

**Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова**

# **ПРАКТИКУМ ПО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ ДЛЯ ВУЗОВ**

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования  
в качестве учебника и практикума для студентов высших учебных заведений,  
обучающихся по гуманитарным направлениям*

**Книга доступна на образовательной платформе «Юрайт» [urait.ru](http://urait.ru),  
а также в мобильном приложении «Юрайт.Библиотека»**

**Москва ■ Юрайт ■ 2021**

УДК 81(075.8)  
ББК 71.05я73  
Б93

**Авторы:**

**Бутенина Евгения Михайловна** — доцент, доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации школы региональных и международных исследований Восточного института Дальневосточного федерального университета (г. Владивосток);

**Иванкова Татьяна Алексеевна** — доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации школы региональных и международных исследований Восточного института Дальневосточного федерального университета (г. Владивосток).

**Рецензенты:**

*Прошина З. Г.* — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры теории преподавания иностранных языков факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;

*Ривлина А. А.* — доцент, кандидат филологических наук, доцент школы иностранных языков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (г. Москва).

**Бутенина, Е. М.**

Б93 Практикум по межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. М. Бутенина, Т. А. Иванкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 184 с. — (Высшее образование). — Текст : непосредственный.

ISBN 978-5-534-14071-2

Курс предназначен для развития навыков межкультурных взаимодействий и формирования стратегий успешной коммуникации у специалистов различных гуманитарных направлений.

Курс состоит из восьми тем, каждая из которых включает краткий теоретический раздел, вопросы и разнообразные задания для индивидуальной и групповой работы с применением интерактивных методов обучения.

Материалом для обсуждения и анализа служат ситуации повседневного общения и деловой коммуникации, описанные в художественной и научной литературе, кино, рекламе, СМИ и других источниках информации. Особенностью курса является акцент на культуры Азиатско-Тихоокеанского региона. Особое внимание уделяется текстам авторов-иммигрантов, формирующих контактные литературы.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Издание адресовано студентам высших учебных заведений, обучающимся по гуманитарным направлениям.*

УДК 81(075.8)  
ББК 71.05я73

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

ISBN 978-5-534-14071-2

© Бутенина Е. М., Иванкова Т. А., 2021  
© ООО «Издательство Юрайт», 2021

# Оглавление

Предисловие .....	7
<b>Тема 1. Культура. Коммуникация.</b>	
<b>Межкультурная коммуникация .....</b>	<b>9</b>
1.1. Коммуникация.....	9
1.2. Культура .....	12
1.3. Макро- и микрокультура. Сокультура / субкультура. Идиокультура .....	16
1.4. Межкультурная коммуникация .....	18
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	19
<i>Практические задания</i> .....	20
<i>Литература</i> .....	22
<b>Тема 2. Ориентация культуры на контекст.</b>	
<b>Вербальная коммуникация.....</b>	<b>24</b>
2.1. Ориентация культуры на контекст .....	24
2.2. Стили коммуникации.....	28
2.3. Гендерлекты .....	33
2.4. Кодовое смешение и кодовое переключение .....	36
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	38
<i>Практические задания</i> .....	39
<i>Литература</i> .....	45
<b>Тема 3. Невербальная коммуникация.....</b>	<b>48</b>
3.1. Паралингвистические средства .....	48
3.2. Кинесика.....	49
3.3. Сенсорика и проксемика.....	50
3.4. Хронемика .....	52
3.5. Невербальная семиотика внешнего облика (одежда, прическа, аксессуары, татуировки и т. д.) .....	52
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	53
<i>Практические задания</i> .....	54
<i>Литература</i> .....	58

<b>Тема 4. Ценностные измерения культур</b> .....	<b>59</b>
4.1. Вариации ценностных ориентаций	
Ф. Клакхон и Ф. Стродбека .....	59
4.2. Ценностные измерения Г. Хофстеде .....	60
4.3. Ценностные карты Р. Инглхарта и К. Вельцеля .....	61
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	62
<i>Практические задания</i> .....	63
<i>Литература</i> .....	72
<b>Тема 5. Национальный характер, менталитет, идентичность</b> .....	<b>73</b>
5.1. Отличия понятий «национальный характер», «национальный менталитет» и «национальная идентичность» .....	73
5.2. Национальное своеобразие культуры в невербальном и вербальном аспектах .....	74
5.3. Литературоцентричность и восточные корни русской культуры .....	76
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	78
<i>Практические задания</i> .....	79
<i>Литература</i> .....	85
<b>Тема 6. Стереотипы, этноцентризм, этнорелятивизм. Культурный шок, аккультурация</b> .....	<b>86</b>
6.1. Стереотип, его свойства и функции. Виды стереотипов .....	86
6.2. Этноцентризм. Этнорелятивизм. Шкала Беннетта .....	90
6.3. Аккультурация. Стратегии аккультурации .....	94
6.4. Культурный шок .....	97
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	101
<i>Практические задания</i> .....	101
<i>Литература</i> .....	105
<b>Тема 7. Картины мира: языковая, концептуальная, ценностная</b> .....	<b>107</b>
7.1. Виды картин мира .....	107
7.2. Взаимодействие языковой и понятийной картин мира .....	108
7.3. Особенности национальных картин мира .....	110
<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	112
<i>Практические задания</i> .....	112
<i>Литература</i> .....	118
<b>Тема 8. Типы контактов культур. Причины межкультурных конфликтов</b> .....	<b>119</b>
8.1. Типы контактов культур .....	119
8.2. Причины межкультурных конфликтов .....	123

<i>Вопросы для обсуждения</i> .....	127
<i>Практические задания</i> .....	128
<i>Литература</i> .....	133
<b>Рекомендуемая литература по дисциплине</b>	
«Межкультурная коммуникация».....	135
<b>Новые издания по дисциплине</b>	
«Межкультурные коммуникации».....	140
<b>Видео</b> .....	142
<b>Приложение № 1. Глоссарий ключевых терминов</b> .....	143
<b>Приложение № 2. Тексты для практических заданий</b> .....	151
<b>Приложение № 3. Сопоставление измерений культуры Г. Хофстеде</b> .....	173
<b>Приложение № 4. Зачетные задания к курсу</b> .....	178



## Предисловие

Авторы создавали данный курс на основе многолетнего опыта научного исследования литературных (Е. М. Бутенина) и лингвистических (Т. А. Иванкова) контактов стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР), а также с учетом практики преподавания в мультикультурных студенческих аудиториях, ставших реальностью современного образовательного пространства. За основу содержательно-логической организации курса взяты лекции доктора филологических наук, профессора М. Г. Лебедево — первого преподавателя межкультурной коммуникации в Дальневосточном федеральном университете г. Владивостока (до 2010 г. — Дальневосточный государственный университет) и международно признанного исследователя в этой области.

Курс по межкультурной коммуникации, как правило, рассчитан на один семестр и восемь практических занятий (не считая итогового) в зависимости от учебного плана образовательной программы. Исходя из этого, данное издание включает восемь тем, при этом преподаватель имеет возможность выбирать как сами темы и их последовательность, так и материалы внутри них и зачетные задания в соответствии с объемом, продолжительностью и содержанием курса, видом промежуточной аттестации, направлением подготовки студентов, их уровнем владения английским и другими иностранными языками, их интересами и пожеланиями.

В каждой теме предусмотрен список ключевых терминов, краткий теоретический раздел, вопросы для обсуждения и практические задания. Приложения содержат глоссарий ключевых терминов, тексты для анализа к практическим заданиям и инструкции к зачетным заданиям.

Изучив материал данного курса, студент должен:

**знать**

- основные понятия и термины в области вербальной и невербальной коммуникации, ценностных типологий культур, стереотипизации и национальных картин мира;

### ***уметь***

- использовать полученные знания для преодоления стереотипов и успешной коммуникации при контакте с представителями различных культур;

- описывать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия человеческих общностей и групп с точки зрения теории межкультурной коммуникации;

### ***владеть***

- навыком адаптации к инокультурной среде с учетом различия ценностей, норм, установок;

- сензитивностью, этнорелятивизмом и толерантностью к социальным, этническим, конфессиональным и культурным различиям членов коллектива и руководствоваться ими при решении теоретических и прикладных задач в своей профессиональной деятельности.

Авторы выражают благодарность коллегам по кафедре лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета за апробацию курса и будут признательны за комментарии и предложения.

# Тема 1

## КОММУНИКАЦИЯ. КУЛЬТУРА.

### МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

---

**Ключевые термины:** коммуникация, общение, культура, субкультура, сокультура, идиокультура.

---

#### 1.1. Коммуникация

В повседневном общении, как бытовом, так и профессиональном, нередко звучат словосочетания и выражения со словом «коммуникация»: «средства массовой коммуникации», «подземные коммуникации», «межкультурная коммуникация», «деловая коммуникация», «невербальная коммуникация», «письменная коммуникация», «эффективность коммуникации», «сбой коммуникации» и др. При такой употребительности ключевого слова логично предположить, что его значение понятно и не требует пояснения. Можно проверить данное допущение, ответив на вопрос, происходит ли коммуникация в следующих ситуациях: «Я получил(а) письмо по электронной почте», «Я отправил(а) текстовое сообщение маме», «Я опубликовал(а) фото в соцсети», «Я взял(а) подружку за руку», «Мой знакомый улыбнулся мне при встрече», «Я надел(а) деловой костюм в первый день на новом рабочем месте», «Я посмотрел(а) видео на YouTube», «Увидев меня, собака завиляла хвостом». Очевидное затруднение происходит при попытке определить, что является началом коммуникации и ее необходимыми элементами.

«Коммуникация» (лат. *communicatio* — сообщение, передача, от *communis* — делаю общим, связываю, общаюсь) в «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегова<sup>1</sup> определяется как:

---

<sup>1</sup> Ожегов, С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М. : Азбуковник, 2000.

«1. Путь сообщения, линия связи (спец.). Воздушные, водные коммуникации. Подземные коммуникации. 2. Сообщение, общение (книжн.). Речь как средство коммуникации. Средства массовой коммуникации (печать, радио, кино, телевидение)». Без обращения к специальным словарям трудно отделить «коммуникацию» от «общения» в человеческом взаимодействии.

В психологических исследованиях «общение» понимается шире чем «коммуникация», которая выступает как его составляющая. В частности, широко известная аналитическая модель Г. М. Андреевой представляет условную структуру общения в виде трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной. При этом «коммуникативная сторона, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами. Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т. е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями. Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания»<sup>1</sup>.

При таком подходе «общение» — это способ связи с целью обмена информацией — идеями, образами, установками — между взаимодействующими индивидами, действия которых направлены на достижение взаимопонимания и сопровождаются взаимным восприятием друг друга.

Коммуникация возможна не только с человеком, но и животным, способным реагировать на человеческую речь, а также с предметом — компьютером, смартфоном, книгой; коммуникация может предполагать передачу ложной информации и не требует понимания<sup>2</sup>. Коммуникация может осуществляться внутри человека в форме внутренней речи, а также происходить между организациями, государствами и пр.<sup>3</sup>

Интерактивная сторона общения, т. е. взаимодействие, обусловлена совершением совместных действий согласно намеченному плану для достижения общей цели, что возможно между индивидами, а также между индивидом и предметом,

---

<sup>1</sup> Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. М. : Аспект Пресс, 2009. С. 80.

<sup>2</sup> Агальцев, А. М. Общение и коммуникация // Вестник СПбГУ. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2008. № 4. С. 324.

<sup>3</sup> Азимов, Э. Г., Щукин, А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М. : ИКАР, 2009. С. 106.

но не индивидом и животным. Наконец, перцептивная сторона предполагает восприятие, взаимную оценку и взаимное влияние участников общения на психологическое состояние друг друга, рефлексию и саморефлексию. Соответственно данная составляющая общения возможна только в паре «человек — человек». Как резюмирует А. М. Агальцев, «любое общение включает в себя коммуникацию, но не всякая коммуникация достигает уровня общения»<sup>1</sup>.

Авторы теории коммуникации включают в коммуникативный процесс следующие элементы: участники коммуникации: отправитель (автор, адресант) и получатель (реципиент, адресат); средства коммуникации: закодированное сообщение и канал его передачи; действия: кодирование информации, декодирование, реакцию на сообщение и обратную связь.

Некоторые модели коммуникации дополняются таким деструктивным компонентом, как шум, искажающий сообщение. Таким образом, коммуникация начинается, когда у отправителя возникают потребность и намерение передать сообщение, которое он кодирует в текст с помощью кода, доступного получателю. Кодом могут выступать речь, жесты и мимика, другие невербальные средства, а также другие знаки: рисунки, звуковые и световые сигналы и пр.

Условием успешной коммуникации является знание участниками правил шифрования и дешифрования сообщения с помощью выбранного кода. Автор сообщения отправляет полученный текст по выбранному каналу связи — слуховому, зрительному, тактильному и пр., а реципиент воспринимает и интерпретирует текст, расшифровывая сообщение и заложенный в нем замысел отправителя, а затем реагирует на него. Реакция адресата может зависеть от наличия или отсутствия помех в процессе коммуникации, знания кода и правил декодирования и удачного выбора канала. Если полученный адресантом коммуникативный эффект не совпал с ожидаемым, имеет место коммуникативная неудача.

Одна из основных задач теории межкультурной коммуникации — установить причины коммуникативных неудач во взаимодействии представителей различных культур и предложить способы их предотвращения и преодоления.

---

<sup>1</sup> Агальцев, А. М. Общение и коммуникация // Вестник СПбГУ. Серия 6. Политология. Международные отношения 2008. № 4. С. 324.

## 1.2. Культура

В процессе коммуникации отправитель и получатель применяют для кодирования и декодирования сообщения правила, диктуемые их культурами, т. е. опираются на принятые в том или ином обществе устойчивые способы мышления, ценности, нормы поведения, стимулы, реакции, последовательность действий, речевые формулы и пр.

Как и «коммуникация», слово «культура» (от лат. *cultura* — возделывание, воспитание, образование) употребляется в разнообразных контекстах в широком спектре значений. В «Словаре терминов межкультурной коммуникации» указано, что «культура относится к совокупному образу жизни определенных групп людей. Она включает все, что группа думает, говорит, делает, это ее системы отношений и чувств. Культура приобретается и передается из поколения в поколение»<sup>1</sup>. В наиболее широком смысле «культура» — это все, что создано в результате целенаправленной деятельности человека по преобразованию окружающего мира в отличие от созданного природой.

Для наглядного представления о том, что входит в культуру сообщества, используется аналогия, описанная Э. Холлом: изображение культуры в виде айсберга, т. е. двухуровневая модель<sup>2</sup>. Надводная часть айсберга символизирует явные (эксплицитные) элементы культуры, воспринимаемые органами чувств в ходе простого наблюдения: одежда, литература, архитектура, кулинария, танцы, игры, игрушки, жилища, герои, ремесла, обычаи и пр. Под водой скрыто гораздо больше, там наиболее значимые элементы культуры, понимание которых недоступно без специальных усилий и глубокого анализа: ценности, убеждения, принципы, восприятие, отношения и пр.

Например, многие воспринимают дракона как символ Китая, он изображается на одежде и посуде, на крышах зданий и оружии. Но только специальное исследование позволит узнать, что в Поднебесной это мифическое существо наделялось величием и часто отождествлялось с верховной властью. В частности, «императорский дракон Китая имел пять когтей

---

<sup>1</sup> Жукова, И. Н., Лебедько М. Г., Прошина З. Г., Юзефович Н. Г. Словарь терминов межкультурной коммуникации / под ред. М. Г. Лебедько и З. Г. Прошиной. М. : ФЛИНТА: Наука, 2013. С. 199.

<sup>2</sup> Hall, E. *The Silent Language*. Garden City, N. Y. : Doubleday, 1959. P. 61.

на лапах и был небесно-лазурного цвета. Никто иной, кроме императора Китая, под страхом смертной казни не смел носить такую символику на одежде и делать рисунки на предметах обихода»<sup>1</sup>. Однако, когда начался экспорт фарфора из Китая, образ священного для китайцев благородного животного был истолкован на Западе иначе: «фигуры крылатых существ представлялись европейцам воинственными и требующими сражений с людьми и окружающим миром в целом», а затем уже в европейской росписи появились изображения злобных или забавных драконов, тучных, с расставленными когтями и разинутой пастью<sup>2</sup>. В этом и подобных случаях искажается символический смысл визуально наблюдаемых объектов культуры, поскольку он относится к «подводной части айсберга» и скрыт от взгляда наблюдателя.

Культура может быть представлена и в виде трех измерений, трех сторон равностороннего треугольника или трех П (анг. PPP): продуктов (products), практик или поведения, (practices) и представлений (perspectives)<sup>3</sup>. К продуктам относятся созданные или приобретенные человеком материальные объекты: блюда, одежда, искусство, ремесла, в том числе природного происхождения: животные и растения, а также объекты менее осязаемые, но тоже реальные и познаваемые: язык, модель семьи, политические и экономические институты и пр. Практики предполагают действия, взаимодействие и поступки как индивидуальные, так и совершаемые группой, а также использование продуктов, т. е. традиции, нормы и модели поведения, темы, стиль общения, жесты, позы, отношение ко времени, восприятие пространства и пр. Представления включают мысли, чувства, ценности, отношения, лежащие в основе продуктов и ориентируют членов сообщества в осуществлении практик. В совокупности с индивидами (persons) и обществами (communities) представления, практики и продукты составляют культуру как образ жизни, подверженный эволюции и обусловленный социальным контекстом, поскольку культура динамич-

---

<sup>1</sup> Глебова, М. С. Дракон в китайской культуре и шинуазри: к вопросу о культурных связях Запада и Китая в XVI—XVIII столетиях // «Scientia artis. Наука искусства: Искусство и фантастика»: сборник статей. СПб.: Издательство СПбГИК, 2007. С. 34.

<sup>2</sup> Там же. С. 36.

<sup>3</sup> Moran, P. Defining culture // Teaching Culture: Perspectives in Practice. Boston, MA: Heinle & Heinle, 2001. P. 24—25.

на и ее компоненты обладают историей и традицией, а индивиды в свою очередь способны влиять на культуру, создавая и меняя продукты, практики и представления сообщества.

Японские сады — продукт японской культуры — известны всему миру как образец изысканной красоты, созданной в тщательно продуманной композиции на ограниченном пространстве. Практики, связанные с японским садом, — это выбор и расположение основных элементов — камней, воды и растений, а также дополнительных — ворот, дорожек, мостов, фонарей, скульптур и др. Одно из эстетических представлений, положенных в основу дизайна японского сада, — это ваби-саби, воплощение несовершенной, преходящей красоты, раскрывающейся в простоте и безмятежности. Оно находит отражение, например, в трещинах на садовой скамье или неброской красоте мха, устилающего сад. Вещи, имеющие историю и воплощающие умеренность, ценятся японцами гораздо больше, чем новые и безупречные.

Совокупность представлений, определяющих продукты и практики культуры, человек приобретает в результате воспитания и образования при передаче накопленных обществом знаний из поколения в поколение. Процесс вхождения «индивида в культуру своего народа, усвоение им существующих привычек, норм и паттернов поведения» вслед за М. Герсковичем<sup>1</sup> (1948) называется «инкультурацией». «Инкультурация» часто употребляется как синоним «социализации», под которой понимается «процесс усвоения индивидом социального опыта, системы социальных связей и отношений», когда «человек приобретает убеждения, общественно одобряемые формы поведения, необходимые ему для нормальной жизни в обществе», «весь многогранный процесс усвоения опыта общественной жизни и общественных отношений»<sup>2</sup>.

«Социализация относится к тем процессам, посредством которых люди научаются жить совместно и эффективно взаимодействовать друг с другом» и «предполагает активное участие самого человека в освоении культуры человеческих отношений, в формировании определенных социальных норм,

---

<sup>1</sup> *Herskovits, M. J. Acculturation: The Study of Culture Contact. N. Y. : Knopf, 1948.*

<sup>2</sup> *Мещеряков, Б. Г., Зинченко, В. П. Большой психологический словарь. М. : ПраймЕВРОЗНАК, 2003. С. 471.*

ролей и функций, приобретении знаний, умений и навыков, необходимых для их успешной реализации». Однако составители «Словаря терминов межкультурной коммуникации» подчеркивают, что инкультурация скорее «относится к продуктам процесса социализации — субъективным, базовым, психологическим аспектам культуры»<sup>1</sup>, поэтому инкультурация и социализация соотносятся как общее и специфичное.

Инкультурация индивида происходит через общение с другими членами общества, через сопоставление своего поведения с действиями других людей и установление таким образом представления о норме поведения и отклонении от нее. Наблюдая за поведением людей и их реакцией на свои действия, человек корректирует свое поведение в ту или иную сторону.

Передача культуры из поколения в поколение возможна благодаря одному из «наиболее устойчивых элементов культурного континуума» — символу<sup>2</sup>. Важно понимать, что значение, которым наделены объекты материальной культуры, относится к культуре духовной, или нематериальной. Так, например, за обручальным кольцом закреплено символическое значение союза, основанного на любви и верности, а за государственным флагом — значение верности родине, мужества и чести. То есть символ в своем материальном воплощении отображает нечто большее, чем предмет<sup>3</sup>, обладая определенным значением для людей, разделяющих общую культуру<sup>4</sup>.

С точки зрения семиотики, науки о знаковых системах, символ, как и другие знаки, имеет план выражения и план содержания. В плане выражения и в плане содержания символ — это «некоторый текст», имеющий единое значение и четкую границу, отделяющую его от других текстов в семиотическом пространстве, т. е. он обладает смысловой и структурной самостоятельностью<sup>5</sup>. Символ, хранящий в свернутом виде обширные

---

<sup>1</sup> Жукова, И. Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации. С. 137.

<sup>2</sup> Лотман, Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. СПб. : Искусство, 2010. С. 240.

<sup>3</sup> McGee, R. *Sociology: An introduction*. 2nd ed. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1980. P. 52.

<sup>4</sup> Macdonis, J. J., Plummer, K. *Sociology: A Global Introduction*. 4th ed. Harlow (England) : Pearson Prentice Hall, 2008. P. 130.

<sup>5</sup> Лотман, Ю. М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. С. 240.

тексты, выступает «важным механизмом памяти культуры»<sup>1</sup>, поскольку наборы символов, сохраняющиеся несмотря на смену времен и эпох, определяют ее единство и устойчивость в национальных и ареальных границах.

Не вызывает сомнения, что «человеческая культура немыслима без языка»<sup>2</sup>, поскольку «язык представляет собой знаковое воплощение коллективной памяти носителей культуры и служит ее социальным символом»<sup>3</sup>.

### **1.3. Макро- и микрокультура. Сокультура / субкультура. Идиокультура**

Исследование межкультурных взаимодействий предполагает выделение культуры на макро- и микроуровне. Макроуровень понимается 1) как глобальный уровень, представляющий культуру человеческой цивилизации в целом, 2) как макрорегиональный, или континентальный, уровень, объединяющий несколько народов и наций, проживающих на обширной территории, либо 3) как уровень этнической или национальной общности, противопоставляемой другим этническим или национальным общностям по ряду политических, социальных, экономических и иных различий.

Анализ межкультурной коммуникации на макроуровне предполагает описание взаимодействия в интернациональном контексте, в частности контакты Востока и Запада, Севера и Юга, европейской и североамериканской культур, стран Западной и Восточной Европы, Китайской Народной Республики и Японии и т. п. Именно подход к межкультурной коммуникации как взаимодействию макрокультур или их представителей характеризовал первые исследования в данной научной области, и он остается доминирующим.

Однако современный подход к межкультурной коммуникации предполагает описание межличностного взаимодействия как контакта индивидов, представляющих различные микрокультуры. Даже внутри одной страны коммуниканты

---

<sup>1</sup> Лотман, Ю. М. Указ. соч. С. 240.

<sup>2</sup> Kluckhohn, C. *Mirror for Man: The Relation of Anthropology to Modern Life*. N. Y. : Whittlesey House, McGraw-Hill, 1944. P. 124.

<sup>3</sup> Мильруд, Р. П. Язык как символ культуры // Язык и культура. 2013. № 2 (22). С. 43.

отличаются опытом, фоновыми знаниями, коммуникативным поведением и инвентарем языковых средств, что определяется различиями в возрасте, образовании, профессии, религии, хобби, опыте путешествий, семейном положении и др.

Микрокультуры — это общности внутри макрокультуры, выделяемые на основе культурных особенностей, они представляют собой субкультуры или сокультуры и идиокультуры. Как следует из названия, сокультуры сосуществуют с национальной культурой, и этот термин предпочтительнее, чем «субкультура» или «подкультура» (лат. sub- — суб-, под), подразумевающая подчинение микрокультур макрокультуре. По той же причине — подчеркнутого неравенства в отношениях культур — в современной теории межкультурной коммуникации неоднозначное отношение к термину «магистральная культура», которая в противопоставлении сокультурам понимается как «культура, большинство членов которой принадлежат одной группе или системе. Включает наиболее типичные, конвенциональные, принятые за норму идеи, ценности, виды деятельности»<sup>1</sup>. Термином «субкультура» чаще называют группы людей, выделяемые на основе убеждений, ценностей и интересов, например хиппи, панки, байкеры, яппи и др., а «сокультура» связывается с расовой или этнической принадлежностью.

Сокультура представляет собой группу внутри одной нации, объединяющую людей на основе расы, этничности, гендера, профессии<sup>2</sup>. Люди, принадлежащие к сокультуре, усваивают первую культуру при рождении в процессе первичной социализации, а вторую — в результате вторичной социализации. Например, представители национальных республик Российской Федерации принадлежат к российской культуре и в то же время к этнической сокультуре татар, бурят, нанайцев, ненцев и др. При первичной социализации они усваивают культуру своего этноса в семье, а затем проходят вторичную социализацию в детском саду и школе, приобретая ценности и нормы российской культуры.

Помимо принадлежности к национальной культуре, а также одной и более сокультурам, общим для крупных групп людей, каждый человек в то же время имеет уникальный набор знаний, убеждений, ценностей, привычек, моделей поведения,

---

<sup>1</sup> Жукова, И. Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации. С. 204.

<sup>2</sup> Там же. С. 379.

определяющих его индивидуальные культурные особенности или идиокультуру. Идиокультура вырабатывается в процессе социализации в семье<sup>1</sup>, либо в малых группах другого типа от 8 до 25 человек, у которых могут быть общие шутки, прозвища, правила поведения, известные только им. Например, американский социолог Г. Файн, автор термина, описывал конкретную идиокультуру бейсбольной команды: игрокам на скамейке запасных было запрещено есть мороженое во время игры, поскольку для команды это стало плохой приметой, связанной с поражением<sup>2</sup>, при этом в других бейсбольных командах подобного правила никогда не было.

## 1.4. Межкультурная коммуникация

Как отметил американский антрополог Э. Холл, основоположник межкультурной коммуникации как науки, «Культура — это коммуникация, а коммуникация — это культура»<sup>3</sup>. Если каждый человек является носителем не только макро-, но и микрокультур, любое межличностное взаимодействие представляет собой межкультурную коммуникацию.

Поскольку культура понимается по-разному, а теория межкультурной коммуникации — это междисциплинарная область исследований, в науках, объектом анализа которых выступают межкультурные взаимодействия, выделяются разные аспекты в определении ключевого термина.

С. Г. Тер-Минасова, чьи труды стали основой теории межкультурной коммуникации как учебной дисциплины в России, определяет межкультурную коммуникацию в широком значении — как общение людей, представляющих разные культуры<sup>4</sup>.

В лингвистических дисциплинах подчеркивается принадлежность коммуникантов к разным культурно-языковым сообществам, в частности в лингвострановедении межкультурная коммуникация — это «адекватное взаимопонимание двух

---

<sup>1</sup> Жукова, И. Н. Указ. соч. С. 204.

<sup>2</sup> Fine, G. A. Small Groups and Culture Creation: The Idioculture of Little League Baseball Teams // American Sociological Review. 1979. V. 44 (5). P. 743—744.

<sup>3</sup> Hall, E. The Silent Language. P. 186.

<sup>4</sup> Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. : Слово, 2000. С. 13.