
О ТРАНСКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ КОНФЕРЕНЦИОННОЙ ДИПЛОМАТИИ

Ю.А. Ермошин

Кафедра английского языка
Факультет международных отношений
Белорусский государственный университет
ул. Академическая, 25, Минск, Беларусь, 220072

В статье рассматривается система факторов, мотивирующих, детерминирующих и регулирующих коммуникативное поведение представителей различных лингвокультурных сообществ, участвующих в работе международных конференций; определяются транскультурные знания и умения, необходимые специалисту в области конференционной дипломатии для эффективной англоязычной интерактивной деятельности в поликультурном контексте.

Ключевые слова: факторы, коммуникативное поведение, ценности, приоритеты, транскультурная компетенция.

В профессиональные обязанности специалистов в области конференционной дипломатии входит, среди прочего, подготовка и реализация англоязычных текстов официальных публичных выступлений (далее — текстов ОПВ) на конференциях международных организаций.

Для эффективной подготовки и реализации данных текстов специалист-международник должен обладать следующими комплексными профессиональными и лингвистическими знаниями и умениями: знанием форм, норм и методов конференционной дипломатии; текстовых и языковых норм англоязычных публичных выступлений, реализуемых в формате международных конференций (далее — МК); комплексным умением профессиональной работы с текстом на этапах его подготовки и реализации в дискурсе.

Однако для эффективного осуществления данного вида деятельности перечисленных знаний и умений недостаточно.

Дело в том, что профессиональная коммуникативная деятельность участников МК, будучи обусловленной экстралингвистическим контекстом, характеризуется интерактивностью. Следовательно, она не ограничивается продуцированием и реализацией англоязычных текстов ОПВ, а является совместной речемыслительной деятельностью выступающих и аудитории по реализации и восприятию данных текстов. В процессе этой деятельности выступающие интерпретируют, а аудитория (представляющая различные лингвокультурные сообщества) реинтерпретирует англоязычную информацию текста выступления.

При этом, несмотря на объединяющие участников коммуникативного взаимодействия факторы (общие: условия деятельности; профессиональные знания и опыт общения в повторяющихся ситуациях; единый лингвистический ресурс и средство реализации деятельности), выступающие и аудитория (являясь представителями различных культур) продолжают на нерелексивном уровне руко-

водствоваться моделями национального сознания, определенным комплексом потребностей, интересов, ценностей, приоритетов, установок и ориентаций, отражающих культурную специфичность «национальной» объективной среды, к которой они приспособлены.

Данное культурное своеобразие проявляется в особых речеповеденческих стереотипах партнеров (речь идет о «национальных» особенностях развертывания, восприятия, понимания и интерпретации англоязычной речи представителями различных культур, которые могут приводить, а могут и не приводить их к взаимному пониманию).

Следовательно, перечисленные выше объединяющие факторы (общие: условия, знания, опыт и язык деятельности) способны обеспечить оптимальный уровень интерпретации (выступающим) и реинтерпретации (поликультурным адресатом) англоязычной информации текста ОПВ, если партнеры адекватно воспринимают и интерпретируют коммуникативное поведение друг друга. А это возможно только тогда, когда партнеры понимают внутренние причины, подобное поведение порождающие.

Таким образом, для разработки эффективной методики обучения студентов-международников профессиональному коммуникативному взаимодействию с будущими партнерами по конференции, представляющими различные лингвокультурные сообщества, следует, прежде всего, рассмотреть систему факторов, мотивирующих, детерминирующих и регулирующих коммуникативное поведение участников МК. Это, в свою очередь, позволит определить комплексные транскультурные знания и умения, совокупность которых обеспечивает специалисту-международнику способность заранее представлять образ языкового коллектива, порождающего у него определенные коммуникативные ожидания; предвидеть истинные цели, преследуемые потенциальными партнерами; определять оптимальные стратегии своего коммуникативного поведения и успешно реализовывать данные стратегии в дискурсе.

Система факторов, мотивирующих, детерминирующих и регулирующих коммуникативное поведение партнеров по МК.

У народов, веками живших в различных климатических, географических и исторических условиях, вместе с развитием особых систем внутреннего взаимодействия формировался свой национальный менталитет. В литературе существует множество характеристик менталитета, отражающих сложность и многогранность данного понятия («склад ума», «противоречивая целостность картины мира», «коллективный опыт», «дорефлективный слой» общественного сознания, «социокультурные автоматизмы», «архетипы», «само собой разумеющиеся нормы» и т.д.).

Однако в большинстве случаев менталитет означает единство сознательных и бессознательных компонентов психики; специфический характер присущих коллективному субъекту ценностей, норм, установок в их когнитивном, эмоциональном, языковом и поведенческом воплощении; систему приобретенных предрасположенностей, формируемых у индивида в объективной среде и активно воспроизводимых в практике даже тогда, когда эта объективная среда отсутствует;

устойчивую модель мышления, эмоций, идеалов, проявляющуюся в стереотипах коммуникативного поведения.

Важнейшими факторами формирования, воспроизводства и видоизменения менталитета являются естественно-географические условия и социокультурный способ жизнедеятельности сообществ, которые партнеры представляют. Естественно-географические условия и социокультурный способ жизнедеятельности определяют соответствующие потребности, интересы, ценности и приоритеты государств, которые призваны отстаивать их представители. Остановимся на перечисленных категориях более подробно.

Базовые потребности. Потребности государства, которое представляют специалисты-международники, занимают ведущее положение в системе мотивации их профессионального коммуникативного поведения. Среди основных объектов потребностей государств — участников МК мы определяем потребности в ресурсах, влиянии, самоидентификации и защите своих базовых ценностей. Отражаясь в сознании специалиста-международника, потребности государства принимают форму государственных интересов, которые он как представитель данного государства обязан отстаивать.

Интересы. Интересы представляют собой наиболее близкий к потребностям фактор мотивации профессионального поведения участников МК. Вместе с тем потребности и интересы не являются тождественными понятиями. «Интерес представляет собой потребность, ставшую реальной причиной действия, осознанную в качестве цели» [2]. Участники конференций МО осуществляют свою профессиональную деятельность в соответствии с интересами своих государств, которые могут быть объективными и субъективными. В первом случае они отражают стремление к тому, что действительно объективно выгодно государству как субъекту конференционной дипломатии, во втором — стремление к тому, что представляется выгодным государственному руководству (что нередко ведет к неправильной оценке руководством страны своих государственных интересов).

Ценности. Наряду с потребностями и интересами государства (занимающими ведущее положение в формировании установки на определенное коммуникативное поведение его представителя) в структуре мотивов деятельности специалиста, участвующего в работе конференции МО, важное место занимает традиционная ценностно-нормативная основа общества, которое он представляет.

В сознании специалиста-международника, осуществляющего профессиональное взаимодействие с партнерами по МК, объективно «существуют нормативные представления о значимом и должном, о совершенных и желаемых типах отношений и действий» [2].

По мнению российского исследователя А.И. Ракитова, любую культуру следует рассматривать как двухкомпонентную структуру, состоящую из ядра и защитного пояса. Ядро культуры концентрирует в себе нормы, стандарты, правила деятельности и систему ценностей, выработанные в практике данного сообщества. Структурами, в которых реализуется информация ядра культуры, являются мифология, традиции, языковые и речеповеденческие стереотипы. Функцией ядра

является сохранение социума и обеспечение его самоидентификации, что возможно лишь при высокой устойчивости и минимальной изменчивости самого культурного ядра. Защитный пояс культуры пропускает информацию ядра во все компоненты социального механизма и активно поглощает информацию, поступающую в социум из других культур.

Таким образом, ценности следует рассматривать как внутренний стержень культуры государств, вокруг которых сосредоточена вся профессиональная активность их представителей. Ценности движут коммуникативным поведением специалистов-международников не только сами по себе (посредством нормативных представлений), но и на совокупной базе интересов и потребностей, которые направляют действия специалиста на соответствующие объекты и цели.

Ценности и интересы, представляя собой взаимосвязанные компоненты мотивационного механизма сознания специалиста-международника, все же не являются равнозначными понятиями: если интересы (при всей их весомости) определяют целенаправленные поступки, то ценности служат фундаментом мотивации всех видов профессиональных действий специалиста-международника (ориентируют в реальной коммуникативной ситуации; направляют и обосновывают профессиональные действия, являются критерием их оценки; формируют нормы коммуникативного поведения).

Так как ценности всегда относительны (лишь на собственном опыте можно выяснить, что нам действительно дорого), «к базовым ценностям государства разумнее всего следует отнести то, чем мы «традиционно» дорожим, например язык и территорию, способы мышления и организации ежедневной деятельности, религию и другие формы идеологии, политический строй и экономические системы» [3]. Иными словами, базовыми ценностями следует определить все особо ценное из нашего культурного уклада. «А если это нами столь ценимо, то желание сохранять имеющееся, защищая его от упадка и разрушения, можно и следует относить к основным потребностям человечества» [3].

Интересы государства влияют на оценку ситуации, выбор целей и формирование соответствующей установки, характеризующей готовность специалиста-международника к совершению определенных речевых и неречевых действий, направленных на удовлетворение государственных потребностей. Установка предшествует действию, является его начальным этапом, ориентированным на определенное коммуникативное поведение, играет роль ориентации специалиста-международника как субъекта дискурса на определенные действия, включая позитивное или негативное отношение к вопросу (причине коммуникативного события), вынесенному на обсуждение МК.

По мнению известных американских исследователей Г. Алмонда и С. Вербы, установка на определенный объект состоит из эмоционального восприятия и переживания объекта (аффективный компонент), логического осознания объекта и его качественных характеристик (когнитивный компонент — знание и суждение об объекте), формирования определенных ориентаций на объект (поведенческий компонент — выработка убеждений, мнений об объекте).

Установка поведения, «как показал американский исследователь Г. Олпорт, формируется на основе взаимодействия трех компонентов: потребностей, прошлого опыта и ситуации» [1].

Важность установки заключается в том, что личная позиция специалиста-международника в отношении системы как целого может не совпадать с его личным отношением к отдельным политическим институтам. Однако, несмотря на это, специалист-международник при выполнении своих профессиональных обязанностей всегда обязан демонстрировать абсолютную лояльность государству, которое он представляет (например, американцы, настроенные обычно критически ко многим лицам в правительстве, всегда проявляют высокую степень лояльности по отношению к своей политической системе, считая ее «лучшей в мире» [2]).

Таким образом, потребности и интересы государств направляют действия их представителей на соответствующие объекты и цели, а также определяют их целенаправленные поступки. В свою очередь, ценности и приоритеты являются фундаментом мотивации всех профессиональных действий специалистов-международников: ориентируют в коммуникативной ситуации, направляют и обосновывают коммуникативные действия и служат критерием их оценки. А поскольку потребности, интересы, ценности и приоритеты чаще всего не совпадают, не совпадают и коммуникативные способы, стереотипно предпочитаемые партнерами для их пропаганды и защиты (например, в зависимости от значимости в той или иной культуре формальной стороны общения и взаимного обозначения социальной позиции наблюдается стремление к реализации более пространных или менее пространных формул приветствия и прощания; «национальное» представление о необходимом для эффективного взаимодействия с партнерами уровне межличностной дистанции обуславливает стремление к ее уменьшению или сохранению; «национальное» представление о том, каким должно быть эффективное убеждающее действие, обуславливает стремление к прямоте или косвенности, рациональности или эмоциональности, индукции или дедукции, личностной вовлеченности или отстраненности и нейтральности; «национальное» представление об универсальных качествах информации (значимости, достоверности, релевантности) обуславливает стремление к ее детализации или обобщению, постановке в речи акцента на деятельный момент или на причины и сопутствующие действию обстоятельства и т.д.).

Ввиду того, что коммуникативные стереотипы участников МК являются способами целенаправленного манипулирования языком, и через него — сознанием партнеров [5] для пропаганды своих потребностей, интересов, ценностей и приоритетов, они выходят за рамки подсознательного следования «общепринятому» и представляют собой «регулируемые и сознательно конструируемые способы поведения» [5].

Однако если для их носителей указанные стереотипы являются «интерактивными ритуалами» [6] (то есть реализуются автоматически, без осознания истории их мотивировки [4]), представителю другой культуры приходится сознательно

овладевать системой речеповеденческих стереотипов партнеров и уметь связывать данную систему «с менталитетом, социальными отношениями и ценностями в обществе» [7], которое партнеры представляют.

В результате это позволяет специалисту-международнику заранее представлять образ коллектива, порождающего у него определенные коммуникативные ожидания; предвидеть истинные цели, преследуемые потенциальными партнерами; в соответствии с этим определять оптимальные стратегии коммуникативного взаимодействия и успешно реализовывать данные стратегии в дискурсе.

Таким образом, для осуществления эффективной профессиональной деятельности в условиях поликультурного контекста МК будущему специалисту-международнику необходимы следующие комплексные транскультурные знания и умения:

— знание базовых потребностей и интересов государств, которые представляют партнеры по МК; умение выявлять динамику потребностей и интересов государств, которые представляют партнеры по МК; определять оперативные потребности и интересы государств на определенном этапе профессионального взаимодействия с их представителями;

— знание базовых ценностей и приоритетов партнеров; умение выявлять динамику базовых ценностей и приоритетов партнеров; определять ценности, приоритетные для партнеров на определенном этапе профессионального взаимодействия (в зависимости от изменения потребностей и интересов государств, которые партнеры по МК представляют);

— знание национальных стереотипов мышления, а также способов их вербализации и актуальной презентации в англоязычных выступлениях представителей различных лингвокультурных сообществ; умение осуществлять межличностные контакты с партнерами с учетом особенностей их стереотипного коммуникативного поведения; использовать культурно-коммуникативное своеобразие партнеров для реализации собственных профессионально-коммуникативных задач.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Дилигенский Г.Г.* Социально-политическая психология: Учеб. пос. для вузов. — М.: Наука, 1994.
- [2] *Канашевич Н.М.* Политика. Идеология. Менталитет: Курс лекций. — Могилев: МГУ им. А.А. Кулешова, 2003.
- [3] *Кацы Д.В.* Переговоры и посредничество: инструменты повседневной практики международного. — СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2005.
- [4] *Прохоров Ю.В.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. — М.: Педагогика-Пресс, 1996.
- [5] *Токарева И.И.* Этнолингвистика и этнография общения: Монография / Под ред. Ф.А. Литвинова. Издание 2-е. — Мн.: МГЛУ, 2001.
- [6] *Goffman E.* Interaction Ritual: Essays on Face Behavior. — New York: Doubleday, 1967.
- [7] *Saville-Troike M.* The Ethnography of Communication. — New York: Basil Blackwell Inc., 1987.

ON THE CROSS-CULTURAL COMPETENCE OF A SPECIALIST IN CONFERENCE DIPLOMACY

Y.A. Yermoshyn

Chair of English
Faculty of International Relations
Belarusian State University
Akademicheskaya str., 25, Minsk, Belarus, 220072

The article focuses on the system of factors motivating, determining and regulating the communicative behavior of the representatives of different linguistic communities, subjects to international conferences. The cross-cultural knowledge and skills a specialist in conference diplomacy must possess to interact efficiently in English in multicultural context are determined.

Key words: factors, communicative behavior, values, priorities, cross-cultural competence.