

умный, то отчего не богатый: сугубо материальный успех наделяется умственными и моральными достоинствами. И богатые сквозь золотое ушко шире Триумфальной арки первыми въезжают в Царствие Небесное на лимузинах. Золотой телец» [2, с. 138].

Интертекстовые вкрапления основываются на богатом и разностороннем материале. М. Веллер не ограничивает себя ни географическими, ни литературными, ни временными рамками, используя бесконечно разнообразное культурное наследие, которое нельзя свести к конкретной доминанте, объединяющей вокруг себя остальные, периферийные элементы.

Интертекстуальные включения расширяют семантический объем публицистических текстов писателя, выполняют множество функций: композиционную, характерологическую, образную, сатирическую, эйдологическую, оценочную и комментирующую.

Таким образом, в языке публицистики М. Веллера реализуются оппозиции «системное – асистемное», «рациональное – эмоциональное», «предсказуемое – неожиданное», «пафосное – ироничное», «непротиворечивое – парадоксальное», что держит читателя в напряжении, способствует концентрации внимания, побуждает к диалогу, полемике.

Библиографические ссылки

1. Веллер М. Россия и рецепты. М.: АСТ, 2012. 314 с.
2. Веллер М. Наш князь и хан. М.: АСТ, 2015. 288 с.
3. Веллер М. Кассандра. М.: Фолио, 2002. 298 с.

ПРОЦЕССЫ И МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

А. И. Басова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
basova06@list.ru*

В статье дается характеристика межкультурной деловой коммуникации в аспекте преподавания деловой коммуникации. Описываются процессы и механизмы, лежащие в основе восприятия партнера по общению, принадле-

жащего к другой культуре. Обосновывается роль перцептивной готовности к межкультурному общению в процессе взаимодействия.

Ключевые слова: межкультурная деловая коммуникация; деловое общение; культура; сообщество.

PROCESSES AND MECHANISMS OF FORMATION OF INTERCULTURAL BUSINESS COMMUNICATION

A. I. Basova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. I. Basova (basova06@list.ru)*

The article describes characteristics of intercultural business communication in the aspect of teaching business communication. There are described processes and mechanisms how communication partner from another culture is perceived. The author substantiates the role of perceptual readiness for intercultural communication in the process of interaction.

Key words: intercultural business communication; business communication; culture; community.

В связи с расширяющимися международными связями в разных сферах особую актуальность приобретают проблемы межкультурной деловой коммуникации, когда процесс коммуникации происходит в условиях несовпадения национально-культурных стереотипов мышления и поведения, включая ситуации делового взаимодействия. Такие факторы, как язык, лингвистическая индивидуальность, жесты, традиции, национальный характер и т. д. играют решающую роль в межкультурной деловой коммуникации. Деловая коммуникация – это межличностная межкультурная зона профессиональной коммуникации, которая предполагает перцептивный, коммуникативный и интерактивный уровни поведения, определяемая прагмалингвистическими (информативность, регулятивность, имплицитность, экспрессивность) и прагматическими (заинтересованность, конфликтность, взаимопонимание и понимание) характеристиками общения. Межкультурная деловая коммуникация характеризуется рациональным соотношением интернациональных и национальных элементов. Национально-культурная специфика деловой коммуникации имеет свои способы ее отображения и средства соотнесения с ней. Средством воплощения национально-

культурной специфики языка делового общения служат культурно-маркированные реалии, а способом передачи этой специфики является их интерпретация в знаковом национально-культурном пространстве определенного языкового общества. При исследовании межкультурной деловой коммуникации основополагающими являются стилеобразующие критерии, такие как социальные и статусные роли. Неоднородность деловой речи в стилистическом плане лежит в основе многообразия речевых ситуаций делового общения, которые в зависимости от стадии переговоров определяют речевые формы, речевой этикет и этикет поведения. Как видим, межкультурная деловая коммуникация определяется не только социальными факторами, но и стереотипно-поведенческими условиями культур коммуникантов.

Так как внешние атрибуты жизнедеятельности общества отличаются большим разнообразием, то при сопоставительном анализе культур в первую очередь целесообразно учитывать базовые понятия относительно бытия и сознания, такие как отношение к окружающему миру, отношение ко времени, отношение между людьми (коллективистские (исповедуется важность группы, коллектива) и индивидуалистские (приоритет личности, ее значимости) культуры), что зависит от приверженности культуры к коллективизму или к индивидуализму). Важнейшей характеристикой, определяющей взаимоотношения между людьми, является принятая в общении того или иного культурного сообщества степень эмоциональности, на основании чего культуры делятся на эмоциональные и нейтральные. Так, белорусская культура относится к культурам эмоциональным, поскольку выражение своего личного отношения как вербальными, так и невербальными средствами является общепринятым, что находит отражение как в языке, так и в нормативах коммуникативного поведения. Для китайской культуры как нейтральной излишняя эмоциональность в деловом общении является свидетельством непрофессионализма, примером чего могут служить выразительные, точные и афористичные китайские пословицы: *Лучше чувствовать затылком ледяное дыхание зимы, чем горячее дыхание разъяренного слона; Каменному льву дождь не страшен* и др. Проявлением эмоциональности восточных славян в деловой коммуникации является категоричность высказывания. Например, модальность долженствования, излишнее употребление «должен» в русской и «павінен» в белорусской культурах. Императивность нашего делового общения, изобилие в нем повелительных и приказных конструкций и команд воспринимается нами как проявление решительности, принципиальности,

в то время как другие сообщества могут иметь по этому поводу качественно отличное мнение [1, с. 200–201].

Гармоничное межкультурное деловое общение требует понимания стереотипов поведения, содержащихся в национальных традициях и их восприятии. Взаимодействие членов сообщества предполагает не только информационный обмен в разных сферах коммуникации, в первую очередь профессиональной, но и межличностное общение, характер которого определяется коммуникативными интенциями партнеров и стратегиями их достижения (сотрудничество, соперничество, конфликт и т. д.), детерминированными социально-психологическими и культурологическими особенностями соответствующих сообществ. Социально-психологические, правовые и культурологические знания об ином национальном сообществе, создающие широкий контекст межкультурного общения, формируют перцептивную готовность к эффективному межкультурному деловому общению [2, с. 47].

Таким образом, успех межкультурной деловой коммуникации между представителями разных культурных сообществ в значительной степени зависит от их культурной грамотности. Только при условии осознания тех ценностей и установок, которыми руководствуются соответствующие стороны, для того чтобы находить взаимоприемлемые варианты поведения, возможна успешная коммуникация в межкультурном деловом общении между представителями разных культурных сообществ. Разработка современных концептуальных основ экономического, политического, регионального и межкультурного взаимодействия разных стран предполагает наличие и развитие определенным образом структурированного медийного, образовательного, лингвокультурного и межкультурного пространства, позволяющего осуществлять коммуникацию на новом технологическом уровне. Взаимодействие на современном этапе развития глобального сообщества не только требует осмысления сложных и неоднозначных социокультурных, социально-политических и социально-экономических реалий и процессов, но и предполагает поиск соответствующих времени новых коммуникативных форм и стратегий.

Бібліографічні посилання

1. Самохина Т. С. Деловое общение в контексте межкультурных отличий // Вопросы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения. Сборник материалов конференции. М.: РУДН, 2008. С. 193–201.
2. Бодалев А. А. Психология общения. Воронеж: Институт практической психологии; НПО МОДЭК, 1996. 256 с.