

Федеральное агентство по образованию
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н. А. ДОБРΟЛЮБОВА

Региональный центр французского языка
Альянс Франсез – Нижний Новгород

Французский язык и культура Франции
в России XXI века

Материалы II международной
научно-практической конференции

Нижний Новгород
2–3 ноября 2009 г.

Нижний Новгород 2009

1. Скотт В. Уэверли. - М-Л, 1960, Государственное издательство художественной литературы. Собр. соч. в 20 томах: Т. 1.
2. <http://ebooks.adelaide.edu.au/s/scott/walter/waverley>.

А.Х. Мерзлякова (Воткинск)

Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере

Интенсификация обменов, регионализация актеров обменных процессов, расширяющиеся миграционные потоки, увеличение туристических поездок, перевод крупных предприятий в развивающиеся страны ставят на первое место проблемы межкультурной коммуникации. Возникает задача преодоления этноцентрических взглядов, препятствующих успешному расширению бизнеса. Основные пути интернационализации предприятий – слияние существующих организаций, установление партнерских отношений и создание совместных предприятий, открытие филиалов в других странах – также требуют благоприятного межкультурного климата. Таким образом, формирование межкультурной компетентности становится важной задачей при работе с персоналом.

Под межкультурной компетентностью понимается «позитивное отношение к наличию в обществе различных этнокультурных групп и добровольная адаптация социальных и политических институтов общества к потребностям разных культурных групп» [Грушевицкая и др., 2003: 277].

Коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации и установления отношений как в межличностном, так и в массовом общении при помощи различных вербальных и невербальных средств. Данное определение коммуникации принято большинством современных исследователей, признающих, что даже сам факт отказа от коммуникации является коммуникативно значимым. Как писал один из основоположников «оркестровой модели» коммуникации Ватславик, «все поведение является коммуникативным», включая позу, жестикуляцию, выражение лица, интонацию, взгляд и использование пространства [Watzlawick 1969: 32]. Напомним также, что коммуникация характеризуется временным и пространственным параметрами. Общение происходит в определенный временной отрезок, каким бы кратким этот отрезок ни был. Оно локализовано, если коммуниканты находятся одновременно в определенном месте, и не локализовано, если отправитель и получатель информации удалены друг от друга. Важным элементом коммуникации является код, который должен быть общим для обоих коммуникантов; он может быть вербальным и невербальным, однако знак или символ должны иметь общее значение для всех участников коммуникации. Основным кодом коммуникации является язык. Следующим важным элементом коммуникации является контекст, т.е. то окружение, в котором осуществляется взаимодействие: культурное, организационное,

материальное, пространственное, временное, а также внешние атрибуты коммуникантов: одежда, татуировка, украшения и т.п.

Межкультурная коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации и установления отношений при помощи различных вербальных и невербальных средств между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам. Под культурой мы будем понимать исторически передаваемые модели мышления, чувствования и действия, воплощенные в символах, «систему наследуемых представлений, выраженных в символических формах, посредством которых люди передают, сохраняют и развивают свои знания о жизни и отношения к ней» [Geerts, 1973: 89].

Культура охватывает все сферы человеческой деятельности, является важным фактором становления и развития личности, обладает свойством объективной неустраимости: человек любого коллектива не может избежать культурного влияния этой общности. Полная интеграция в другую культуру невозможна, можно говорить лишь о разных степенях интеграции, поскольку в диалоге культур всегда преобладает одна из них. В профессиональной сфере принято разграничивать культуру предприятия и профессиональную культуру.

Под культурой предприятия подразумеваются принимаемые большей частью организации философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, нормы, символика, лежащие в основе отношений и взаимодействий внутри организации. Представление об организации как культурном феномене позволяет понять, каким образом, через какие символы, ценности, нормы и смыслы осуществляется совместная деятельность людей в организационной среде [Базаров, Еремин, 1998: 8]. Следует отметить, что культура дочерних предприятий (филиалов) может отличаться от культуры головного предприятия, особенно если они находятся в разных странах. При организации профессиональной деятельности филиалов / представительств / дочерних предприятий необходимо помнить о культурной, национальной специфике регионов, где организация хотела бы имплантироваться.

Профессиональная культура – совокупность норм, правил и моделей поведения людей – относительно замкнутая область, связанная со спецификой деятельности людей в современных условиях разделения труда. Речь идет об осознаваемых или неосознаваемых знаках принадлежности к определенной профессии, позволяющих быть опознанным в своем профессиональном кругу: профессиональные привычки, стиль поведения, профессиональный жаргон и т.п. Например, французские исследователи отмечают, что французские инженеры предпочитают вербальную оценку их деятельности финансовой, используют иной способ представления информации, опуская очевидные для них, но не для других специалистов, факты (например, базы данных, созданные инженерами для отдела кадров, отличаются сложностью логики, недоступны неспециалистам) [Bull и др., 2005: 45].

Французские исследователи выявили ряд ошибок, допускаемых руководством мировых корпораций при размещении своих предприятий в других странах.

- Неуважение культурных различий – это может привести к коммуникативным неудачам, а, следовательно, к снижению эффективности предприятия. Так, попытка группы «Дисней» навязать американский стиль руководства в Парижском Диснейленде привела к значительным финансовым потерям.

- Принижение достижений другой культуры. Так, при обнаружении национальных различий менеджеры часто пренебрежительно говорят об уровне образования, знаниях, квалификации местных специалистов, что может, в свою очередь, вызывать напряженность в коллективе.

- Попытка объяснить через призму своей культуры особенности другой культуры приводит к искажению представлений о ней, следовательно, к неправильным выводам о культурных различиях [Bull и др., 2005: 46].

Таким образом, эффективная межкультурная коммуникация становится одним из важных элементов успешной деятельности многих предприятий.

Одним из факторов, влияющих на эффективность коммуникации, является язык. При межнациональном расширении предприятия следует выбрать рабочий язык компании с учетом географических и стратегических реалий. Исследования показали, что общим рабочим языком многих компаний становится английский язык, язык международного общения. При этом для передачи информации среднему и младшему персоналу могут привлекаться профессиональные переводчики.

Однако руководство предприятия может столкнуться с рядом проблем при выборе рабочего языка компании. Многие коммуниканты утверждают, что общение на иностранном языке значительно обедняет коммуникацию, поскольку уровень владения этим языком может быть разным у разных сотрудников. При этом информанты отмечают, что они испытывают комплекс фрустрации, не улавливают нюансы, стремятся к использованию простых форм. Топ-менеджеры предприятия должны учитывать фактор языковой компетентности своих подчиненных: в профессиональной коммуникации не должно быть места двусмысленности, вся информация должна быть эксплицитна, четко выражена, профессиональный жаргон неуместен при межэтническом общении.

Культурно маркированным является также обращение. Правила обращения обычно различны в разных странах, они могут различаться и в странах, использующих один и тот же язык. Так, в Испании в профессиональной среде легко переходят на «ты», в то время как в Латинской Америке это недопустимо. Часто, если в родном языке существуют обращения на «ты» и на «вы», то говорящий переносит правила родного языка на иностранный. В то время для носителей языков (например, в английском), где нет дифференциации между «ты» и «вы», эти правила вызывают затруднение; англичанам сначала требуется объяснить эти понятия, прежде чем освоить правила их применения.

Другая сложность, которая встречается при выборе общего рабочего языка, связана с фонетикой. Отсутствие ряда звуков иностранного языка в родном языке приводит появлению акцента, который может стать основой для

непонимания. Кроме того, затрудняется слуховое восприятие беглой речи носителей языка, так, австралийцы не могут разграничивать на слух долгий и краткий «и» в английском языке, где это различие носит смысловозначительный характер.

Кроме того, при межкультурной коммуникации необходимо учитывать контекстуальность взаимодействующих культур. Принято различать высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры. В первом случае сообщение должно содержать много деталей и объяснений, во втором – сообщается только основная информация. Так, при проведении инструктажа в испанском филиале компании собрание может длиться час и более, в то время как инструктаж немецких специалистов продолжается минут пятнадцать – двадцать.

Таким образом, для решения проблемы эффективности коммуникации внутри предприятия необходимо формировать межкультурную компетентность персонала: привлекать внимание к языковым проблемам сотрудников, для которых рабочий язык не является родным; учить говорить медленно и членораздельно; ввести стандартизированный словарный минимум; использовать язык жестов; употреблять слова в прямом значении; менять формулировку.

Мы рассмотрели лишь некоторые аспекты межкультурной коммуникации в профессиональной сфере. Между тем, осознание существующих проблем в этой области позволит многим предприятиям стать успешными актерами во внешнеэкономической деятельности.

Литература

1. Базаров Т.Ю., Еремин Б.Л., Управление персоналом: Учебник для вузов.–М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998 г. – 423 с.
2. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. – М, 2003. – 352 с.
3. Watzlawick P., Beaven J., Jackson D. Menschenliche Kommunikation. – Bern, 1969. – 237 p.
4. Bull A., Loinard S., Sulmona M.-M. Communication interculturelle: gestion necessaire ou preoccupation superflue?. – Paris, 2005. - 115p.
5. Geerts C. Interpretation of cultures. – New York, 1973. – 470 p.

С.А. Моисеева, Ю.Е. Ломоносова (Белгород)

Концепт 'вода' в произведениях А. де Сент-Экзюпери

Блистательной плеядой имен одарила мировую литературу Франция XX века: Пруст, Сартр, Саррот, Юрсенар, Камю и другие. Особое место в этом ряду занимает Антуан де Сент-Экзюпери, чье творчество в сознании людей сливается с биографией автора, а биография – с легендой. Сент-Экзюпери называют писателем преимущественно философского склада, художником-эссеистом. Сторонники разных взглядов представляют его своим союзником, находя в его произведениях то экзистенциалистские, то ницшеанские, то христианские идеи. Действительно, все, что написано Экзюпери о жизни и смерти, духе и бездуховности, трусости и героизме, как и у экзистенциалистов,