

# Прикладные аспекты межкультурной коммуникации

## Intercultural communication aspects

**Лариса Медиченко**

Брестский государственный технический университет

### **Abstract**

The article presents the cultural clash between Belarusian and Chinese citizens. The author analyses the adaptation problems of social groups being under pressure from a foreign culture. The article includes a detailed analysis of intercultural communication in work environment

**Keywords:** intercultural communication, culture clash, Belarusian culture, Chinese culture

### **Введение**

Процессы глобализации активно вторгаются не только в сферу экономики, но и в сферу культуры. Однако, несмотря на все успехи глобализации все еще сохраняется своеобразие национальных культур в различных регионах мира. Специфика национальных культур оказывает огромное влияние на межкультурную коммуникацию, которую традиционно принято трактовать как общение носителей разных культур, а в конечном итоге – «носителей разных национальных сознаний» (Тарасов 1996, с.7). На межкультурную коммуникацию влияют многие факторы: взаимные стереотипы, различие в ролевых ожиданиях, обычаи, особенности невербального поведения. Поэтому в этом процессе никто не застрахован от столкновения, конфликта ценностей.

С особенностями межкультурной коммуникации мы столкнулись на собственном опыте. Мы – это группа преподавателей русского языка из Беларуси, которые приехали в КНР, в Хух-Хотоский профессиональный

институт (Hohhot Vocational College) в рамках реализации проекта подготовки китайских студентов по системе обучения «3+3». Цель нашего пребывания там – обучение китайских студентов русскому языку, чтобы впоследствии, они смогли продолжить свое профессиональное образование в Беларуси.

Как представители другой культуры, мы видим, какими бурными темпами развивается китайская культура, какой трансформации подвергаются её традиционные основы: изменения происходят в межличностных отношениях, ценностных ориентациях и др. Все это факторы, сопутствующие процессу модернизации китайского общества. Мы отмечаем, что в культуре современного Китая появилось много образцов западной массовой культуры, отличных от традиционных ценностей китайской культуры. В рамках формирующейся мировой глобальной системы все меньше различий заметно в функционировании повседневной, бытовой культуры: уже никого не удивляет наличие в КНР современной городской инфраструктуры, цифрового телевидения, мобильных телефонов и т.д. Однако различия в культурах еще дают о себе знать, и нередко контакт с иной культурой приводит к разнообразным проблемам, связанным с непониманием чужой культурной среды. Как многие визитеры, мы по-своему пытались адаптироваться к чужой для нас культуре, однако определенные проблемы адаптации к новой культурной реальности проявлялись не только в ценностных различиях, наборе навыков, которыми можно и нужно владеть, но и оказывали свое влияние на профессиональную деятельность. Исследования процесса межкультурной коммуникации имеют большое значение для практики, и, прежде всего, для образования, которое, как известно, является мощным каналом культуры. Поэтому *целью* данной статьи, стало не только обозначение данного наблюдаемого феномена, но и:

1. описание культурной специфики региона Внутренняя Монголия (Inner Mongolia);
2. обозначить возникающие в процессе межкультурной коммуникации сложности и противоречия с целью предотвращения возможных недоразумений при интерпретации ситуативных действий коммуникантов;
3. показать отличия реакций и установок в ситуациях межкультурного взаимодействия;
4. предусмотреть возможность использования результатов прикладного значения в разработках для практических занятий (тренингов) по развитию кросскультурной восприимчивости.

Наше исследование, имеющее прикладной ориентированный характер (его результаты предназначены для непосредственного использования в профессиональной сфере деятельности – в сфере образования), базируется на основных положениях теории межкультурной коммуникации.

Взаимоотношения разных культур получили название «межкультурная коммуникация» в культурной антропологии, что обозначает обмен между двумя и более культурами продуктами их деятельности, осуществляемый в различных формах. Понятие «межкультурная коммуникация» впервые было сформулировано в 1954 году в работе Г. Трейгера и Э. Холла «Культура и коммуникация. Модель анализа». В этой работе под межкультурной коммуникацией понималась идеальная цель, к которой должен стремиться человек в своем желании как можно лучше и эффективнее адаптироваться к окружающему миру. В узком смысле термин «межкультурная коммуникация» появился в литературе в 1970-х годах в учебнике Л.Самовара и Р.Портера «Коммуникация между культурами» (*Communication between Cultures*) (Samovar, Porter 1991).

Прежде всего, необходимо отметить, что непосредственно проблема коммуникации в культуре рассматривалась в работах Хабермаса Ю. (Habermas J.), Роджерса Е.М. (Rodgers E.M), Ионина Л. и др. Существенное теоретико-методологическое значение для изучения межкультурной коммуникации в контексте культуры имеют труды в области культурологии, социологии, философии, этнологии, этнографии таких ученых, как Бромлей Ю.В., Гачев Г.Д., Ерасов Б.С., Почепцов Г.Г. и др.. Исследования этих авторов способствуют пониманию целостности и комплексности проблем межкультурного общения.

В большинстве учебных источников (Гудков Д. 2001; Грушевицкая, Попков, Садохин 2002; Тер-Минасова 2000; Gudykunst 1984; Samovar, Porter 1991) определение «межкультурная коммуникация» производится за счет сочетания ключевых составляющих - коммуникации и культуры. Ряд работ отражает различие межкультурной коммуникации от близких, смежных с ней видов коммуникации: кросс-культурной, глобальной, межрасовой, международной и т.п. (Gudykunst 1984; Samovar, Porter 1991).

В процессе межкультурной коммуникации возможны «подводные течения», связанные с предопределенностью нашего восприятия. Зачастую это провоцирует столкновение, конфликт культурных ценностей, что вызывает состояние культурного шока. Эта позиция рассматривалась в работах американских антропологов К.Оберга, Ф.Бока. В конце 70-х гг. установлено, что межкультурная коммуникация отлична от межкультурной

адаптации (осн. К.Оберг), под последней больше принято понимать психологическое приспособление, а не собственно коммуникацию (Оберг 2002).

Особый научный подход к межкультурной коммуникации представлен в теории адаптации, разработанной в трудах американской исследовательницы Я. Ким (2000). Эта теория рассматривает динамику адаптации человека к чужой культуре как прибывшего за границу на короткий срок, так и проживающего там долгое время. В процессе адаптации индивид достигает соответствия с иной культурной средой, не приспособляясь к ней путем принятия иных ценностей, а обогащаясь ценностями новой культуры, синтезируя обе культуры - чужую и собственную. Согласно исследованиям Я. Ким следствием адаптации индивида при благоприятном стечении обстоятельств является его личностный рост. Это относится и к профессиональной деятельности человека. Особенности профессиональной коммуникации исследуются в работах Р. и С. Сколлон. Авторы утверждают, фактически любая профессиональная коммуникация - это коммуникация через границы, разделяющие нас в разные дискурсивные группы (Scollon, Scollon 2001).

Формированию коммуникативной компетенции, способствующей предотвращению возможных недоразумений, дискриминации и возникновения культурных стереотипов, посвящены работы Караулова Ю. Н. (1987). Халеевой И.И. (1999) и др. В условиях межкультурной коммуникации формируется вторичная языковая личность, которая обладает способностью реализовать себя в рамках диалога культур, при котором человек должен строить свое общение с выходцами из других культур, исходя из знания специфики этих культур.

На основании вышесказанного межкультурную коммуникацию мы будем рассматривать как совокупность разнообразных форм отношений и общения между индивидами и группами, принадлежащими к разным культурам.

## **1. Региональные особенности культуры автономного района Внутренняя Монголия**

Еще, будучи дома, мы по-своему представляли особенности жизни в Китае, те изменения, которые происходят при модернизации китайского общества, но реалии оказались намного интереснее и непредсказуемы. Перед поездкой мы мечтали, что сможем хоть раз прокатиться на рикше, но, увы, последний

раз рикшу я видела только в городском парке польского города Катовице. Зато на севере Китая есть пассажирское такси, которое местные шутники называют «такси на юань дешевле» - это местные умельцы превращают трехколесный мотороллер в «ходячую будку» на колесах (причем вместо стекол у него полиэтилен, а кузов из листов пластика). Находясь в Китае и знакомясь воочию с другой страной и другой культурой, ты очень ясно ощущаешь, что в стране растет потребление и меняется уклад жизни. И если дома до отъезда «бывалые» люди тебе рассказывали о бедной жизни в Китае и о дешевизне товаров, то сегодня это уже далеко не так. В городах Китая современные дома и дороги, хорошо продуманная инфраструктура. По городским проспектам курсируют современные автобусы и такси. Действительно, за последние годы Китай очень изменился, и трудно себе признаться в том, что в реальности мало что сохранилось от того образа патриархального Китая, который мы зачастую представляем себе.

Хотелось бы немного сказать о регионе, где мы работали. Это автономный округ Внутренняя Монголия на севере Китая (граничит с Россией и Монголией), до Великой Китайской стены, где проживали в основном кочевники. Для защиты от них южане и построили стену. Но, как утверждают отдельные ученые, строительство Великой Китайской стены не сыграло никакой роли в сдерживании кочевников. Стена взбегает по склонам и кручам гор и спускается в долины, но как оборонительное сооружение она не имеет практического значения. Армии кочевников не мчатся по горам, а сама Великая стена за свою историю не пережила ни одного штурма. Ею пользовались как дорогой, поднятой над уровнем земли, для переброски войск и наблюдения за тем, что делается по ту сторону стены. Она также огораживала территорию цивилизации. Говоря словами китайского историка 2 века до н.э. Сыма Цянь, внутри стены «те, кто наряжен в шапку с кушаком» (т.е. ученые), вне стен – варвары (это он так о коренных жителях севера Китая) (Мэн 2007, с.75).

С 1947 года Внутренняя Монголия находится в составе КНР. Местные источники утверждают, что во Внутренней Монголии монголов 8 млн., а это в 5 раз больше, чем во Внешней Монголии (МНР). Но на данный момент во Внутренней Монголии основное население уже не монголы, а приезжие китайцы-ханьси (южане). Кроме того, представлены такие этносы, как дауры, буряты, эвенки, орохоны, уйгуры. Так как они числятся национальными меньшинствами, то им в семьях можно иметь и по двое детей, но не многие этим пользуются. Также в этом автономном районе проживает самая большая община своеобразного этноса хуэй – китайцы-мусульмане. Письменность в

регионе на 3-х языках – китайские иероглифы, монгольская (древняя, не кириллица) и транскрипция латиницей китайских названий («пиньон»). Разговаривают на местном наречии – помеси монгольского и китайского языков. Поэтому в общении никакие китайские разговорники не помогали. С другой стороны, реверанс в сторону малых народов: рядом с нашим профессиональным колледжем – колледж малых народов, где готовят учителей для этнических школ – уйгуров, бурятов, манджоуго. В школах региона есть обучение на монгольском языке, а в медицинском университете есть факультет традиционной монгольской медицины.

С 1949 года в регионе активно развивается экономика. Основные отрасли промышленности связаны с добычей природных ископаемых, редких металлов и металлургией. Пастбища Внутренней Монголии самые обширные в Китае. Здесь выращивают лошадей, быков и овец. Основные местные товары – высококачественная шерсть, ковры, мех и хуанхэйский карп. Исторически сложилось, что китайцы-ханьси мало употребляют в пищу молока, но местные монголы – это противоположная традиция. Монголы пьют много молока. Особенно если это происходит утром на завтрак у студентов, то на занятиях они сидят полусонные. Очень популярен у монголов так называемый монгольский чай – это черный чай, заваренный на молоке с добавлением щепотки соли (он солоноватый на вкус), а в отдельных случаях в чай добавляют пшеничную крупу (сразу не то суп, не то каша). Хух-Хото – столица молочной промышленности северо-запада Китая. Молоко здесь по вкусу отличается от привычного нам, возможно, это связано с условиями выпаса животных (мы видели по дороге в Харбин, как при  $t^{\circ} -20^{\circ}$  на открытом воздухе зимой пасутся коровы) и со спецификой производства молочной продукции. Так, вскрытый пакет молока благодаря добавкам неделю не закисает без холодильника. Практически не производится сливочное масло, твердые сыры, сливки, кисломолочные продукты (творог, кефир). Только в отдельных частных монгольских магазинчиках можно было купить сметану.

Столица Внутренней Монголии – город Хух-Хото (Huhhot). Название города образовано от 2-х монгольских слов («хух», «хот»), что означает «голубой город». Его население превышает 2 млн. человек (для Китая это немного, если учитывать, что в Пекине 12 млн., а в Шанхае – 16 млн. жителей). Отличительная особенность архитектуры города – наличие так называемых этнических кварталов. Это ярко выражено в архитектурном облике кварталов, где фасады зданий отражают этническое цветовое своеобразие: в мусульманском квартале – преобладает сочетание желтого и

зеленого с позолотой, монгольский проспект – сочетание белого и голубого цвета. Вообще, по инфраструктуре город молодой, хотя говорят о его более чем 500-летней истории. И все же по организации городского пространства можно судить, что городу, в современном понимании, 30-40 лет: развязки дорог, большие эстакады, широкие проспекты. Таких скученных маленьких улочек или кварталов (так называемых «шанхайчиков»), как мы представляли себе по телевизионным репортажам, нам не попадалось.

В столице Хух-Хото и регионе в целом живо ощущаешь пережитки кочевого образа жизни монголов. Многие здания имеют куполообразную форму юрты и украшены изображениями лошадей. Лошадь придает монгольскому всаднику чувство гордости и превосходства, что нашло отражение и в языке. У монголов более трехсот терминов, используемых для описания лошадиной внешности и нрава: масти, общей стати и менее значительных деталей (вроде гривы или хвоста) и т.д. Одним из самых популярных местных монгольских праздников считается Надам (развлечение). Во время праздника проводятся соревнования по борьбе, стрельбе и скачки на лошадях. Когда-то они служили для демонстрации силы и храбрости, но и сегодня их назначение не претерпело изменений.

Монголы были язычниками, сохранявшими веру предков в святость природных явлений и предметов. Здесь они считаются уже китайскими монголами (как бы уже не монголы, но еще не китайцы). Это различие связано с традиционным образом жизни: монголы – скотоводы-кочевники, а китайцы – цивилизация «земляных червей» - крестьян и жителей городов. Отсюда и очень пестрая картина в религиозной обстановке: есть разновидность даосов (определенное направление, характерное именно для монголов); есть много мусульман. Многие студенты, с которыми мы работали, подчеркивали, что они христиане. На Рождество здесь в костел трудно протиснуться даже с европейской физиономией. В регионе есть также ряд протестантских общин. Особой достопримечательностью города Хух-Хото является ламаистский монастырь Дачжао (основан в 16 в.) – крупный центр тибетского буддизма. Вокруг этого храма деревянной конструкции и возник древний город Хух-Хото.

В юго-западной части города Хух-Хото расположена гробница Чжао Цзюнь. Здесь захоронена Ван Чжао Цзюнь, наложница ханьского императора. В древнем Китае ее почитали как одну из самых красивых девушек, а сейчас – как одну из прародительниц нации. Местные называют это место могилой «принцессы» (калькированный перевод с английского). Хотя сами говорят о том, что в этом месте захоронены только вещи

принцессы, а место захоронения ее тела так и остается тайной. Но, тем не менее, это целый комплекс построек с двумя музейными экспозициями, конференц-залами, 2 сада-парка для отдыха, парк скульптур и т.д. Но! Практически нет туристов – ну не вызывает у них интереса собственная история. Да и дороговато для китайцев – 10 долларов билет. Потом, когда в студенческих аудиториях мы спрашивали у студентов, кто посещал этот комплекс, то оказалось, что 1-2 человека в группе, а то и вовсе никто. Зато особой популярностью у паломников, пользуются Мавзолей (г. Баотоу) и Храм (г. Улан-Хото) Чингисхана (Темучина), вызывающие чувства исторической гордости и местного регионального патриотизма. Повсеместно в регионе в изобилии символика, связанная с Чингисханом: коврики, спичечные этикетки, ножи, буклеты, брелоки и т.п. Притом, что все-таки воины Чингисхана напали и грабили провинции Китая.

Китайцы с гордостью утверждают, что за 30 лет модернизации и урбанизации китайского общества, они прошли такой же путь, что прошла Европа за 200 урбанизации. Но 30 лет - очень маленький срок, чтобы изменилось сознание бывших «детей степей». В Хух-Хото многие элитные жилые кварталы отгорожены высокими железными решетками, а въезд во двор зачастую перегороден шлагбаумом и стоит будка с охранниками. Между дворами может быть решетка в виде ширмы с такими извилистыми проходами, что больно смотреть, как велосипедистам приходится протискиваться сквозь нее. Сначала мы расценили это как один из факторов борьбы с преступностью. Но позже мы узнали, что такие проходы связаны с национальной спецификой. В Китае считается, что черт ходит по прямой, и потому у входа в любое жилище находятся ширмы таким образом, что войти по прямой невозможно (в данном случае во внутренний двор).

Таким образом, хотелось бы подчеркнуть, что в культуре региона Внутренняя Монголия ощущается состояние переходности (маргинальности): от традиционной монгольской культуры (кочевников и скотоводов) к официальной государственной китайской культуре, в функционировании которой сегодня не последнюю роль играют тенденции современной массовой культуры.

## **2. Особенности межкультурной коммуникации**

Большинство специалистов считают, что говорить о межкультурной коммуникации (интеракции) можно лишь в том случае, если люди представляют



разные культуры и осознают все, не принадлежащее к их культуре, как чужое (Гудков 2000; Грушевицкая, Попков, Садохин 2002; Иконникова 1994). Различия между культурами приводят к каким-либо трудностям в общении. Эти трудности связаны с разницей в ожиданиях и предубеждениях, свойственных каждому человеку, и, естественно, отличающихся в разных культурах. Отношения являются межкультурными, если их участники не прибегают к собственным традициям, обычаям, представлениям и способам поведения, а знакомятся с чужими правилами и нормами повседневного общения. Это определение точно характеризует условия нашего пребывания во Внутренней Монголии. Поэтому хотелось представить интерпретацию наших впечатлений от столкновения с такой необычной и своеобразной культурой в разных функциональных сферах межкультурной коммуникации: социальной, межличностной и профессиональной.

## **2.1. Особенности социальной коммуникации**

В обыденном общении (социальная коммуникация) как и многие визитеры, мы по-своему пытались адаптироваться к чужой для нас культуре. Но, определенные проблемы адаптации к новой культурной реальности проявлялись не только в ценностных различиях, но и в бытовом плане: где и как переходить дорогу, как вести себя в общественных местах. Например, у нас разное представление о том, что такое «мусорить» или «давать работу уборщикам». Нам очень трудно было воспринимать тот факт, что многие горожане предпочитают ходить не по тротуарам, а по проезжей части. На наш вопрос: «Почему так?», - очень оригинальным был ответ одного нашего китайского коллеги: «Потому что людей много, а тротуаров мало».

Со стороны местного населения нас поражало по-детски наивное внимание к нашим персонам. На нас постоянно оглядывались незнакомые люди, рассматривали по-детски непосредственно и наивно, не будучи знакомы с нами, просили сфотографироваться вместе, пытались прикоснуться и потрогать нас. Когда они видели белое лицо (а судя по нашему опыту не очень часто), то первая их дружественная реакция – «хэллоу» (даже нищие, которые бредут за тобой и кланчат деньги). Незнакомые дети на улице могут бежать за тобой кричать «мейгуо» - «Америка, американец». О том, что есть еще и Европа с белыми людьми, возможно, они и не знают. А уж объяснить из какой ты страны – т.е. где находится Беларусь, практически невозможно: между Польшей и Россией им ни о чем не говорит. В лучшем случае могут

понять, что ты не американец, а русский. Какая там Европа. Когда мы пытались объяснить, что мы белорусы, то иногда нас расценивали как аристократов (белорусы – «бай эйлос» - это белые русские). В Северном Китае после революции было много дворян, белогвардейцев (особенно в Харбине). Поэтому при переводе на китайский язык мы, белорусы, все исключительно «аристократы». Родители с энтузиазмом подталкивали к нам упирающихся детей, которых они заставляли сказать нам «Хэллоу!» (хотя это приветствие к русскому языку не имеет никакого отношения). Подобные формы внимания к незнакомым людям трудно представить в Беларуси. Такое трепетное и наивное отношение к нашим персонам, временами нас просто шокировало, т.е. вызывало культурный шок (иногда используются сходные понятия — «шок перехода», «культурная утомляемость»).

В межличностном общении в первое время нас шокировал громкий смех при встрече с тобой. Таким способом выражается радость от встречи со знакомым человеком. Но с точки зрения европейца трудно привыкнуть к тому, что в общественных местах является признаком того, что человек сегодня имел еду (кушал). Нас поражали особенные вопросы при встрече со знакомыми китайцами: «Что Вы сегодня кушали?» И мы подробно должны были перечислять все съеденное нами за день. Как оказалось, подобные вопросы это не праздный интерес, а форма вежливости, форма приветствия.

Многие наши представления о чистоте, об уважении к чужому труду, о способах сохранения здоровья не находили ответа в новых реалиях нашей азиатской жизни. Зачастую это было связано с тем, что мы основываем наше толкование полученных сигналов на нашем жизненном опыте и культуре. Наше удивление вызывали на первый взгляд неприметные бытовые сценки. Неизгладимые впечатления оставил у нас визит в поликлинику, где пациенты, вместе с медперсоналом свободно курят в рекреациях, процесс приготовления гомеопатических лекарств происходит в вас на глазах прямо в тазике у входа в поликлинику. При обслуживании в парикмахерской приходилось переступать через волосы предыдущих клиентов (полагаю, их не убирали намеренно, чтобы показать, что есть клиенты и салон пользуется популярностью). Студенты в аудиториях, как и горожане на улицах, не выбрасывают мусор в специальные контейнеры, а себе под ноги, тем самым давая работу уборщикам.

Поражала необычность проведения больших семейных торжеств. Нам довелось побывать на свадьбе, на празднике «100 дней» (это первый показ родственникам новорожденного младенца), на отмечании дня рождения мальчика (это делается не каждый год, а 1 раз в 12 лет, согласно циклу

китайского календаря). Какое бы событие ни отмечали – его продолжительность 1.5 - 2 часа – не больше. Перед началом празднований гости выстраиваются в очереди к двум столам – чтобы подарить по 200 юаней и расписаться за это в ведомости.

Интересный случай был в местном зоопарке. Возле вольеров и клеток с животными гуляет папа с мальчиком. Мальчик тыкает пальчиком в разных животных и что-то щебечет. На все его вопросы у папы один ответ «Хауче» («хау» - хороший, «че» - еда, т.е. хорошая еда или вкусно). Вот такой утилитаризм.

Термин «культурный шок» был введен американским антропологом К. Обергом (2002). Он отметил, что вхождение человека в чужую культуру зачастую сопровождается неприятными ощущениями при осознании различий между культурами. Причины этого кроются в неожиданности столкновения с опытом чужой культуры. Сила шоковой реакции определяется глубиной различий между прежней и новой культурой. Поэтому различные исследования отмечают, что в процессе межкультурной коммуникации часто возникают не только отрицательные эмоции, но и происходят разные конфликты. Когда конфликтующие индивиды принадлежат к одной и той же этнической группе, конфликт остается частным. Но если эти люди принадлежат к разным национальностям, конфликтная ситуация легко обобщается - отрицательная оценка одного индивида другим может превращаться в отрицательный стереотип этнической группы: все белорусы такие, все китайцы такие.

В межкультурной коммуникации мы сталкиваемся с различными взглядами и разной трактовкой понятий. Когда мы говорим, например, о дружбе, взаимопонимании, радости или гневе, мы невольно приписываем этим понятиям культурно обусловленные смыслы, присущие соответствующим словам нашего языка. Тем самым мы придаем им несуществующую универсальность и совершаем серьезную культурную ошибку. На разнице оценочных суждений (категорий) образуются конфликтогены. Необходимо отметить, что в процессе работы над данной статьей примеры потенциально конфликтных ситуаций добывались методом интервью с использованием методики «критического инцидента»: респондентам предлагалось вспомнить события, в которых произошло что-то, что резко (позитивно или негативно) изменило их мнение о представителях другой культуры. Так мы столкнулись с тем, что различный смысл белорусы и китайцы придают многим универсалиям культуры, таким как дружба, коллективизм, взаимопомощь, верность слову, порядочность и

др. По отзывам китайских студентов, ранее обучавшихся в Беларуси, их обижал тот факт, что белорусы не всегда исполняют охотно и добровольно данное ранее обещание. Для китайца же не просто что-то пообещать, но он более ответственно относится к данному слову. В тоже время белорусские студенты говорили о таких чертах китайцев как скрытность и хитрость. Поэтому неслучайно Гирт Хофстеде определяет культуру как "коллективную ментальную запрограммированность, часть предопределенности нашего восприятия мира, общую с другими представителями нашей нации, региона или группы и отличающую нас от представителей других наций, регионов и групп" (Hofstede 1991).

Различие в культурах вызывает непонимание, обиду и страх. Так, китайские студенты, ранее обучавшихся в Беларуси, отмечали, что некое неприятие и непонимание у них вызывала «холодность» и даже безразличие белорусов по отношению к иностранцам. Возможно, это было связано с тем, что традиционно белорусы очень сдержаны в общении. В отличие от русских, о них нельзя сказать «душа нараспашку». И такая традиционная сдержанность белорусов в общении, китайскими студентами воспринималась как безразличие.

Китайские студенты отмечали даже случаи негативного отношения со стороны отдельных представителей белорусской молодежи и подростков. Одним из объяснений причин такого негативного отношения были факты из жизни белорусов, когда они в своей повседневной жизни сталкивались с товарами китайского производства не очень высокого качества. Справедливости ради, необходимо отметить, что эту недоброкачественную китайскую продукцию в Беларусь завозили свои же белорусские предприниматели и устанавливали на нее высокие цены. Таким образом, в сознании белорусского обывателя неприязненное отношение к некачественным товарам из Китая выражалось неприязненным отношением к китайским студентам, которые, естественно эту продукцию не производили, но были представителями своей страны. Таким образом, китайские студенты на своем личном опыте столкнулись с механизмом формирования предрассудков, что позволяет людям (в данном случае белорусам) эмоционально реагировать на человека, причинно не связанного с возникновением этой реакции. Этот механизм формирования предрассудков называется психологическим процессом перемещения. Механизм перемещения позволяет направить гнев и враждебность людей на объект, не имеющий отношения к причинам этих эмоций.

## **2.2. Особенности коммуникации в профессиональной сфере деятельности**

Много местных особенностей было связано с нашей профессиональной деятельностью. В студенческих группах мы преподавали русский язык в паре с китайскими коллегами: они грамматику русского языка, а мы разговорный аспект. Удивление вызывали многие вещи, прежде всего, это количество студентов в обучаемой языковой группе (по 40-45 человек, это притом, что у нас традиционно языковые группы 8-12 человек). Вся нагрузка на голосовые связки: группы большие, приходилось по аудитории много передвигаться, подходить к разным группам студентов. Это вызвало «недоумение» как у студентов, так и у коллег-китайцев, присутствовавших на наших занятиях. У них «Учитель» (Лао Ши) стоит за кафедрой у доски как божок – и медленно, глубокомысленно «извлекает» из себя истины. Не принято выходить к студентам из-за кафедры или повышать голос – не солидно. Среди студентов, кто заинтересован выучить язык – садиться на первые парты, а остальные садятся как можно дальше от учителя. Мы же с нашим советским воспитанием пристаем ко всем, пытаемся найти у них понимание и сочувствие. Поэтому у нас уходит много энергии, пока объяснишь студенту, что ты у него спрашиваешь и что он должен ответить (проксодика – наш темп речи, громкость голоса и манера говорить отличны от китайских). Таким образом, первоначально в своей профессиональной деятельности мы сталкивались с непониманием, так как принадлежность к разным культурам нарушала наши и их ожидания. Непонимание было связано с различными представлениями и ориентациями в отношениях «преподаватель – студент». Как известно, пространственный фактор в коммуникации может служить для выражения отношений «господства – подчинения». Нарушение же нами представлений китайцев о солидности «лао ши» (выход из-за кафедры к студентам, сокращение межличностного расстояния), к тому же белого европейца (белый цвет кожи – мечта многих современных жителей Поднебесной), поначалу приводило их в замешательство и вызывало недоумение. Это пример из области проксемики. Но, в ответ, нас удивляли символические формы поведения студентов: это шарканье ногами, как признак покорности и извинения, в ответ сделанное преподавателем замечание.

Вне стен учебного заведения нас поражало, что студенты при случайной встрече с нами, старались как можно ярче подчеркнуть наше знакомство. Мы постепенно привыкали к тому, что в магазине или в автобусе студенты тебя

могут похлопать по плечу и сказать с поклоном «Здравствуйте!», тем самым обратив на себя внимание окружающих сограждан.

Проблема межкультурной коммуникации неразрывно связана с проблемами культурной толерантности и комплементарности, с интересом к иной культуре. В качестве профилактики проблем межкультурной коммуникации необходим поиск точек ценностных совпадений или пересечений. Поэтому в своей работе (сфера профессиональной коммуникации) мы старались при составлении и использовании разговорных текстов по русскому языку учитывать специфику китайской культуры, как принимающей стороны.

Как один из рабочих моментов, нас удивил следующий факт: на разговорных занятиях по языку проходили тему «Моя семья». Вопросы элементарные – как тебя зовут, кто мама, папа, есть ли бабушка и дедушка. Что поразило нас (и это феномен не одной группы) – не знают имен и возраста бабушек и дедушек. Может это потому, что у них в языке различаются бабушка и дедушка по папе и по маме. Например: бабушка – Цзу Му (по отцу), а Вай Цзу Му (по матери). Тоже самое и с дедушкой: аналогично Цзу Фу и Вай Цзу Фу. В ответ внук (от сына) Сунь Цзы, (от дочери) Вай Сунь Цзы, поэтому имена помнить как-то не логично. Поэтому разговорные тексты корректировались, исходя из особенностей китайской культуры. Так, например, очень трудно было объяснить выражение «плавать в реке», так как в Китае в реке не плавают (опасно), а уж смысл выражения «плавать на экзамене» объяснить практически невозможно. Тоже, относительно выражения «иду на дискотеку (которую в русском языке трудно назвать танцевальным клубом), где танцую в компании с друзьями». Через разговорные тексты происходило знакомство с новой культурной средой, куда будут попадать обучаемые нами студенты. С этой целью мы предлагали разговорные тексты страноведческого характера. Таким образом, в процессе обучения русскому языку мы выполняли еще и функции своеобразных культурных ассимиляторов – специально подготовленных носителей языка, деятельность которых в дальнейшем будет способствовать менее болезненной адаптации китайских студентов в Беларуси. Через разговорные тексты мы старались культивировать знание китайскими студентами истории и культуры своей страны, своего города. Здесь важно не только знание, но и умение поделиться этими знаниями на русском языке. Поэтому основная наша деятельность была направлена на то, чтобы тексты несли больше смысловой нагрузки.

В своей профессиональной деятельности мы не только косвенно, но и напрямую столкнулись с проблемой интеллектуального пиратства. Нам стало понятно, почему это понятие с трудом приживается в китайской культуре, где своеобразное понимание «копии и оригинала». Все мы работали по учебнику русского языка: «Будай В.Г. Русский с алфавита. Практический курс русского языка. Мн., 2003». Обратила на себя внимание одна деталь: учебник отпечатан типографским способом уже в Китае, однако на форзаце и на 17-й странице стоят штампы «Установова адукації «Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П.М.Машэрава» Бібліятэка». Они с этими штампами так и напечатали у себя всю партию учебников. Может это о том, что в наших культурах разные представления о пиратстве?

### **2.3. Влияние процессов глобализации на культуру проведения свободного времени китайской молодежью**

Мы отмечаем, что в культуре современного Китая появилось много образцов западной массовой культуры, отличных от традиционных ценностей китайской культуры. Процессы глобализации активно влияют и изменяют культуру проведения свободного времени молодежи. Много интересного о способах и формах проведения свободного времени мы узнали на занятиях из разговорных текстов по теме «Мое свободное время», подготовленных студентами. Их интересы можно разделить по двум направлениям: спортивные и компьютерные игры. Из спортивных игр наибольшей популярностью пользуется баскетбол (что не является традиционным видом спорта для китайцев, особенно учитывая небольшой рост китайцев). На втором месте по популярности футбол, причем европейский. Они любят не только играть в футбол, но и смотреть игры чемпионатов Европы и мира по ТВ. Отсюда довольно приличное знание правил футбола и звезд мирового футбола, а также сдержанная оценка возможностей китайских футбольных команд. Далее по популярности следуют бадминтон и настольный теннис (пинг-понг). Необходимо отметить, что 1 раз в год организуются вузовские спартакиады по легкой атлетике, в которых участвуют все студенческие группы. Нас поразило, что повсеместно: во дворах жилых домов, в парках и на спортивных площадках учебных заведений много спортивных силовых тренажеров. Возможно в этом причина успеха китайских спортсменов на Олимпиаде 2008 в Пекине. Все эти факты свидетельствуют о том, что из современной студенческой жизни, в принципе исчезают элементы

традиционных состязаний, связанных с особенностями жизни народов Северного Китая (в данном случае скотоводов-кочевников, ведь это провинция Внутренняя Монголия). Даже в находящемся с нами по соседству колледже малых народов, который готовит учителей для национальных школ (уйгуры, эвенки, орохоны и дауры), где также проходила студенческая спартакиада, но не было замечено элементов состязаний, связанных с этническими культурными традициями.

Не меньшей популярностью у китайских студентов пользуются и компьютерные игры. Большую часть свободного времени студенты проводят в компьютерных салонах и залах игровых автоматов. Причем разнообразие компьютерных игр учитывает интересы как юношей (это, в основном, «стрелялки»), так и девушек (многие студентки говорили о такой захватывающей компьютерной игре как «Танцы»). Сложности в процессе преподавания русского языка вызывали некоторые особенности менталитета китайских студентов и специфичность данной региональной китайской культуры. Очень долго при подготовке текста «Мое свободное время» мы объясняли смысл выражения «танцую с друзьями на дискотеке». Оказалось, что «танцевать на дискотеке» не отвечает специфике китайской культуры (нет дискотек), а популярностью пользуются караоке-клубы, где в отдельных кабинетах можно вместе с друзьями петь, немного пританцовывая.

Студенты открыто признавались, что в свободное от учебы время они мало читают и ходят в кинотеатры. Речи не могло идти о том, что в свободное время студенты смотрят телевизор, т.к. согласно правилам, принятым в Китае для студентов, все они обязаны жить в студенческих общежитиях (даже местные, городские). А по правилам внутреннего распорядка вуза в общежитиях до 21.30 нет электричества, т.к. студенты обязаны находиться в учебных корпусах – готовиться к занятиям (надо отметить, что утруждают так себя немногие студенты). По опросу студентов очень мало кто из них, в выходные дни или во время каникул помогает родителям в домашних делах (так традиционно сложилось в Китае, что девушки не умеют готовить, но многие из них занимаются рукоделием – например, вышивают). Исходя из политики государства, китайские семьи становятся все меньше и меньше (политика одна семья – один ребенок), поэтому при опросе только единицы говорили, что у них есть младшие братья и сестры, с которыми они играют и о которых заботятся в свободное время.

В процессе преподавания мы отметились и такую особенность организации свободного времени – у местных студентов не сформирована



потребность в краеведении. В городе Хух-Хото и его окрестностях есть ряд великолепных музеев, с богатейшей экспозицией, но по опросу в группах мы не выявили студентов, побывавших в них. Хотя студенты хорошо знают растиражированные имена героев современности – первого космонавта Китая, молодого пианиста Ланг Ланга. Многие студенты знают наизусть стихотворения Мао Дзэдуна, который для них в первую очередь поэт, а потом уже вождь, революционер и политик.

В структуре свободного времени студента определенное место занимает и прослушивание современной музыки, как китайской (надо отметить, что даже на центральном телевидении есть музыкальный канал формата MTV с душещипательными клипами о любви), так и в исполнении мировых звезд. Из российских исполнителей особой популярностью пользуется Витас. Однажды на занятия студент принес для правки текст. Впоследствии выяснилось, что текст песни Витаса он записывал на слух с магнитофона для дальнейшего исполнения на концерте студенческой самодеятельности.

Отношения между юношами и девушками можно назвать больше дружескими, чем эротически окрашенными. Возможно, это связано не только с традиционной культурой (которая, впрочем, не отличается навязчивой развязностью), но и с политикой государства – приветствуются поздние браки. Такая политика государства дает свои результаты: дети рожденные до разрешенного возраста родителей (девушки 21 год – мужчины 23 года) – вообще никак не регистрируются, не получают медицинского обслуживания, и даже в дальнейшем никогда не имеют паспортов (документов). А забеременевшую студентку запросто исключают из вуза. Как результат - увеличился средний возраст при вступлении в первый брак, что отражает общемировые тенденции. По статистике в 70-х годах 20 в. в Шанхае средний возраст впервые выходящих замуж женщин составил 25,73 года, а средний возраст мужчин – 27,99 лет. В 80-х годах этот показатель изменился. Для женщин – 26,96 лет, для мужчин – 28,85 лет. А в 90-х годах средний возраст женщин для первого брака увеличился до 28,67, а мужчин до 32,55 лет (Ли 2008). Появилась новая индустрия – бюро знакомств. В китайском интернете есть порталы, аналогичные службе знакомств. Под влиянием мировой культуры изменилась современная концепция китайского брака: ее девиз - «мне хочется и роз, и хлеба». С одной стороны, в обществе уже существует признание, что любовь – основа счастливого брака, а с другой, когда наличие имущества стало целью, к которой люди активно стремятся, «хлеб» также является важной составляющей при выборе супруга. В 21 веке критерии оценки будущего спутника стали еще более разнообразными. Китайцы

смотрят уже не только на уровень образования и профессию, но и на качество жилья, размеры доходов, которые дают представление об экономической самостоятельности человека. Кроме того, китайцы более зорко всматриваются в характер объекта своей любви, их интересует мировоззрение партнера. Некоторые думают, что представители первого поколения молодых людей, живших после создания Нового Китая, выбирали себе «революционного спутника жизни». Для второго поколения было важно, чтобы добро дала партийная организация. А третье поколение уже ценило «созвучность душ». Четвертое поколение (современная молодежь Китая) «гонится за чувствами». Люди все больше внимания уделяют качеству брака и считаются со своими чувствами. Многие склоняются к тому, чтобы оставаться холостыми (не выходить замуж). Но, учитывая существенный демографический перекос в сторону мужского населения в северном Китае, девушки этого региона сильно не переживают о том, что трудно выйти замуж.

Модернизации китайского общества способствует не только политика государства, но активная деятельность масс-медиа: пропагандируются новые стандарты потребления, навязываются стереотипы нового мышления, разрушающие основы традиционной культуры. Не последнюю роль в этом процессе играет реклама (коммерческая и социальная), которая зачастую рассчитана на молодежь. В современной китайской культуре ощущается, что происходит смена приоритетов – как и в других культурах исчезает уважение к старшим (чем сильна была китайская культура, так это культ предков). Надо сказать, что актуальность проблемы сохранения традиций стоит достаточно остро. Так, сегодня зачастую молодежь не уступает место в автобусе старшим, а если уступает, то только мужчинам. Реклама на телевидении (о смысле можно только догадываться), отражает те же проблемы и тенденции, что существуют и в европейской культуре – изменение типа культуры, при котором уже молодые (продвинутые) показывают, разъясняют старшим, как пользоваться какими-то препаратами (витаминами), порошками, телефонами и т.д. Реклама тренажеров для всей семьи (уже никто не рекламирует традиционную гимнастику тайцзы, цигун или ушу), лекарств, продлевающих молодость, косметических клиник, делающих из жителей поднебесной почти европейцев, реклама детского питания, где герой белолицый карапуз с большими, почти неазиатскими глазками. Возможно, это несколько болезненно для традиций китайской культуры с их культом старших и гордостью за богатую тысячелетнюю историю, но сегодня, в реальной жизни Китая очень редко модно встретить

большие семьи, где вместе живут несколько поколений. Поэтому один из роликов посвящен этой проблеме. Молодая женщина, у которой маленький сын, занимается с ним, уделяет ему много внимания, Но приходит вечер и молодая мама уходит в другую комнату и там бабушке моет ноги в тазике. Мальчик, не видя мамы, начинает злиться. Начинает искать маму и видит то, как она с любовью ухаживает за бабушкой. Уставшая мама, возвращается в комнату к малышу и не находит его, только беспорядок в комнате. Вдруг она видит, как малыш тащит игрушечный тазик с водой, чтобы помыть ей ноги. Такая социальная реклама пытается сохранить элементы традиционной культуры, которые сегодня все больше подвергаются влиянию процессов глобализации. Очень навязчива реклама кока-колы. Папа («дада», а так как китайцы произносят неразборчиво «т-д», то вполне можно услышать белорусское «тата») успокаивает спортсмена неудачника и говорит, что если вместе со всеми пьешь этот напиток, то и проблемы кажутся не такими и страшными. Ты один из 100,000,000 сообщества людей (этакая большая семья), пьющих кока-колу. В результате массовой рекламы кока-кола – напиток городской молодежи, а сельская предпочитает местную газировку «Вахаха». Мы также обратили внимание на то, что дети, участвующие в рекламных роликах всегда упитанные и с большими глазами, обязательно их несколько (что странно при жесткой политике государства в области демографии). По сюжетам рекламы можно судить о том, что труднодостижимо, но очень привлекательно.

Мы уже привыкли к тому, что у нас в Беларуси законодательно ограничена реклама пива и спиртных напитков. Существует ряд этических правил – не использовать молодежных образов в рекламе алкоголя. Но в Китае нет подобных ограничений в рекламе. Поэтому довольно непривычно было смотреть, как в рекламных роликах пивных компаний используются образы молодых «продвинутых» горожан, к которым прямо липнут девушки из-за глотка холодного пива. Подобная ситуация и с рекламой вин – герои этих роликов сплошь и рядом молодые китайские «бизнесмены» в дорогих европейских костюмах, такие светские львы. Пропаганда европейского светского этикета, быта и привычек немало способствуют мыльные оперы (скрытая реклама). Пример из китайской «мыльной оперы»: классический любовный треугольник. Жена ожидает мужа-изменщика, борется за свое женское – создает дома уют (что по большому счету на китайских жен не свойственно – она сами в этом признаются, говоря, что лучшие жены, это японки). Героиня ожидает мужа, сидя за сервированным столом на 2 персоны, при этом сервировка европейская (при ножах и вилках). Где такое

есть в реальной жизни? Так прививаются новые стандарты быта, не свойственные традиционной культуре. Все реже и реже в общении сталкиваешься с традиционным китайским приветствием, а все чаще слышишь американизированное «хай!».

В октябре 2009 года отмечался юбилей образования КНР. Как пример новых демократических стандартов на центральном телевидении даже есть специальный англоязычный канал, где молодые китайцы могут продемонстрировать не только свои познания в английском языке, но и ораторское мастерство. К юбилею был подготовлен цикл передач «30 лет открытого Китая»: так отмечался и специфический юбилей – изменение политики государства (китайская «перестройка» после Мао) – политики открытости миру и реформ. В передачах бурно гудели споры, дискуссии о правильности такой политики. У нее есть противники, которые считают, что хотя рыночные реформы были и постепенные, но они спровоцировали огромные различия между богатыми и бедными гражданами. Тем не менее, эта политика позволила модернизировать страну, экономику, изменила традиционный быт китайцев. Эта точка зрения вызывала одобрение молодых людей, участвующих в различных ток-шоу. На фоне политических дискуссий умиляла гражданская позиция двух молоденьких китайянок, которые призывали соотечественниц в целях борьбы за экологию и экономию воды, поддержать и перенять опыт японских домохозяек, отказавшихся от отдельной стирки мужских носков в стиральных машинах и другого белья. Странновато звучало их пафосное выступление на фоне глобального мирового кризиса и проблем в жизни китайского общества.

Очень удивила начатая кампания в СМИ на тему: «Как полезны для здоровья завтраки!» Оказывается, традиционно китайцы питались один раз в день (в основном это пища на обед), а завтраки и ужины были многим не по карману. Но растет благосостояние, и население может позволить себе намного больше, чем прежде. Это видно по заметно отяжелевшим фигурам молодых (и не очень) людей. Конечно это еще не американский вариант, где процент тучных людей вызывает обоснованную тревогу, но в Китае, где стандартный размер одежды – так называемый «гонконговский» (а это наш 42-44 размер), все больше молодых людей, которым он уже не подходит.

В современном Китае отмечаешь бурное копирование образцов европейской и американской культур – от высокого искусства до массового. Китайцы как губка впитывают все лучшее, что накоплено европейской цивилизацией, но получается это все у них как-то по-детски – все-таки другая специфика культуры. Очень умиляет яростное стремление китайцев освоить

пение бельканто, но при этом нет следов темперамента и выразительности, а есть точное копирование. Как-то по музыкальному каналу транслировали оперу «Мадам Баттерфляй». Немного странно было видеть главного героя – английского офицера флота ее величества в азиатском варианте, хотя надо признать пел он неплохо. Об умении китайцев копировать мы знаем много, но достаточно неожиданным было столкновение с китайским вариантом (возможно пародией) фильма Квентина Тарантино «Криминальное чтиво». Еще более странные смешанные чувства вызвало выступление китайского танцевального коллектива на концерте, посвященном делегатам съезда (народного конгресса) КПК. Эти молодые люди танцевали в стиле всемирно известного ирландского «Riverdance: the show». Правда в их техничном исполнении не хватало темперамента и, как сегодня говорят, драйва. Освоение европейской живописи практически сводится к копированию сюжетов (ведь у китайцев очень странное традиционное отношение к оригиналу и копии). Есть свой поп-арт – это по новее и немного оригинальнее, но основная тема – Мао Дзэдун.

Постепенно, благодаря влиянию масс-медиа в жизнь молодых китайцев входят и новые праздники. Особенно это касается встречи Нового года по европейскому календарю и отмечание дня святого Валентина. Встреча европейского рождества и Нового года, в основном, ограничивается украшением городских елок, распродажами и телевизионным поздравлением президента. На местах проходят предпраздничные студенческие и «корпоративные» вечеринки, но ажиотажа как в Новый год по китайскому календарю не наблюдается. В день святого Валентина только из телевизионных репортажей можно узнать, как его отмечает молодежь в столице Китая. В северных провинциях празднование этого дня не является значительным чем-то для китайской молодежи. Мы не видели, чтобы влюбленные дарили друг другу «валентинки». В этот день на улицах города мы заметили лишь празднично завернутые в целлофан фрукты (полагаю, что это вместо цветов).

## **Заключение**

Возможно, что факты, изложенные нами, не будут выглядеть так однозначно, если следовать мысли что, «интегрируясь в чужое, человек глубже изучает и понимает собственную культуру, специфику менталитета, системы

ценностей и т.д., обычно незаметные изнутри, вне сравнения с чужим»<sup>1</sup>. Конечно же, новые группы студентов, которые будут прибывать в Беларусь для продолжения образования, тоже будут испытывать трудности адаптации, которые являются вполне предсказуемой реакцией на столкновение с иной культурной реальностью. И хотя чаще всего культурный шок имеет негативные последствия, но также следует обратить внимание и на его позитивную сторону хотя бы для тех индивидов, у кого первоначальный дискомфорт всё-таки ведет к принятию новых ценностей и моделей поведения. Это, в конечном счете, важно для саморазвития и личностного роста. И наша задача как педагогов, представителей этой другой культуры, насколько это возможно в данных условиях, максимально смягчить последствия этого столкновения, помочь быстрее адаптироваться к новой культурной среде.

Сегодня в условиях интеграции особенно важен поиск механизма превращения многообразия культур из фактора, затрудняющего диалог между представителями разных социумов, в средство взаимного понимания и обогащения. Таким механизмом может и должно стать образование, провозглашающее в качестве своего ведущего принципа принцип поликультурности, обеспечивающий социальную и академическую мобильность молодежи. Хотелось бы надеяться, что наша скромная работа в сфере прикладной межкультурной коммуникации будет способствовать повышению межкультурной восприимчивости, которая становится важной составляющей профессиональной пригодности специалиста.

## Библиография

1. Гудков Д. Б., 2000. *Межкультурная коммуникация: проблемы обучения*. Изд-во МГУ, Москва.
2. Gudykunst W. B., Kim Y. Y., 1984. *Communicating with strangers: an approach to intercultural communication*. McGraw-Hill, New York.
3. Грушевицкая Т. Г., Попков, В. Д., Садохин, А. П. 2002. *Основы межкультурной коммуникации*. Учебник для вузов. Москва.
4. Habermas J., 1984. *The Theory of Communicative Action*. Boston.
5. Hofstede G., 1991. *Cultures and Organisations. Software of the Mind*. McGraw-Hill, London.

---

<sup>1</sup> Марковина И. Ю., 1996. *Новая культура и способы адаптации к ней: современные подходы к проблеме «культурного шока»*. Этнопсихоллингвистические аспекты преподавания иностранных языков. М.:ММА им. И.М.Сеченова, с. 65.

6. Иконникова Н. К., 1994. *Современные западные концепции межкультурной коммуникации (модели индивидуального поведения в ситуации контакта культур)*. Москва.
7. Ионин, Л., 2000. *Социология культуры: путь в новое тысячелетие*. Москва.
8. Jandt F., 1995. *Intercultural communication: An introduction*. Sage, Thousand Oaks.
9. Караулов Ю.Н., 1987. *Русский язык и языковая личность*. Наука, Москва.
10. Ким Я. Ю., 2000. *Коммуникация и кросскультурная адаптация*. Этнос и Политика. Хрестоматия. Изд-во УРАО, Москва.
11. Ли Ш., 2008. *Любовь становится более открытой*. Китай 12.
12. Марковина И. Ю., 1996. *Новая культура и способы адаптации к ней: современные подходы к проблеме (культурного шока)*. Этнопсихоллингвистические аспекты преподавания иностранных языков. ММА им. И.М.Сеченова, Москва.
13. Мэн Д., 2007. *Чингисхан*. Эксмо, Москва.
14. Оберг К., 2002. *Культурный шок и приспособление к новому культурному окружению*. Практическая антропология, Москва.
15. Почепцов Г., 2001. *Теория коммуникации*. Москва.
16. Rogers E. M., 1994. *A history of communication study. A biographical approach*. New York.
17. Samovar L. A., Porter R. E., 1991. *Communication between Cultures*. Belmont.
18. Scollon R., Scollon S. W., 2001. *Intercultural communication: A discourse approach*. Mass Blackwell Publishers, Malden.
19. Тарасов Е. Ф., 1996. *Межкультурное общение – новая этнология анализа языкового сознания*. Этнокультурная специфика языкового сознания. МГЛУ, Москва.
20. Гер-Минасова С. Г., 2000. *Язык и межкультурная коммуникация*. Москва.
21. Халеева И. Н., 1999. *Подготовка переводчика как "вторичной языковой личности" (аудитивный аспект)*. Тетради переводчика 24.