

интерпретации жестов в чужой культуре. Кроме того, у одного из собеседников может сложиться неблагоприятное впечатление о другом: в японской культуре считается недопустимым сидеть, скрестив ноги или вытянув их; для англичан эта поза — поведенческая норма.

Текстовые лакуны возникают при особенной специфике текста как инструмента общения. Так, например, *беллетристические* лакуны возникают в текстах художественных произведений как коммуникативная дистанция между автором и читателем (несовпадение сфер общения автора и читателя), так и при временной дистанции между ними (если автор и читатель не являются современниками).

Лакуны культурного пространства указывают на несоответствия в оценках культурного пространства и интерьера представителей тех или иных лингвокультурных общностей. Под культурным пространством понимается безграничность окружения, в котором существуют носители любой культуры. В состав культурного пространства входят следующие элементы:

- окружающий мир, какой приоритет отдадут ему представители той или иной лингвокультурной общности;
- уклад жизни, быт представителей этой общности;
- запас знаний, культурный фонд, которым владеет типичный представитель этой общности.

СОЦИОКУЛЬТУРНО МАРКИРОВАННЫЕ ЕДИНИЦЫ В АНГЛИЙСКИХ ТЕКСТАХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ТЕМАТИКИ

Ляхнович Т. Л., Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Анализ переводов текстов по специальности, сделанных студентами и аспирантами сельскохозяйственного вуза, показывает, что для адекватного восприятия и грамотного перевода на родной язык таких текстов учащимся зачастую не хватает соответствующих социокультурных знаний. Например, для словосочетания *local food movement* был предложен перевод «перемещение продовольствия на локальном уровне».

Ошибка, допущенная в переводе, свидетельствует об отсутствии у студентки фоновых знаний о значимых событиях и процессах, тесно связанных с производством и потреблением продуктов питания в англоязычных странах. Между тем, *the local food movement* является одним из таких культурных феноменов, которые не свойственны Беларуси, но характеризуют современную жизнь США, Канады и Великобритании.

Общественное движение, называемое *the local food movement*, зародилось сравнительно недавно, в конце XX в. Именно в это время в США и других странах стали проявлять повышенный интерес к качеству сельхозпродукции и пришли к выводу, что сезонную, свежую и экологически чистую продукцию разумнее приобретать в соседних с местом проживания хозяйствах, а не завозить издалека. С другой стороны, сторонники защиты окружающей среды также обратили внимание на то, что покупка продукции у местных фермеров сокращает расстояние между производителем и потребителем. В результате, расходы топлива, количество выбросов в атмосферу углекислого газа и затраты на охрану окружающей среды тоже сокращаются.

Активисты движения подчеркивают, что потребление продуктов питания местного производства имеет и другие преимущества. Например, легче решаются вопросы, связанные с безопасностью продовольствия (биотерроризм, борьба с вирусными и бактериологическими заболеваниями и т.д.); стимулируется экономическое развитие региона, люди чувствуют себя причастными к жизни сообщества, укрепляется чувство принадлежности к коллективу и чувство единения с природой, повышается качество жизни.

В специальных исследованиях по выявлению причин распространения *the local food movement* отмечается, что стремление употреблять только местные продукты питания отражает определенное мировоззрение. Люди, употребляющие продукты местного производства, стремятся показать свою непохожесть на других, подчеркивают свою уникальность. Если сто лет назад потребление импортных продуктов питания свидетельствовало о богатстве, то в XXI в. считается, что люди, потребляющие местные продукты питания, ассоциируются с более высоким статусом по сравнению с теми, кто покупает готовую продукцию, произведенную промышленным способом (*industrially produced junk food*). В конце XX в. и начале XXI в. было опубликовано несколько книг, авторы которых призвали людей питаться продуктами, произведенными там, где они проживают. Книги стали бестселлерами и завоевали еще больше сторонников движению в поддержку потребления продуктов питания местного производства. Публикации в ведущих газетах и журналах (*The New York Times*, *Time magazine*, etc.), популярные телепередачи на эту тему, рестораны, в которых предлагаются блюда только из продуктов местного производства, рекламные вывески о местных продуктах питания в магазинах и многие другие мероприятия придали еще больше популярности этому движению. В английском языке даже появилась новая лексическая единица — *locavore*, образованная по аналогии со словами *herbivore* (травоядное), *carnivore* (плотоядное), *omnivore* (всеядное). Слово *locavore* было придумано в 2005 г., а в 2007 г. издательство *Oxford University Press* объявило его словом года для *New Oxford American Dictionary*.

И слово *locavore*, и словосочетание *local food movement* обозначают относительно новые явления в национальной культуре США и Великобритании, поэтому они еще не включены в современные англо-русские словари. Студенту, не знающему, какие реалии скрываются за этими словами, трудно найти способ корректной передачи их значения на русский язык. И *locavore* и *local food movement* по сути являются безэквивалентными лексическими единицами и их перевод на русский язык предполагает «распред-мечивание» их социокультурного содержания. Аналогичным образом, лингвокультурного комментария и описательного перевода требуют такие слова и выражения, часто встречающиеся в текстах сельскохозяйственной тематики, как *food miles, carbon footprint, slow food movement, local food community, community supported agriculture, foodshed, farmers' market, pick-your-own-produce farm, food box scheme, local food animators, local food systems, local food networks* и многие др.

Подбирая для занятий профессионально ориентированные тексты, преподаватель должен предвидеть, какие культурные и языковые лакуны могут быть обнаружены в ходе работы с таким материалом, и быть готовым пояснить и прокомментировать факты, сведения, ключевые слова по обсуждаемой теме. Чтение текстов, содержащих важную социокультурную информацию, способствует формированию у студентов информационного запаса о культурном, экономическом и политическом фоне страны изучаемого языка. Даже ошибки в понимании текста могут быть полезны, так как работа над ними способствует развитию социокультурной наблюдательности и формированию межкультурной компетенции.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ И ЕЕ КОМПОНЕНТЫ

Маркина Л. В., Белорусский государственный университет

Исследователи межкультурной компетентности преследуют, прежде всего, практическую цель, которая состоит в определении и описании человека, который достигает как можно более полного взаимопонимания с партнером в ситуации межкультурного взаимодействия. Эта цель отвечает потребностям бизнеса, государства, образования в специалистах, готовых к успешному межкультурному общению в современном мультикультурном мире. Что касается природы компетентности, то одни исследователи понимают ее как качество, присущее коммуникатору, другие — как качество существующее «между» коммуникантами. Так, представители первой группы считают, что компетентность как бы находится «внутри» человека в качестве его способности сделать процесс коммуникации между представителями разных культур успешным. Известны попытки описать межкультурную компетентность через индивидуальные характеристики человека, которые делают его компетентным, например, авторитетность человека, эмпатия, высокая самооценка и т. д. В данном случае компетентность считается необходимым, но недостаточным условием достижения успеха в межкультурном общении. Представители другой группы считают, что судить о компетентности можно только ориентируясь на процесс взаимодействия, в котором задействовано множество факторов, оказывающих влияние на восприятие человека. Поскольку компетентность основывается на впечатлении, которое производит коммуникатор в процессе взаимодействия, то человек может показаться компетентным одному человеку и некомпетентным другому человеку, т. е. наличие особых умений не гарантирует того, что нас будут воспринимать как компетентного человека. Одновременно нужно, конечно, понимать, что наличие таких умений усиливает вероятность того, что мы сможем такое поведение продемонстрировать, что окружающие будут воспринимать нас как компетентных людей. Причем, следует помнить, что критерии, по которым люди судят о компетентности, также обусловлены культурой. Уверенные в себе и разговорчивые люди в отличие от молчаливых и застенчивых в американской культуре воспринимаются как компетентные, в японской же культуре — как некомпетентные, и наоборот. Трудность межкультурной коммуникации как раз и состоит в том, что обычно есть большая степень культурных различий, когда люди интерпретируют ситуацию по-разному, имеют различные ожидания и т. д.

По мнению Б. Спизберга компетентная коммуникация — это взаимодействие, которое воспринимается как эффективное с точки зрения достижения желаемых целей коммуникации, соответствующее контексту, в котором взаимодействие имеет место. В определении показано, что коммуникация может восприниматься как эффективная и неэффективная. Эффективность (или компетентная коммуникация) и неэффективность коммуникации — это суждения людей, которые их выносят на основе своего восприятия этого процесса. В свою очередь подчеркивается тот факт, что коммуникация всегда имеет место в контексте и находится под влиянием межличностных отношений между коммуникантами. Компетентная межличностная коммуникация означает, что люди используют те виды поведения, которые соответствуют требованиям контекста и отвечают ожиданиям коммуникантов. Данные виды поведения являются эффективными с точки зрения достижения коммуникантами желаемых результатов. Об этом может свидетельствовать такой результат коммуникации, как удовлетворенность или достижение поставленных целей.

Таким образом, исследователи, изучающие феномен межкультурной компетентности через призму процесса взаимодействия, исходят из того, что 1) компетентная межкультурная коммуникация имеет контекстуальный характер, 2) поведение компетентного коммуниканта является эф-