Общие знания – кислород социальной коммуникации,
и необходимость их накопления стала очевидной,
когда мы стали задыхаться
от культурной малограмотности.
В.Г. Костомаров

УДК 316.77

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ЗНАНИЯ КАК «ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА» В РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Жаркова Татьяна Ивановна,
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации,
Челябинский филиал,
кафедра «Философия, история и право»,
доцент,
кандидат педагогических наук,
доцент,
г. Челябинск, Россия.
E-mail: taniafrance@mail.ru

Аннотация
В статье рассмотрены определения социокультурного подхода российских, французских и испанских ученых-методистов; социокультурные знания, представленные фоновой лексикой, ключевыми словами, вербальным и невербальным кодом общения, восприятием цвета, суевериями и приметами, значением родной культуры в реализации межкультурной коммуникации.

Ключевые понятия:
социокультурный подход,
социокультурные знания,
диалог культур,
межкультурная коммуникация

Поскольку XXI век – это век мультикультурного диалога (П. Щедровицкий), то на сегодняшний день особенно актуальным и важным является развитие многоязычной, поликультурной языковой личности. «Высокий уровень знаний, культуры, информационной оснащенности граждан сейчас по праву рассматривается как важнейшее конкурентное преимущество» [1, с. 20].

В настоящее время обучение иностранным языкам в высших учебных заведениях должно быть организовано таким образом, чтобы не только дать студентам определённую сумму знаний, а развить их способности средствами иностранного языка, подготовить их к межкультурной коммуникации. Вуз становится не столько образовательным учреждением, сколько школой развития личности студента. Необходимость в развитии обучаемых посредством иностранного языка продиктована жизнью. А.Л. Андреев указывает на то, что в сознании российской молодежи складывается специфическая по своей смысловой структуре модель прагматизма. Хорошее образование позволит получить престижную работу и высокий заработок [1, с. 23].

Новое время требует нового подхода к обучению иностранному языку. И таковым на сегодняшний день является социокультурный подход. Согласно В.В. Сафоновой, социокультурный подход представляет собой один из культуроведческих подходов в обучении иностранному языку, он ориентирует на обучение межкультурному иноязычному общению в контексте социально-педагогических доминант педагогики гражданского мира и согласия, аккумулирующей идеи общепланетарного глобализма, гуманизации, культуроведческой социологизации и экологизации целей и содержания обучения иностранному языку [11, с. 62].

Новизной нашего исследования являются:

- изучение, перевод, анализ работ французских и испанских методистов, успешно использующих социокультурный подход в своей педагогической деятель-

ности, а именно в обучении иностранному языку;
- на примере лексем «кафе», «кофе», «бизнес», «контракт» в русском и французском языках показан сопровождаемый эти лексемы разный лексический фон. Фоновые знания способствуют обогащению и бикультурному развитию личности студента. Знание фона слова необходимо будущему специалисту в сфере экономики и бизнеса для успешной реализации деловой межкультурной коммуникации;
- рассмотрен один из невербальных кодов – улыбка (на примере русской и французской лингвокультур);
- через восприятие цвета, суеверий и примет представлено национальное своеобразие двух лингвокультурных сообществ: русского и французского;
- изучение родной культуры, культуры Южного Урала в сопоставлении с культурой страны изучаемого языка.

Французский методист С. Муаран определяет социокультурный компонент, входящий в состав коммуникативной компетеции, следующим образом: «Социокультурный компонент – знание общественных правил и норм взаимодействия между индивидами и социальными институтами и способность их использовать, а также знание истории культуры и взаимосвязей, существующих между социальными объектами» [15, с. 20].

Знания социокультурной среды изучаемого языка позволяют будущим специалистам в сфере экономики и бизнеса чувствовать себя более уверенно, комфортно при осуществлении акта межкультурного общения. Представление обучаемым всей палитры культур поликультурного сообщества играет положительную роль в избавлении от грубых обобщений и стереотипов, способствует созданию представлений о мире как о едином поликультурном сообществе, в котором каждая культура имеет право на существование и репрезентацию [12, с. 93]. Социокультурный компонент, таким образом, является своего рода «информационной поддержкой», необходимой для осуществления этого общения.

Нельзя не согласиться с преподавателем французского языка из Барселоны Манюэль Тост-Планет, что иностранные языки предоставляют по своей неизбежной культурной значимости (важности) способность понять мир и являются средством ограничения значения собственной культуры у обучаемых, подготавливая их к эмпатии; они чаще всего представляют фактор новизны, антиконформизма и мотивации, при помощи которых молодые люди непринужденно проникаются мыслями, чувствами, сливаются в единое целое [18, с. 23].

Согласно Мюрьель Молини, нелегко принять культуру Другого и усвоить ее. Это усвоение совершается через формирование того, что можно было бы назвать промежуточной (переходной) системой культуры, находящейся в постоянном развитии. Эта система была бы моментом приобретения качеств (свойств) культурной компетенции, где интегрируются в свой собственный культурный мир чужие эталоны поведения и общения, причем не упраздняя свои собственные, и поиски путей их совместного существования и выражения [16, с. 50].

Необходимо отметить, что партнер по общению, как носитель определенного менталитета, как человек взаимодействует с представителями другого лингвокультурного сообщества в соответствии с нормами, образом мышления и мироощущения, присущими народу, представителем которого он является.

Одним из компонентов социокультурных знаний являются фоновые знания. Например, осознание социокультурных различий французских слов, *«café, m»*, *«café, m»*, *«business, m»*, *«contrat, m»* и русских слов «кофе», «кафе», «бизнес», «контракт».

Фоновая лексика, согласно Р.К. Миньяр-Белоручеву, это лексика, несущая дополнительную информацию национального характера [9, с. 125]. Например, французское «кафе» (*«le café»*) – это место, где можно позавтракать перед работой, а также место деловых встреч и свиданий, где можно побеседовать и отдохнуть за чашечкой кофе, почитать свежую газету. Здесь же предлагают и другие напитки. Некоторые парижские кафе известны как место встреч писателей, поэтов и художников. В русском же «кафе» можно не только выпить кофе или какой-нибудь напиток, но и плотно пообедать, отпраздновать юбилей, свадьбу и т.д. Необходимо отметить, что если русские приглашают в гости на чай, то французы – на кофе: *«Venez pour le café»*. Поданная чашечка кофе – это выражение признательности, заботы и хорошего отношения к приглашен-

ному гостю. Кофе дает возможность гостям расслабиться, поговорить по душам, обсудить накопившиеся дела в бизнесе и решить проблемы [6, с. 128]. Приглашение на чашечку чая в России предполагает застолье, порой обильное и долгое. В других европейских культурах – это лишь ритуальная фраза, за которой следует благодарность и вежливый отказ. Во Франции приглашение на чашечку кофе обозначает приглашение к общению. Домашнее гостеприимство во Франции не является столь развитым, как в России. Забежать по дороге к коллеге или товарищу – это в высшей степени бестактно.

Другим примером может служить лексема «бизнес» – *«business, m»* английского происхождения обозначающее «дело», «предпринимательство», которое в русском лингвосоциуме ассоциируется скорее всего с деньгами, чем с работой. Для деловых людей и предпринимателей России «бизнес» означает «деятельность, которая приносит прибыль» [13, с. 59]. Для французов – это вообще работа, дело.

Особую трудность будут представлять слова, имеющие кросс-культурные различия. Необходимо отметить, что нельзя не согласиться здесь с А.Б. Бушевым, который утверждает, что родной язык для языковой личности представляется мерилом всех явлений и значений окружающего мира [2, с. 9]. Так, например, слово «контракт» (от лат. *contiactus* – договор, соглашение) без труда можно перевести на любой иностранный язык: *Kontrakt, m* (нем. яз.), *contrat, m* (фр. яз.), *contract* (англ. яз.), *contratto*, m (итал. яз.), *contrato* (исп.), *kontrakt, m* (польск.), *контракт* (сербскохорв.), *kontrakt* (датск.), *kontrakt* (норвеж.), *kontrakt* (швед.), *kontrahti* (фин.). Но необходимо отметить, что на практике деловыми людьми и бизнесменами разных стран это слово воспринимается по-разному. Для американцев, британцев, немцев, швейцарцев и финнов – это письменное соглашение, документ, который подписан сторонами как выражение окончательного решения. Для японцев, напротив, контракт является лишь выражением некоего намерения. Для них это предварительный документ, который может быть переработан на разумных началах и изменен на следующей встрече или переговорах. Вследствие этой установки между японскими и американскими фирмами возникает множество проблем. Французы обычно пунктуальны в следовании контракту, но остальные представители романских народов требуют, чтобы к соглашениям подходили с большей гибкостью. Итальянцы и аргентинцы рассматривают контракт как идеальную схему, которая устанавливает цены, даты доставки, стандарты качества и предполагаемую выручку и фиксирует создание прекрасного проекта [8, с. 182–183].

Знание собственно вербального кода (т.е. 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 культурного сообщества, для которого используемый язык является родным [4, с. 7]. Невербальные средства являются вспомогательным компонентом общения, подготавливающим, сопровождающим и комментирующим речь, вскрывая ее глубинное значение для общающихся деловых партнеров. Рассмотрим пример феномена «улыбка». Специфика улыбки ставит Россию в особое положение по отношению к Франции. Русская улыбка отлична от французской по коммуникативному поведению и ситуациям использования. Природная неулыбчивость русских воспринимается часто на Западе как следствие плохого воспитания либо неуважения к партнеру по общению. У французов улыбка – это визитная карточка. Приятная, легкая улыбка сопровождает французов везде: на улице, на работе, на отдыхе. Во Франции улыбка – это знак культуры, это традиция, обычай: растянуть губы в соответствующее положение, чтобы показать, что жизнь прекрасна и все вокруг прекрасно. У французов все зиждется на улыбке: и деликатный жест, и приятная речь (*«Dans la vie, tout tient a un sourire, un geste délicat, une diction charmante»* – Улыбка – это символ приветствия, благодарности, извинения, это искренняя, естественная связь между людьми и вместе с тем еще что-то, неповторимо французское. В их улыбке есть какой-то особенный французский шарм. При встрече и прощании, в общении личном и деловом французы мило улыбаются. По этому поводу у французов есть высказывания, ставшие пословицами: *«Le sourire est un systéme; les égards sont des prévisions»* – «*Улыбка – это система, знаки уважения – предусмотрены*»; *«Le sourire est un devoir social»* (Stéphane

Gsell) – «*Улыбка – социальный долг*» [7, с. 56].

На примерах восприятия цвета можно увидеть отражение национального своеобразия, так как жизнь и быт, нравы и обычаи у каждого народа свои. Цветовые системы разных языков отличаются друг от друга. И это объясняется тем, что цветовой словарь этноса отражает традиции той или иной культуры, формирующейся в разных исторических и географических условиях. Знание национальных особенностей восприятия цвета, несомненно, облегчит общение на международном уровне [5, с. 56]. В.Г. Гак указывает, что французский язык чаще, чем русский, использует в переносных значениях цветообозначения. Например, многие явления, относящиеся к сельскому хозяйству, к экологии, получают наименования с прилагательным *«vert»* – «зеленый»: *«espace vert»* – «зеленое пространство» (в городе: сквер и т. п.); *«poumon vert d'une ville»* – «зеленое легкое города» (парк, городской сад); «r*é*volution verte» – «зеленая революция» (преобразования в сельском хозяйстве); *«Europe verte»* – «зеленая Европа» (соглашения по вопросам сельского хозяйства стран Общего рынка); *«les partis verts»* – «зеленые (т.е. экологические) партии» (это обозначение заимствовано и русским языком); *«l'électorat vert»* – «зеленый электорат» (контингент избирателей, голосующих за экологистов) [3, с. 55]. Из приведенных примеров видим, что Франция – это действительно «цивилизация цвета» (В.Г. Гак). Добавим к вышеприведенным еще серию примеров: *«Coulée verte»* – «полоса зеленых насаждений»; *«habit vert»* – «зеленый фрак» (официальный костюм членов Французского института); *«Lampe verte»* – «Зеленая лампа» (русский литературный кружок в Париже, 1927 г.); *«numéro vert»* – «зеленый номер» (абонемент, дающий право на услугу, которую оказывает компания *«France Télécom»); «OEuil vert» – «зеленый глаз»* (радиолокационная станция); *«pétrole vert»* – «зеленая нефть» (часть биомассы растений, используемая как топливо – твердое или газообразное); *«tourisme vert»* – «зеленый туризм» (туристические походы); *«Verts»* – «зеленые» (игроки футбольного клуба «Сент-Етьенн», по цвету спортивной формы) [14].

Социокультурно обусловлены суеверия и приметы, знание и понимание которых способствуют установлению контакта и успешной реализации межкультурной коммуникации. Приведем ряд примеров. Подарив букет хризантем молодоженам, можно расстроить свадьбу, т.к. во французской культуре эти цветы приносят на кладбище. В русской культуре хризантемы дарят по любому случаю, но необходимо знать, что их количество не должно быть четным. Рассмотрев приметы и суеверия по теме «Свадьба» (*«Mariage»*), можно увидеть различия и точки соприкосновения двух лингвокультур.

- В провинции Мен и Луара всем известно, что чем больше посуды разобьется на свадьбе, тем счастливее будет жизнь семейной пары (*«En Maine et Loire il est connu que plus on cassera de vaisselle le jour du marriage, plus le couple sera heureux dans son union»*). В русской культуре – «Если молодые люди хотят быть счастливыми, перед свадебным банкетом они должны выпить шампанское и разбить бокалы».
- В старые времена французские девушки не бросали букет, а убегали с ним от гостей. Тот, кому удавалось догнать невесту и завладеть букетом, в скором времени вступал в брак (*«Il s'agit d'une tradition née en France: au départ la mariée ne lansait pas le bouquet, les invités couraient derriиre elle pour l'attraper. Celui qui s'en saisissait était promis á un mariage proche»*). «Если хочешь выйти замуж – поймай букет, брошенный невестой» – говорят русские.
- После выхода из церкви или из мэрии новобрачные проходят через «туннель», образованный гостями, и разрезают ленту – символ трудностей, которые будут преодолевать вместе (*«Lorsque les mariés quittent la mairie, leurs proches forment une sorte de tunnel. Avant de se frayer leur chemin au travers, ils doivent couper un ruban symbolisant les difficultés et les embuches qu'ils devront surmonter»*). В русской лингвокультуре принято в знак прощания с девичьей жизнью при выходе из родительского дома невесте перерезать ленту [10, с. 53–73].

Социокультурный подход ориентирует партнеров по бизнес-общению на сопоставление картин мира в контексте национальной и мировой цивилизаций, подводя тем самым студентов экономических специальностей к рефлексии собственных ценностей, к осознанию национального достояния своей страны и своего

народа. Хочется отметить, что особая роль при социокультурном подходе отводится родной культуре. Согласно Эвелин Розен, чтобы лучше узнать другую культуру, нужно отталкиваться от своей [17, с. 25]. Обучаемые должны знать историю родной земли, обычаи и традиции, праздники и обряды, фольклор и народное творчество. Мы единодушны с мнением П.В. Сысоева, что без знаний родной культуры обучаемые не могут быть полноценными субъектами диалога культур. Поэтому соизучение родной и изучаемой культур создает идеальные условия для билингвального и поликультурного развития личности обучаемого [12, с. 93]. Обучаемые знакомятся на иностранном языке с геокультурным пространством Южного Урала как специфической формой культуры общества, интегрирующей элементы общероссийской и национально-региональной культуры. что способствует расширению объема знаний о своей области, областном центре, городах области и т.д. Обучаемые получают сведения не только о природе, ее красоте и многообразии, климате и сказочном богатстве Южного Урала, но и о славном труде, самобытном прошлом и самобытной культуре уральского народа, о своеобразии его национального характера, его ментальности.

Итак, знание только иностранного языка не гарантирует успех в межкультурной коммуникации. Знания же социокультурного фона открывают доступ партнерам по общению к духовному богатству представителей иных культур, позволяют им оценить вклад различных культур в развитие цивилизации, способствуют развитию позитивного отношения к партнерам по общению, являющимися представителями других культур. Социокультурные знания, являясь «информационной поддержкой», позволят будущим специалистам в сфере экономики и бизнеса преодолеть «ловушки социокультурного недопонимания» (В.В. Сафонова) и успешно реализовать общение в условиях межкультурного взаимодействия.

3. Гак, В.Г. Язык как форма самовыражения народа // Язык как средство трансляции культуры. М.: Наука, 2000. С. 54–68.

4. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.

5. Жаркова, Т.И. О национальных особенностях восприятия цвета во фразеологизмах // Иностранный язык в школе. 2010. N 9. С. 75–80.

6. Жаркова, Т.И. Роль и значение фоновых знаний в реализации межкультурной коммуникации (на примере лексем «кафе» и «кофе» в русском, французском и немецком языках) // Вестник Ереванского государственного лингвистического университета им. В. Брюсова. Серия «Филология. Лингвистика». 2013. N 1 (27). С. 124–135.

7. Жаркова, Т.И. Феномен «улыбка» в зеркале поговорок и пословиц // Иностранный язык в школе. 2014. N 1. С. 53–57.

8. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М.: Дело, 1999. 440 с.

9. Миньяр-Белоручев, Р.К. Методический словник. Толковый словарь терминов методики обучения языкам. М.: Стелла, 1996. 144 с.

10. Многоязычный словарь суеверий и примет / под ред. Д. Пуччо. М.: Флинта, 2013. 384 с.

11. Сафонова, В.В. Изучение языков международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций. Воронеж: Истоки, 1996. 237 с.

12. Сысоев, П. В. Культурное самоопределение личности в контексте диалога культур. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2001. 145 с.

13. Ускова, О.А. Межкультурная коммуникация в концептуальном пространстве метаязыка бизнеса // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. N 3. С. 57–66.

14. Франция. Лингвострановедческий словарь / Под ред. Л.Г. Ведениной. М.: Интердиалект +/ АМТ, 1997. 1040 с.

15. Moirand, S. Enseigner a communiquer en langue йtrangire. Paris: Hachette, 1990. 188 p.

16. Molinie, M. D'un univers culturel a l'autre // Le franзais dans le monde. 1988. № 221. P. 50–54.

17. Rosen, E. Le point sur le Cadre europйen commun de rйfйrence pour les langues. Paris: Clй internationale, 2007. 144 p.

18. Tost-Planet, M. La dimension europйenne dans l'enseignement / apprentissage des langues vivantes // Культуроведческие аспекты языкового образования. М.: Еврошкола, 1998. С. 27–35.

References

1. Andreev, A.L. (2002) Obshhestvo i obrazovanie: sociokulturnyj profil Rossii [Society and Education: sociocultural profile of Russia] // Pedagogika [Pedagogics]. N 6. P. 20–29. [in Rus].

2. Bushev, A.B. (2010) Russkaja jazykovaja lichnost professionalnogo perevodchika: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.01 [Russian linguistic personality of professional translator: thesis of Dr. diss.]. M. 51 p. [in Rus].

3. Gak, V.G. (2000) Jazyk kak forma samovyrazhenija naroda [Language as the form of people's self-expression] // Jazyk kak sredstvo transljacii kultury. M.: Nauka. P. 54–68. [in Rus].

1. Андреев, А.Л. Общество и образование: социокультурный профиль России // Педагогика. 2002. № 6. С. 20–29.

2. Бушев, А.Б. Русская языковая личность профессионального переводчика: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. М., 2010. 51 с.

4. Gudkov, D.B. (2003) Teorija i praktika mezhkulturnoj kommunikacii [Theory and practice of intercultural communication]. M.: Gnozis. 288 p. [in Rus].

5. Zharkova, T.I. (2010) O nacionalnyh osobennostjah vosprijatija cveta vo frazeologizmah [About national peculiarities of colour perception at phraseological units] // Inostrannyj jazyk v shkole. N 9. P. 75–80. [in Rus].

6. Zharkova, T.I. (2013) Rol i znachenie fonovyh znanij v realizacii mezhkulturnoj kommunikacii (na primere leksem «kafe» i «kofe» v russkom, francuzskom i nemeckom jazykah) [The role and the meaning of background knowledge in intercultural communication (at the example of lexems «kafe» and «kofe» in Russian, French and German)] // Vestnik Erevanskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta im. V. Brjusova. Serija «Filologija. Lingvistika». N 1 (27). P. 124–135. [in Rus].

7. Zharkova, T.I. (2014) Fenomen «ulybka» v zerkale pogovorok i poslovic [Phenomenon «smile» in the mirror of proverbs and sayings] // Inostrannyj jazyk v shkole. N 1. P. 53–57. [in Rus].

8. L`juis, R.D. (1999) Delovye kultury v mezhdunarodnom biznese. Ot stolknovenija k vzaimoponimaniju [Businesslike cultures in international business. From clash to understanding]. M.: Delo. 440 p. [in Rus].

9. Min`jar-Beloruchev, R.K. (1996) Metodicheskij slovnik. Tolkovyj slovar terminov metodiki obuchenija jazykam [Methodological vocabulary. Explanatory dictionary of language studying methods]. M.: Stella. 144 p. [in Rus].

10. Mnogojazychnyj slovar` sueverij i primet (2013) [Multilanguage dictionary of superstitions and signs]. Ed. D. Puchcho. M.: Flinta. 384 p. [in Rus].

11. Safonova, V.V. (1996) Izuchenie jazykov mezhdunarodnogo obshhenija v kontekste dialoga kultur i civilizacij [Study of international communication language in the context of cultures and civilizations dialogue]. Voronezh: Istoki. 237 p. [in Rus].

12. Sysoev, P.V. (2001) Kulturnoe samoopredelenie lichnosti v kontekste dialoga kultur [Cultural self-determination of personality in the context of cultural dialogue]. Tambov: Izd-vo TGU im. G.R. Derzhavina. 145 p. [in Rus].

13. Uskova, O.A. (2007) Mezhkulturnaja kommunikacija v konceptualnom prostranstve metajazyka biznesa [International communication in concept space of business meta-language] // Vestnik MGU. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija. N 3. P. 57–66. [in Rus].

14. Francija. Lingvostranovedcheskij slovar (1997) [France. Linguistic and regional geography dictionary]. Ed. L.G. Vedeninoj. M.: Interdialekt +/ AMT. 1040 p. [in Rus].

15. Moirand, S. (1990) Enseigner á communiquer en langue étrangére [Teach foreign language]. Paris: Hachette. 188 p. [in French].

16. Molinie, M. (1988) D'un univers culturel á l'autre [From one cultural universe to another] // Le franзais dans le monde. № 221. P. 50–54. [in French].

17. Rosen, E. Le point sur le Cadre européen commun de référence pour les langues (2007) [The point on european frame referencing to language]. Paris: Clé internationale. 144 p. [in French].

18. Tost-Planet, M. (1998) La dimension européenne dans l'enseignement apprentissage des langues vivantes [The European dimension in teaching foreign language] // Kul'turovedcheskie aspekty jazykovogo obrazovanija. M.: Evroshkola. P. 27–35. [in French].

UDC 316.77

SOCIO-CULTURAL KNOWLEDGE AS «INFORMATIONAL SUPPORT» IN THE REALIZATION OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Zharkova Tatyana Ivanovna,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
The Department Chair of Philosophy, History and Law,
Assistant Professor,
Cand. Sc. (Pedagogy), Assistant Professor,
Chelyabinsk, Russia.
E-mail: taniafrance@mail.ru

Annotation
The article deals with the definitions of socio-cultural approach of Russian, French and Spanish scientist-methodologists, socio-cultural knowledge background knowledge, key words, verbal and body language communication, perception of color, superstition, value of native culture in the realization of intercultural communication.

Key concepts:
socio-cultural approach, socio-cultural knowledge, dialogue of cultures, intercultural communication.