

европейский разум, изначально стремящийся к господству и всеобщему подчинению, не знает или даже не желает знать другого, а посему ему неизбежно предречено упереться в собственные границы, поскольку тотальное господство невозможно. Такое фиаско побуждает разум искать виновных — евреев. «Поэтому-то и кричат: “Держи вора!”, а указывают при этом на еврея. Он и в самом деле является козлом отпущения, но не просто из-за отдельных маневров и махинаций, но во всеобъемлющем смысле, так как на него взваливается ответственность за экономическую несправедливость целого класса» [3, с. 217]. Овладев самим собой, превратившись в насилие, Просвещение преодолевает свои же границы и превращается в варварство.

В связи с этим Т. Адорно и М. Хоркхаймер приходят к неутешительному выводу: уже само существование Освенцима является неоспоримым свидетельством краха культуры: «Безоговорочный реализм цивилизованного человечества, достигающий своей кульминации в фашизме, представляет собой специальный случай параноидального бреда, обесчеловечивающего природу и, в конечном итоге, сами народы» [3, с. 239]. Отныне культура не может рассматриваться в качестве ценности.

Таким образом, философы Франкфуртской школы расценивают Холокост как исторический, социальный и культурный феномен, оказавший влияние на всю последующую культуру XX века.

Литература

1. Соминский, М. С. Антисемитизм и антисемиты / М. С. Соминский.— Иерусалим : Лексикон, 1991.
2. Хабермас, Ю. Политические работы / Ю. Хабермас.— М. : Праксис, 2005.
3. Хоркхаймер, М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно.— СПб. : Медиум : Ювента, 1997.

Е. Н. Ждановская

Минск, Белорусский государственный университет

Паттерн «селф-мейд» в культуре США

Концепт «селф-мейд» является опорным элементом для выявления ценностно-культурных доминант, образующих амери-

канское национально-культурное пространство. Явление «селф-мейд» как феномен культуры наиболее наглядно иллюстрирует образ жизни, национально-культурные стереотипы и эталоны американского общества.

«Селф-мейд» предполагает независимость, уверенность в себе и своих силах, самостоятельность, решительность в достижении поставленной цели. Такая традиционная жизненная ориентация стимулирует практические усилия и устремления человека, которые ассоциируются с индивидуальным успехом. Американский тип героя — это «селф-мейд мен», человек, который добился всего личными усилиями, решительностью и честолюбием. Такой упор на индивидуальные усилия при достижении целей отражается в американском языке. Это можно проследить в современной разговорной речи американцев, в которой, например, можно найти следующие устойчивые выражения: «решиться на что-либо» — *to fish or cut bait*; «не пасовать перед трудностями» — *to stand the gaff*; «вступить в борьбу» — *to lock horns*; «не остановится ни перед чем» — *to be on the kill*; «проявить мужество» — *to stand (up) to one's lick log*; «пускаться в рискованное предприятие» — *to shoot Niagara*; «отвечать за последствия, нести ответственность за свои поступки» — *to come (stand) up to the rack*; «делайте со мной, что хотите, я вас не боюсь» — *to bring on your bears*; «вести себя непринужденно» — *to cut loose*; «владеть собой» — *to keep in line*; «сделать какой-либо шаг в деле» — *to get to (reach) first base*; «при любых обстоятельствах, что бы ни случилось» — *blow high, blow low*; «начать свою карьеру» — *to cut one's eyeteeth on smth*; «быть готовым вступить в дело» — *to be on it*; «действовать решительно» — *to take the bull by the horns*.

Уверенность в себе как важная характеристика «селф-мейд мен» предполагает бодрое и жизнерадостное мироощущение, оптимизм, веру в будущее, в успех. Именно поэтому даже самый серьезный кризис не воспринимается в Америке как «конец света», но как очередной жизненный этап, который нужно с достоинством преодолеть, так как и он будет иметь счастливый финал; для этого нужно подняться и идти вперед в поисках лучшего.

Приоритет самоуважения (*self-respect*), «сохранения лица» (*saving the face*) при любых обстоятельствах является одной из важнейших характеристик психологического портрета современного американца как человека «селф-мейд». С другой сторо-

ны, его важными характеристиками также являются трудолюбие и упорство в достижении цели. «Американским богом» становится не только доллар, но и труд. Лениность и праздность отражаются в национальном мышлении в качестве одних из основных пороков. В целом, активный, деятельностный подход к окружающему миру, подразумевающий наличие таких характеристик, как трудолюбие, упорство в достижении цели, находчивость, стойкость, сообразительность, изобретательность, готовность к эксперименту, поиск нестандартных решений, — является одной из доминирующих черт национального характера американца.

Культивирование «селф-мейд» обеспечивается еще одним, условно, значимым для американского социума концептом — соревновательностью. При этом соревнование является одним из ведущих методов мотивации, развития лидерских качеств, способствующих личному успеху и карьерному росту. Система американского воспитания устроена таким образом, чтобы развить лидерство, умение соревноваться и выигрывать везде и во всем. «Селф-мейд» предполагает также независимость и неприкосновенность личности, личного времени, личного пространства индивидуума (*privacy*). Нарушение приватности как ключевой ценности американской личности сродни вторжению в личную жизнь. Грубым нарушением приватности считаются вопросы, касающиеся финансов, интимных и личных взаимоотношений, политики, вредных привычек, здоровья, религии, этнической принадлежности.

Влияние идеи «селф-мейд» на американское мировосприятие можно проследить на примере такой особенности американцев, как стремление к материальному благосостоянию.

Мысли о важности успеха, только облаченные в религиозную оболочку, можно найти уже в работах пуритан XVII в., которые писались как руководство жизни, в которых давались советы, как достичь материального успеха с учетом других ценностей. Похожие мысли можно найти у баптистского священника К. Конуэла, который в своем «Евангелии успеха» призывал: «Я говорю, что вы должны стать богатыми и ваш долг стать богатыми», а также «нехорошо быть бедным» [1, с. 85].

Французский генерал Ф. Божур, побывавший в США в 1810 г., писал, что «американец никогда не упускает возможность обогащаться, для него выгода является предметом всех забот и мерой всех действий». Эта черта американского характера достигла свое-

го апогея к 20-м гг. XX в., когда президент К. Куллидж пустил в оборот свое знаменитое изречение: «Дело Америки — это бизнес» [1, с. 85]. В это время особенно остро стали насаждаться принципы и идеалы успешного богатого человека.

В американском общественном сознании «стремление к успеху» уже устоялось как добродетель. По словам А. Макдональда: «Стремление к богатству стало настоящей религией в Америке, содержащей свою собственную литургию и систему моральных ценностей, этики и табу, которые определяли отношения между обществом, собственностью и индивидом». Однако никакие красноречивые призывы и публикации не могут так воодушевить и заразить человека как реальный пример. Как пишет исследователь К. С. Гаджиев, «из насчитывавшихся 4046 миллионеров в США к 1892 г. часть действительно была выходцами из фермерско-мелкобуржуазной массы, добившимися богатства и процветания благодаря личной энергии и способностям» [2, с. 35]. Более того, бизнесмены превратились в признанных лидеров нации.

Для американцев успех и деньги становятся основной мерой ценности личности. В обществе, где большим влиянием пользуется принцип денежного интереса, деньги рассматриваются почти как главное средство удовлетворения потребностей человека, утверждения его социального, психологического, морального, политического статуса в обществе.

Самое главное для американца — это его личные достижения. Он определяют себя в терминах того, чем он занимается. В отличие от людей многих других культур, которые определяют себя в терминах того, кто они есть и откуда произошли. Таким образом, деньги и социальные успехи являются источником идентификации американца, его статус основан на том, что он делает как человек и чего добился. Поэтому феномен «селф-мейд мэн» укоренился именно в американской культуре.

Однако концепт «селф-мейд» действует в сознании американцев не только с одной материальной стороны. Эта идея находит себя во множестве воплощений и таким образом поддерживается в американском национальном сознании. Она проявляется в отношении американцев ко времени, к власти, к природе и т.д. Исследования в данной области проводил голландско-французский исследователь в области кросс-культурных коммуникаций Ф.Тромпенаарс.

Например, исходя из исследований Тромпенаарса, ко времени американцы относятся с прагматичной позиции человека, который использует все возможные средства для достижения успеха. Если проанализировать отношение ко времени в Америке и Франции, «американская мечта» может обернуться «французским кошмаром». Американцы обычно начинают с нуля, и решающим для окружающих является их теперешнее состояние, а также намерение «добиться своих целей» в будущем. Таких людей французы называют нуворишами, у них прошлое в несравнимо большем почете; они меньше сконцентрированы на настоящем и будущем, нежели американцы.

У американцев общественная сфера занимает больше места, чем частная, и при этом разделена на ряд конкретных секций. У американского гражданина могут быть положение и репутация на работе, в боулинг-клубе, комитете родителей и педагогов и др. Окружающие, которые имеют доступ в любую из названных жизненных сфер, вовсе не обязательно являются близкими друзьями этого человека. Более того, когда речь идет не о компьютерах или боулинге, позвонить домой, может быть, не решится ни один из них. Считается, что американцы так приветливы и открыты потому, что пустить человека в одну из жизненных сфер, притом общественного склада, значит не так уж сильно обязать себя. В этом аспекте американцы противоположны немцам, в чьи жизненные сферы труднее попасть, но и число общественных жизненных сфер относительно невелико. Частные жизненные сферы американцев, напротив, обширны и проницаемы, т.е. если человека считают другом, это обеспечивает ему доступ в любую частную жизненную сферу.

Ввиду этих причин американцы могут воспринимать немцев как людей, ведущих себя отчужденно и зажато. Немцы же могут считать американцев веселыми, болтливими, но при этом поверхностными людьми, что допускают вас в те сферы своей жизни, которые являются «общественными», и смотрят на вас самих как на нечто «периферийное».

В США люди мобильны, поэтому одежда, предметы интерьера, машины и т.п. могут иметь, так сказать, общественный статус. Примером могут служить распродажи, когда американцы превращают свой гараж или зимний двор в лавку подержанных вещей, выставляя на всеобщее обозрение предметы нередко весьма

частного свойства, так что любой может не только их увидеть, но и приобрести.

Американская культура относится к культурам низкоконтекстуальным. Контекст имеет отношение к тому, сколько собеседникам нужно знать для того, чтобы состоялось эффективное общение, какой объем «общей информации» собеседники считают необходимым для полноценного общения. В культурах с высоким контекстом (Япония, Франция) считается, например, что чужестранцы должны быть как следует «приобщены к культуре», прежде чем состоятся нормальные деловые переговоры. В культуре же с низким контекстом (США и Нидерланды) напротив, считается, что всякого чужестранца следует немедленно привлечь к обсуждению правил, и чем меньше бюрократических и иных преград возникает, тем лучше. Культурам низкого контекста свойственна адаптивность и гибкость.

Американский взгляд на будущее таков, что индивидуум в состоянии направлять его посредством личных достижений и внутреннего стремления к успеху. Вместе с тем, поскольку человек, добывающийся успехов в работе, ничего особенного по поводу отдаленного будущего сделать не может — слишком много разных событий может произойти, — то будущее в глазах американцев выглядит краткосрочным: оно контролируется из настоящего. Отсюда и обвинение в философии «скорейшего бакса», и большое значение, придаваемое показателям текущего квартала. Если стремиться к лучшему будущему, то необходимо постоянно наращивать объем продаж и увеличивать прибыль. Нет оправдания тому, чтобы не работать лучше, поскольку из сегодняшнего успеха вытекает еще больший успех в будущем.

К примеру, карьера человека в Голливуде является успешной ровно настолько, насколько хорошо он сыграл свою последнюю роль, будущее представляется последовательностью эпизодов относительных успехов и неудач. Люди освобождают себя от отношений и зависимостей, не представляющих ценности на следующей стадии карьеры, точно так же, как первые американские иммигранты полностью разрывали связь со своей родиной. Власть, которой обладает человек, зависит от его последнего достижения: те, кто сегодня наверху, завтра могут быть низвергнуты. При этом авторитет человека легко оспаривается и подвергается оценке. Успешные коллективы пополняются выдающимися

индивидуумами, остальные распадаются. Внутри коллектива работники, которые внесли наибольший вклад в реализацию проекта, должным образом отмечаются и вознаграждаются. Всё это стимулирует человека на постоянное совершенствование, на неустанную работу над собой и иллюстрирует действие принципа «селф-мейд» в сознании американцев.

Американец как «селф-мейд мен» считает своим долгом контролировать обстоятельства. Американское общество и дух эпохи постиндустриальной революции сделало героями предпринимателей, чья борьба за покорение природы вовсе не имеет трагического конца, как то часто случалось с древнегреческими героями. Это самый что ни на есть американский взгляд на вещи, сложившийся на опыте открытия гигантского континента с малочисленным коренным населением и превращения пустыни в оазис прогресса. Успех отождествляется с контролем над внешними обстоятельствами. В изначальной американской концепции внутренних и внешних источников контроля одно из ее логических следствий заключается в том, что человек, направляемый внешними силами, не склонен объяснять ими свои неудачи, он считает необходимым пытаться побороть эти силы и применить что-то новое. Другие нации не считают слабостью человека признание им силы внешних обстоятельств.

Подводя итог, еще раз отметим, что «селф-мейд мен» как реально действующий принцип в американском обществе создает неограниченные возможности для роста и развития личности, вселяет уверенность в возможность бесконечного самосовершенствования.

«Селф-мейд» как концепт представляет собой широкое понятие и включает в себе основополагающие принципы американского сознания и предполагает независимость, самостоятельность, уверенность в себе и собственных силах. Такой упор на индивидуальные усилия при достижении целей нашел свое отражение в разговорной речи американцев, особенно ярко это проявилось в устойчивых фразеологических оборотах, демонстрирующих множество конструкций, описывающих уверенность американцев в себе, их бодрое и жизнерадостное мироощущение, оптимизм и веру в будущее.

Так как важными характеристиками личности «селф-мейд» являются трудолюбие и упорство в достижении цели, это проявляется в такой национальной американской черте, как сорев-

новательность, при этом соревнование стало одним из ведущих методов мотивации, развития лидерских качеств, способствующих личному успеху и карьерному росту. Система американского воспитания и образования во многом построена на принципе соревновательности.

Влияние идеи «селф-мейд» и успеха на американское мировосприятие можно проследить на примере такой особенности американцев, как стремление к материальному благосостоянию. Для американцев успех и деньги являются основной мерой ценности личности, а это в свою очередь вытекает еще из идей пуритан XVII в. Таким образом, деньги и социальные успехи являются источником идентификации американца, его статус основан на том, что он делает как человек и чего добился.

Однако концепт «селф-мейд» действует в сознании американцев не только с одной материальной стороны. Он проявляется в отношении американцев ко времени, к власти, к природе и т.д. Например, ко времени американцы относятся с прагматичной позиции и решающим для окружающих является нынешнее положение дел, а также намерение «добиться своих целей» в будущем.

Общественная сфера у американцев занимает больше места, чем частная, и при этом разделена на ряд конкретных секций. Американцы четко разграничивают эти две сферы жизни. Американская культура относится к культурам низкоконтекстуальным, вследствие этого данной культуре свойственна адаптивность и гибкость.

Будущее в глазах американцев выглядит краткосрочным: оно контролируется из настоящего. Нет оправдания тому, чтобы не работать лучше, поскольку из сегодняшнего успеха вытекает еще больший успех в будущем.

Власть, которой обладает человек, зависит от его последнего достижения. При этом авторитет человека легко оспаривается и подвергается оценке.

Действие принципа «селф-мейд» проявляется и в том, что американцы считают своим долгом контролировать обстоятельства. Американцы, в отличие от других наций считают слабостью человека признание им силы внешних обстоятельств.

Всё вышесказанное стимулирует человека на постоянное совершенствование, на неустанную работу над собой и иллюстрирует действие принципа «селф-мейд» в сознании американцев.

Літэратура

1. Гачев, Г. Амерыканскі образ міра, или Америка глазами человека, который ее не видел / Г. Гачев // Национальные образы мира. Космопсихологос.— М., 1995.
2. Паррингтон, В. Основные течения американской мысли. В 3-х томах / В. Л. Паррингтон.— М. : Изд-во иностранной литературы, 1962.
3. Тромпенаарс, Ф. 4 типа корпоративной культуры / Ф. Тромпенаарс.— М. : Попурри, 2012.

С. П. Забелаў

Мінск, Беларускае дзяржаўнае ўніверсітэт

Тэндэнцыі культурна-гуманітарнага жыцця беларускай супольнасці ў Польшчы ў 1991–1994 гг.

Пасля Другой сусветнай вайны нацыянальныя меншасці ў Польшчы фактычна былі пазбаўлены магчымасцяў ажыццяўляць грамадска-культурную дзейнасць. Толькі ў кастрычніку 1956 г. нацыянальныя меншасці атрымалі права арганізоўваць свае аб'яднанні, якія, тым не менш, знаходзіліся пад кантролем і ў фінансавай залежнасці ад Міністэрства ўнутраных спраў. Такой магчымасцю скарысталіся беларуская, літоўская, руская, чэшская і славацкая, нямецкая, яўрэйская і украінская меншасці. Аднак ужо ў 1976 г. Цэнтральны Камітэт Польскай Аб'яднанай Рабочай партыі прыняў рашэнне аб маральна-палітычным адзінстве польскай нацыі, што мела негатыўныя наступствы для дзейнасці аб'яднанняў нацыянальных меншасцяў [6, с. 115].

Пасля цяжкіх для беларускага нацыянальнага жыцця ў Польшчы часоў у 1970–1980-я гг. змены грамадска-палітычнай сітуацыі у 1989–1991 гг. дазволілі выправіць становішча да лепшага. На пачатку 1990-х гг. у польскіх школах беларускую мову вывучалі 3677 чалавек, а ў беларускіх ліцэях у Гайнаўцы і ў Бельску займаліся 630 вучняў. У ліцэі ў Гайнаўцы выкладанне прадметаў вялося на польскай мове, аднак 4 гадзіны на тыдзень адводзілася на вывучэнне беларускай мовы, літаратуры, культуры і гісторыі Беларусі. Беларуская філалогія як спецыяльнасць для славяністаў была ўведзена ў Люблінскім універсітэце, а ў Ягелонскім універсітэце выкладаўся курс беларускай мовы [2, с. 9].