

50. Lasswell H.D. Power and personality. Westport (Conn.): Greenwood, 1948. - 262 p.
51. Niemeier S., Campbell C.P., Dirven R. The Cultural Context in Business Communication. – Amsterdam / Philadelphia, 1998. – 269 p.
52. Potter J. & Wetherell M. Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour. London: Sage, 1987.
53. Siedmen St. Jurgen Habermas on Society and Politics / Ed. by St. Siedmen. – NY: Beacon Press, 1989.
54. Swales J. Genre analysis: English in academic and research settings. – Cambridge, Cambridge University Press, 1990.
55. The Language of Emotions: Conceptualization, expression, and theoretical foundation / Ed. by S. Niemeier, R. Dirven. – 1997. – 337 p.

А.В. Полонский, В.Г. Глушкова

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ И МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННОГО РОССИЯНИНА

Российское общество последнее десятилетие находится в состоянии напряженной разработки своих мировоззренческих и духовно-нравственных принципов, идеологической и культурно-стилистической рефлексии, включающей в том числе рационализацию собственных духовных традиций делового общения и освоение европейского опыта разработки идей делового прагматизма и этики бизнеса, центральным принципом которой является нацеленность на плодотворное сотрудничество на основе методологии плюрализма и взаимоуважения. Феномен делового общения можно определить как ресурсообразующее взаимодействие, в основе которого лежит культурно обусловленный, контекстуально чувствительный и прагматически ориентированный обмен информацией. Каждая культура на разных этапах своего бытия вырабатывает собственные каноны (совокупности принятых норм, правил и ценностей) этого взаимодействия, определяя как жесткость речеведенческих стандартов, так и степень их эластичности. Неудивительно поэтому, что «в различных обществах и социальных группах люди говорят по-разному, причем не только с точки зрения лексики и грамматики» (Вежбицкая 2001: 159).

В российском обществе благодаря осмыслению собственного опыта, нравственно-эстетическим поискам, фундаментом которых является этническая традиция и православная культура, благодаря усвоению европейских уроков прагматической и лично ориентированной философии человека сформировалась культурно-коммуникативная среда принципиально нового типа, репрезентирующая свои этико-эстетические нормы и коммуникативно-речевые навыки в сфере деловой коммуникации (Колгунова 2000; Глушкова 2008; Денисова 2008; Рисинзон 2010).

Со всеми на то основаниями мы могли бы предположить, что ключевой особенностью этой культурно-коммуникативной среды, сформировавшейся в условиях стремления России к подлинно демократическому обществу, соци-

альному и деловому партнерству, ее интеграции в мировое рыночное сообщество с присущими ему нормами взаимодействия, является реализация принципов диалогизма и толерантности, то есть культуры уважения другого, признания его как альтернативно истинного, уважения других традиций и этических представлений, что зафиксировано как должное и необходимое во всех современных российских учебных пособиях по деловому общению (Ботавина 2001: 5; Ковальчук 2008: 50).

Тем не менее, как показывает, на наш взгляд, практика делового общения современного россиянина, активизировался иной культурный принцип – принцип «закрытой границы» с присущим ему жестким утверждением «монологизированного сознания», связанного не только с идеей поддержания, сохранения «монологического голоса» (М.М. Бахтин), то есть собственной, самобытной системы ценностей, но и герметизации (консервации) смыслового пространства. В каком-то смысле *граница* обрела особый, провоцирующий статус, обозначив свою реальность в виде жесткой манифестации культурологической оппозиции «свой – чужой» и утверждения безусловного приоритета русского этнокультурного стандарта поведения. При этом сфера толерантности сокращается до минимума, поскольку все чаще она воспринимается как «духовно-культурная капитуляция» и «угроза ... мировоззренческим устоям русской души» (Хомяков 2009). На особенность границы обращал внимание Д.С. Лихачев: «На границах культур воспитывается их самосознание. Если граница сохраняется как зона общения – она обычно и зона творчества, зона формирования культур. Если граница – зона разобщения, она консервирует культуру, омертвляет ее, придает ей жесткие и упрощенные формы» (Лихачев 1999: 101).

Приведем в связи с этим, как нам представляется, весьма примечательные цифры, полученные нами на основе обобщения ответов, данных в 2010 году обучающимися (разного социального статуса, возраста и пола) в Европейской школе корреспондентского обучения (ЕШКО-Россия) на предложенный в виде домашнего задания к учебному курсу «Этикет, организация торжеств и деловых мероприятий» вопрос «*Будет ли существовать единая для всех народов культура поведения?*». Оставим в стороне некоторую «шероховатость» самого вопроса, обратим внимание на его суть, которая формулируется следующим образом: появится ли такая модель поведения, которая будет нормативной для представителей разных культур. Важно заметить, что целесообразность выработки такой модели, в том числе в условиях межэтнических и межкультурных контактов, признается абсолютным большинством респондентов, однако социальная перспектива ее осуществления оценивается ими по-разному.

Лишь в 19 процентах ответов была дана положительная оценка, хотя и обусловленная множеством факторов, такой возможности. В некоторых ответах, например, звучало, что «единая культура поведения» в принципе возможна, она может стать реальностью, фактом жизни человека, однако это дело далекого и, может быть, очень далекого будущего, поскольку человек принадлежит определенной культуре и его взгляд на мир всегда опосредован

присущей ему системой ценностей, которая, складываясь веками, с трудом поддается преобразованию.

Современное российское общество, склонное к разработке собственно-го кодекса деловой коммуникации, также не готово сегодня без комментариев и многочисленных оговорок принять альтернативный своему коммуникативно-прагматический канон делового общения. Возможно, это дело других поколений, формирующихся в новых социально-экономических условиях и овладевающих без акцента языком современного маркетинга, ориентированного на западную духовную формулу делового успеха, в основе которой лежит система либерально-демократических ценностей, зафиксированная в 1948 году на Генеральной Ассамблее ООН в Париже во Всеобщей декларации прав человека, первая статья которой гласит: «Все люди рождаются свободными и равными в своем достоинстве и правах». Как замечает А.В. Сергеева, «сейчас вперед вырвались и доминируют “молодые”... Они более прагматичны... Это самое “прозападнически” настроенное поколение» (Сергеева 2006: 213).

Пока же более 70 процентов респондентов отрицательно оценили возможность появления культурных норм, которые стали бы эталонными для всех. Причем важно обратить внимание и на многообразие причин, по которым перспектива формирования таких норм не рассматривается современными россиянами как реальная:

- различия в ценностях, обычаях и традициях;
- различия в религиозных убеждениях;
- различия в действующих в каждой этнокультуре этикетных нормах;
- различия во взглядах и мнениях представителей разных поколений;
- различия в профессиональных сферах деятельности людей;
- различия в условиях жизни;
- различия в воспитании (включая идеалы и образцы для подражания);
- различия в материальном положении;
- различия в уровне образования;
- признание в качестве абсолютной ценности культурного многообразия и культурных различий между людьми.

Как видим, именно этнокультурные ценности, которыми гордится любое общество, рассматриваются респондентами как непреодолимое препятствие на пути формирования общей, единой для всех культуры поведения.

При этом почти пятая часть респондентов (около 17 процентов) отсутствие положительной перспективы объяснила невозможностью преодолеть во всех ситуациях межкультурного взаимодействия этноцентризм, то есть безусловный приоритет родного этнокультурного стандарта. В остальных же ответах указывалось на нежелание отказываться от собственных культурных привычек и традиций, что, как предполагается респондентами, неизбежно при разработке общих норм деловой коммуникации.

Отказ от обобщения культурных стандартов объясняется опасностью утраты самобытного характера этнокультуры, а человек, как говорит российский актер В. Гостюхин, «интересен, когда он индивидуален, когда он ни на кого не похож, когда он отличается от других своим внутренним содержанием».

ние, что и обеспечивает ему возможность вступать в межкультурный смысловой обмен, а обменяться можно только тем, что является результатом творческой способности самобытной личности, поэтому нужно учиться уважать эту индивидуальность и самобытность... Каждый цветок имеет право расти как цветок, а не как сорняк... Более того, не имея опоры на корневую культуру... никогда не понять и не преодолеть проблем, терзающих нас» (Гостюхин 2009: 23).

Россияне склонны отстаивать свои ценности, свою самобытность, «загадочность» своей души, оставаясь закрытыми к компромиссу. Неготовность и нежелание идти на компромисс, таким образом, является важной особенностью современной коммуникации, на что обращают внимание и практики, и теоретики (Кукушин 2008: 123).

Более того, в массовом сознании современного россиянина, которое обнаруживается и в деловом общении, актуализирована как конфликтная культурологическая оппозиция «Россия – Запад». Эту особенность, в частности, представил в своей книге «Европа и душа Востока» немецкий философ В. Шубарт: «Запад подарил человечеству наиболее совершенные формы техники, государственности и связи, но он лишил его души. Задачей России является вернуть ее людям. Именно Россия обладает теми силами, которые Европа утратила или разрушила в себе» (Шубарт 2003).

Заметим, что высокий статус русской этнокультурной модели поведения, как правило, респондентами не подвергался сомнению, поскольку, как можно сделать обобщающий вывод из всех ответов, у русских есть свое представление о норме жизни, поэтому им незачем искать иной правды.

В связи с этим нам бы хотелось прокомментировать некоторые выводы, к которым пришли исследователи на основе опроса 170 современных российских руководителей и которые представлены в учебном пособии Т.Н. Персиковой «Межкультурная коммуникация и корпоративная культура» (2008 г.). В частности утверждается, что в России сегодня «существует ярко выраженная тенденция к сокращению дистанции власти... усиливается роль женского начала в культуре... больше не существует единого образа управленца, который был характерен для времен социализма...».

Нет сомнений в том, что в России сегодня не существует единого образа управленца, как не существует, наверное, и устоявшейся модели делового человека, однако наметившуюся тенденцию к сокращению дистанции власти и усилению роли женского начала, на наш взгляд, нельзя преувеличивать. Едва ли было бы справедливо без комментариев отнести это утверждение в целом к феномену деловой коммуникации современного россиянина. Во всяком случае пример российских регионов (да и не только) не дает возможности обнаружить «всеобщий» характер подмеченной тенденции.

Показателем дистанции власти, как известно, является характер и доминирующее направление информационного потока. Сокращение дистанции предполагает активное участие в информационном обмене всех заинтересованных субъектов на равных. Следовательно, информационные потоки в таком случае имеют разные направления. В российской же модели делового

общения доминирующим все же является движение информации по вертикали, сверху вниз, с явным преобладанием значимых, задающих интеллектуально-прагматический и эмоционально-оценочный контекст общения высказываний, принадлежащих субъектам с более высоким административным положением (Матяш 2006), что отражает особенности культурной традиции российского общества с присущей ему сильной вертикалью власти.

Это позволяет также уточнить вывод и об усилении роли женского начала в деловой культуре современной России, связанного, как известно, с редуцированием коммуникативной агрессии (Басовская, Ульянцева 2004). Как показывает анализ многочисленных интернет-сайтов, блогов и форумов, на которых обсуждались особенности жизни и деятельности предприятий и проблемы деловых отношений между людьми, культура делового общения современного россиянина обнаруживает стремление к деловому успеху скорее через коммуникативное доминирование, что свидетельствует о мужском стиле общения, который обнаруживается, в частности, в его эгоцентричности, повышенной аффективной оценочности и стилистическом снижении. Показателен здесь ответ генерального директора компании *Ralf Ringer A.A.* Бережного на вопрос «Что не должен позволять себе генеральный директор по отношению к подчиненным в сфере культуры общения?»: *«Никогда не говори подчиненному “дурак”, и все будет хорошо. Я лично считаю, что отношения между начальником и подчиненным – это, прежде всего, человеческие отношения, в которые вступают два партнера. И все зависит от людей. С кем-то нельзя быть грубым, а с кем-то невозможно работать, не повышая на него голос»* (<http://www.ralf.ru/press/26/278.html>).

Такой стиль делового общения обнаруживается на уровне не только отдельного предприятия, но и на самом ее высоком, публичном уровне, в речи высших ее руководителей (*«хватит кошмарить бизнес»; «надо вычленивать тех, кто добросовестно работает, и тех, кто сачкует»*).

В деловой коммуникации современного россиянина в формулировании различного рода директив преобладают не косвенные, а прямые речевые акты и императивные конструкции. При этом императивность и наличие повелительных конструкций, как показывают исследования, воспринимаются в деловом общении скорее положительно, как проявление решительности и принципиальности (Басова 2010: 97; Самохина 2008: 201 – 202). Однако тексты-послания не ориентированы на «работу» встречного сознания, не предполагают полноценного диалога, поскольку их целевая установка заключается в репрезентации директивы и в ее исполнении, а не в обсуждении. На интернет-сайтах можно найти бесконечное количество признаний, подтверждающих актуальность данной ситуации в деловом общении: *«Мне очень не нравится мой начальник. Во-первых, чуть что не так, он кричит на подчиненных, иногда очень грубо. А во-вторых, мне кажется, нередко он что-то недопонимает в вопросе, но, желая показать, кто тут хозяин, требует выполнять его ошибочные распоряжения. Я знаю, что потом придется перделывать, пытаюсь ему доказать, но он даже слушать не хочет, а протесты сотрудников воспринимает как нарушение служебной дисциплины. Час-*

то он даже не здороваются и вообще сверху вниз смотрит на своих подчиненных...» (<http://www.pravmir.ru/zloj-nachalnik-podchinyatsya-ili-borotsya/>).

Одним из важнейших показателей эгоцентризма делового общения современного россиянина является сокращение или даже «уход» из пространства диалога таких слов, как *кажется, может быть, наверное, возможно*, не только выражающих оценку степени реальности или истинности того, что утверждает говорящий, но и свидетельствующих о том, что говорящий «ищет» встречи с другим сознанием. Заметим, кстати, что это характерная черта не только современного делового общения (Полонский 2009).

Огромная дистанция власти, эгоцентризм и редуцирование социального статуса адресата в деловом общении проявляется в использовании вышестоящим по отношению к нижестоящему обращения на *ты* и только имени вместо принятого имени и отчества при невозможности подобной ответной реакции.

Этот же стиль делового общения обнаруживает аффективная раскрепощенность и нередко использование ненормативной лексики, вплоть до нецензурных выражений. Показательны в связи с этим размышления О. Кузьмина, вице-президента компании «Вимм-Билль-Данн»: *«В отношениях с начальством надо разделять личностные вопросы и профессиональные. Что касается профессионального момента, существует связка: начальник – подчиненный, и начальник здесь всегда над подчиненным. Если вы считаете, что с профессиональной точки зрения начальник не прав, мне кажется, надо попытаться аргументированно ему это объяснить, но если руководитель настаивает – необходимо выполнять его распоряжения... иначе всякое дело развалится...»*

Что же касается личных качеств начальника, то начальники, как и подчиненные, бывают разные. Например, если начальник кричит, это может быть оттого, что он по характеру горячий человек и, переживая за дело, может в сердцах что-то неллицеприятное сказать. Возможно, зная это его качество, иногда надо и потерпеть. Но если дело доходит до оскорблений и унижения подчиненных, мне кажется, им нельзя терять своего человеческого достоинства... нужно в первую очередь понять, что за человек ваш начальник, какой у него характер – вспыльчивый и горячий или докучливый и придирчивый. Потому что характер уже не переделаешь, к нему можно только приспособиться. Лучше приспособиться, чем идти на конфликт. Начальник – такой же человек, и раз он поставлен над тобой, надо уметь находить с ним общий язык. Худой мир лучше доброй ссоры.

Нужно все-таки стараться не провоцировать начальника. Ведь начальник, как и любой человек, очень не любит, когда подчиненный не выполняет то, что пообещал, или не предупреждает заранее, если нет возможности это выполнить. Не стоит загружать начальника своими проблемами, у него своих хватает. И вообще каждый человек, даже начальник, испытывает потребность во внимании и уважении, и к нему тоже нужно относиться с сочувствием, ведь и ему порой приходится очень трудно» (<http://www.pravmir.ru/zloj-nachalnik-podchinyatsya-ili-borotsya/>).

Как кажется, здесь комментарии излишни. Заметим также, что особенностью современной культуры делового общения является высокая плотность интертекстуальности и, соответственно, высокая частность прецедентных феноменов. Интертекстуальность связана с актуализацией переживаемых прошлых смыслов. Обращение к прецеденту, к совместному прошлому опыту свидетельствует о присутствии этих смыслов в новых условиях. Наблюдения показывают наличие весьма ощутимых тенденций к ностальгическому переживанию ценностей прежней, советской эпохи.

Каталогизация прецедентных феноменов, определение их частотности и сопровождающей их оценочности представляется чрезвычайно перспективным направлением в исследовании культуры делового общения современного россиянина.

В условиях глобализирующегося мира перед каждым человеком и перед каждым народом встает серьезная проблема выбора: охранять ли всеми силами культурные границы собственного дома или принять весь мир как свой дом. В культуре делового общения современного россиянина сегодня ощущается присутствие двух установок – на самобытность родной традиции и на контекст современного европейского делового диалога.

Литература

1. Басова А. Культура делового общения в контексте межкультурной коммуникации // Слово и дело: Юбилейный сборник научных трудов в честь проф. И.П. Лысаковой. – СПб: Сударыня, 2010. – Т. 2. – С. 95 – 98.
2. Басовская Е.Н., Ульянцева С.Э. Пути преодоления речевой агрессии в современной деловой речи // Агрессия в языке и речи: Сб. научных статей / Под ред. И.А. Шаронова. – М.: РГГУ, 2004. – С. 233 – 242.
3. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 208 с.
4. Вежицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики: Пер. с англ. А.Д. Шмелева. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
5. Глушкова В.Г. Деловые отношения: русский этнокультурный код: Монография. – Белгород: Кооперативное образование, 2008. – 208 с.
6. Гостюхин В. Попса наших проблем не решит: Разговор о культуре как фундаменте единства и мира // Фома. – 2009. – № 10. – С. 23 – 24.
7. Демьянков В.З. “Теория речевых актов” в контексте современной лингвистической литературы: (Обзор направлений) // Новое в зарубежной лингвистике: Вып.17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 223 – 235.
8. Денисова А.А. Общегуманитарные и этнокультурные проблемы профессионально-деловой коммуникации на русском языке: инновационный подход: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. – 129 с.
9. Ковальчук А.С. Основы делового общения: Учебное пособие. – М.: ИТК “Дашков и К”, 2008. – 300 с.
10. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. Учеб. пособие для вузов. – М.: ОАО НПО “Экономика”, 2000. – 271 с.
11. Кукушин В.С. Деловой этикет: Учебное пособие. – М.: Ростов-на-Дону: ИЦ «МарТ», 2008. – 304 с.
12. Лихачев Д.С. Два типа границ между культурами // Лихачев Д.С. Очерки по философии художественного творчества. – СПб., 1999. – С. 101 – 106.

13. Матяш О.И. “Дистанция власти” и внутриорганизационная коммуникация. 28.02.2006 // <http://www.rhr.ru/index/sovet/korp/10167.html?prn=1>
14. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М.: Логос, 2008. – 224 с.
15. Полонский А.В. Язык современных СМИ: культура публичного диалога // Мир русского слова. – 2009. – № 1. – С. 34 – 40.
16. Рисинзон С.А. Общее и этнокультурное в русском и английском речевом этикете. – Автореф. дисс... д. филол. н. – Саратов, 2010. – 41 с.
17. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. – М.: Р.Валент, 2005. – 216 с.
18. Сергеева А.В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 320 с.
19. Хомяков В. «Толерантность» как духовно-культурная капитуляция // Православное информационное агентство «Русская линия». – 4.04.2009 [<http://rusk.ru/st.php?idar=154993>]
20. Шубарт Вальтер. Европа и душа Востока. – М.: Эксмо, 2003. – 480 с.

О.Н. Рукавицына

ОБУЧЕНИЕ ПРОДУКТИВНОМУ СЛОВООБРАЗОВАНИЮ НА КОММУНИКАТИВНОЙ ОСНОВЕ

Традиционно в практике обучения словообразованию уделяется довольно мало внимания. Причем, усвоение системы словообразования предполагается преимущественно не в продуктивном, а в репродуктивном плане. Поэтому именно обучение в школе затормаживает процесс усвоения продуктивного словообразования. Так, к 8 классу учащиеся перестают производить слова, они их только воспроизводят по готовому образцу. В результате учащиеся теряют представление о функции морфем в слове и речи, перестают ощущать морфемный состав слова как динамическую систему. Отсутствие знаний и представлений о функционально-семантической природе морфем приводит к существенным затруднениям в усвоении орфографии и особенностей употребления в речи производных слов.

В последнее время в лингвометодике особую актуальность приобретает *лично ориентированное обучение*, поскольку оно создает оптимальные условия для полноценного проявления, формирования и развития языковой личности подростка. Поиски эффективных форм, позволяющих успешно влиять на формирование языковой личности учащихся в процессе овладения продуктивным словообразованием, привели нас к мысли о целесообразности обучения продуктивному словообразованию на *лично ориентированном речевом занятии*, которое понимается нами как занятие, на котором создается речевая ситуация, позволяющая грамматический материал вводить в коммуникативно ценных единицах. На таком занятии формулируется *языковая тема*: предусматривается усвоение словообразовательного материала, и *речевая тема*: предусматривается введение вновь изученного словообразовательного материала в условия речевой ситуации (И. А. Устименко).