



ФИЛОЛОГИЯ PHILOLOGY

УДК 8

И. Роляк

РОЛЬ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ПОЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ

В статье рассматривается роль межкультурной коммуникации в процессе обучения иностранцев русскому языку делового общения, поскольку незнание чужой культуры или неприятие ее может привести к коммуникативным неудачам. Предметом этого обучения является собственная и чужая культура, а также их взаимодействие. Поэтому в данной статье делается попытка сравнения польской и русской культур, их сходства и различия согласно различным классификациям.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, обучение языку, различия и сходства культур, деловое общение, организационная культура, параметры культуры

I. Rolak

THE ROLE OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TEACHING POLISH STUDENTS TO BUSINESS RUSSIAN

Nowadays, the teaching of Russian in Poland goes through a difficult period – on the one hand, it is connected with political and economic transformations along with the reform of secondary and higher education, on the other hand, it falls under the influence of a pragmatic attitude toward the learning of the Russian language that the Poles show.

That is why more and more students are choosing for such speciality as “Business Russian” to study not only communication in business but also the target language culture.

The specialists with intercultural competences gain importance on the job market. Modern enterprises are functioning globally and employ people from different cultural background who have to find a common language and cooperate with each other. For these purposes, speaking a foreign language is insufficient, the employees should be open-minded and try to understand each other and a somehow different behavior – not to disapprove but to understand and accept.

Taking into consideration the notion of “teaching the intercultural communication,” we mean a teaching process in which at least two cultures arise. The objectives of this process and its content cannot be described regardless of the pedagogical processes being unified due to the orientation of “the teaching of intercultural communication” to the development of intercultural communication skills. The subject matter of teaching is own and foreign cultures along with their interaction.

During interaction with other cultures we experience both differences and similarities with our own culture, and this is a natural process of getting to know each other and learning from each other. However, more attention during the teaching process is paid to the cultural differences, and the similarities that can help to establish the right relationship remains undiscovered.

The author strongly believes that not only cultural differences but rather the similarities of such closely related cultures as the Polish and the Russian should be exposed.

As mentioned above, the author presents some differences and similarities to be observed in the Polish and the Russian cultures, which play a very important role during teaching of Business Russian to the Polish students. In this paper, the analysis is based on the classification approaches to culture proposed by famous researchers.

Keywords: intercultural communication, teaching language, cultural differences and similarities, business communication, organizational culture, parameters of culture.

В настоящее время обучение русскому языку в Польше переживает сложный период: с одной стороны, это связано с политическими и экономическими изменениями, реформой высшего и среднего образования, а с другой – все более с прагматическим подходом к изучению русского языка в Польше. Если раньше это был обязательный язык в школах, и его изучали как и любой иной иностранный язык, только в большем количестве, то теперь русский язык все больше изучают из чисто прагматических целей – особенной популярностью пользуются специальные языки, в том числе язык бизнеса и коммерции. Во многих вузах Польши открыты новые отделения – русский язык бизнеса. Многие студенты после окончания таких отделений сдают международные экзамены на сертификаты по этому языку. Более того, даже на отделениях «чисто» филологического профиля на последнем курсе введен курс занятий по русскому языку бизнеса, позволяющий им также приступить к международному экзамену на сертификат русского языка делового общения.

О таком спросе на иностранные языки – как на орудие производства – пишет С. Г. Тер-Минасова, замечая, что чаще всего людей в изучении языка мало или вообще не интересуют теория и история языка – они нужны им исключительно функционально, для использования в разных сферах жизни общества в качестве реального общения с людьми из других стран [7, с. 25–26]. И хотя это, по ее словам, относится, в первую очередь, к английскому языку, то же явление наблюдается сейчас и в изучении русского. Но такое владение языком предполагает не только владение языком специальности, но также фундаментальную и разностороннюю подготовку специалиста в области культуры страны изучаемого языка, этикета и невербального общения, межкультурного общения, переводоведческой практики, фоновых знаний и т. п. Поэтому, кроме языковых структур, необходимо учитывать социокультурные структуры, так как в случае сотрудничества или иных контактов между организациями – представителями разных культур (особенно, если они пользуются разными языками) необходимо, чтобы все коммуниканты могли верно воспринимать и интерпретировать влияние языка и иных культурных факторов партнера.

Многочисленные коммуникативные неудачи доказывают, что «знания собственного вербального кода (то есть языка) и правил его использования оказывается недостаточно для успешного общения с носителем того или иного языка, необходимо еще овладеть внекодовыми знаниями, вернее, тем, что принадлежит невербальным кодам культуры того лингвокультурного сообщества, для которого используемый язык является родным» [2, с. 7].

Неудачи в процессе межкультурной коммуникации возникают обычно по причине слабого представления одним из коммуникантов о культуре и правилах поведения другого. Сказанное является особенно важным, поскольку в настоящее время процесс глобализации охватил все сферы человеческой деятельности, в том числе и культуру. При этом разные культуры все больше взаимодействуют друг с другом, происходит общение их представителей в повседневной жизни и в отдельных ее областях, в том числе, в деловом общении. «Процесс межкультурной коммуникации есть специфическая форма деятельности, которая не ограничива-

ется только знаниями иностранных языков, а требует также знания материальной и духовной культуры другого народа, религии, ценностей, нравственных установок, мировоззренческих представлений и т. д., в совокупности определяющих модель поведения партнеров по коммуникации» [5, с. 95].

Также на рынке труда все больше ценят людей, имеющих межкультурную компетенцию. Современные предприятия функционируют все чаще в международной среде, принимая на работу представителей разных культур, которые должны ежедневно находить общий язык и сотрудничать друг с другом. Для этого недостаточно одного знания иностранного языка. Необходима открытость, желание понять друг друга, а также поведение, отличное от нашего – не для того, однако, чтобы относиться к ним отрицательно, а для того, чтобы их понимать и принимать.

Итак, рассматривая понятие «обучение межкультурной коммуникации», мы говорим о процессе обучения, в котором встречаются как минимум две культуры. Целей и содержания этого процесса нельзя описать вне зависимости от педагогических процессов. Их единство состоит в том, что обучение межкультурной коммуникации как процесс изучения друг друга и учения друг от друга направлен на развитие способностей функционирования в межкультурном контексте. Предметом этого обучения является собственная и чужая культура, а также их взаимодействие.

Изучение *собственной* культуры также является требованием и результатом обучения межкультурной коммуникации. Требованием, поскольку идентифицирует различия и сходства между культурами и позволяет квалифицировать конфликты, возникающие во время их взаимодействия. Исходной точкой является *диалог* представителей разных культур, так как именно взаимодействие с другими культурами склоняет к изучению собственной культуры, требует сопоставления и определенного отношения к этому. Во время межкультурных контактов мы взаимодействуем с чужими для нас системами культурной ориентации. Изучение значений и правил этих систем необходимо, если мы хотим функционировать в этом новом для нас контексте. И именно эту способность – изменение своего отношения к действительности в разных культурных контекстах – иностранные учащиеся должны приобрести в процессе обучения межкультурной коммуникации. Полное понимание чужой культуры, конечно, представляется невозможным – всегда остается что-то непонятное. Иная культура является потенциальным источником недоразумений и напряженности, но также сюрпризов и восхищения.

Во время взаимодействия с иными культурами мы открываем как различия, так и сходства – это естественный процесс во время изучения друг друга и учения друг от друга. Однако часто больше внимания при изучении культур посвящается различиям, а то общее, что соединяет и могло бы помочь в создании правильных отношений, остается незамеченным. По нашему мнению, следует обнаруживать не только различия, но именно (и прежде всего) сходства, в особенности в таких близкородственных культурах, как польская и российская.

Требованием и целью обучения межкультурной коммуникации является открытость другим культурам и готовность пересмотреть собственные поступки на фоне своей и чужой культуры. Важно, однако, не забывать, что такая открытость также должна иметь свои границы толерантности, и мы должны научиться их определять и защищать.

Обучение межкультурной коммуникации ограничено общественными рамками, на которые влияют экономические, политические и социальные факторы. В процессе обучения важно создать условия равноправия и возможность партнерского диалога. Реалии, существующие в данном обществе, могут препятствовать этому. Важным является затрагивание темы

культурной дискриминации и создание возможности свободного от нее диалога. Обучение межкультурной коммуникации должно, таким образом, обращать внимание на любые общественные помехи.

В связи с вышесказанным попробуем представить некоторые сходства и различия польской и российской культур, важные в процессе преподавания полякам русского языка делового общения. В нашей статье мы опираемся на исследования известных ученых, классифицировавших культуры согласно разным параметрам, таким, как: *дистанция власти, индивидуализм – коллективизм, мужское – женское начало, боязнь неопределенности* (Г. Хофштеде) [11]; *высокий – низкий контекст, монохронное – полихронное время* (Э. Т. Холл) [12]. Р. Льюис, в свою очередь, разделяет культуры на три типа: *моноактивные, полиактивные и реактивные* [3]. Культурные различия позволяют выделить также определенные модели поведения в бизнесе. Так, Р. Гестеланд выделяет следующие виды культур: *культуры с ориентацией на сделку* (ориентация на выполнение задачи) – *культуры с ориентацией на партнерские отношения* (ориентация на взаимоотношения с людьми); *формальные иерархические культуры* (большое значение придается иерархии и статусу, в них придерживаются обычаев, традиций, ритуалов) – *неформальные культуры* (больше ценится эгалитарная организация); *монохронные – полихронные культуры; экспрессивные – сдержанные культуры* [10, с. 135–293]. Культуры могут различаться по всем или многим вышеназванным параметрам одновременно.

Классификация голландского социолога Г. Хофштеде является, на наш взгляд, одной из наиболее подробных, она интересна также тем, что автор исследует упомянутые выше параметры культур с точки зрения организационной (или корпоративной) культуры²⁸ на примере многих стран, в том числе Польши и России. Хофштеде замечает, что в сфере бизнеса конкурентоспособность все меньше является результатом технологического преимущества или же благоприятных таможенных регулировок, но все больше зависит – кроме чисто экономических факторов – от благоприятных или неблагоприятных культурных черт. Позиционирование в масштабе каждого из пяти параметров национальной культуры влияет на потенциальное преимущество или слабость функционирования на рынке [11, с. 357].

На основании выделенных выше параметров культур (важных для бизнес-контактов) мы сделали попытку сравнить современные Польшу и Россию.

Согласно теории Хофштеде, рассматривающего 74 страны и региона, в том числе Польшу и Россию, Россия имеет высокий показатель *дистанции власти* (93) и позиционируется на 6-м месте; Польша – 68 (27/29-е место). В организационной культуре высокая дистанция власти проявляется в строгой иерархии должностей и неравенстве между руководителями и подчиненными; большой разнице в зарплатах сотрудников высших и низших звеньев, широко применяемом контроле. Таким образом, что касается дистанции власти, она все еще находится в России на высоком уровне, хотя в последнее время имеется тенденция к ее сокращению, в Польше это имеет место в меньшей степени.

²⁸ Обычно понятие культуры связывают с народом. Однако следует сказать и о совершенно новом явлении, возникшем в 60-е годы XX века и связанном с ним термине – «организационная культура». Он означал ни что иное, как «климат организации». Близкий ему термин «корпоративная культура» появился несколько позже, в 70-е годы XX века. Организационная культура определяется по-разному, и хотя не существует единой дефиниции, по мнению Хофштеде, культуру можно определить как «коллективное программирование сознания, которое отличает одну группу или категорию людей от другой», а организационную культуру – как «коллективное программирование сознания, которое отличает членов одной организации от другой».

Показатель *индивидуализма* оказался выше в Польше (60); Польша позиционируется на 22/24-м месте, в то время как Россия ближе к *коллективизму*, хотя в настоящее время появились тенденции к индивидуализму – показатель 39 (37/38-е место). В странах с высоким показателем индивидуализма работник более независим от организации и руководства, в то время как в коллективистских странах эта зависимость намного больше. В индивидуалистических странах работники рассматриваются как «экономические единицы» и работают согласно своим интересам. Они отличаются высокой профессиональной мобильностью. Дипломы повышают их материальный статус и чувство собственной ценности. В *коллективистских* странах дипломы дают возможность продвигаться по служебной лестнице. Работники принадлежат к определенным группам и реализуют интересы этих групп, их профессиональная мобильность ниже.

Рассматривая такие параметры, как *индивидуализм – коллективизм*, следует заметить, что индивидуалистическое начало в России в настоящее время слабо выражено, преобладает коллективизм, который имеет религиозные, исторические и философские корни, и который можно рассматривать как одну из основополагающих культурных ценностей. Коллективизм проявляется, например, в огромном значении личных связей при устройстве на работу (в Польше это явление имеет место чуть в меньшей степени). Для россиян очень важен сам процесс общения как важнейшего средства установления отношений. Многие исследователи говорят, что в настоящее время Польша более индивидуалистическая, чем коллективистская страна (см. G. Hofstede, Z. Bokszański, J. Reykowski и др.). Характеризуя индивидуализм, обычно называют такие ценности, как независимость человека, в том числе эмоциональная, инициативность, личная автономия, сознание собственного «я»; считается, что индивидуалист строит свои общественные отношения по принципу обмена, рассчитывая прибыли и затраты... человек сам отвечает за себя и решает, что для него хорошо, а что – плохо [13, с. 25]. Следует заметить, что индивидуализму способствует экономический рост, а также повышение материального благосостояния страны. З. Бокшаньски пишет, что «характер современной экономики и структуры современных политических систем позволяют рассматривать развитие индивидуализма как условия прогресса модернизации» [8, с. 145]. Вместе с тем в упрочняющемся индивидуализме, по словам З. Бокшаньски, многие авторы видят также фактор, отвечающий за многие негативные явления – от появления «нарцисстически деформированных личностей» до падения рождаемости и значительного количества разводов [8, с. 145]. Проведенные детальные исследования, сравнивающие Польшу по разным параметрам с другими странами, привели Бокшаньского к выводу, что этот индивидуализм в настоящее время имеет все же ограниченную степень проявления. Это выражается, прежде всего, в отношении к Богу, гомосексуализму, абортам, эвтаназии, разводам, самоубийствам. При всем своем стремлении к индивидуализму Польша и сейчас имеет иное, нежели другие европейские страны, отношение к этим проблемам. Это показывает, что поляки все еще находятся под значительным влиянием традиционных авторитетов и систем ценностей. В значительной степени это объясняется огромным значением католицизма в жизни поляков [8, с. 146].

Таким образом, развитие Польши значительно влияет на поведение поляков. Более того, они ежедневно подвергаются воздействию других культур, в особенности английской и американской. Это заметно, например, в телевизионных и радиопередачах, в которых постоянно передают песни на английском языке, показывают американские видеоролики. Фильмы в кинотеатрах и по телевизору тоже, в основном, англоязычные. И даже сериалы, адаптированные к польской действительности, имеют американское начало (впрочем, то же самое наблюдается сейчас и в России).

В общественной и экономической жизни также прослеживается ориентация на Запад. Бизнесмены и люди, работающие в фирмах, проникнуты духом «корпоративной культуры». Молодое поколение поляков пользуется иным языком, чем люди, выросшие в Польше до военного времени. И это наблюдается не только в новых словах и выражениях, но и в совершенно иных реакциях и языковом поведении коммуникантов. Молодые поляки идут по направлению к индивидуализму [8], мужскому началу и низкой дистанции власти.

Говоря о параметре *мужского – женского начала*, Россия, согласно Хофштеде, позиционируется на 63-м месте (показатель мужского начала – 63). Как уже говорилось выше, данные представлены на основании 74 стран, причем показатель 100 определяет страны с мужским началом; чем ниже показатель, тем больше страна относится к «женским». Для сравнения: Польша находится на 14/16-м месте и определяется показателем 64. На основании этих данных в Польше преобладает «маскулинность», а в России – «феминность». Это проявляется, например, в том, что в странах с мужским началом мужчина должен быть ассертивным, решительным и стремиться к материальному благополучию; женщина должна быть нежной и заботиться об улучшении жизни. В таких странах выбор профессии зависит от возможности сделать карьеру, а на работе важны зарплата, продвижение по службе, вызов (работа с высокими требованиями).

В странах с женским началом, как мужчина, так и женщина должны быть скромными, стремиться жить лучше. Здесь очень важными являются качество жизни и отношения с другими людьми. Выбор профессии обусловлен личными интересами.

Проявление «маскулинности» в Польше состоит в разделении мужских и женских ролей в обществе (так же, как и в России, хотя она отнесена к «феминным» странам). Есть «мужские» профессии и должности; мужчины ориентированы на зарабатывание денег, а женщины – на ведение домашнего хозяйства (следует добавить, что как в Польше, так и в России в последние годы наблюдается изменение такой ситуации).

Боязнь неопределенности была характерна для советского периода, сейчас это начало меняться. По мнению Т. Н. Персиковой, в отличие от советских управленцев, строго планировавших все возможные ситуации, современные российские предприниматели готовы идти на риск, принимать неожиданные и самостоятельные решения. То есть растет тенденция к проявлению этих качеств, хотя это касается, прежде всего, негосударственного сектора экономики, и данные качества не приобрели пока национальной ценности [4, с. 5]. Высокая *боязнь неопределенности* у русских выражается, как и у поляков, в бесконечных жалобах на здоровье, низкую зарплату, погоду, личную жизнь и т. д., поскольку высказывания на такие волнующие темы являются способом преодоления беспокойства; в этом помогают также бурные дискуссии. Боязнь неопределенности наглядно проявляется и в языке. Так, О. Е. Белянко и Л. Б. Трушина пишут, что, если поляка спросить: «Привет! Что нового?», – в ответ чаще всего можно услышать: «Привет, ничего особенного, все по-старому» (пол.: *Cześć, nic ciekawego, stara bieda.*), в то время как американец скажет: «Все ОК» [1, с. 91].

Что касается *отношения ко времени и пространству*, то оно в России и Польше имеет определенные различия, к которым должны быть готовы поляки, приезжающие в Россию. Так, несомненным шоком может быть перерыв на обед в России, практикующийся еще во многих организациях и даже в магазинах. Причем, поскольку в разных организациях перерыв на обед с 13.00 до 14.00 или с 14.00 до 15.00, то иностранцу следует быть готовым к тому что, начиная с 12.30 и до 15.30, можно не застать нужного человека на рабочем месте. Рабочее время, которое обычно продолжается с 9.00 до 18.00 часов, также может начаться го-

раздо позже, а закончиться намного раньше (правда, в настоящее время это касается, в основном, госучреждений). Хотя нам пришлось недавно встретиться даже с таким явлением, что в нотариальной частной (!) конторе часы работы совсем не совпадали с теми, которые были вывешены на таблице. На наш вопрос нам ответили, что завтра фирма не работает, а сегодня – до 13.00, хотя часы работы были в обоих случаях – до 16.00.

В Польше часы работы строго прослеживаются. Работа в госучреждениях начинается в 7.30 или 8.00, и можно быть уверенным, что нужный человек будет на рабочем месте. Соответственно, редко бывают очереди и авралы на работе. Перерыва на обед также нет, зато рабочий день длится до 15.30 или 16.00. Часы работы, вывешенные на дверях, строго соответствуют действительности. Перерыв на обед в магазинах не предусмотрен. Правда, магазины работают, в основном, до 16–18 часов, в субботу – до 13–14, а в воскресенье – не работают (это не касается, конечно, крупных супермаркетов и некоторых частных магазинчиков). То, что магазины в воскресенье закрыты, происходит потому, что по католической религии в воскресенье работать нельзя – надо отдыхать (это касается и каких-то тяжелых физических работ). Россиянину, приехавшему в Польшу на более долгий срок, следует быть готовым к тому, что есть 12 дней в году, когда все магазины закрыты. Это крупные религиозные и государственные праздники, когда закрыты все магазины, нанимающие на работу людей (мелкие частные магазинчики, в которых продает владелец магазина, могут быть открыты по желанию владельца).

Россию и Польшу можно отнести к *высококонтекстуальным* культурам. В обеих странах большое значение придается контексту высказывания и недоговоренностям, часты ссылки на цитаты, крылатые выражения и т. д., известные широкому кругу людей. Высокий контекст культуры является обязательным элементом успешного понимания того или иного события; для представителей такого рода культур много информации передается неязыковым контекстом – иерархией, статусом, внешним видом человека, манерами его поведения, условиями проживания и т. д. [5, с. 99]. Для сравнения: в культуре низкоконтекстуальной менеджер принимает посетителей строго по очереди, во время работы не отвечает на звонки по телефону, получает информацию из рабочих документов или от людей, с которыми встречается в течение рабочего дня (монокронное время). В высококонтекстуальных культурах офис менеджера напоминает проходной двор, люди постоянно входят и выходят, нет строгой очередности. Во время разговора с посетителем менеджер отвечает на звонки и звонит сам и т. д. (полихронное время). Такое явление наблюдается и в Польше, и в России.

А. В. Сергеева пишет, что следует учитывать особенности русских во время ведения переговоров, поскольку «русские более ориентированы не на само дело, а на людей, их задевает, когда партнер обрывает беседу на полуслове только на том основании, что “время – деньги”, он боится опоздать на следующее свидание. Для них наилучшая форма инвестирования времени – достойно закончить процесс общения, пусть даже без материальной выгоды для себя. При этом общение может быть посвящено как деловому вопросу, так и неделовому, а личному» [6, с. 275].

Таким образом, Польша – это страна с умеренной дистанцией власти, идущая по направлению к индивидуализму, с мужским началом, с высокой боязнью неопределенности. Россия – страна с высокой дистанцией власти, с коллективистским началом (хотя в последнее время также наблюдаются индивидуалистические тенденции), с женским началом и с высокой боязнью неопределенности. В обеих странах отношение ко времени можно определить как полихронное. Кроме того, и Россия, и Польша относятся к странам высококонтекстуальным. В целом можно сказать, что польская и российская культуры похожи, поэтому представители

этих культур не должны иметь особых проблем в коммуникации, однако следует учитывать и некоторые существенные различия. Назовем некоторые из них.

Так, день рождения в Польше празднуют немногие, о нем знают только самые близкие, но зато широко празднуются именины. Наиболее популярные из них – например Анджея, Барбары и некоторые другие – празднует широко вся страна. В России – наоборот, именины празднуются редко (за исключением, может быть, Татьяны).

Идя в гости в Польше, надо помнить, что опаздывать здесь не принято (допустимое опоздание – до 15 мин), в то время как в России опоздания являются нормой. В гости в Польше, как и в России, можно принести с собой спиртное или сладкое, а также цветы хозяйке дома, однако в России принесенное обычно ставится на стол, а в Польше не каждая хозяйка поставит это на стол, но не из жадности, а потому, что на столе и так много разных угощений, приготовленных или купленных хозяйкой, а принесенное гостями будет принято в качестве подарка. Гостей принимают чаще всего в гостиной комнате, реже – на кухне, и только в том случае, если она соединена с гостиной. В России же, как известно, гости (особенно близкие друзья) часто собираются на кухне, и это не считается бестактным.

При встрече на вокзале в Польше следует помнить, что нельзя приносить хризантемы, поскольку это цветы, которые приносят на кладбище (не очень приветствуются также астры). Для сравнения: в России это такие же цветы, как и любые другие. В то же время в России очень строго соблюдается нечетное количество цветов в букете (так как четное приносят на кладбище), в Польше – не так строго (особенно это касается больших букетов).

В Польше принято здороваться при входе в магазин или отдел магазина, а также в лифте. Поэтому поляк, приехавший в Россию, может быть неприятно удивлен, если в ответ на приветствие не получит ответа или же ответ будет, но произнесенный с некоторым удивлением.

Мы не будем здесь называть всех различий и сходств русской и польской культур, поскольку это тема отдельной статьи. Однако стоит упомянуть о современных отношениях России и Польши и представлениях друг о друге обоих народов. Так, З. Бокшаньски в своей книге «Молодые европейцы о поляках» пишет, что «попытка представить культурный фон стереотипного образа поляков, созданного россиянами – это весьма трудная задача из-за многообразия явлений, формирующих взаимоотношения обоих народов. На них повлияли как многовековое соседство, многочисленные исторические конфликты, разное вероисповедание, наследие российского доминирования в различных его проявлениях в Польше, так и близость и похожесть культур и языков» [9, с. 130]. Эту задачу осложняет также ее многоаспектность. Взаимные представления друг о друге поляков и россиян основываются как минимум на трех плоскостях. Одной из них является уровень политического дискурса, вовлеченного в реализацию как временных, так и далеко идущих политических целей обоих государств. Второй уровень – это область мировоззрений и идей, выражаемых интеллектуальной и артистической элитой, которые «хотя бы иногда могут быть до некоторой степени не зависимыми от государственной идеологии». И, наконец, уровень «интерактивной повседневности», включающей понятия и схемы мышления, укорененные в традиции и используемые обычными представителями национальной культуры в контактах с соседями [9, с. 131].

Названные сферы создания и модификации представлений друг о друге россиян и поляков находятся в сложных взаимоотношениях, зависящих от совокупности отношений между двумя народами [9, с. 131].

Подытоживая сказанное, можно отметить, что культура как основа всей человеческой деятельности объясняет большинство наших поступков. Именно поэтому межкультурная компе-

тенция, а также умение общаться с представителями иных культур являются особенно важными как в международной деятельности вообще, так и в современном бизнесе. Специалисты, работающие в международных корпорациях или же в другой стране, должны знать культуру этой страны. Следует добавить, что квинтэссенцией культуры является язык, на основании которого создана система значений; в то же время язык в некотором смысле создает культуру, поскольку организует наше восприятие действительности. В связи с этим целью обучения межкультурной коммуникации (включая организационную) является создание общей системы значений с учетом многих аспектов культурных различий.

Литература

1. Белянко О. Е., Трушина Л. Б. Взгляд со стороны. – М.: ИКАР, 2004.
2. Гудков Д. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: Гнозис, 2003.
3. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. – М., 1999.
4. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М.: Логос, 2008.
5. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высшая школа, 2005.
6. Сергеева А. В. Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность. – 3-е изд. – М.: Флинта; Наука, 2005.
7. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000.
8. Bokszański Z. Indywidualizm a zmiana społeczna. – Warszawa, 2007.
9. Bokszański Z. Młodzi europejczycy o Polakach. – Łódź, 1998.
10. Gesteland R. Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. – Warszawa, 2000.
11. Hofstede G., Hofstede G. J. Kultury i organizacje. – Warszawa, 2007.
12. Hall E. T. Poza kultura. – Warszawa, 1984.
13. Reykowski J. Kolektywizm i indywidualizm jako kategorie opisu zmian społecznych i mentalności // K. Gawlikowski i in. Indywidualizm a kolektywizm. – Warszawa, 1999.

Literatura

1. Beljanko O. E., Trushina L. B. Vzgljad so storony. – M.: IKAR, 2004.
2. Gudkov D. Teorija i praktika mezhkul'turnoj kommunikacii. – M.: Gnozis, 2003.
3. L'juis R. D. Delovye kul'tury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolknovenija k vzaimoponimaniu. – M., 1999.
4. Persikova T. N. Mezhkul'turnaja kommunikacija i korporativnaja kul'tura. – M.: Logos, 2008.
5. Sadohin A. P. Vvedenie v teoriju mezhkul'turnoj kommunikacii. – M.: Vysshaja shkola, 2005.
6. Sergeeva A. V. Russkie: Stereotipy povedenija, tradicii, mental'nost. – 3-e izd. – M: Flinta; Nauka, 2005.
7. Ter-Minasova S. G. Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija. – M.: Slovo, 2000.
8. Bokszański Z. Indywidualizm a zmiana społeczna. – Warszawa, 2007.
9. Bokszański Z. Młodzi europejczycy o Polakach. – Łódź, 1998.
10. Gesteland R. Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. – Warszawa, 2000.
11. Hofstede G., Hofstede G. J. Kultury i organizacje. – Warszawa, 2007.
12. Hall E. T. Poza kulturą. – Warszawa, 1984.
13. Reykowski J. Kolektywizm i indywidualizm jako kategorie opisu zmian społecznych i mentalności // K. Gawlikowski i in. Indywidualizm a kolektywizm. – Warszawa, 1999.