

---

## ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Е.Н. Малюга

Кафедра иностранных языков экономического факультета  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198*

Автор анализирует основные лингвокогнитивные характеристики межкультурной деловой коммуникации и рассматривает примеры речевого поведения участников коммуникации.

Понятие «межкультурная деловая коммуникация» охватывает целый ряд регистров речи, как письменных, так и устных, и требует к себе особого внимания.

Научное исследование устного и письменного межкультурного делового общения тесно связано с многокультурной и многоязыковой реальностью. Однако понятие «коммуникация» гораздо шире, чем речь и письмо. Люди общаются различными способами, даже когда они не разговаривают. Находясь в обществе, они учатся использовать не только язык, но и жесты, движения, тон голоса, манеру разговора и другие средства коммуникации для того, чтобы подчеркнуть то, что они говорят (вербальная и невербальная коммуникация).

Межкультурная деловая коммуникация является неотъемлемой частью профессиональной культуры человека. Высокий уровень межкультурной деловой коммуникации способствует достижению эффективного сотрудничества между деловыми партнерами.

Знание социокультурных факторов помогает устранить типичные ошибки и непонимание, связанные с межкультурной деловой коммуникацией. Межкультурная деловая коммуникация — искусство, владея которым, возможно преодолеть межкультурный шок, достичь взаимопонимания с иностранным деловым партнером.

Межкультурная деловая коммуникация определяется не только социальными факторами, но и стереотипно-поведенческими условиями культур коммуникантов. Партнеры по коммуникации используют иностранный язык с одновременным накоплением культурологических знаний и формированием способности понимать ментальность носителей другого языка.

В связи с появлением новых социокультурных реалий возникла необходимость разработки образовательных стратегий, что было отмечено в документах ООН, Совета Европы, ЮНЕСКО. Наиболее полно данная проблема рассматривается в зарубежных концепциях мультикультурного образования [1], межкультурного образования [2], глобального образования [3].

С точки зрения поликультурной реальности, процесс коммуникации людей различных лингвокультурных общностей приводит к взаимовлиянию и взаимопроникновению культур членов социумов. Гармоничная межкультурная деловая коммуникация требует понимания стереотипов поведения, содержащихся в национальных традициях и их восприятии.

Проблема параллельного исследования языка и культуры возникла не случайно. Е. Hatch считает, что культура состоит из традиционных образов мышления, поведения, правил этикета, экономической деятельности и т.д., которые передаются от поколения к поколению и отражены в языке в качестве национальных реалий [4].

В наши дни культурные рамки исследования иностранных языков расширились. Это доказывают исследования ведущих зарубежных лингвистов, психологов, методистов по проблемам взаимосвязи языка и культуры.

Поскольку язык — это универсальное средство общения, его изучение не должно ограничиваться рамками только языковой системы. Язык функционирует как средство существования личного, общественного и социального опыта общения. Язык — это не только средство общения, но вместе с тем и средство восприятия и познания мира человеком в процессе коммуникации. Язык, как явление социальное, состоит из культурных, коммуникативных, развивающих, воспитывающих и интегративно-личностных компонентов.

Изучение языковых единиц, отражающих национальные особенности культуры носителя языка: реалий, коннотативной и фоновой лексики с точки зрения официально-делового стиля речи, — способствует развитию лингвокультурологического компонента межкультурной деловой коммуникации.

Язык как средство коммуникации является социальным и национальным феноменом. В связи с этим он отражает мировоззрение и нормы поведения, присущие определенному языковому сообществу.

В основе мировидения и миропонимания народа заложена определенная система социальных и этнических стереотипов. В жанрах межкультурного делового дискурса всегда прослеживается этнокультурная специфика. Сознание человека этнически обусловлено.

Этносоциокультурный фактор выявляется в национально-этнических особенностях формулирования мысли. Сознание определяется этническими стереотипами поведения и не осознается носителем культуры.

Рассмотрение культуры с точки зрения семиотики способствует созданию предпосылок для функционирования в лингвокультурологии общего метаязыка для культуры и языка.

Следовательно, культура зависит от сознания, речевых и поведенческих стереотипов, системы знаков, социально передаваемых знаний и опыта.

Для успешной межкультурной деловой коммуникации участникам речевого взаимодействия необходимо понимание и использование знаний, имеющихся у носителей языка. Согласно подходу В.Н. Телии, «культура имеет дело с недискретным мышлением, она „говорит“ языком целостных и в то же время нелинейных размытых категорий; концептуальное осмысление категорий культуры находит свое воплощение в естественном языке» [5].

Под коммуникативным поведением мы понимаем осуществляемые в процессе коммуникации правила и традиции общения определенной лингвокультурной общности. Т. Астафурова выделяет следующие «типы коммуникативного поведения, проявляющиеся: а) в специфике коммуникативного поведения иносоциума в целом (общезначимые нормы: правила и традиции); б) в особен-

ностях коммуникативного поведения представителей делового социума» (6. С. 59). К основополагающим понятиям коммуникативного поведения относится также понятие «коммуникативная культура» как умение общаться в разных ситуациях. Культура — это «система кодифицированных образцов и норм поведения, деятельности, общения и взаимодействия людей, несущая релятивную и контрольную функцию в социуме» [6].

*Межкультурная деловая коммуникация* — сложный процесс установления, поддержания и развития контакта между людьми разных национальностей в профессиональной сфере, происходящий в условиях несовпадения национально-культурных стереотипов мышления и поведения и принятых в обществе правил и стандартов, и в результате достижение деловой договоренности между заинтересованными сторонами.

Чтобы признать факт межкультурной деловой коммуникации состоявшимся, следует учитывать официальность взаимодействия деловых партнеров разных национальностей и включить в сферу межкультурной деловой коммуникации устный или письменный речевой контакт.

Многие исследователи рассматривают межкультурную деловую коммуникацию как систему, включающую ряд переменных — составляющих коммуникативного процесса (участников коммуникации, взаимоотношения между коммуникантами, отношение к межкультурной деловой коммуникации, форму деловой коммуникации, каналы деловой коммуникации, виды коммуникативной деятельности, инструментарий деловой коммуникации, коммуникативные стратегии и тактики, контекст, параметры содержания информации).

Осознание себя как участника деловой коммуникации и опыт подобного взаимодействия являются положительными предпосылками, настраивающими коммуникантов на эффективное общение.

Специфика интенции как социального мотива при вступлении в деловые контакты оказывает существенное влияние на характер межкультурной деловой коммуникации. Речь может идти о чисто деловом контакте, основанном на холодном расчете, искреннем и доброжелательном отношении или враждебном настрое.

При этом исходные позиции коммуникантов могут быть классифицированы как идеализирующие, нейтральные и отрицающие. Следствием негативного настроения может стать упрощение, недооценка или искажение информации.

При прямой коммуникации информация адресована непосредственно от отправителя к получателю. В деловой коммуникации она может осуществляться как в устной, так и в письменной форме.

Непосредственная и опосредованная форма различаются с точки зрения наличия/отсутствия в коммуникативной цепочке промежуточного звена, выступающего в роли посредника. Функции посредника может выполнять человек (например, переводчик, интерпретатор и т.д.) или техническое средство. Однако разграничение это в определенной степени условно, т.к. можно утверждать, что не существует непосредственной коммуникации в чистом виде — она всегда опосредована пространством и временем.

Опосредованная межкультурная деловая коммуникация отличается от непосредственной повышенным вниманием к интонационному рисунку речи, краткостью и регламентированностью, сокращением возможности использования определенных видов коммуникативных сигналов: мимики, жестов, прикосновений и т.д.

Специфика межкультурной деловой коммуникации может проявляться в различном распределении коммуникативной деятельности между носителем языка и неносителем языка как следствие различного уровня культурно-языковой компетенции. Можно предположить, что коммуникант, плохо владеющий языком, будет говорить меньше, чем его собеседник — носитель языка.

Информация, составляющая основу межкультурной деловой коммуникации, существует не изолированно, а в макроконтексте и микроконтексте, на фоне культурно обусловленной картины мира. В своих работах Э. Холл показал двойственность термина «контекст». С его точки зрения, понятие контекста связано с двумя совершенно различными, хотя и взаимосвязанными процессами [6]. Внутренний контекст включает прошлый опыт коммуниканта, запрограммированный в его сознании и структуре нервной системы. Под внешним контекстом подразумевается физическое окружение, а также иная информация, включая характер межличностных отношений между коммуникантами и социальные обстоятельства общения [7].

Исходя из этой точки зрения, в качестве внутреннего контекста выступает вся совокупность пресуппозиций и фоновых знаний, ценностные установки, культурная идентичность и индивидуальные особенности языковой личности. Сюда же может быть отнесен и настрой (юмористический, дружелюбный, серьезный и т.д.), с которым коммуникант вступает в общение и который, по мнению Уивера, составляет «психологический контекст в коммуникации» [8].

В понятие внешнего контекста входит место (локальный контекст), время (хронологический контекст), сфера и условия общения, определяющие его характер. Важным является то, на чьей территории происходит речевой контакт. Локальный контекст может оказывать влияние на ряд параметров коммуникативного процесса и определить его специфику. Участник коммуникативного процесса, находящийся на своей территории, чувствует себя более комфортно и лучше ориентируется в знакомом ему пространстве.

Временный контекст, т.е. хронологический период, к которому относится конкретная коммуникативная ситуация, также оказывает влияние на ее исход.

Контекст не может рассматриваться как застывшее, зафиксированное приложение к коммуникативному акту: контекст — это динамическая система, это движение, контекст меняется с каждым звуком, произнесенным коммуникантами, с каждым их жестом, взглядом.

Когнитивный образ коммуникативной ситуации в ее динамике функционирует в качестве одного из условий успешного акта межкультурной деловой коммуникации, производства и интерпретации текстов, шире — совместной деятельности. Этот когнитивный образ содержит знания о конвенциях, нормах, ритуалах, ролях коммуникативной деятельности, т.е. имеет социокультурный характер. Ин-

формация социокультурного характера, как правило, организована в виде фреймов, сценариев, схем.

Участники данного процесса ориентированы на достижение цели. Регламентированность (ограничения по ряду национальных и культурных традиций, профессиональных и этических принципов) — одна из специфических особенностей межкультурной деловой коммуникации. Межкультурная деловая коммуникация включает передачу/обмен/получение деловой или профессиональной информации между деловыми партнерами с учетом вербальных и невербальных средств.

Поскольку межкультурная деловая коммуникация определяется как передача информации между деловыми партнерами с использованием аудиовизуальных средств и без них, можно говорить о различных видах коммуникации — массовой, политической, публичной и других видах коммуникации, связанных с обменом информацией в различных профессиональных сферах. «Передача информации может осуществляться в трех коммуникативных формах: 1) монологической, где преобладают такие коммуникативные действия, как однонаправленная передача информации от организатора общения на получателя информации; 2) диалогической, в которой субъекты общения взаимодействуют и взаимно активны. При такой форме коммуникации происходит обмен информацией. В диалогической коммуникации важным становится выработка согласованных решений; 3) полилогической, которая является формой организации многостороннего общения. Такая коммуникация носит характер борьбы за овладение коммуникативной инициативой и связана с максимально эффективной ее реализацией» [9].

В нашем исследовании мы обращаемся к достаточно специфическому лингвистическому материалу, который, так же как и нормативные коммуникативные ситуации различных жанров деловой коммуникации, основывается на эпизодах, демонстрирующих нетипичные вербальные и невербальные схемы.

Невербальные средства коммуникации более разнообразны, нежели вербальные. Выражение лица является наиболее важным наглядным средством, отражающим эмоции содержания речи человека. Если выступающий с энтузиазмом относится к тому, что он сообщает аудитории, его лицо выражает уверенность. Многие выступающие начинают говорить быстро, когда они волнуются. Выступающий должен изменять свою интонацию, четко артикулировать и делать паузы. Это делает речь более понятной.

Приведем пример из собеседования при приеме на работу, в котором принимают участие менеджер по набору персонала одной из крупных американских компаний — Джеф — и Кейт Крейвен из Великобритании, претендент на должность в компании.

**Geoff's office ...**

*Geoff is sitting at his desk on the phone. A knock at the door.*

GEOFF: Yeah.

*Kate walks in.*

GEOFF: Yeah?

KATE: Hello, I'm Kate Craven...

*Holds out hand. No response from Geoff, who remains seated.*

GEOFF: Hi ... Hi, sorry, I'll be with you in a moment. I'm making a quick call.  
*Kate waits (in vain) to be asked to sit down. Sees a chair, sits down. Meanwhile...*  
GEOFF (on phone): Hi, Adrian. Yeah. Yeah! OK, look, I'm almost finished. Er...  
how about I pick you up at about six and we go to the tennis court straight from there?  
Sure, great. OK, OK, see you then.  
*Puts phone down.*  
GEOFF: Sorry about that. Oh good, you've found a seat. So, how was your trip?  
KATE: Oh, terrible!  
GEOFF: Great, great. Look, let's get down to business.  
KATE: Yes. Um...did you get the brochure I sent you?  
GEOFF: Brochure? Well, I'm sure we did... Look, it's been crazy around here...

.....  
(New International Business English, Cambridge Professional English, L. Jones, 2000)

Из ситуации общения ясно, что Кейт прервала телефонный разговор Джеффа своим визитом. Он старается быть вежливым. После приветствия Кейт он, немного поколебавшись: «Hi... Hi, sorry, I'll be with you in a moment. I'm making a quick call.», покидает ее, чтобы позвонить. Кейт в недоумении и, не дождавшись приглашения, садится в кресло.

Тем временем Джефф завершает телефонный разговор. И извиняется перед Кейт. Невербальное поведение Джеффа весьма показательно и выдает его нервозность и полную незаинтересованность в разговоре (*Holds out hand. No response from Geoff, who remains seated.*). Поэтому, автоматически задав вопрос Кейт и не обратив внимания на ее слова, он отвечает совершенно невпопад:

**GEOFF:** ... So, how was your trip?  
**KATE:** Oh, terrible!  
**GEOFF:** Great, great. Look, let's get down to business....  
**KATE:** Yes. Um...did you get the brochure I sent you?  
**GEOFF:** Brochure? Well, I'm sure we did... Look, it's been crazy around here.

Джефф явно растерян, поскольку не может найти буклет, присланный Кейт до их встречи. Совершенно очевидно, что собеседники пытаются использовать оба канала передачи информации. Безусловно, большое значение должно уделяться уровню согласованности речевой и неречевой информации. В данном случае речь Джеффа сопровождается «противоречащими» вербальными и невербальными посланиями. Следовательно, возникает сомнение в истинности речевого послания.

Как показывает наш опыт, в данных случаях красноречивее оказывается невербальное поведение, поскольку оно меньше всего сознательно контролируется говорящим.

Исследования, посвященные анализу сходной проблематики, в основном имеют практическую направленность. Кроме функционально-прагматического анализа примеров различных жанров деловой коммуникации, которые отражают стереотипы речевого поведения, уделяется внимание этикетным нормам современного делового пространства, которые приводят к успешному деловому общению или к нарушению его норм.

Профессиональная деятельность человека характеризуется разнообразием выполняемых функций. Многочисленные научные исследования в этой сфере говорят о том, что почти вся профессиональная активность человека связана с межкультурной деловой коммуникацией (устной и письменной).

Таким образом, с точки зрения различных наук межкультурная деловая коммуникация может выполнять следующие функции: информационную, интерактивную, гносеологическую, аксиологическую, нормативную, социальную.

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бэнкс Дж.* Мультикультурное образование: цели и измерения // Новые ценности образования: культурная и мультикультурная среда школ. Вып. 4. — М.: Инноватор, 1996.
- [2] *Бателан П.* Межкультурное образование — больше, чем долг // Права человека и культура мира: проблемы обучения и воспитания. — Лиллехаммер, 1996 / Под ред. Э. Клевена и др. — М.: АИРО — XX.
- [3] *Хенви Р.* Достижимая глобальная перспектива / Пер. с англ. Я.И. Коплера и др. — Рязань, 1994.
- [4] *The Research Manual: Design and Statistics for Applied Linguistics Evelyn Hatch.* — New York: Newbury House, 1991.
- [5] *Телия В.Н.* Первоочередные задачи и методологические исследования фразеологического состава языка в контексте культуры // Фразеология в контексте культуры. — М., 1999.
- [6] *Астафурова Т.Н.* Варьирование речевой деятельности в межкультурном деловом общении // Языковая личность: Жанровая речевая деятельность. — Волгоград, 1998.
- [7] *Hall E.T.* *Beyond culture.* — New York: Anchor Press, 1976.
- [8] *Damen L.* *Culture learning: The fifth dimension in the language classroom.* — Reading, MA: Addison-Wesley, 1987.
- [9] *Weaver W.* *The mathematical theory of communication.* — Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1949.
- [10] *Володина Л.В., Карпущина О.К.* Деловое общение и основы теории коммуникации. — СПб., 2002.

## LINGVOCOGNITIVE ASPECTS OF CROSS-CULTURAL BUSINESS COMMUNICATION

**E.N. Malyuga**

Foreign Languages Department, Faculty of Economics  
Peoples' Friendship University of Russia  
*Mikluho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198*

The author analyses the main lingvocognitive characteristics of cross-cultural business communication and considers examples of speech behaviour of business partners.