

### ПАМЯТЬ КУЛЬТУРЫ В ЯЗЫКЕ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*Взаимозависимость культур в современном мире становится с каждым днем все очевиднее и проявляется на всех уровнях жизнедеятельности человечества, в частности в деловой сфере. Объектом исследования является культурная функция языка. Предметом исследования – роль национального языка в деловых коммуникациях, в деловой культуре.*

**Ключевые слова:** культура, язык, деловые коммуникации, религия, деловая и национальная культура.

S.V. Mikhelson

### CULTURE MEMORY IN THE LANGUAGE OF BUSINESS COMMUNICATIONS

*The interdependence of cultures in the modern world is becoming more and more obvious and manifests at all levels of human activity, particularly in the business sector. The object of study is the language cultural function. The subject of research is the role of the national language in business communication, in business culture.*

**Key words:** culture, language, business communication, religion, business and national culture.

---

В нынешнее время стремительного роста технологий, глобализации и интенсивных межкультурных контактов тема национально-культурных различий и их влияния на процессы бизнеса становится чрезвычайно актуальной. Актуальность исследования культурного аспекта языка в деловых коммуникациях обусловлена рядом причин. Взаимозависимость культур в современном мире становится с каждым днем все очевиднее и проявляется на всех уровнях жизнедеятельности человечества, в частности в деловой сфере. Повышенный интерес к проблеме культуры ведения бизнеса, ее роли в социуме и различных сферах общественной жизни тесно связан с проблемами культурологического характера [1].

Актуальным становится исследование процессов адаптации к инокультурной среде, где в качестве предмета исследования выступают не только новые ценностные стандарты, но и механизмы взаимодействия уже существующих норм культуры и, что очень важно, исследование универсальных понятий, используемых в различных формах культурного диалога.

Объектом исследования является культурная функция языка. Предметом исследования – роль национального языка в деловых коммуникациях, в деловой культуре. **Цель исследования** состоит в изучении роли и функций делового языка, при этом национально-культурные архетипы рассматриваются как фундаментальные основы языковых ситуаций. В связи с этим возникает ряд **задач исследования**:

1. Рассмотреть понятие «культура», в том числе «национальная культура».
2. Проанализировать взаимосвязь языка и культуры.
3. Исследовать понятия «деловые коммуникации», «деловая культура» в контексте влияния национальной культуры.

Для начала определим, какой вклад могут внести культурологи в разрешение насущных проблем бизнеса. Изучение работ по вопросам деловой культуры показало, что наблюдается существенный всплеск интереса к теоретическим концепциям культуры и адаптации их для решения проблем бизнес-сообщества. Так, исследованы понятия культуры делового общения [12], делового взаимодействия [18], изменения в деловой культуре России в исторической динамике [14], национальные культуры в деловом мире [21], противоречия деловых культур [19], деловой культуры России, аспекты деловой коммуникации и концептосферы корпоративных культур разных стран и народов. Однако вопросы культурных оснований семантики языка деловой культуры освещаются фрагментарно и не систематично.

Действительно, культура и язык – сопряженные понятия, но в информационный век не всегда полезные друг другу. Иногда язык позволяет выявить и осветить культуру, скрыть ее основания, тем самым позволяя говорить об информативности культуры или о дезинформации языковых конструкций. Хуже всего, что своя, национальная культура часто мешает правильно интерпретировать деловую культуру. Тем самым создавая и себе самой имидж непредсказуемой и опасной. Но язык и культура должны быть особенно актуальны, когда нужно понять родную или иную речь с точки зрения современных культурологических исследований, которые в настоящее время имеют глобальный охват. Именно данные исследования позволяют им-

портировать в наше общество деловое мировоззрение, которое является родным для другого, принимая как местные архетипы, так и универсальные деловые правила и нормы.

Изучение вопроса о соотношении феноменов «язык» и «культура» во многом затруднено отсутствием четкого и непротиворечивого определения понятия «культура», разработанного понятийно-терминологического аппарата. Подходы к этому понятию различны как из-за его сложности и долгой истории, так и в связи с множеством теоретических позиций, с которых это понятие пытаются рассмотреть философы, культурологи, антропологи и другие. Многообразие мнений и суждений о культуре обусловлено прежде всего многогранностью феномена культуры.

Проблема языка в исторической динамике культуры имеет длительную исследовательскую традицию. Культура вербализуется в языке, культурные смыслы и ценности, являющиеся ядром культурных универсалий, задаются языком и транслируются через язык. Язык является носителем смыслов культуры, следовательно, ценности и культура сопрягаются через язык.

Учитывая различные аспекты понятия культуры в контексте проблематики нашего исследования, мы будем говорить о культуре в аспекте межкультурной деловой коммуникации. В этой связи из всех определений культуры наиболее актуальны те, которые отражают аксиологический, семиотический и коммуникационный аспекты ее рассмотрения.

Аксиологическое рассмотрение культуры раскрывает ее ценностный аспект, представляя культуру как совокупность духовных и материальных ценностей. Данный подход позволяет увидеть и определить «ядро» культуры, каковыми являются ценности. П.А. Сорокин рассматривал культуру как систему ценностей, с помощью которых общество интегрируется, поддерживает функционирование и взаимосвязь своих институтов [20].

Согласно коммуникационному подходу, сущность культуры усматривается в общении. Ю.М. Лотман считал, что культура есть форма общения между людьми и возможна лишь в такой группе, в которой люди общаются [10]. Что в определенной мере дает нам право говорить о специфике культуры в рамках деловой коммуникации. Ю.М. Лотман также отмечал тяготение культуры к многоязычию и то, что она «покрывает не все наличные тексты, функционируя на фоне не-культуры и в сложных с ней соотношениях, – определяют самый механизм работы культуры как информационного резервуара человеческих коллективов и человечества в целом. Переведение одних и тех же текстов в другие семиотические системы, идентификация различных текстов, перемещение границ между текстами культуры и находящимися за ее пределами составляют механизм культурного освоения действительности» [11].

Язык теснейшим образом связан с культурой: он прорастает в нее, развивается в ней и выражает ее. Развитие культуры неуклонно влечет за собой развитие языка, и в этом динамическая связь языка и культуры. Э. Бенвенист несколько десятков лет тому назад писал о том, что свойства языка настолько своеобразны, что можно, по существу, говорить о наличии у языка не одной, а нескольких структур, каждая из которых могла бы послужить основанием для возникновения целостной лингвистики [13].

Язык в процессе коммуникации выполняет не только функцию кодирования передаваемой информации, но и играет особую роль в процессах получения нового знания о мире, переработки, хранения и передачи этого знания. Язык в аспекте межкультурного взаимодействия способствует возникновению и интерпретации культурных универсалий [5]. Это делает язык важнейшим инструментом не только познания другой культуры, но и ее интерпретации и адаптации [22].

Деловая культура может быть определена как система отношений, выраженных в нормах, ценностях и знаниях в сфере трудовых отношений. Эта система регулирует деловую активность. Такая активность проявляется в организации труда, в навыках делового общения и правилах делового этикета, в искусстве вести дела, в репутации. Страны и народы активно сотрудничают и взаимодействуют в политике, экономике, культуре на разных уровнях – от личного общения до международных встреч. Мир современного бизнеса обрел глобальный характер, в котором унифицированы элементы делового стиля.

Деловая культура – это культура исключительно индустриального и постиндустриального общества, культура бизнеса. Бизнес же является не чем иным, как экономической деятельностью, дающей прибыль, приносящей доход [15]. Деловая культура – это реализация культурных особенностей нации в бизнесе, в способе ведения дел [17]. Для успешного делового общения недостаточно знать просто язык партнера. В деловой культуре язык следует рассматривать как сегмент носителя культуры [7].

Говоря о деловой культуре, необходимо выделить два основных уровня: материальный и ментальный. К элементам материального уровня относят все физические объекты: здания, оборудование, интерьеры. От данных артефактов и их состояния, развития зависит актуальное состояние деловой культуры [16].

Важнейшей характеристикой деловой культуры является ее взаимосвязь с внутренней тканью национальной культуры. Кроме того, принципы деловой культуры являются социально одобряемыми в большинстве национальных культур мира. Именно нематериальные элементы национальной культуры являются определяющими в становлении структуры деловой культуры. К ним относят традиции, правила, ценности, нормы, ритуалы, обычаи, модели поведения, язык и символы деловой культуры. Культура выступает как среда, внутри которой происходит функционирование деловой культуры в качестве субкультурного образования.

Деловое общение характеризуется рациональным соотношением интернациональных и национальных элементов. Любая культура использует определенный стиль коммуникации, который основывается на определенных традициях и ценностях данной культуры, на ее религиозных верованиях. Данный стиль коммуникации можно назвать национальным стилем коммуникации, который является частью национальной культуры. В нем отражаются коммуникативное сознание народа, его культурные ценности и традиции [9].

Национально-культурная специфика делового общения имеет свои способы ее отображения и средства соотнесения с ней. Средством воплощения национально-культурной специфики языка делового общения служат культурно-маркированные реалии, а способом передачи этой специфики является их интерпретация в знаковом национально-культурном пространстве определенного языкового общества. Описание национальных стилей коммуникации, или коммуникативных этностилей, выделение стилеобразующих черт, а также выявление экстралингвистических факторов, формирующих их, дает возможность обобщить набор разрозненных фактов, представить коммуникативное поведение народа в виде целостной и логичной системы, что может стать хорошим ориентиром в межкультурном общении.

Важнейшую роль в межкультурной коммуникации играет признание относительности собственных культурных ценностей, норм и привычек и способность к межкультурной рефлексии, т. е. к умению правильно интерпретировать поведение собеседника с позиций норм и ценностей его культуры. Понимание причин различий в коммуникативном поведении, знание основных черт коммуникативных стилей позволяет не только лучше понять другой народ, но и самих себя, что способствует взаимопониманию людей в целом [9, с.9].

Многие ценности, накопленные человечеством на протяжении истории, являются универсальными. Однако значимость тех или иных ценностей, их иерархия на ценностной шкале в разных культурах различны. Именно это и определяет оригинальность каждой из культур, ее своеобразие и уникальность. Общность культурных ценностей и традиций наряду с языком является одним из важнейших признаков этноса [6]. Поэтому эти признаки являются и основой для деловой культуры этноса, а впоследствии и нации. Неучет этих глубинных оснований и приводит к непониманию.

Многие ценности и традиции пришли из религии, к которой относится та или иная культура. В каждой религии есть свое отношение к труду, к бизнесу, к ведению дела с другими, «чужими» культурами и их представителями.

Для восточной традиции, например, характерны такие ценности, как единство общества и человека, семья, уважение к родителям и старшим, самосовершенствование личности, взаимозависимость, гармония в межличностных отношениях, скромность. Эти признаки сохраняются и в деловой культуре, и в деловом языке. Часто это проявляется в излишнем аскетизме языка и интерпретируется как недоверие ко всем представителям иных деловых культур. Во время деловых встреч китайские участники очень внимательны к сбору информации относительно предмета обсуждения, а также формированию «духа дружбы». «Дух дружбы» в бизнесе имеет очень большое значение, что в значительной степени обусловлено китайскими культурными традициями и ценностями. «Дух дружбы» китайцы отождествляют с хорошими личными отношениями партнеров. При этом желательно не забывать, что во время приветствий, при обмене рукопожатиями, сначала приветствуют наиболее высокопоставленное лицо.

Например, на переговорах с китайской стороной не следует ожидать, что партнер первым «откроет свои карты», то есть первым выскажет свою точку зрения, первым сделает какие-либо предложения. Хочется подчеркнуть, что в Китае придают большое значение налаживанию неформальных отношений с зарубежными партнерами. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – не обижайтесь, это искренний интерес к вам.

Говоря о восточной религии, такой, например, как конфуцианство, важно отметить, что данная религия учит тому, что человек должен во всем придерживаться середины. Данное правило следует соблюдать по отношению к другим людям, «стараясь не причинять другим того, чего себе не желаешь». Справедливость и честность, верность себе и своему слову, искренность как основа мирных и добрых отношений в общественной жизни и средство к устранению недоразумений, послушание и почтительность к

старшим, кротость, терпение и вежливость ко всем без исключения непосредственно связаны с серединой, или гармонией» [8, с.43], поэтому китайцы часто, соблюдая данный принцип, просто не отвечают на запросы, а согласование деловых бумаг может занять долгие месяцы. Терпения им не занимать.

Конфуцианство направляло людей на добросовестное отношение к делу. «Трезвые китайские головы» с древних времен считали очень важными вопросами развитие производства, бережливое расходование средств и устранение злоупотреблений в управлении. Макс Вебер, характеризуя конфуцианство, сопоставляет учение с протестантством в отношении рационализма. Вебер показывает, что рационализм присущ духу обеих этик, но только пуританская рациональная этика ведет к капитализму [3]. Протестантизм требовал рациональной власти над миром, что было невозможно без преобразования себя и мира. Конфуцианский рационализм отстаивал давно сложившийся образ справедливости, который следовало поддерживать. И даже сейчас, прежде чем приступить к переговорам, китайцы все основные вопросы предварительно решают через посредников. Ведь в таком случае не они, а посредник несет ответственность за надежность компании [8].

Все эти принципы породили в китайском и других восточных языках специальные языковые средства, указывающие на статус собеседников, степень близости, контекст общения, что позволяет характеризовать эти стили коммуникации как статусно-ориентированные. Например, при ведении переговоров следует прежде всего обратиться к старшему по возрасту в делегации, а только потом к старшему по должности, если правила не оговорены заранее.

Отношение протестанта к труду, к бизнесу во многом предопределила идея профессионального призвания, исходя из которой богатство морально оправдывается. Протестантские догмы осуждают желание быть бедным. Протестантизм способствовал распространению духа предпринимательства, рационализма, прагматизма, заострял внимание на качестве труда. Американцы привыкли воспринимать каждую фразу дословно. Ирония, скрытый смысл или языковые изыски сбивают их с толку. Они с трудом понимают тонкие намеки. Американцы всегда говорят конкретно, то, что думают. Они сразу приступают к делу и открытому обсуждению, чтобы постараться найти общие интересы и выработать стратегию для сотрудничества. Например: А чем это выгодно нам? – And what is beneficial to us? Every man is of importance to himself. – Каждый человек высоко себя ценит. So said, so done. – Как сказано, так и сделано.

Американские бизнесмены обладают репутацией самых жестких деловых людей в мире, тем не менее с ними во многих отношениях легче иметь дело. Это вызвано тем, что их философия проста. Их цель – заработать как можно больше и как можно быстрее, используя для достижения этой цели такие средства, как упорный труд, быстрота действий, приспособленчество и власть. Можно привести пример одного из постулатов протестантской церкви – «ленивый или нерадивый не может быть христианином и спасти. Его удел – погибель, и он будет выброшен из улья». Основными архетипами, воплощенными в языке, в этом случае будут жесткая дисциплина, религиозный энтузиазм и архетип охотника. Американцу все равно, за чем охотиться – за бизоном или за деньгами. Поэтому и игроки на бирже – «быки» и медведи – самые сильные животные американского континента.

В православии, равно как и в христианстве, труд (дело) становится своего рода деятельной молитвой и только тогда приобретает смысл, ведь он становится средством совершенствования, одухотворенности мира и человека [8, с.85]. В данной религии обогащение подвергается осуждению. Христианское отношение к труду С.Н. Булгаков выразил так: «...поскольку христианство велит каждому блюсти в себе свободу от хозяйства, не позволяя свободе до конца овладеть сердцем, повелевая оставаться духовно свободным от хозяйства при всяком хозяйственном строе, на столько же решительно оно никому не позволяет освободить себя от труда под тем или иным предлогом» [2]. Это доказывают пословицы: «работа не волк, в лес не убежит», «от работы кони дохнут».

Этические нормы установления деловых связей, деловых отношений, этические требования в России были известны и распространены в сфере деятельности купцов уже в середине XVIII в. Так, в книге «Средневековый купец» А.Я.Гуревич рассказывает о купце А.Фомине из Архангельска: «При всех сих сведениях следует ему ( купцу) быть трудолюбиву, ласкову, обходительну, учтиву, честну, скромну ... умеющу говорить красно и порядочно ... Надо, чтобы бодрость и предприимчивость были его удел; осторожность и быстрота мыслей – его щастие, а довольная опытность и осмотрительность – его подпора. Противоестественно купцу быть лениву или тратить время в излишних забавах... Но при том всем купец за самое главное правило почитать должен честность и непоколебимое держание своего слова» [4]. Для купечества и промышленников труд был средством накопления и обогащения.

Русский купец был религиозен и благочестив. Его религиозное поведение сочеталось с коммерческим подходом к добрым делам, за которые купец ожидал помощи и покровительства Бога. Результатом деятель-

ности его должно быть не только личное обогащение, но и общественная польза, богатство государства: любое действие, поступок, поведение рассматривались и оценивались с позиции пользы – критерия оценки деятельности владельца собственного дела.

В середине XIX века появляются и другие мотивы труда, не только обогащение: само дело, деятельность, направленная на созидание, становится для российских предпринимателей важным мотивом их труда. В течение XVII–XIX веков многие купцы и предприниматели перешли в ранг меценатов и коллекционеров. Теперь их мотивом было не только собственное обогащение, но и страстная приверженность делу просвещения народа и культурного созидания.

На формирование современного российского стиля делового общения оказали влияние два фактора: советские нормы, правила, ценностные ориентации и черты русского национального характера.

Итак, культура живет и развивается в «языковой оболочке». Современные культуры становятся все более вербальными. Язык обслуживает культуру, но не определяет ее. Язык способен создавать вербальные иллюзии, как бы словесный мираж, который подменяет собой реальность. Люди разных культур пользуются одними и теми же основными понятиями, но вкладывают в них разный смысл. Это определяет особенности их поведения, которое часто представляется нам иррациональным и противоположным тому, что мы считаем очевидным. Поведение других народов имеет свои причины. Здесь существуют свои характерные черты, закономерности и традиции.

Внимание к культурным корням и национальным особенностям других людей, как в обществе, так и в сфере бизнеса, позволит нам предвидеть и удивительно точно просчитать то, как они будут реагировать на наши предложения. Более того, мы сможем в определенной степени предсказать их отношение к нам.

Очевидно, что язык способен отображать культурно-национальную ментальность его носителей, но не определяет культуру. Следовательно, если каждый носитель языка одновременно является и носителем культуры, то языковые знаки приобретают способность выполнять функцию знаков культуры и тем самым служат средством представления ее основных установок.

Поэтому требуется разработка новых стратегий, ориентированных на активизацию не только национально-культурных потенциалов общества, но и психических, ментальных и духовных внутриличностных ресурсов каждого человека. Это предполагает изучение не столько приспособления людей к инокультурной среде, сколько их включение в интегративные процессы, имеющие место в межкультурном взаимодействии, ориентированном на организацию поведения личности не только в стабильных, но в первую очередь – в неравновесных мультикультурных ситуациях.

### Литература

1. *Библер В.С.* Культура. Диалог культур // Вопросы философии. – 1989. – № 6.
2. *Булгаков С.Н.* Философия хозяйства // Сочинения: в 2 т. – М., 1993.
3. *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма. Протестантские секты и дух капитализма // Изб. произведения. – М., 1990.
4. *Гуревич А.* Средневековый купец // Одиссей-1990. Личность и общество. – М., 1990. – С. 97–131.
5. *Деррида Ж.* О почтовой открытке от Сократа до Фрейда и не только / пер, с фр. *Г.А. Михалкович.* – Минск: Современный литератор, 1999. – 832 с.
6. *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. – 2-е изд., стереотип. – М.: Едиториал УРСС, 2002.
7. *Кужевская Е. Б.* Межкультурная деловая коммуникация и проблемы формирования имиджа современного российского предпринимателя: философско-культурологический аспект: дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. – М., 2005. – 155 с.
8. *Лапицкий М.И.* Труд и бизнес в зеркале религий. – М.: Изд. дом «Новый Век», 1998. – 144 с.
9. *Ларина Т.В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 260 с.
10. *Лотман Ю.М.* Беседы о русской культуре. – СПб., 1994. – С. 6.
11. *Лотман Ю.М.* Семиосфера. – СПб.: Искусство-СПб, 2000. – С. 392.
12. *Лутицкая Ж.С.* Понятие о культуре делового общения // Экономика развития. – 2010. – № 3 (55). – С. 91–93.
13. *Маслова В.А.* Введение в лингвокультурологию. – М.: Наследие, 1997. – С. 50.
14. *Наумов А.И., Петровская И.А.* Изменения в российской деловой культуре в период 1996–2006 гг. // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 24. Менеджмент. – 2011. – № 1. – С. 65–97.

15. Невлева И. М. Деловая культура, универсальность и специфика: дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.13. – Ростов-н/Д, 2002. – 242 с.
16. Очиров О.Р. Современная деловая культура Китая: сущность и специфика: на примере стратагемности: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 – Чита, 2006. – 194 с.
17. Пушных В.А., Ерёмченко М.С. Межкультурный менеджмент: учеб. пособие / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 2-е изд., перераб. – Томск, 2011. – С. 26.
18. Руденко Е.В. Культура делового взаимодействия: сущность, структура и критерии сформированности // Культурная жизнь Юга России. – 2007. – № 5. – С. 13–15.
19. Смирнов Г.Н. Восток–Запад: взаимодействие и противоречия деловых культур // Мир и политика. – 2009. – № 28. – С. 85–90.
20. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992. – С. 218.
21. Суворова О.Д. Мозаика национальных культур в современном деловом мире // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2006. – № 2. – С. 91–97.
22. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур. – М.: СЛОВО/SLOVO, 2007. – 344 с.



УДК 339.16

С.Н. Орловский

### ИСТОРИЯ ПЕРЕСЕЛЕНИЯ В ЕНИСЕЙСКОЙ ГУБЕРНИИ (на примере родов Смирновых и Кусковых)

*Анализируется история переселения крестьян из европейской части Российской империи на свободные земли Сибири. Рассматриваются три волны переселения: свободные крестьяне до отмены крепостного права; на строительство Транссибирской магистрали; по Столыпинской реформе. Прослеживаются жизненный путь переселенцев и их потомков, успехи становления.*

**Ключевые слова:** переселение, Столыпин, типы помещиков, Енисейская губерния, Смирновы, их дети, Кусковы, родословная, развитие Сибири.

S.N. Orlovskiy

### MIGRATION HISTORY IN THE YENISEY PROVINCE (on the example of Smirnov and Kouskov families)

*The history of peasant migration from the Russian Empire European part to Siberian unoccupied lands is analyzed. Three migration periods: free peasants before serfdom abolition; for Trans-Siberian main line construction; according to Stolypin's reform are considered. The life stories of migrants and their descendants, forming success are traced.*

**Key words:** migration, Stolypin, landowner types, Yenisey province, the Smirnovs, Smirnovs' children, the Kouskovs, genealogy, Siberia development.

---

Все мы носим в себе наследство предков и в каждом из нас есть что-то похожее на наших родственников, а потом ведь жизнь каждого человека, родственника или знакомого – это кусочек истории.

Борис Павлович Смирнов.

В истории переселения крестьян на свободные земли Сибири в основном знают Столыпинскую аграрную реформу, которая проходила в России с 1906 по 1917 год. Перемещение сельского населения центральных и западных районов России на постоянное жительство в малонаселенные окраинные местности – Сибирь, Дальний Восток и Степной край – было направлено на ликвидацию крестьянского малоземелья, интенсификацию хозяйственной деятельности крестьянства на основе частной собственности на землю. Переселение крестьян в Сибирь имело несколько волн. Рассмотрим три из них.