становится понятным, что представители этих культур по-разному реагируют на внешний мир, у них есть свои собственные точки зрения, системы ценностей и нормы поведения, которые существенно отличаются от принятых в их родной культуре. В ситуации расхождения или несовпадения каких-либо культурных явлений другой культуры с принятыми в «своей» культуре возникает понятие «чужой». Тот, кто сталкивается с чужой культурой, переживает много новых чувств и ощущений при взаимо-

действию с неизвестными и непонятными культурными явлениями. Их гамма довольно широка – от простого удивления до активного неприятия и протеста. Как показывают исследования этих реакций, чтобы сориентироваться в чужой культуре, недостаточно использовать лишь свои знания и наблюдать за поведением иностранцев. Намного важнее понять чужую культуру и включить новые знания в свой культурный арсенал, в структуру своего поведения и образа жизни.

Понятие «чужой» имеет несколько значений:

- *чужой как нездешний*, иностранный, находящийся за границами родной культуры;
- *чужой как странный*, необычный, контрастирующий с обычным и привычным окружением;
- *чужой как незнакомый*, неизвестный и недоступный для познания;
- *чужой как сверхъестественный*, всемогущий, перед которым человек бессилён;
- *чужой как злоеущий*, несущий угрозу для жизни.

Противоположное ему понятие «свой» подразумевает тот круг явлений окружающего мира, который воспринимается человеком как знакомый, привычный, само собой разумеющийся.

В процессе контактов между представителями различных культур сталкиваются различные культурно-специфические взгляды на мир, причем каждый из собеседников первоначально не осознает различия в этих взглядах, каждый считает свои представления нормальными, а представления другого ненормальными. Сначала, как это бывает чаще всего, обнаруживается открытое непонимание, при котором мнение и понимание не совпадают. Обычно обе стороны не ставят под сомнение «свое» само собой разумеющееся», а занимают этноцентристскую позицию и приписывают другой стороне глупость, невежественность или злой умысел.

Иногда для обозначения общей ситуации, когда человек вынужден приспособляться к новому порядку, используют понятие «культурный шок». В основном человек получает культурный шок, когда попадает в другую страну, у него возникает конфликт старых, к которым он привык, и новых культурных норм и ориентаций.

Симптомы культурного шока:

- 1) всё время хочется домой;
- 2) ничто не кажется вам смешным;
- 3) неумеренная жажда и потребность в еде или плохой аппетит;
- 4) желание «повалиться» в постели;
- 5) страх физического контакта;
- 6) рассеянность;
- 7) чувство беспомощности;
- 8) агрессивность;
- 9) навязчивость в мытье рук.

Специфика межкультурной коммуникации наиболее явно проявляется при анализе отрицательного материала, т.е. коммуникативных неудач, которые не только мешают общению, но и провоцируют межкультурные конфликты. Причины коммуникативных неудач могут быть различны и обусловлены не только незнанием кода (языка), но и отсутствием «внекодовых» знаний. Иностранцам будут непонятны высказывания типа *брать борзыми щенками, рукописи не горят* и под.

С лингвистической точки зрения можно выделить три причины коммуникативных неудач:

1) порождаемые устройством языка (недостаточное владение системой лексики, грамматики, фонетики иностранного языка);

2) порождаемые индивидуальными различиями говорящих (принадлежат к разным культурам, языковым сообществам);

3) порождаемые прагматическими факторами (незнанием правил коммуникации в различных ситуациях общения).

Ошибки инофона:

1) фонетические (*угол-уголь, тарелька-фасол*) и интонационные;

2) орфографические (например, в китайских инструкциях на русском);

3) лексические (*старый – старший*);

4) грамматические (русские глаголы сов. и несов. вида, неразличение рода существительных);

5) дискурсивные ошибки, вызванные незнанием системы языка, неверным использованием языковых средств в конкретных ситуациях, нарушением культурных норм и ценностей;

6) этикетные ошибки (незнание правил речевого этикета);

7) стереотипные ошибки, вызванные незнакомством с социокультурными стереотипами;

8) «энциклопедические» ошибки», незнакомство с фоновыми знаниями, которые известны практически всем носителям другой культуры (Левша, Алеша Попович, Ярославна, братец Иванушка и т.д.).

9) незнакомство с ментальными стереотипами (ср. различия в употреблении зооморфных характеристик человека: у японцев свинья ассоциируется с нечистоплотностью, а не с полнотой; щенок для испанца – злобный и раздражительный человек и т.д.). К этой же группе ошибок можно отнести этнические стереотипы – этнонимы, активно используемые для характеристики личности в одной культуре и имеющие иное значение или совсем отсутствующие в другой.

Во избежание коммуникативных неудач, для успешного овладения чужим языком и культурой необходима аккультурация – «усвоение человеком, выросшим в одной национальной культуре, существенных фактов, норм и ценностей другой культуры» (Верещагин, Костомаров). А при сохранении национально-культурной идентичности – уважения к другим культурам, толерантности.



Все возникающие проблемы межкультурного общения сводятся к трем основным причинам:

- различный характер набора культурных ценностей в разных культурах;
- размытость границ социальных отношений: один и тот же человек является членом различных социальных групп, и отношения каждой отдельно взятой пары индивидуумов не могут быть однозначно четко определены с точки зрения их социального статуса (например, отношения подчиненного с начальником осложняются тем, что помимо производственных между ними могут быть дружеские/недружеские отношения, они могут иметь общих знакомых или родственников и т.д.);
- наличие доминирующих идеологий в культурных группах.

Исследования, проведенные в среде белых южноафриканцев среднего класса, показали, что они реже говорят друг другу комплименты, но принимают большинство из тех, что прозвучали, тем самым подчеркивая свое превосходство над собеседником или устанавливая социальную дистанцию. И эту реакцию тоже можно объяснить культурными ценностями общества, в котором социальное неравенство (особенно связанное с властью) предопределено и закреплено законом.

В силу различий норм и правил общения, ценностных ориентаций и мировосприятия люди вступают в противоречия и конфликты друг с другом.

Культурные различия служат основной причиной межкультурных конфликтов, которые бывают нескольких видов:

- между этническими группами и их культурами (грузинами и абхазцами, басками и испанцами и т.д.);
- между представителями различных религий (католики и протестанты в Северной Ирландии, православные и униаты на Западной Украине, сунниты и шииты в Ираке);
- между поколениями и носителями разных субкультур;
- между традициями и новациями в культуре;
- между различными лингвокультурными сообществами и их отдельными представителями.

Существуют три основные причины коммуникационных конфликтов:

1) *личностные* – ярко выраженное своеобразие и честолюбие, низкая способность к адаптации, подавленная злость, несговорчивость, карьеризм, жажда власти, пессимизм.

2) *социальные* – соперничество, недостаточное признание способностей, недостаточная поддержка или готовность к компромиссам, цели и средства, противоречащие друг другу.

3) *организационные* – неточные инструкции, неясная ответственность, постоянные изменения правил и предписаний для отдельных участников коммуникации, смена привычных ролей. Наиболее вероятны между людьми, находящимися между собой в зависимых отношениях (например,

партнеры по бизнесу, друзья, коллеги, родственники, супруги). Чем теснее и ближе отношения, тем вероятнее возникновение конфликтов.

В реальной жизни «чисто» межкультурные конфликты не встречаются, любой конфликт затрагивает вопросы статуса, власти, взаимоотношений людей разных поколений.

Выделяют пять стилей поведения при разрешении конфликта:

1) *Соревнование* – «прав тот, кто сильнее» – активный и не стремящийся к сотрудничеству стиль. Одна из сторон с большим рвением добивается своих целей и стремится действовать в своих интересах независимо от того, какое воздействие это оказывает на других. Подобный способ разрешения конфликта сводится к подчинению одной стороны другой.

2) *Сотрудничество* – «давайте решим это вместе» – активный и стремящийся к сотрудничеству стиль. Обе стороны конфликта стремятся к достижению своих целей. Подобная манера поведения характеризуется стремлением решить проблему, выяснить разногласия, видеть в конфликте стимул к конструктивным решениям.

3) *Уход от конфликта* – «оставьте меня в покое» – пассивный и не стремящийся к сотрудничеству стиль. Одна из сторон может признавать, что конфликт существует, но выбирает манеру поведения, характеризующуюся стремлением избежать конфликта или приглушить его. Такой участник конфликта надеется, что он разрешится сам собой; решение проблемы откладывается.

4) *Уступчивость* – «только после вас» – пассивный и стремящийся к сотрудничеству стиль. Один из собеседников для поддержания отношений отказывается от своей позиции ради другого. Подобное стремление успокоить другого предполагает уступчивость, подчинение и податливость.

5) *Компромисс* – «давайте пойдем друг другу навстречу» – средняя позиция по параметрам активность / пассивность, стремление к сотрудничеству / его отсутствие. Когда обе стороны конфликта идут на уступки, частично отказываясь от своих требований, достигается компромисс. Подобный выход из конфликта предваряют переговоры, поиски вариантов и путей к взаимовыгодным соглашениям.

Как любой другой аспект организационного поведения, стиль разрешения конфликта подвержен значительному влиянию национальной культуры. В японских контрактах распространен следующий пункт: «Если в ходе выполнения контракта возникают условия, создающие препятствия для выполнения контрактных обязательств одной из сторон, обе стороны сядут за стол переговоров и обсудят создавшуюся ситуацию, с тем чтобы изменить существующий контракт». Многие виды делового сотрудничества в Японии осуществляются вообще на основании устной договоренности сторон. Американцы же представить себе не могут, как можно сесть за стол и спокойно разговаривать с партнером, который не выполняет своих контрактных обязательств.

Исследования подтвердили наличие значительных культурных различий в методах разрешения конфликта между британскими и китайскими менеджерами: если китайцы предпочитают более пассивные стили поведения, такие как «компромисс» или «уступчивость», то британцам более свойственны активные стили типа «сотрудничество» или «соревнование». Ученые объясняют это приверженностью китайского общества конфуцианству, к основным принципам которого относятся идеи конформизма, этика гармонии и сохранения лица. Конформизм в китайском обществе основывается на осознании того, что человек существует не в изоляции, а как часть семьи или клана. Необходимость проявления почтительности к старшим формирует социальную ориентацию китайцев на подчинение власти и подавление агрессии. Этика гармонии побуждает китайцев выбирать золотую середину из двух крайностей – действие / бездействие – и учит их достижению состояния равновесия путем контролирования выражения эмоций. И наконец, понятие «лицо» воспитывает у китайцев умение сохранять самообладание, не подрывая своего чувства собственного достоинства, и не создавать ситуации, ведущие к «потере лица» другими людьми.

## **СОЦИАЛИЗАЦИЯ И ИНКУЛЬТУРАЦИЯ**

Социализация – это процесс формирования социальных качеств, свойств, умений, которые позволяют человеку жить в обществе, контактировать с другими людьми, выполнять различные виды общественной деятельности. По своему содержанию социализация – двусторонний процесс. С одной стороны, он состоит в передаче обществом исторического опыта, знаний, ценностей, норм, а с другой – в их усвоении индивидом. Социализация играет огромную роль в жизни общества в целом и отдельной личности. От успеха социализации зависит, насколько личность, усвоив существующие в данном обществе ценности и нормы поведения, сможет реализовать себя, проявить свои способности и таланты. Для общества успех процесса социализации является своеобразной гарантией того, что новые поколения усвоили опыт и знания старших поколений и смогут занять их место в системе социальных связей. Недостатки в системе социализации могут привести к конфликтам между поколениями, к дезорганизации социальной жизни, к распаду общества, утрате его культуры.

Инкультурация – это процесс усвоения человеком основных элементов культуры: ценностей, норм, символов, традиций. Термин «инкультурация» был введен американским антропологом Мелвиллом Херсковичем в работе «Человек и его работа. Наука культурной антропологии» (1948). Понятия «социализация» и «инкультурация» во многом совпадают друг с другом по содержанию, т.к. оба подразумевают усвоение людьми культурных форм какого-либо общества. Поэтому в современной научной литературе они нередко используются как синонимы. Но большинство ученых,

считающих культуру исключительно человеческой характеристикой, проводят различие между этими терминами. По их мнению, инкультурация включает в себя формирование основополагающих человеческих навыков (типы общения с другими людьми, формы контроля за собственным поведением и эмоциями, способы удовлетворения основных потребностей, оценочное отношение к различным явлениям окружающего мира). В результате инкультурации человек способен свободно ориентироваться в окружающей его социальной среде, пользоваться большинством предметов культуры, созданных предыдущими поколениями, обмениваться результатами физического и умственного труда, находить взаимопонимание с другими людьми. В результате социализации человек становится полноправным членом общества, свободно выполняя требуемые социальные роли.

По своему характеру процесс инкультурации более сложен, чем процесс социализации. Усвоение социальных законов жизни происходит быстрее, чем усвоение культурных норм, ценностей, традиций, обычаев. В какую бы страну человек ни выехал на время или ни переехал навсегда, он обязан иметь элементарные представления о социальной структуре общества, основах экономики, политического устройства, о гражданских правах. Усвоение этих знаний, обучение человека жизни в обществе и составляет содержание процесса социализации. Инкультурация – это обучение человека традициям и нормам поведения в конкретной культуре. Культура в разных странах более специфична, чем социальная структура. К ней труднее адаптироваться, привыкнуть. Т.обр., инкультурация – более сложный и длительный процесс, чем социализация. Вместе с тем процессы социализации и инкультурации неразрывно связаны друг с другом, могут протекать только совместно.

В социальной среде выделяют три уровня:

1. *Мегасреда* – мировая цивилизация, человечество в целом.
2. *Макросреда* – общество, страна, к которой человек принадлежит по рождению и воспитанию.
3. *Микросреда* – непосредственное, ближайшее окружение человека, те люди, с которыми он вступает в повседневные контакты (семья, друзья, первичный коллектив – учебный, трудовой, армейский).

Влияние этих сред может быть неодинаковым, даже разнонаправленным. Поэтому многое зависит от того, какой из этих факторов перевесит, окажет решающее влияние на формирование личности. Влияние социальной среды чаще всего является непреднамеренным. Человек наблюдает за поведением других людей и пытается вести себя подобным образом в аналогичных ситуациях. По мере взросления круг общения расширяется, человек приобретает жизненный опыт, представления о том, что одобряется, а что не одобряется в данном обществе, как следует выполнять свои функции и обязанности, как вести себя в разнообразных жизненных ситуациях, как оценивать события, реагировать на знаки внимания и сигналы.

Для того чтобы обеспечить бóльшую надежность и гарантированность процессов социализации и инкультурации, используются их целенаправленные формы, и прежде всего воспитание. Воспитание – это целенаправленная передача норм и правил достойного (приемлемого) поведения от старшего поколения к младшему. В ходе воспитания происходит специальный отбор задач и идей, в духе которых следует формировать личность, а также средств и методов, которые обеспечивают наибольший эффект этого процесса. Процесс воспитания позволяет личности опереться на опыт прошлых поколений. Воспитание осуществляется в ходе деятельности различных социальных институтов: семьи, учебных заведений, религиозных организаций, средств массовой информации, культурно-просветительских организаций.

Стадии инкультурации. На протяжении всей своей жизни каждый человек проходит определенные фазы, которые называют стадиями жизненного цикла: детство, юность, зрелость и старость. На каждой стадии процесс инкультурации характеризуется своими результатами и достижениями. В зависимости от этих достижений обычно выделяют две основные стадии инкультурации – начальную (первичную), охватывающую периоды детства и юности, и взрослую (вторичную), охватывающую два других периода.

Первичная стадия начинается с рождения ребенка и продолжается до окончания подросткового возраста. В этот период дети усваивают важнейшие элементы своей культуры, овладевают ее азбукой, приобретают навыки, необходимые для нормальной социокультурной жизни. Процессы инкультурации реализуются у них в это время в основном в результате целенаправленного воспитания и частично на собственном опыте.

Вторичная стадия инкультурации касается уже взрослых людей, т.к. вхождение человека в культуру не заканчивается с достижением совершеннолетия. Взрослым человек считается, если обладает рядом важных качеств, среди которых:

- достижение необходимой степени физической зрелости организма;
- овладение навыками собственного жизнеобеспечения в сферах домашнего хозяйства и общественного разделения труда;
- овладение достаточным объемом культурных знаний и социального опыта через практическую деятельность в составе различных социокультурных групп и знакомство с различными «навыками» культуры (наука, искусство, религия, право, мораль);
- принадлежность к одной из социальных общностей, состоящей из взрослых участников системы разделения труда.

Отличительной особенностью второй стадии инкультурации является развитие способности человека к самостоятельному освоению социокультурного окружения в пределах, установленных в данном обществе. Человек получает возможность комбинировать полученные знания и на-

выки для решения собственных жизненно важных проблем, расширяется его способность принимать решения, которые могут иметь значимые последствия как для него, так и для других людей. Он приобретает право участвовать в действиях, которые могут привести к значительным социокультурным изменениям. Взрослые способны к сознательной оценке своих и чужих поступков, а также ценностей и норм культуры. Они могут идти на компромиссы. Вторая стадия инкультурации обеспечивает членам общества возможность принять на себя ответственность за экспериментирование в культуре, за внесение в нее изменений различного масштаба.

В этот период основное внимание уделяется профессиональной подготовке. На нее тратится большая часть усилий и времени личности. Необходимые знания и навыки в основном приобретаются в средних специальных и высших учебных заведениях. На этой стадии также большое значение имеет освоение молодыми людьми их нового, взрослого статуса в семье, расширение круга социальных контактов, осознание своего нового положения, накопление собственного жизненного опыта.

В более позднее время, когда человек совершенствует свои профессиональные навыки уже на рабочем месте, инкультурация бывает связана в основном с непосредственными (формальными и неформальными) социокультурными контактами. Кроме того, жизнь взрослого человека невозможна без включенности в целый ряд других социальных групп: в семью, в компанию друзей, в группы по интересам и т.д. В это время человек полностью включен в общественную жизнь, выполняет гражданские обязанности и пользуется определенными правами. И наконец, наступает старость, когда человек выходит на пенсию. У него появляется много свободного времени, часто меняются обстоятельства (дети живут отдельно, умирают друзья и т.п.). Для человека в этот период очень легко утратить смысл жизни, поэтому инкультурация пожилых людей – очень актуальная проблема в современном мире.

## **МОДЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ЧУЖОЙ КУЛЬТУРЫ М. БЕННЕТА**

Анализ проблем освоения чужой культуры, культурного шока и аккультурации поставил перед исследователями закономерный вопрос о целенаправленном обучении, о подготовке человека к жизни в чужой культуре и к межкультурному взаимодействию. Как считает один из крупнейших специалистов по межкультурной коммуникации М. Беннет, для этого нужно развить у человека межкультурную чуткость – чувственное восприятие и толкование культурных различий.

По мнению Беннета, осознание культурных различий проходит несколько этапов. На начальном этапе само существование этих различий обычно не осознается человеком. На следующем этапе другая культура начинает осознаваться как один из возможных взглядов на мир, межкультурная чуткость возрастает, человек ощущает себя членом более чем одной

культуры. На последних стадиях развития признается существование нескольких точек зрения на мир. Далее формируется новый тип личности, сознательно отбирающей и интегрирующей элементы разных культур.

Модель Беннета говорит не просто о начальном, среднем и конечном этапах развития, но и подчеркивает изменения, происходящие на каждом этапе:

– содержание этноцентристских этапов: отрицание (изоляция, сепарация); защита (диффамация, превосходство, обратное развитие); умаление (физический универсализм, трансцендентальный универсализм);

– содержание этнорелятивистских этапов: признание (уважение к различиям в поведении, уважение к различиям в системах ценностей); адаптация (эмпатия, плюрализм); интеграция (контекстуальная оценка, конструктивная маргинальность).

**Этноцентристские этапы.** Под этноцентризмом в культурной антропологии понимается совокупность представлений о собственной этнической общности и ее культуре как о центральной, главной по отношению к другим. Обычно на эту роль претендует собственная, родная культура.

1. Отрицание каких-либо культурных различий между народами. Отрицание может проявляться как через изоляцию, так и через сепарацию. *Изоляция* понимается прежде всего как физическая изоляция народов и культур. В наши дни практически не может быть полной физической изоляции (разве что найдется неизвестное племя в джунглях Амазонки), но вполне возможна относительная изоляция. Примером изоляции может быть поведение многих туристов за границей, где они ищут сходство со своей культурой и поэтому замечают только знакомые предметы. Так, многие американцы в Японии видят только небоскребы, кафе «Макдоналдс» и автомобили. Частичная изоляция может проявляться также в использовании очень широких категорий для культурного различия. Так, люди согласны, что есть разница между европейцами и азиатами, но не видят различий между японцами и корейцами и т.п. *Сепарация* (встречается чаще) – возведение физических или социальных барьеров для создания дистанции от всего, что отличается от собственной культуры. Подобные барьеры создаются по расовым, этническим, религиозным, политическим и другим основаниям, разделяющим людей на многочисленные и разнообразные группы.

На первый взгляд, отрицание может показаться приемлемой формой межкультурных контактов, поскольку люди, разделяющие эту позицию, не ищут ссор до тех пор, пока другие держатся от них на расстоянии и ведут себя мирно. На этапе отрицания люди более вежливы, чем на этапе защиты. Но у отрицания есть опасная сторона – скрытый перевод других, непохожих людей, в другую категорию, более низкую. На этапе отрицания лучшим методом формирования межкультурной чувствительности является организация межкультурных мероприятий – вечеров, недель межкуль-

турного обмена, где можно познакомиться с чужой музыкой, танцами, костюмами, кухней и т.п. Это помогает сформировать более конкретное понимание наиболее общих культурных категорий. Важно просто признать существование межкультурных различий, избегая их обсуждения, так как слушатели либо проигнорируют такую информацию, либо отвергнут все объяснения. Когда эти различия начинают осознаваться, первой реакцией является возрастание напряженности, что ведет к следующему этапу – защите.

2. Защита. На этапе защиты человек воспринимает культурные различия как угрозу для своего существования и пытается им противостоять. Поскольку существование различий признается как реальный факт, защита представляет собой шаг вперед в развитии межкультурной чуткости по сравнению с отрицанием. *Диффамация (клевета)* – негативная оценка различий, формирование негативных стереотипов. При этом отрицательные характеристики приписываются каждому члену соответствующей социокультурной группы. Клевета может распространяться на расу, этнос, пол, религию и т.д. Она может быть неявной, но есть и более серьезные формы клеветы, когда пытаются обосновать негативные стереотипы, доказать неполноценность той или иной группы. Именно так действуют разного рода экстремистские организации.

Защищая свои культурные отличия, человек приходит к чувству *превосходства*, подчеркиванию своего высокого культурного статуса, причем прямое отрицание чужой культуры не является обязательной чертой этого чувства. Чувство превосходства проявляется в виде гордости за свою расу, пол и т.п. Естественно, чужое воспринимается чаще всего как имеющее более низкий статус. В рамках этой концепции появился широко используется термин «развивающиеся страны», подразумевающий эталоном развития всех стран европейский и американский уровень. На этом этапе очень опасно скатиться на позиции ненависти к чужакам. Нельзя допустить, чтобы гордость за свою культуру стала самоцелью.

*Обратное развитие* (полное изменение) не является обязательным этапом межкультурного развития, хотя его переживают многие из тех, кто долго живет за границей. Оно означает очернение своей собственной культуры и признание превосходства другой.

Если вслед за этапом защиты не будет этапа умаления, а произойдет скачок к принятию или адаптации, это может привести к укреплению защиты и отказу от дальнейшего развития межкультурной чувствительности.

3. Умаление (минимизация). На этом этапе культурные различия открыто признаются и не оцениваются негативно, как на этапе защиты. Они рассматриваются как что-то естественное. Принимается позиция единой человеческой сущности, которая иллюстрируется известным «золотым правилом»: поступай с другими людьми так, как ты бы хотел, чтобы они поступали с тобой. Это правило подразумевает, что все люди одинаковы,



но при всей внешней привлекательности данный подход также остается этноцентричным, поскольку «универсальные» характеристики людей берутся из своей культуры и означают: «будь, как я». *Физический универсализм* является первой формой минимизации и исходит из того, что все люди независимо от их расовой, этнической или культурной принадлежности имеют общие физические характеристики, которые обеспечивают одинаковые материальные потребности и требуют поведения, понятного любому другому человеку. *Трансцендентальный универсализм* является его своеобразным аналогом. Он предполагает, что все люди являются продуктом некоего единого принципа или подхода (чаще всего Бога). Самый известный пример – утверждение Библии, что человек создан по образу и подобию Божьему. На этом этапе развития межкультурной чуткости наиболее эффективны рассказы о собственном опыте межкультурного контакта и другие примеры, иллюстрирующие культурные различия в поведении. Особенно полезна встреча с представителями иной культуры, способными наглядно продемонстрировать эти различия.

**Этнорелятивистские этапы.** Этнорелятивизм начинается принятия культурных различий как неизбежного и позитивного, проходит через этап адаптации к ним и может завершиться формированием межкультурной компетентной личности.

1. Признание – этап, когда существование культурных различий принимается как необходимое человеческое состояние. Вначале признаются различия в поведении, затем – в культурных ценностях и т.д. Самое очевидное различие в поведении – язык. Вербальное поведение существенно варьируется в разных культурах. В то же время происходит знакомство с особенностями невербального поведения, неожиданными для неподготовленного человека. Этот этап подготавливает людей к признанию различий в системах культурных ценностей – главного элемента в воспитании межкультурной чуткости.

1. Адаптация (приспособление). На этом этапе приходит осознание того, что культура не застывшее образование, а процесс. Адаптация начинается с эмпатии (сочувствия) и завершается формированием плюрализма. Эмпатия означает возможность испытывать разные ощущения в процессе коммуникации на основе своих представлений о потребностях другого человека. Более глубокая адаптация связана с плюрализмом, под которым подразумевается не просто осознание различия культур, но и полное понимание этого различия в конкретных культурных ситуациях. Оно возможно лишь как результат личного опыта жизни в чужой культуре. Обычно для этого требуется не менее двух лет. Плюрализм демонстрируют дети эмигрантов и те, кто вырос в нескольких культурах (например, родители принадлежат к разным культурам). Для таких людей уважение различий означает уважение к себе. Фактически результатом плюрализма является бикультурализм или мультикультурализм.

2. Интеграция – полное приспособление к чужой культуре, которая начинает ощущаться как «своя». На этом этапе можно говорить о формировании мультикультурной личности, чья идентичность включает другие жизненные принципы помимо ее собственных. *Контекстуальная оценка* – первая фаза интеграции – описывает механизм, который позволяет человеку анализировать и оценивать ситуацию, когда возможны несколько вариантов культурного поведения. Контекстуальная оценка позволяет выбрать лучшую модель поведения в конкретной ситуации. Некоторые люди овладевают *конструктивной маргинальностью*. На этом этапе появляется межкультурная (мультикультурная, маргинальная) личность. Для такого человека нет естественной культурной идентичности, как нет и абсолютно правильного поведения. При этом человек как бы освобождается от оков культуры. На этом этапе не важно, представителем какой культуры и какого народа тебя считают другие. Полная свобода ощущается как в когнитивной, так и в эмоциональной и поведенческой сферах.

Конечно, мультикультурный человек – это идеал. Процесс роста от монокультурного человека к мультикультурному – это процесс изменения, в котором новые элементы жизни объединяются с полным пониманием того, что такое культура. Современные исследователи соглашаются с тем, что мультикультурность должна стать важной человеческой и социальной ценностью, тем идеалом, к достижению которого следует стремиться.

# БЛОК ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

## Основы теории коммуникации.

### Понятия «коммуникация» и «общение»

1. Законы и категории теории коммуникации. Методы и функции теории коммуникации.
2. Разновидности коммуникации: межличностная, социальная, массовая. Типы, формы, модели коммуникации.
3. Коммуникативный процесс: производство, мультипликация, распространение, приём, распознавание, использование информации.
4. Общение как коммуникативный процесс.

**Задание 1.** Охарактеризуйте основные разновидности коммуникации.

**Задание 2.** Опишите структуру коммуникативного процесса.

**Задание 3.** Раскройте суть проблемы соотношения понятий «коммуникация» и «общение».

**Задание 4.** Тренинг.

*Цель:* определить степень самооценки каждого участника и развить у него способность к самоанализу. Основной формой данного занятия является обсуждение, направленное на выяснение представления о себе каждого участника группы.

*Содержание тренинга:* участники разбиваются на пары, каждому даются анкеты, в которых они должны самостоятельно заполнить следующие графы:

- мои лучшие черты (в эту графу участники должны записать черты своего характера, которые им в себе нравятся);
- мои способности и таланты (сюда записываются способности и таланты в любой сфере, которыми человек может гордиться);
- мои достижения (в этой графе записываются достижения в любой области жизнедеятельности).

Затем участники тренинга заполняют аналогичные анкеты с характеристикой партнёра. Анкеты зачитываются, сопоставляются, другие участники тренинга могут высказать свое мнение о достоинствах каждого члена группы.

**Задание 5.** Тренинг.

*Цель:* развить умение вступать в контакт, воспринимать и передавать информацию; совершенствовать коммуникативные навыки путем активного игрового взаимодействия.

*Содержание тренинга:* участники разбиваются на подгруппы по 4–5 человек. Всем подгруппам задаются одинаковые вопросы, на которые необходимо наиболее быстро и точно ответить. Подгруппы сами определяют тактику игры: коллективный поиск ответа / дифференцированный индивидуальный поиск ответа / одновременный поиск ответа по нескольким направлениям и др. Максимальное время для выполнения задания – 10 минут.

*Примерные вопросы:*

1. Студенты из скольких стран обучаются на филологическом факультете?
2. Имена скольких участников тренинга начинаются с буквы «О»?
3. Сколько преподавателей работает на кафедре общего и русского языкознания?
4. Сколько елей растет перед зданием нашего университета?
5. Какое подразделение университета расположено в аудитории 102б?
6. Сколько трамвайных маршрутов проходит возле нашего университета?
7. Когда в нашем университете был создан филологический факультет?
8. Как зовут первого декана нашего факультета?
9. Сколько портретов лингвистов в аудитории 605?
10. Во сколько начинается последняя пара в университете?

**Задание 6.** Сформируйте список ключевых слов темы.

## **Теория межкультурной коммуникации как наука. Объект и предмет теории межкультурной коммуникации**

1. Основы дисциплины. Основные понятия теории межкультурной коммуникации. Структура и виды межкультурной коммуникации.
2. Уровни, формы и характер межкультурной коммуникации.
3. Детерминанты в межкультурной коммуникации.

**Задание 1.** Дайте характеристику основных понятий теории межкультурной коммуникации.

**Задание 2.** Назовите типы межкультурной коммуникации, которые выделяются на уровне микрокультуры.

**Задание 3.** Назовите четыре основные формы межкультурной коммуникации.

**Задание 4.** Охарактеризуйте доминанты межкультурной коммуникации.

**Задание 5.** Приведите пример ситуации межкультурного общения из вашего личного опыта. Проанализируйте её.

**Задание 6.** Работа в подгруппах: составьте список основных качеств, необходимых для эффективного межкультурного взаимодействия, и список качеств, которые мешают эффективному межкультурному взаимодействию.

**Задание 7.** Работа в подгруппах: каждой подгруппе дается листок с набором прилагательных, описывающих определенную нацию. В течение 10-15 минут необходимо обоснованно ответить, представителям какой национальности свойственны эти характеристики:

– бесшабашный, щедрый, ленивый, необязательный, простодушный, бестолковый, неорганизованный, бесцеремонный, широкая натура, любитель выпить;

– вежливый, сдержанный, педантичный, малообщительный, невозмутимый, консервативный, аккуратный, добросовестный, изящный;

– элегантный, галантный, болтливый, лживый, обаятельный, развратный, скупой, легкомысленный, раскованный;

– аккуратный, педантичный, исполнительный, экономный, неинтересный, въедливый, сдержанный, упорный, работоспособный.

**Задание 8.** Работа в подгруппах: преподаватель выдаёт подгруппе листок, на котором написана какая-либо национальность. Студенты должны описать её так, чтобы остальные смогли отгадать, какая национальность представлена.

**Задание 9.** Сформируйте список ключевых слов темы.

## **Культура в аспекте межкультурной коммуникации**

1. Культура и коммуникация. Культура и поведение.
2. Культурные нормы и культурные ценности. Сходства и различия культур. Типология культур. Базовые категории культуры.
3. Система культурных ценностей.
4. Этнический, национальный и цивилизационный уровни культуры.
5. Элитарная, народная и массовая культура.

**Задание 1.** Назовите восемь культурно обусловленных составляющих процесса коммуникации; опишите их.

**Задание 2.** Перечислите категории, которыми можно охарактеризовать любую группу людей, обладающих своей культурой.

**Задание 3.** Охарактеризуйте этнический, национальный и цивилизационный уровни культуры.

**Задание 4.** Дайте характеристику народной, элитарной и массовой культуры.

**Задание 5.** Опишите процесс вашей адаптации к белорусской культуре (для иностранных студентов).

**Задание 6.** Тренинг.

*Цель:* выявить индивидуальные составляющие культурно компетентной личности.

*Содержание тренинга:* Представим, что существует магазин, где можно купить различные человеческие качества: терпение, снисходительность, расположенность к другим людям, чувство юмора, чуткость, доверие, умение владеть собой, доброжелательность, склонность не обсуждать других, умение слушать, способность к сопереживанию и т.д. Преподаватель выступает в качестве продавца, который обменивает одни качества на другие. Студент-«покупатель» может приобрести одно-два качества, которых у него нет, для того чтобы быть культурно компетентной личностью. При этом он должен обосновать, сколько ему надо того или иного качества, зачем оно ему, в каких случаях он хочет его использовать. В качестве платы «продавец» просит у «покупателя» какое-либо качество взамен (можно «расплатиться» качеством, которое у «покупателя» в избытке).

**Задание 7.** Тренинг.

*Цель:* дать представление об особенностях межкультурной компетенции, определить составляющие культурно компетентной личности.

*Содержание тренинга:* Студентам предлагается составить список из 10 характеристик, свойственных культурно компетентной личности. В процессе обсуждения выявляются качества, отмеченные большинством студентов; производится оценка значимости (возможно – на конкретных примерах из личного опыта) каждого качества в межкультурной коммуникации.

**Задание 8.** Сформируйте список ключевых слов темы.

## Проблема понимания в межкультурной коммуникации

1. Природа человеческого восприятия и его механизмы (идентификация и интерпретация). Культурная обусловленность восприятия.
2. Ценности и ценностные ориентации.
3. Культура и коммуникация: низко- и высококонтекстуальные культуры (классификация Э. Холла).

**Задание 1.** Назовите свойства человека, способствующие оптимизации понимания в ходе межкультурного общения.

**Задание 2.** Охарактеризуйте высококонтекстуальные культуры; низкоконтекстуальные культуры (по Э. Холлу).

**Задание 3.** Опишите иерархию человеческих ценностей. Перечислите типы ценностей.

**Задание 4.** Закончите последнюю реплику. Определите эффективность/неэффективность начала коммуникации, причины коммуникативной неудачи и разработайте возможные стратегии поведения участников ситуации.

*На стене офиса закупщика компании British Petroleum висела фотография гоночной яхты. Сначала его бесили торговые представители, начинающие встречу с восторженных вздохов: «Какая чудесная яхта!» А затем он начал этим пользоваться. Когда к нему приходил очередной менеджер по продажам и начинал: «Какая красивая фотография! Должно быть, вы очень любите парусный спорт?» – то в ответ тот слышал: «Терпеть его не могу. Эта фотография висит здесь для того, чтобы.....?»*

**Задание 5.** Прочитайте статью об особенностях поведения переговоров с зарубежными партнёрами. Сгруппируйте страны по типам на основании классификации Э. Холла.

*Если вы проводите переговоры с зарубежной компанией, выясните предварительно основные культурные особенности страны, которую представляют Ваши партнёры. Американцы сразу перейдут с Вами на «ты», что отнюдь не означает, что переговоры будут лёгкими. Американские менеджеры обычно прекрасно подготовлены, имеют чётко определённую цель, а также ряд альтернативных стратегий. По стилю поведения они очень напористые, активные, малоуступчивые. Для успешной работы с американцами нужно соответствовать их активному стилю общения, иначе они вас просто забудут, и приготовить помимо основной цели*

*и стратегии ряд альтернативных. Чем больше выбор альтернативных стратегий, тем выше вероятность подписания соглашения.*

*Европейцы будут держать дистанцию некоторое время, обращаясь к вам формально. Причём будьте готовы, что немцы, например, могут называть Вас со всеми Вашими титулами, перечисленными в вашей визитной карточке. Предложить обращаться друг к другу по имени можно через некоторое время, когда вы лучше узнаете друг друга и почувствуете, что ваши отношения это допускают. Поведение немцев, швейцарцев, австрийцев на переговорах обычно очень конструктивное, их отличает основательное знание фактического материала, известная жёсткость и малоуступчивость. Они довольно формальны, во всяком случае в начале знакомства. Французы привнесут в переговоры кажущуюся лёгкость, за которой скрыта железная воля и строго определённая позиция. Они часто применяют тактику «дожимания» партнёров, могут заставить Вас вернуться к тем вопросам, в которых вы уже, казалось бы, достигли согласия, чтобы получить дополнительные преимущества. Англичане с удовольствием рассмотрят Ваши альтернативные идеи, ознакомят вас со своими, т.е. подойдут к решению поставленной задачи очень творчески. Общение с итальянцами, на первый взгляд, не вызывает трудностей. Они довольно открытые, дружелюбные, разговорчивые. Однако здесь не надо путать личные качества характеров и интересы бизнеса. Рассматриваемые вопросы они будут обсуждать шумно и с большими эмоциями, но при необходимости окажут давление, проявят твёрдость и неуступчивость, если это входит в стратегию их команды. Скандинавы очень похожи на немцев, здесь вы встретитесь с обстоятельной неторопливостью, фундаментальностью точек зрения, сдержанным поведением. Поведение представителей Азии довольно сильно отличается от поведения как американцев, так и европейцев из-за различия в культурах и традициях. Будьте готовы ответить поклоном на поклон японцам, следите за жестами китайцев и корейцев. Культура представителей Азии построена на соблюдении жёсткой иерархии и беспрекословном подчинении младшего старшему, причём не только по возрасту, но и по служебному положению. Обычно представителей Азии роднит железная дисциплина, отсутствие споров внутри команды, полное единодушие всех членов команды по отношению к предлагаемому ими решению. Если же руководитель команды представителей Азии отклонит какое-то бы ни было предложение второй стороны, это также встретит бурную поддержку всей команды. Слабыми сторонами этих партнёров являются излишняя жёсткость, ограниченное число альтернативных предложений, известная обособленность.*

### **Задание 6. Тренинг.**

*Цель: осмыслить ценности собственной культуры и их связь с нормами поведения.*



*Содержание тренинга:* Каждому студенту выдаётся набор карточек, на которых написаны высказывания, отражающие различные культурные ценности. Необходимо распределить карточки по степени значимости. В результате выстраивается пирамида ценностей для данной культурной общности.

### *ПИРАМИДА ЦЕННОСТЕЙ*

1. Гостеприимство.
2. Открытость.
3. Патриотизм.
4. Душевная гармония.
5. Карьера.
6. Умение влиять на людей.
7. Честность.
8. Верность в дружбе.
9. Умение выделяться среди других.

#### **Задание 7.** Тренинг.

*Цель:* выявление собственных культурных ценностей посредством анализа фольклорного материала.

*Содержание тренинга:* Студенты формируют подгруппы, каждой из которых даётся список русских (туркменских) пословиц. Необходимо объяснить смысл каждой пословицы и определить, к каким культурным ценностям она может иметь отношение. Расставить пословицы (и соответствующие им ценности) в порядке их значимости для каждого участника.

#### *Русские пословицы:*

Под лежачий камень вода не течёт.

Поспешишь – людей насмешишь.

Работа не волк, в лес не убежит.

Делу время – потехе час.

За двумя зайцами погонишься – ни одного не поймаешь.

После драки кулаками не машут.

Не имей сто рублей, а имей сто друзей.

Смех без причины – признак дурачины.

Кто не рискует, тот не выигрывает.

Русский долго запрягает, но быстро едет.

Без труда не вытащишь и рыбки из пруда.

Цыплят по осени считают.

А ларчик просто открывался.

Людей много, а человека нет.

Язык болтает, а голова не знает.

На грубое слово не сердись, на ласковое не сдавайся.

С родной земли – умри, не сходи.

Берегись козла спереди, лошади сзади, а лихого человека со всех сторон.  
Авося жданки съели.  
Береги платье снову, а честь (здоровье) смолоду.  
Хорош был человек, да после смерти часу не жил.  
Правда глаза колет.  
Просим на избу: красному гостю красное место.  
Назвавшись груздем, полезай в кузов!  
Добрая слава до порога, а худая за порог.  
Лучше поздно, чем никогда.

Туркменские пословицы:

Рана от сабли заживёт, от языка – нет.  
На добро отвечать добром дело каждого, а на зло добром – дело от-  
важного.  
Если шестеро действуют дружно, они завладеют даже тем, что на не-  
бе, если они не дружны – потеряют и то, что жуют.  
Орёл свободен, когда у него есть крылья.  
Ум силу даёт, сила смелостью наделяет.  
Дружба – дружбой, правда – правдой.  
Чем желать смерти врагу, лучше пожелай долгой жизни себе.  
Делаешь добро – делай до конца.  
На смех не ответишь смехом – смех обидится.  
Перед народом и хан бессилен.  
Законченное дело пахнет розами.  
Бойся мужчины, говорящего с улыбкой, остерегайся женщины, гово-  
рящей сквозь слезы.  
Самое сладкое и самое горькое в мире – слово.  
Друг другом, но счёт счетом.  
Лучше знать одно ремесло хорошо, чем десять плохо.  
Прочитанная молитва не стоит напуганных при омовении лягушек.  
От доброго останется сад, от скверного – ссадина.  
Чем отказаться от родины, лучше лишиться жизни.  
На Бога надейся, но ослёнка привязывай крепко.  
Гнев шагает впереди, ум – сзади.  
Черная кошка не делается белой, старый враг не делается другом.  
В огне виновного горит и невинный.  
Кто много бегаёт – хоть раз да поскользнётся; кто много смеется –  
хоть раз да заплачет.  
Всякий скачет на своём коне.  
Не познал яда пчелы – не поймёшь сладости меда.  
У кого нет ничего горького, у того нет и ничего сладкого.

**Задание 8.** Сформируйте состав ключевых слов темы.

## Лингвокультурные аспекты межкультурной коммуникации. Вербальная коммуникация

1. Вербальный язык как функция межкультурной коммуникации. Язык как источник национально-культурной информации.
2. Культурная обусловленность значения. Проблема значения в межкультурной коммуникации.
3. Гипотеза лингвистической относительности Сэпира-Уорфа.
4. Языковая картина мира.

**Задание 1.** Охарактеризуйте стили вербальной коммуникации.

**Задание 2.** Раскройте сущность гипотезы лингвистической относительности Сэпира-Уорфа.

**Задание 3.** Дайте определение понятия «языковая картина мира». Приведите основные характеристики языковой картины мира (по Л. Вайсгерберу).

**Задание 4.** Презентации информации об особенностях культуры разных стран (по выбору студентов; предварительная работа в подгруппах) с последующим обсуждением.

**Задание 5.** Тренинг.

*Цель:* рассмотреть особенности текста, тренировать способности к номинации и структурированию; развить метафорическое мышление, умение использовать символику языка и действия.

*Содержание тренинга:* На доске записан набор слов. К примеру: *Всё это странно мы пойдём холодно сыро к чёрту и глаза красные а с утра шел дождь так-то оно лучше глупо вляпались кап-кап-кап.* В результате обсуждения в подгруппах нужно превратить набор слов в текст (это можно сделать, вычленив логические единицы, расставляя знаки препинания; оформив предложения интонационно; используя различные структурные типы предложений; представив текст в форме диалога). Учтите, что слова менять местами нельзя; можно повторять одно и то же слово или фрагмент несколько раз в том месте, где это слово или фрагмент находится. Например: – *Так-то оно лучше!* – *Лучше!?* *Глупо вляпались...* С помощью одного и того же набора слов можно составить разные тексты благодаря иному структурированию информации с помощью знаков препинания, интонации, невербальных средств. Тексты могут быть представлены в различных жанрах.

**Задание 6.** Работа в подгруппах: составить список слов (включая эпитеты, фразеологизмы, синтаксически неделимые сочетания), выражающих следующие эмоциональные реакции:

- выражение радости (например: восторженный, ...);
- выражение одиночества (например, покинутый, ...);
- выражение обиды (например, надутый, ...);
- выражение страха (например, ужасный, ...);
- выражение гнева (например, мечущий грома и молнии, ...);
- выражение удивления (например, (устар.) фраппированный, ...).

**Задание 7.** Сформируйте список ключевых слов темы.

## **Невербальная коммуникация, её сущность и специфика**

1. Элементы невербальной коммуникации в различных культурах. Функции невербальной коммуникации.
2. Кинесика. Сенсорика. Такесика. Проксемика. Хронемика.
3. Паравербальная коммуникация.
4. Связь невербального языка и культуры.
5. Место и роль символа в системе невербальных средств межкультурной коммуникации.

**Задание 1.** Охарактеризуйте элементы невербальной коммуникации.

**Задание 2.** Опишите функции невербальной коммуникации.

**Задание 3.** Назовите системы, которые формируют невербальные средства коммуникации, и факторы, которые влияют на невербальные знаки.

**Задание 4.** Определите место и роль символа в системе невербальных средств коммуникации.

**Задание 5.** Презентация информации о границах зоны коммуникации в разных странах с последующим обсуждением.

**Задание 6.** Тренинг.

*Цель:* продемонстрировать эффективное владение мимикой и жестом в невербальной коммуникации, потренироваться на практике в передаче информации; обнаружить наиболее типичные ошибки, допускаемые при невербальном общении, и потренироваться в их устранении.

*Содержание тренинга:* Группа разбивается на две команды, которые располагаются друг напротив друга. Каждая команда должна придумать

слово – нарицательное существительное в единственном числе и шёпотом передать загаданное слово игроку противоположной команды. Тому необходимо с помощью жестов, мимики в течение двух минут показать своей команде то, что обозначает загаданное слово. При этом нельзя указывать на находящиеся в комнате предметы или на людей. Команда, отгадывающая слово, может задавать своему игроку вопросы, на которые он исключительно невербально дает положительный или отрицательный ответ (примеры вопросов: это предмет? это абстрактное понятие? это профессия? это едят? покажи, как это двигается! какого это размера? как этим пользуются? и под.). Если по истечении двух минут команда не отгадала слово, загадавшая команда получает очко.

**Задание 7.** Групповая работа: студенты должны построиться в порядке возрастания дней рождения (по месяцу рождения; по дню рождения), общаясь при этом только с помощью жестов и мимики. Когда цепочка построена, каждый участник по очереди называет дату своего рождения, чтобы убедиться в правильности построения цепочки. При обнаружении ошибки участники должны найти свое место в цепочке. В конце стоит обсудить, по каким причинам произошли ошибки в построении.

**Задание 8.** Тренинг.

*Цель:* развить умение пользоваться языком жестов, мимикой, телом для эффективной невербальной коммуникации.

*Содержание тренинга:* Участники разбиваются на подгруппы (4–5). Представители каждой подгруппы (по одному) формируют цепочку. Первый в цепочке молча передает своему соседу справа некий «подарок». Второй участник должен понять, чем его одарили, а затем передать тот же «подарок» следующему. Желательно при этом добавить какие-то новые детали, конкретизирующие суть «подарка». Последний в цепочке должен вслух объявить, что за «подарок» он получил. После этого нужно пройти цепочку в обратном направлении, и каждый из игроков объявит, так ли он представлял себе смысл полученного «подарка». Далее подобные цепочки образуют следующие представители подгрупп.

**Задание 9.** Тренинг.

*Цель:* выявление национально-культурных особенностей невербального поведения.

*Содержание тренинга:* Из студенческой группы выбираются участники: один будет играть роль хозяина дома, ещё 4–5 человек – роли приехавших к нему гостей разных национальностей. В начале игры «хозяин» выходит за дверь, а остальные участники распределяют роли. «Хозяин» приглашается в комнату и должен определить по пантомимическим движениям «гостей» и невербальным знакам, кто к нему пожаловал. На это ему даётся

не более 15 минут. «Хозяин» может задавать гостям различные вопросы. Ответы «гостей» не должны быть на уровне прямого раскрытия образа.

**Задание 10.** Сформируйте список ключевых слов темы.

## Процесс освоения чужой культуры. Модель освоения чужой культуры М. Беннета

1. Понятия «свой» и «чужой». Этнокультурные проблемы идентификации личности в современном многонациональном обществе.
2. Аккультурация как процесс освоения чужой культуры.
3. Социализация и инкультурация.
4. Понятие культурного шока и его признаки.
5. Модель освоения чужой культуры М. Беннета.
6. Межкультурные конфликты и пути их преодоления.

**Задание 1.** Перечислите симптомы культурного шока.

**Задание 2.** Назовите причины коммуникационных конфликтов; опишите стили поведения при разрешении конфликта.

**Задание 3.** Дайте определение понятий *социализация* и *инкультурация*; опишите стадии инкультурации.

**Задание 4.** Охарактеризуйте этапы освоения чужой культуры (по М. Беннету).

**Задание 5.** Тест-саморефлексия.

№	Утверждение	Абсолютно согласен	Не согласен	Скорее не согласен	Скорее согласен	Согласен	Полностью согласен
1	В СМИ может быть представлено любое мнение						
2	В смешанных браках обычно больше проблем, чем в браках между людьми одной национальности						
3	Если друг предал, надо отомстить ему						
4	В споре может быть правильной только одна точка зрения						

5	Нищие и бродяги сами виноваты в своих проблемах						
6	Нормально считать, что твой народ лучше, чем все остальные						
7	С неопрятными людьми неприятно общаться						
8	Даже если у меня есть своё мнение, я готов выслушать и другие точки зрения						
9	Всех психически больных людей необходимо изолировать от общества						
10	Я готов принять в качестве члена своей семьи человека любой национальности						
11	Беженцам надо помогать не больше, чем всем остальным, т.к. у местных проблем не меньше						
12	Если кто-то поступает со мной грубо, я отвечаю тем же						
13	Я хочу, чтобы среди моих друзей были люди разных национальностей						
14	Для наведения порядка в стране необходима «сильная рука»						
15	Приезжие должны иметь те же права, что и местные жители						
16	Человек, который думает не так, как я, вызывает у меня раздражение						
17	К некоторым нациям и народам трудно хорошо относиться						
18	Беспорядок меня очень раздражает						
19	Любые религиозные течения имеют право на существование						
20	Я могу представить чернокожего человека своим близким другом						
21	Я хотел бы стать более терпимым по отношению к другим						

За ответы на вопросы 1, 9, 11, 14, 16, 20, 21, 22 начисляются баллы от 1 до 6: «абсолютно не согласен» – 1 балл, «полностью согласен» – 6 баллов.

За ответы на вопросы 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 15, 17, 18, 19 начисляются баллы от 1 до 6: «полностью согласен» – 1 балл, «абсолютно не согласен» – 6 баллов.

Полученные баллы суммируются.

## КЛЮЧ К ТЕСТУ

22–60 баллов: низкий уровень толерантности. Высокая интолерантность человека и наличие у него выраженных интолерантных установок по отношению к окружающему миру и людям.

61–99 баллов: средний уровень толерантности. Для таких людей характерно сочетание как толерантных, так и интолерантных черт. В одних социальных ситуациях они ведут себя толерантно, в других могут проявлять интолерантность.

100–132 балла: высокий уровень толерантности. Выраженные черты толерантной личности. В то же время результаты более 115 баллов могут свидетельствовать о размывании у человека границ толерантности, тенденции к безразличию.

### Задание 6. Тренинг.

*Цель*: Знакомство с новыми, неизвестными культурами, теориями межкультурной адаптации и аккультурации.

*Содержание тренинга*: На первом этапе анализируются ситуации межкультурных контактов, с которыми сталкивались студенты. Затем им предлагается прожить часть времени в незнакомой для них культуре. Участникам объясняют правила их поведения в новом сообществе. Эти правила обычно отражают традиционную культуру, при этом они не всегда приятны для человека, часто могут вызывать дискомфорт, но необходимо в своем поведении строго придерживаться этих правил. На следующем этапе изучаются психологические способы преодоления культурного шока.

### Задание 7. Анализ ситуации.

Анна, студентка третьего курса филологического факультета ВГУ имени П.М. Машерова, приехала на стажировку в США. Она поселилась в университетском общежитии, в одном блоке с американскими студентками. Девушки сдружились, и через три месяца, когда подошёл её день рождения, Анна решила устроить вечеринку для подруг. Чтобы купить продукты, ей нужно было попасть в большой торговый центр. Когда она спросила у соседок, как ей лучше ехать, объяснив причину поездки, она услышала в ответ: «Как? Ты что-то будешь делать в свой день рождения?» Анна была поражена и не знала, как ей поступить: отменить празднование, пригласить других знакомых или сделать всё так, как и собиралась?

Как вы можете объяснить причину такой реакции американок? Как следует поступить Анне?



Варианты:

1. Американские студентки не так уж хорошо относились к Анне, как ей казалось, и таким образом хотели дать ей это понять.

2. Соседки Анны уже запланировали на тот вечер какое-то другое мероприятие и собирались предложить ей пойти с ними вместо вечеринки.

3. Американки думали, что в Беларуси день рождения не отмечается, и поэтому были удивлены, услышав, что соседка приглашает их отпраздновать этот день вместе.

4. Соседки знали о том, что у Анны день рождения, и считали, что в этот день её надо освободить от всех хлопот и устроить для неё праздник. Поэтому они не хотели, чтобы она сама занималась подготовкой вечеринки.

**Задание 8.** Сформируйте список ключевых слов темы.

# БЛОК КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ



## Контрольные вопросы по тематике лекционного блока

1. Какие основные значения можно условно выделить в понятии «коммуникация»?
2. При каких условиях, обеспечивающих информационный обмен, действуют законы коммуникации?
3. Каковы функции теории коммуникации?
4. Какие методы используются при исследовании коммуникативных процессов?
5. Что понимают под социальной, массовой, межличностной коммуникацией?
6. Назовите функции массовой коммуникации
7. Назовите основные характеристики массовой коммуникации.
8. Какие социальные задачи выполняет массовая коммуникация?
9. На какие этапы можно разделить коммуникативный процесс?
10. Как соотносятся понятия «коммуникация» и «общение»?
11. Какие категории относятся к числу базовых категорий теории коммуникации?
12. Кем и когда было впервые сформулировано понятие «межкультурная коммуникация»?
13. Что представляет собой межкультурная коммуникация?
14. Назовите основные понятия теории межкультурной коммуникации.
15. Какие основные черты свойственны культуре?
16. Какие виды коммуникации выделяют?
17. Что такое «культурный код»?
18. Опишите структуру языковой личности (по Ю.Н. Караулову).
19. Назовите основные виды межкультурной коммуникации.
20. Какие типы межкультурной коммуникации выделяют на уровне микрокультуры?
21. Какие формы межкультурной коммуникации вам известны?
22. Назовите детерминанты межкультурной коммуникации; дайте им характеристику.
23. Перечислите восемь составляющих процесса коммуникации.
24. Какие типы типов знаков поведения вы знаете?
25. Какими факторами определяется поведение людей в процессе коммуникации?

26. Как соотносятся понятия *симпатия* и *эмпатия*?
27. Какими категориями можно охарактеризовать любую группу людей, обладающих своей культурой?
28. Какие уровни культуры выделяют?
29. На какие виды делится культура?
30. Каковы основные особенности массовой культуры?
31. В чем состоит позитивное и негативное влияние массовой культуры на духовную жизнь общества?
32. В чем сущность понятий *идентификация* и *интерпретация*?
33. Какими свойствами должен обладать человек для осознания себя через другого?
34. Каким образом можно представить иерархию человеческих ценностей?
35. Какие типы ценностей выделяют?
36. Назовите отличительные черты высококонтекстуальных и низкоконтекстуальных культур.
37. Какие стили вербальной коммуникации выделяют?
38. В чем сущность гипотезы Сепира-Уорфа?
39. Что понимают под *языковой картиной мира*?
40. Кто был одним из первых лингвистов, обративших внимание на национальное содержание языка и мышления?
41. В чём заключается заслуга Л. Вайсгербера?
42. Назовите основные характеристики языковой картины мира (по Л. Вайсгерберу).
43. Что такое кин (кинема)?
44. Дайте определение жеста как невербального средства общения.
45. Какие разновидности жестов вы знаете?
46. Что представляет собой мимика?
47. Какие группы поз при общении принято выделять?
48. Что изучает такесика?
49. Что представляет собой сенсорика?
50. Что исследует проксемика?
51. Сколько зон коммуникации выделил Э. Холл?
52. Что изучает хронемика?
53. Какие две основные модели использования времени выделяют?
54. Какие функции призваны выполнять невербальные средства?
55. Сколько систем формируют невербальные знаки?
56. Какие факторы влияют на невербальные знаки?
57. Какие типы символов выделяют?
58. В чем состоят фундаментальные функции символа?
59. Какие значения имеет понятие «чужой»?
60. Назовите симптомы культурного шока.
61. Какие причины коммуникативных неудач можно выделить с лингвистической точки зрения?

62. Какие ошибки может допустить инофон?
63. Каковы причины возникающих проблем межкультурного общения?
64. Перечислите виды межкультурных конфликтов.
65. Какие основные причины коммуникационных конфликтов вам известны?
66. Сколько выделяют стилей поведения при разрешении конфликта? Какие?
67. Что такое социализация?
68. Какой процесс называют инкультурацией?
69. Какие уровни выделяют в социальной среде?
70. Сколько существует стадий инкультурации? Опишите их.
71. Что понимается в культурной антропологии под этноцентризмом?
72. В чём состоит содержание этноцентристских этапов?
73. Что такое этнорелятивизм?
74. В чём состоит содержание этнорелятивистских этапов?
75. Что понимают под аккультурацией?

### **Тестовые задания по тематике блока практических занятий**

1. К одному из множества определений понятия *коммуникация* можно отнести следующее:
  1. Развитие талантов и дарования у индивида, представление о том прекрасном, которое существует в мире.
  2. Специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.
  3. Метод воздействия на людей при осуществлении конкретного вида деятельности.
  4. Динамичная система знаний, ценностей, творений и действий, производимых людьми.
2. Целью коммуникации является:
  1. Соккрытие информации, её кодирование, обмен опытом.
  2. Совершенствование культуры речи индивидов.
  3. Обмен и передача информации, обмен эмоциями, обмен опытом.
  4. Установление невербальных контактов между людьми.
3. Практически все, что окружает человека, что составляет его среду обитания и общения, можно назвать:
  1. Коммуникативной средой.
  2. Правовым полем.
  3. Социально-психологической средой.
  4. Экономической средой.
4. На основе каких наук сформировалась дисциплина «Межкультурная коммуникация»?
  1. Политология, экономика, психология, история.

2. Социология, коммуникативистика, математика, лингвистика.
  3. Культурология, биология, правоведение, физиология.
  4. Коммуникативистика, культурология, социальная психология, лингвистика.
5. Межкультурная коммуникация как наука появилась
1. В России.
  2. Во Франции.
  3. В США.
  4. В Германии.
6. Межкультурная коммуникация – это:
1. Совокупность разнообразных форм отношений при проведении спортивных мероприятий.
  2. Совокупность методов и способов ведения бизнеса и воздействия на партнёров с целью получения прибыли.
  3. Отношение людей к событиям и фактам социальной действительности и их оценка.
  4. Совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам.
7. Термин «межкультурная коммуникация» был введён:
1. З.Фрейдом.
  2. Э. Холлом.
  3. Ю.Н. Карауловым.
  4. М. Беннетом.
8. Участие в межкультурной коммуникации – это:
1. Настоятельная потребность любого общества.
  2. Препятствие для научно-технического прогресса.
  3. Ослабление позиций собственной культуры.
  4. Навязывание ценностей своей культуры другим этносам.
9. Что обеспечивает информационную связь между социальными группами и общностями во времени и пространстве, делает возможным накопление и передачу социокультурного опыта, организацию и координацию совместной деятельности людей, трансляцию идей, знаний и ценностей?
1. Культура.
  2. Языковое сознание.
  3. Глобализация.
  4. Межкультурная коммуникация.
10. В каком варианте ответа правильно перечислены основные значения коммуникации:
1. Универсальное, техническое, биологическое, социальное.
  2. Универсальное, социологическое, когнитивное, общественное.

3. Универсальное, культурологическое, психологическое, деятельное.
  4. Универсальное, методологическое, лингвистическое, ментальное.
11. Важнейшими функциями теории коммуникации являются:
1. Практическая, экономическая, познавательная, идеологическая.
  2. Познавательная, методологическая, прогностическая, практическая.
  3. Познавательная, прогностическая, практическая, воспитательная.
  4. Когнитивная, социологическая, познавательная, исследовательская.
12. Совокупность приёмов, исследовательских процедур, применяемых для получения научного знания, – это:
1. Функция науки.
  2. Закон науки.
  3. Метод науки.
  4. Проблема науки.
13. Метод, с помощью которого изучается проблема целенаправленности вербальной коммуникации, – это:
1. Герменевтика
  2. Контент-анализ
  3. Интент-анализ
  4. Метод социометрии
14. Сколько функций массовой коммуникации выделил Г. Лассуэлл?
1. 5.
  2. 4.
  3. 6.
  4. 3.
15. Сколько этапов коммуникативного процесса выделяют?
1. 5.
  2. 4.
  3. 3.
  4. 2.
16. Процесс одновременного взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга – это:
1. Массовая коммуникация.
  2. Межличностная коммуникация.
  3. Социальная коммуникация.
  4. Вербальная коммуникация.

17. Термин «коммуникация» в общепринятом понимании
1. Обладает более широким значением, чем общение.
  2. Обладает более узким значением, чем общение.
  3. Синонимичен термину общение.
  4. Это абсолютно разные понятия.
18. Что такое вербальная коммуникация?
1. Совокупность неязыковых средств, символов, знаков.
  2. Совокупность звуковых сигналов, сопровождающих устную речь.
  3. Языковое общение, обмен мыслями, информацией.
  4. Передача информации посредством мимики и жестов.
19. Из перечисленного выберите стиль вербальной коммуникации:
1. Косвенный.
  2. Ситуационный.
  3. Полный.
  4. Жестовый.
20. Вербальная коммуникация осуществляется с помощью:
1. Жестов.
  2. Дистанции между собеседниками.
  3. Устной речи.
  4. Мимики.
21. Прямой стиль вербальной коммуникации предполагает:
1. Использование богатого, экспрессивного языка в общении.
  2. Выражение истинных намерений человека.
  3. Сокрытие истинных интенций говорящего.
  4. Приспособление говорящего к самому процессу общения, к чувствам и потребностям собеседника.
22. Отметьте количество составляющих процесса коммуникации, которые в той или иной степени обусловлены культурой.
1. 8.
  2. 7.
  3. 5.
  4. 9.
23. Сколько выделяют уровней культуры?
1. 5.
  2. 4.
  3. 6.
  4. 3.
24. Что является фундаментом каждой культуры?
1. Убеждения.

2. Ценности.
3. Потребности.
4. Интересы.

25. Стереотипы – это:

1. Определенные качества и характеристики, которыми наделяют людей на основе принадлежности к какой-то культурной, социальной, профессиональной, половой, возрастной и т.д. группе.
2. Психологические состояния, которые предопределяют наши поступки.
3. Способность влиять на личное восприятие.
4. Тенденция рассматривать нормы и ценности чужой культуры как приоритет.

26. К компонентам культуры относятся:

1. Знания, влияние, ответственность, экономность, грамотность.
2. Влияние, выбор методов, личный опыт, ответственность.
3. Ценности, шалость, непослушание, ответственность, опыт.
4. Знания, ценности, нормы, обряд, обычай, ритуал, традиции.

27. Любую группу людей, обладающих своей культурой, можно охарактеризовать несколькими категориями. Сколько их?

1. 7.
2. 5.
3. 10.
4. 14

28. Межкультурное общение осуществляется на следующих уровнях:

1. Политическом.
2. Социальном.
3. Религиозном.
4. Государственном.

29. К основным характеристикам культуры НЕ относится:

1. Когнитивность.
2. Коммуникативность.
3. Системность.
4. Символичность.

30. Элементом речевой коммуникации НЕ является:

1. Код.
2. Адресант.
3. Контакт.
4. Детерминант.

31. К основным видам межкультурной коммуникации НЕ относится:

1. Вербальный.



2. Паравербальный.
  3. Поливербальный
  4. Невербальный.
32. Какого вида невербальной коммуникации не существует?
1. Просорики.
  2. Такесики.
  3. Проксемики.
  4. Сенсорики.
33. На уровне микрокультуры НЕ выделяется следующий тип межкультурной коммуникации:
1. Межэтнический.
  2. Межрелигиозный.
  3. Межрегиональный
  4. Демографический.
34. Одной из форм межкультурной коммуникации является:
1. Опосредованная.
  2. Непосредственная.
  3. Простая.
  4. Сложная.
35. Понимание эмоционального состояния другого человека посредством сопереживания, проникновения в его субъективный мир – это:
1. Атрибуция.
  2. Эмпатия.
  3. Симпатия.
  4. Сочувствие.
36. Выберите правильное определение термина *аккультурация*:
1. Создание социокультурных систем, их группировка с помощью обобщённой идеальной модели.
  2. Результат взаимного влияния взаимодействующих культур, при котором представители одной культуры принимают ценности, нормы, обычаи и традиции другой культуры.
  3. Совокупность специфических духовных и физических качеств, норм поведения, типов общения и деятельности, типичных для представителей одной нации.
  4. Способ социального взаимодействия народов в целях трансляции социокультурного опыта и организации совместной деятельности.
37. Что НЕ является детерминантом межкультурной коммуникации?
1. Отношение к природе.
  2. Отношение ко времени.
  3. Отношение к политике.

4. Тип информационных потоков.

38. Кто разработал модель освоения чужой культуры:

1. Э. Холл.
2. М. Беннет.
3. Л. Вайсбергер.
4. В. фон Гумбольдт.

39. Выберите ценности, связанные с идеалами свободы, правопорядка, безопасности и с гарантиями гражданского равенства:

1. Нравственные.
2. Художественно-эстетические.
3. Социальные.
4. Политические.

40. Какой уровень воплощается в ценностях образа жизни конкретной страны, в той или иной степени разделенной населяющим её этносом?

1. Этнический.
2. Национальный.
3. Цивилизационный.
4. Мировой.

41. Не относятся к знакам поведения:

1. Знаки-признаки.
2. Знаки-символы.
3. Знаки-копии.
4. Знаки-образы.

42. Знаки-признаки несут информацию:

1. О предмете или лице
2. По договоренности о предметах, о которых они информируют
3. О явлениях действительности, но сами этой действительностью не являющиеся
4. О предмете, на основе выделения из него каких-то свойств или признаков

43. Как называется метод, при помощи которого можно повысить чувствительность друг к другу?

1. Метод подготовки.
2. Метод сближения.
3. Метод подстройки.
4. Метод понимания.

44. К какому типу можно отнести ценности, связанные с принципами здоровой жизни, физического и духовного здоровья, идеального образа жизни?

1. Социальные.

2. Политические.
3. Нравственные.
4. Витальные.

45. Кому из учёных принадлежит работа «Выражение эмоций у людей и животных»?

1. А. Мейерабиан.
2. Ч. Дарвин.
3. Э. Сепир.
4. Л. Вайсгербер.

46. К невербальной коммуникации относится:

1. Кинесика.
2. Интонация.
3. Говорение.
4. Письмо.

47. Как называются изменения выражения лица человека, которые можно наблюдать в процессе общения?

1. Сенсорика.
2. Кинесика.
3. Мимика.
4. Такесика.

48. Кин – это:

1. Мельчайшая единица движения.
2. Визуальный контакт.
3. Мимическая реакция.
4. Смех.

49. Что понимают под совокупностью жестов, поз, телодвижений, использующихся для коммуникации?

1. Мимика.
2. Сенсорика.
3. Кинесика.
4. Окулесика.

50. Различного рода движения тела, рук или кистей рук, которые сопровождают в процессе коммуникации речь человека и выражают отношение человека непосредственно к собеседнику, – это:

1. Мимика.
2. Жест.
3. Поза.
4. Взгляд.

51. Такесика – это:

1. Невербальная коммуникация людей посредством прикосновений.

2. Невербальная коммуникация, которая основывается на чувственном восприятии представителей других культур.

3. Совокупность телодвижений, применяемых в процессе человеческого общения.

4. Визуальное поведение людей во время общения.

52. Тип невербальной коммуникации, который основывается на чувственном восприятии других культур, – это:

1. Сенсорика.

2. Такесика.

3. Проксемика.

4. Кинесика.

53. Поза – это:

1. Некоторое действие или движение человеческого тела или его части, имеющее определённое значение или смысл, то есть являющееся знаком или символом.

2. Положение человеческого тела и движения, которые принимает человек в процессе коммуникации.

3. Невербальное общение людей с помощью прикосновений.

4. Движение рук, сопровождающее коммуникацию.

54. Жесты-регуляторы выражают:

1. Специфические привычки человека, связанные с движениями рук.

2. Отношение говорящего к чему-либо.

3. Определённые эмоции через движения тела и мышцы лица.

4. Описательно-изобразительные и выразительные жесты сопровождающие речь и вне речевого контекста теряющие смысл.

55. Какой из терминов был введен М. Херсковицем?

1. Социализация.

2. Инкультурация.

3. Аккультурация.

4. Визуализация.

56. В каком году был введен термин *инкультурация*?

1. 1945 г.

2. 1963 г.

3. 1948 г.

4. 2010 г.

57. Сколько основных стадий имеет инкультурация?

1. 1

2. 2

3. 3

4. 4

58. Отличительной особенностью первой стадии инкультурации является:

1. Развитие способности человека к самостоятельному освоению социокультурного окружения.
2. Достижение необходимой степени физической зрелости организма.
3. Овладение азбукой, приобретение навыков, необходимых для нормальной социокультурной жизни.
4. Принадлежность к одной из социальных общностей, состоящей из взрослых участников системы разделения труда.

59. Каким термином обозначается процесс усвоения человеком основных элементов культуры: ценностей, норм, символов, традиций?

1. Социализация.
2. Инкультурация.
3. Аккультурация.
4. Адаптация.

60. Кто ввёл в науку понятие «языковая картина мира»?

1. В. фон Гумбольдт.
2. М. Беннет.
3. Л. Вайсгербер.
4. Э. Холл.

61. Кто доказывал, что различия между культурами обусловлены различиями в языках?

1. А. Маслоу и Э. Холл.
2. Ю. Лотман и Д. Лихачев.
3. Б. Уорф и Э. Сепир.
4. Д. Льюис и Ф. де Соссюр.

62. Выберите правильную характеристику понятия «языковая картина мира»:

1. Языковая картина мира не передаётся следующему поколению.
2. Языковая картина мира чётко структурирована и в языковом отношении является многоуровневой.
3. Языковая картина мира не изменчива и не подвержена развитию.
4. Языковая картина мира не является общекультурным достоянием конкретной языковой общности.

63. Стилем поведения при разрешении конфликта НЕ является

1. Компромисс.
2. Борьба.
3. Уступчивость.

4. Сотрудничество.

64. Какой стиль разрешения конфликта является активно-пассивным, стремящимся к сотрудничеству?

1. Соревнование.
2. Сотрудничество.
3. Уход от конфликта.
4. Компромисс.

65. Что возникает в результате конфликта привычных и новых культурных форм и ориентиров?

1. Культурное недопонимание.
2. Культурная проблема.
3. Культурный шок.
4. Культурное событие.

66. Главными причинами межкультурных конфликтов являются:

1. Гендерная принадлежность.
2. Общность менталитетов.
3. Несовпадение ценностных ориентаций, установок.
4. Возрастная дифференциация.

67. В содержание этноцентристского этапа не входит

1. Защита.
2. Отрицание.
3. Адаптация.
4. Умаление.

68. В содержание этнорелятивистского этапа не входит

1. Интеграция.
2. Признание.
3. Адаптация.
4. Изоляция.

69. Понятие «чужой» имеет следующие значения:

1. Нездешний, иностранный.
2. Странный, необычный.
3. Зловещий, несущий угрозу.
4. Всё перечисленное.

70. В каком варианте ответа приведено содержание этноцентристских этапов?

1. Отрицание, защита, умаление.
2. Адаптация, интеграция, отрицание.
3. Признание, адаптация, защита.
4. Интеграция, отрицание, умаление.

71. Что такое этноцентризм?

1. Философское учение, отрицающее возможность объективного познания действительности вследствие якобы полной относительности всех наших знаний.

2. Философское учение, исходящее из признания равноправности и несводимости друг к другу двух основных начал универсума – материального и духовного, физического и психического, тела и души.

3. Совокупность представлений о собственной этнической общности и её культуре как о центральной, главной по отношению к другим.

4. Процесс взаимовлияния культур (обмен культурными особенностями), восприятия одним народом полностью или частично культуры другого народа.

72. Что такое социализация?

1. Процесс усвоения человеком основных элементов культуры: ценностей, норм, символов, традиций.

2. Общество, страна, к которой человек принадлежит по рождению и воспитанию.

3. Возведение физических или социальных барьеров для создания дистанции от всего, что отличается от собственной культуры.

4. Процесс формирования социокультурных качеств, свойств, умений, которые позволяют человеку жить в обществе, контактировать с другими людьми, выполнять различные виды общественной деятельности.

73. Какой уровень НЕ выделяется в социальной среде?

1. Мегасреда.

2. Макросреда.

3. Метасреда.

4. Микросреда.

74. Неприятные ощущения и эмоции при вхождении в чужую культуру называют

1. Культурной утомляемостью.

2. Культурным шоком.

3. Этноцентризмом.

4. Этнорелятивизмом.

75. Толерантность – это:

1. Высокая оценка «чужой» культуры.

2. Уважительное отношение к чужой культуре.

3. Терпимое отношение к ценностям других культур.

4. Отрицание всех ценностей чужой культуры.

## Тематика рефератов

1. Роль межкультурной коммуникации в условиях глобализации экономических, политических и культурных контактов.
2. Место межкультурной коммуникации в повседневной жизни.
3. Международный бизнес как форма межкультурной коммуникации.
4. Различия в использовании времени в деловых контактах.
5. Русские и американские культурные ценности: сравнительный анализ.
6. Влияние ценностных ориентаций на межкультурную коммуникацию.
7. Особенности мужской и женской вербальной коммуникации.
8. Вербальная и невербальная символические системы – подобие и отличие.
9. Связь невербального языка и культуры.
10. Художественные произведения и символы.
11. Тишина как форма коммуникации.
12. Межкультурная коммуникация как частный способ общения.
13. Роль межкультурной коммуникации в диалоге культур.
14. Природа и история толерантности.
15. Сущность культурной идентичности.
16. Аккультурация как способ адаптации к другой культуре.
17. Представления о научении языку в разных культурах.
18. Современные проблемы глобализации культуры.
19. Этнокультурные проблемы идентификации личности в современном многонациональном обществе.
20. Теоретические основы мультикультурализма.
21. Невербальная коммуникация в различных культурах.
22. Коммуникативные акты приветствия и прощания в различных лингвокультурах.
23. Коммуникативные стратегии похвалы, комплимента и лести в различных лингвокультурах.
24. Семиотика красоты в различных культурах: критерии привлекательности и стереотипы.
25. Главные праздники и специфика досуга в Беларуси.
26. Специфика менталитета и особенности характера белорусов.
27. Семейные, досуговые и национальные традиции белорусов.
28. Специфика культур Востока и Запада.
29. Проблема ностальгии в современных кросс-культурных исследованиях.
30. Семиотика запахов в различных лингвокультурах. Ольфакторная коммуникация.



## КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

**АККУЛЬТУРАЦИЯ** – усвоение человеком, выросшим в одной национальной культуре, существенных фактов, норм и ценностей другой культуры.

**АТТРАКЦИЯ** – особая форма восприятия и познания другого человека, основанная на формировании по отношению к нему устойчивой позитивности.

**АФФЕКТИВНЫЙ СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ** ориентирован на слушающего и сам процесс коммуникации; для достижения поставленных целей данный стиль предполагает приспособление участников к самому процессу общения, к чувствам и потребностям собеседника.

**ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** – языковое общение, выражающееся в обмене мыслями, информацией, эмоциональными переживаниями собеседников.

**ВЫСОКОКОНТЕКСТУАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРЫ** – культуры, в которых многое определено неязыковым контекстом: взглядами, жестами, иерархией, статусом, внешним видом помещений и т.п. Вся необходимая дополнительная информация уже заложена в сознании людей. В языке используется много намеков, скрытых значений.

**ГЕРМЕНЕВТИКА** – метод истолкования, интерпретации текстов, заимствованный из философии.

**ГЛОБАЛИЗАЦИЯ** – одна из ведущих тенденций в современном нестабильном мире, заключающаяся в интеграции, унификации и стандартизации.

**ЖЕСТЫ** – различного рода движения тела, рук или кистей рук, сопровождающие в процессе коммуникации речь человека и выражающие отношение человека непосредственно к собеседнику, к какому-то событию, предмету, свидетельствующие о желаниях и состоянии человека.

**ЗНАКИ-КОПИИ** воспроизводят различные явления действительности, но сами этой действительностью не являются (например, фотографии).

**ЗНАКИ-ПРИЗНАКИ** несут некоторую информацию о предмете (например, температура больного).

**ЗНАКИ-СИГНАЛЫ** заключают в себе информацию по договоренности о предметах, о которых они информируют (например, школьный звонок).

**ЗНАКИ-СИМВОЛЫ** несут информацию о предмете на основе выделения из него каких-то свойств или признаков (например, герб государства).

**ИДЕНТИФИКАЦИЯ** – способ познания другого человека; предполагает умение поставить себя на его место, взглянуть на вещи с его точки зрения.

**ИНКУЛЬТУРАЦИЯ** – процесс усвоения человеком основных элементов культуры: ценностей, норм, символов, традиций.

**ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЙ СТИЛЬ КОММУНИКАЦИИ** ориентирован главным образом на говорящего и на цель коммуникации; он опирается на точную информацию, чтобы достичь поставленных целей общения.

**ИНТЕНТ-АНАЛИЗ** – метод, с помощью которого изучается проблема целенаправленности вербальной коммуникации.

**ИНТЕРПРЕТАЦИЯ** своего и чужого поведения – составная часть межличностного восприятия; может быть основана на знании причин этого поведения. В условиях дефицита информации происходит приписывание друг другу причины поведения, чувств, намерений и качеств личности либо на основании сходства поведения воспринимаемого лица с каким-то другим образцом, имевшимся в прошлом опыте, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации.

**ИСКУСНЫЙ (ВЫЧУРНЫЙ) ВЕРБАЛЬНЫЙ СТИЛЬ** – использование богатого, экспрессивного языка в общении.

**КАУЗАЛЬНАЯ АТРИБУЦИЯ** – интерпретация причин и мотивов поведения других людей; человек склонен по-разному объяснять свои и чужие поступки; возможна нелогичность и субъективность; неудачные результаты обычно приписываются внешним причинам и обстоятельствам, а удачные – внутренним (личностным).

**КИН (КИНЕМА)** – мельчайшая единица движения; из кинем складывается поведение.

**КИНЕСИКА** – совокупность жестов, поз, телодвижений, используемых при коммуникации в качестве дополнительных выразительных средств общения.

**КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ** – владение коммуникативными стратегиями и механизмами, необходимыми для обеспечения эффективного взаимодействия; предполагает владение адекватными социальными и культурными знаниями, умениями и навыками межличностного взаимодействия, а также способность индивида адаптировать свое коммуникативное поведение к изменяющимся контекстным условиям.

**КОММУНИКАЦИЯ** (от лат. *Communicatio* – сообщение, передача и от *communicare* – делать общим, беседовать, связывать, сообщать, передавать), общение, обмен мыслями, сведениями, идеями и т. д.; передача того или иного содержания от одного сознания (коллективного или индивидуального) к другому посредством знаков, зафиксированных на материальных носителях.

**КОНТЕНТ-АНАЛИЗ** – экспериментальный метод, направленный на изучение деятельности средств массовой информации путем систематической числовой обработки, оценки и интерпретации формы и содержания сообщения информационного источника.

**КОНТРАКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** происходит между представителями материнской культуры и дочерней субкультуры и выражается в несогласии дочерней субкультуры с ценностями и идеалами материнской.

**КРОСС-КУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** (cross-cultural communication) – общение между индивидами, представляющими разные культуры.

**КУЛЬТУРА** – определенная форма общественного бытия людей, форма присвоения личностью коллективного опыта.

**КУЛЬТУРНЫЙ КОД** – совокупность знаков, символов, смыслов и их комбинаций, которые заключены в любом предмете деятельности человека.

**КУЛЬТУРНЫЙ ШОК** – особое психологическое состояние, неизбежно развивающееся в процессе адаптации индивида к новому культурному окружению

**МАКРОСРЕДА** – общество, страна, к которой человек принадлежит по рождению и воспитанию.

**МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ** – систематическое распространение сообщений, информации с помощью средств массовой коммуникации среди численно больших и рассредоточенных аудиторий с целью информирования, утверждения духовных ценностей и оказания идеологического, политического, экономического, культурного воздействия на мысли, чувства и поведение людей.

**МЕГАСРЕДА** – мировая цивилизация, человечество в целом.

**МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** – процесс одновременного взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга.

**МЕЖЭТНИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ** – общение между лицами, представляющими разные народы (этнические группы).

**МЕТОД НАУКИ** – совокупность приёмов, исследовательских процедур, применяемых для получения научного знания.

**МИКРОСРЕДА** – непосредственное, ближайшее окружение человека, те люди, с которыми он вступает в повседневные контакты (семья, друзья, первичный коллектив – учебный, трудовой, армейский).

**МИМИКА** – все изменения выражения лица человека, которые можно наблюдать в процессе общения.

**МОНОХРОМНЫЕ КУЛЬТУРЫ** – культуры, представители которых в каждый определенный отрезок времени могут быть заняты только одним делом, во избежание потери времени строго следуя планам, расписаниям и договоренностям.

**НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** – совокупность неязыковых средств, символов и знаков, используемых для передачи информации и сообщений в процессе общения.

**НЕПРЯМОЙ ВЕРБАЛЬНЫЙ СТИЛЬ** свойствен речевым сообщениям, которые камуфлируют и скрывают истинные интенции говорящего (его желания, цели, потребности) в ситуации общения.

**НИЗКОКОНТЕКСТУАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРЫ** – культуры, в которых большинство информации содержится в словах, а не в контексте общения; люди открыто выражают свои желания и намерения, не предполагая, что это можно понять из ситуации общения. При этом наибольшее значение придается речи (письменной и устной), а также обсуждению деталей: ничего не остается неназванным и недоговоренным. Предпочтителен прямой и открытый стиль общения, в котором вещи называются своими именами.

**ПАРАВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** использует паравербальные средства – совокупность звуковых сигналов, сопровождающих устную речь, принося в нее дополнительные значения.

**ПОЗА** – положение человеческого тела и движения, которые принимает человек в процессе коммуникации.

**ПОЛИХРОМНЫЕ КУЛЬТУРЫ** – культуры, в которых люди делают одновременно несколько дел и в которых межличностные отношения важнее планов и графиков.

**ПРОКСЕМИКА** исследует пространственные условия общения – взаиморасположение собеседников в момент их физического, визуального или иного контакта.

**ПРЯМОЙ ВЕРБАЛЬНЫЙ СТИЛЬ** характерен для речевых сообщений, которые выражают истинные намерения говорящего в виде его желаний, потребностей и ожиданий в процессе общения; предполагает жёсткий стиль общения, исключающий условности и недосказанности.

**РЕФЛЕКСИЯ** – способность воспринимать себя глазами партнёра по общению и иметь представление о том, как сам выглядишь в его глазах.

**СЕНСОРИКА** – тип невербальной коммуникации, основывающийся на чувственном восприятии представителей других культур.

**СЖАТЫЙ ВЕРБАЛЬНЫЙ СТИЛЬ** означает употребление лаконичных, сдержанных высказываний, пауз и молчания в повседневной коммуникации.

**СОЦИАЛИЗАЦИЯ** – процесс формирования социальных качеств, свойств, умений, которые позволяют человеку жить в обществе, контактировать с другими людьми, выполнять различные виды общественной деятельности.

**СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ** – коммуникативная деятельность людей, организаций, масс-медиа, которая обусловлена совокупностью социально-значимых ценностей, оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных норм общения, принятых в данном обществе.

**СТЕРЕОТИПЫ** – упрощенные и стандартизированные концепции характеристик или ожидаемого поведения членов определенной группы (национальность, профессия и др.).

**ТАКЕСИКА** – тип невербальной коммуникации, изучающий прикосновения в ситуации общения: рукопожатие, поцелуи, дотрагивание, поглаживание и т.п.

**ХРОНЕМИКА** – тип невербальной коммуникации, изучающий использование времени в невербальном коммуникационном процессе.

**ЦЕННОСТЬ** – общепринятое убеждение относительно целей, к которым человек должен стремиться; они составляют основу нравственных принципов; это общепризнанная норма, сформированная в определенной культуре, задающая образцы и стандарты поведения, определяющая поведенческую модель человека.

**ЭМПАТИЯ** – умение правильно представлять себе, что происходит во внутреннем мире другого человека, что он переживает, как оценивает окружающий мир.

**ЭТНОС** (греч. ethnos – племя, группа, народ) – исторически сложившаяся на определённой территории общность людей с единым языком, особенностями культуры, самосознанием и психическим складом. К признакам этноса относятся и народное искусство, традиции, обычаи, нормы поведения.

**ЭТНОРЕЛЯТИВИЗМ** – принятие культурных различий как неизбежного и позитивного; проходит через этап адаптации к ним и может завершиться формированием межкультурной компетентной личности.

**ЭТНОЦЕНТРИЗМ** – совокупность представлений о собственной этнической общности и ее культуре как о центральной, главной по отношению к другим.

**ЭФФЕКТ ОРЕОЛА (ГАЛО-ЭФФЕКТ)** – приписывание человеку набора связанных между собой качеств, когда на самом деле наблюдается лишь одно качество из этого набора (например, *душевный, добрый, честный, хороший*);

**ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА** – совокупность сведений о мире, активизируемых с помощью различных механизмов вербализации, а также хранимых и передаваемых от поколения к поколению с помощью вербального кода; часть «картины мира вообще, которая опосредована языковыми знаками или даже – шире – знанием языка, его единиц и правил и, главное, содержанием его форм» (Ю.Н.Караулов).

**ЯЗЫКОВОЕ СОЗНАНИЕ** – такой уровень сознания, на котором образы, представления, мыслительные структуры обретают языковое оформление.

# ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

## Основные

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова : [Учеб.пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов]. – М. : Академия, 2003. – 128 с.
2. Гербик, Л.Ф. Теория и практика межкультурной коммуникации : типовая учеб. программа по учеб. дисциплине для спец. 1-21 05 02 Русская филология (по направлениям), Направление специальности 1-21 05 02-04 Русская филология (русский язык как иностранный) / [сост.: Л. Ф. Гербик, Н. Л. Шибко] ; М-во образования Республики Беларусь, УМО по гуманитар. образованию. – Минск, 2014. – 18 с.
3. Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация : учеб.пособие по дисциплине «Культурология» / А.П. Садохин. – Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2004. – 288 с.
4. Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обуч. по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация» / Т.Н. Персикова. – Москва : Логос, 2004. – 224 с.
5. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие для студ. и аспирантов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. «Лингвистика и межкультурная коммуникация» / С.Г. Тер-Минасова. – Москва : Изд-во Московского университета, 2004. – 352 с.
6. Оболенская, Ю.Л. Художественный перевод и межкультурная коммуникация : учебное пособие / Ю.Л. Оболенская. – Москва : Высшая школа, 2006. – 335 с.
7. Рот, Ю. Межкультурная коммуникация: теория и тренинг : учебно-метод. пособие для студ., обучающихся по гуманитарным и социально-экон. спец. / Ю. Рот, Г. Коптельцева. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 223 с.
8. Лингвистика и межкультурная коммуникация : сборник научных статей. Вып. 2 / [сост. Л.В. Чалова ; ред. кол.: Л.В. Чалова (отв. ред.) [и др.]]; Федеральное агентство по образованию, ГОУ высш. проф. образования «Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова», Северодвинский филиал. — Архангельск : Поморский ун-т, 2006. – 128 с.
9. Зинченко, В. Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме : учебное пособие / В.Г. Зинченко. – 2-е изд. – Москва : Флинта : Наука, 2008. – 222 с.
10. Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация : учеб. пособие по дисциплине «Культурология». – Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2010. – 288 с.

## Дополнительные

1. Бурак, А.В. Перевод и межкультурная коммуникация: Слова / А.В.Бурак. – М.: Валент, 2010. – 115 с.
2. Бурак, А.В. Перевод и межкультурная коммуникация: Семантика предложения и абзаца / А.В.Бурак. – М.: Валент, 2013. – 213 с.
3. Головлева, Е.Л. Основы межкультурной коммуникации: учеб. пособие / Е.Л.Головлева.– Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 224 с.
4. Зинченко, В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие / В.Г.Зинченко. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 224 с.
5. Зинченко, В.Г. Словарь по межкультурной коммуникации. Понятия и персоналии / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе, Г.П. Рябов. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 136 с.
6. Колшанский, Г.В. Паралингвистика / Г.В. Колшанский. – М. : Ком-Книга, 2010. – 96 с.
7. Оболенская, Ю.Л. Художественный перевод и межкультурная коммуникация / Ю.Л.Оболенская. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 107 с.
8. Садохин, А.П. Введение в межкультурную коммуникацию / А.П. Садохин. – М.: Омега-Л., 2010. – 190 с.
9. Основы теории языка и коммуникации: учеб. пособие. / О.Н. Чарыкова, Э.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 312 с.
10. Успенский, Б.А. EgoLocuens: Язык и коммуникативное пространство / Б.А.Успенский. – М.: Изд-во РГГУ, 2007. – 320 с.

Учебное издание

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ  
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ (НАПРАВЛЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

**1-21 05 02-04 РУССКАЯ ФИЛОЛОГИЯ  
(РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНОСТРАННЫЙ)**

Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине

Составитель

**ГОРЕГЛЯД Елена Николаевна**

Технический редактор

*Г.В. Разбоева*

Компьютерный дизайн

*Т.Е. Сафранкова*

Подписано в печать .2016. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 6,97. Уч.-изд. л. 6,51. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования  
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

Свидетельство о государственной регистрации в качестве издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий

№ 1/255 от 31.03.2014 г.

Отпечатано на ризографе учреждения образования  
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.