

Курганская областная универсальная научная
библиотека им. А.К. Югова
Отдел литературы на иностранных языках

К году молодежи в России

**ЭТОТ
такой разный,
разный мир...**

*Многообразие этнокультурных
особенностей в современном мире*

Лингвострановедческий обзор

Курган, 2009

Составитель Ильинская К. А.

Этот такой разный, разный мир... : Многообразие этнокультурных особенностей в современном мире (к году молодежи в России) : лингвострановедческий обзор / Курган. обл. универс. науч. б-ка им. А.К. Югова, отдел литературы на иностранных языках ; сост.: К. А. Ильинская. – Курган, 2009. - 25 с.

Предисловие

В проблемах межкультурного общения нет мелочей..

Тер-Минасова

В сегодняшнем динамично развивающемся мире всё важнее становится поддерживать отношения между разными культурами. Часто столкновение с различными традициями, обычаями и нормами приводят в заблуждение и ставят в тупик представителей одной нации при знакомстве с другой.

К сожалению, информация о культурных традициях и обычаях часто игнорируется. Большинство туристов при посещении других стран не только не обременяют себя изучением элементарных фраз на языке этой страны, они даже не пытаются познакомиться с её культурными обычаями. Вследствие чего часто попадают в неловкое положение, а, порой, и в беду.

К сожалению, неприятные ситуации в чужой стране, это не единственная проблема, вызванная межкультурным невежеством. Главной бедой становится межрасовая нетерпимость, нежелание понять, почему «это у них не так, как у нас, неправильно». И именно это становится причиной возникновения «трудноискоренимых» стереотипов. К примеру, русским за границей до сих пор приходится доказывать, что они не мафия, и не употребляют водку на завтрак, обед и ужин.

Без знания культурно-речевых традиций каждого из народов и каждого из языков межкультурная коммуникация не происходит, а имеет место конфликт культур. Например, иностранцы недоумевают: зачем эти пространные ответы русских на чисто формальные вопросы, вроде «как дела?», русские обижаются на «пренебрежение» иностранцев их попытками посочувствовать и дать совет.

Дело в том, что существенные особенности языка и тем более культуры вскрываются при сопоставлении, при сравнительном изучении языков и тем более культур. Проблема здесь в особой неясности, невидимости культурного барьера на уровне одной культуры. Если языковой барьер абсолютно очевиден, то барьер культур становится явным только при столкновении (или сопоставлении) родной культуры с чужими, отличными от нее: в лучшем случае удивительными, а обычно просто странными, неприятными, шокирующими (отсюда понятие культурного шока). *(Тер-Минасова, С.Г.)*

В рамках собственной культуры создается прочная иллюзия своего видения мира, образа жизни, менталитета и т. п. как единственно возможного и, главное, единственно приемлемого. Странным образом, подавляющее большинство людей не осознает себя в качестве продукта своей культуры даже в тех редких случаях, когда они понимают, что поведение представителей других культур определяется их иной культурой. Только выйдя за рамки своей культуры, то есть столкнувшись с иным мировоззрением, мироощущением и т.п., можно понять специфику своего общественного сознания, можно «увидеть» различие или конфликт культур. *(Тер-Минасова, С.Г.)*

Культурный барьер, таким образом, гораздо опаснее языкового. Он как бы сделан из абсолютно прозрачного стекла и неощутим до тех пор, пока не разобьешь себе лоб об эту невидимую преграду. Опасен он еще и тем, что культурные ошибки обычно воспринимаются намного болезненнее, чем

ошибки языковые, несмотря на то, что первые гораздо более извинительны: различия культур не обобщены в своды правил, как различия языков, нет ни грамматик, ни словарей культур. Однако все мы знаем из собственного опыта, с каким добродушием обычно встречаются ошибки в иностранных языках его носителями. Культурные же ошибки, как правило, не прощаются так легко и производят самое отрицательное впечатление.

Все тонкости и вся глубина проблем межъязыковой и межкультурной коммуникации становятся особенно наглядными, а иногда и просто осознаваемыми, при сопоставлении иностранных языков с родным и чужой культуры со своей родной, привычной. (Гер-Минасова, С.Г.)

Поэтому, так важно знать хотя бы в общих чертах культурно-поведенческие традиции страны, язык которой изучаешь, или которую собираешься посетить. Тем более, что информация это не только важна, но и очень интересна.

«Не как у нас». Национальные особенности.

У каждой нации найдутся традиции и обычаи, кажущиеся другому народу абсурдными и нелогичными. Сам уклад жизни может привести в замешательство человека не настроенного на встречу с непривычным. Готовясь же к поездке, стоит внимательно относиться к информации о зарубежных странах, дабы не попасть в глупую ситуацию, наслушавшись небылиц от знакомых или же слепо доверившись мнению известных людей, бывавших за рубежом, но «не подкованных» в вопросах культурной коммуникации. Тем более, что в нашей культуре принято приукрашать свой рассказ. А опасность может поджидать в самых неожиданных сферах жизни.

Далее хотелось бы рассмотреть многочисленные и любопытные примеры национальных особенностей, кажущихся на первый взгляд странными.

«Закон и порядок».

Отличительной чертой русского человека всегда являлось пренебрежение правилами. Так сложилось исторически, и по-другому уже не получается. Россияне привыкли к тому, что правила придуманы лишь для удобства богатых, и ущемляют права простых людей (а ведь так и было в течение нескольких столетий, и теперь изменить отношение к этому чрезвычайно трудно).

Поэтому нам сложно понять законопослушных европейцев, которые не только не паркуются в запрещённых местах, но и каждую бумажку кидают только в урну. За любое нарушение за границей вам сразу выпишут штраф. Дело здесь в том, что за рубежом люди уверены: всё делается для их же блага, поэтому, соблюдая правила, они делают свою жизнь лучше. И так оно и есть на самом деле.

Если на двери написано «закрыто», американец или европеец развернётся и уйдёт, русский же обязательно постучит: ведь может оказаться, что просто табличку забыли убрать. Если в России быть доносчиком в институте, позорно, и студента, списавшего со шпаргалки могут выдать только из мести, то в Европейском мире такого студента «сдадут» его же однокашники, и будут

уверены, что сделали это ему же во благо (ведь только так он может приобрести настоящие знания).

Всё это становится причиной непонимания между русскими и иностранцами: русских считают невоспитанными, угрюмыми, поражаются способности русских, к примеру, пройти или проехать на красный свет. А, с другой стороны, за рубежом вы вряд ли найдёте столько искреннего сочувствия и поддержки, порой даже от незнакомых людей, как в России.

Всё выше сказанное вовсе не означает, что «русские такие плохие, а иностранцы такие хорошие». Это просто вопрос менталитета и относиться к этому стоит соответственно.

Внешний вид.

Надо сказать, что у многих россиян до сих пор бытует мнение, что на Западе все или большинство выглядят как в модных журналах: стильно одетые красивые люди. Однако, в большинстве случаев, это не так. В Америке привычный вид русских женщин, как минимум, выглядит необычно и празднично. Там не принято краситься каждый день, носить платья, ярко одеваться. Ведь в США, как, впрочем, и в Германии, и Англии, и, даже, Франции, властвует стиль унисекс. Но если в Америке нарядная одежда просто выглядит странно, то в Германии – это уже неприлично. Для русских туристов может стать причиной возникновения неловких ситуаций то, что в Германии красятся и ярко одеваются каждый день только женщины лёгкого поведения. К мужчинам в Германии меньше требований, однако, тоже бывают неприятности: «прилично одеваться» в нашем понимании, т.е. носить костюм у них считается «выпендрёжем». Костюмы носят только люди определённых профессий, к примеру, дипломаты. Прочие же, включая так же профессоров, преподавателей вузов, ходят в джинсах, кроссовках и футболках. Во Франции с этим проще. Можно одеваться, как захочешь, но и там наши «разряженные» граждане заметно выделяются из толпы.

Тем не менее, нельзя сказать, что на Западе нет моды. Просто теперь она проявляется более экзотически. В той же Германии, к примеру, уже много лет идёт мода на тату и пирсинг. Иногда даже создаётся впечатление, что это не цивилизованная европейская страна, а экзотический остров, населённый дикарями.

Стоит быть особенно осторожными в вопросах одежды в азиатских и африканских странах. Конечно же, в туристических странах, вроде Турции и Египта к иностранцам и их причудам относятся спокойно: ведь это — главный источник дохода. Однако, в некоторых странах законодательство запрещает женщинам открывать лицо или носить брюки. К примеру, недавно в Судане была задержана журналистка из соседней страны за ношение брюк и ей грозило тюремное заключение. К счастью, редакция выплатила штраф (и не маленький), и её освободили.

Гигиена и сантехника.

Как это ни удивительно, с неожиданностями в вопросах гигиены можно столкнуться в любой стране.

На первом месте здесь Великобритания. Больше всего шокирует наших соотечественников отсутствие смесителей на кране с водой. Даже в дорогих гостиницах вас ждут два отдельных крана с горячей и холодной водой и пробка для затыкания раковины. Предлагается заткнуть пробкой раковину, наполнить её водой и умываться из неё, как из таза. При этом не хочется думать о том, какие люди и как это делали до вас, в особенности при проживании в гостинице.

Посуда моется, на взгляд русского человека, ещё более странным способом. Кухонная раковина (естественно, предварительно заткнутая пробкой) наполняется водой. В воду добавляется моющее средство. Затем, хозяйка окунает туда тарелку, проводит по ней щёткой, и, не сполоснув чистой водой, и, даже, не протерев полотенцем, ставит её на сушилку.

В Германии этот процесс проходит немного более привычно нам: тарелка окунается вначале в воду с чистящим средством, затем в чистую воду (для этого существуют два отделения раковины) и тоже ставится на сушилку.

Однако всё это не значит, что русское понимание гигиены — единственно верное. Вопрос здесь как раз в различии культур, а, следовательно, в различных понятиях о гигиене. Иностранцев, в свою очередь, шокирует привычка большинства русских людей принимать душ не каждый день. Отсутствие пробок для раковины в России ставит в тупик англичан. Ну, а уж если вспомнить про катастрофически малое количество, а иногда и полное отсутствие, общественных туалетов на улицах наших городов, то понимаешь, что не стоит торопиться в порицании чужих обычаев и понятий.

Именно в таких, жизненно важных, но, при этом, деликатных вопросах особенно остро проявляется конфликт культур.

Дети и животные.

По разному относятся в разных странах к самым слабым представителям общества: к детям и к домашним питомцам.

В Британии «дети должны быть на виду, но их не должно быть слышно». Воспитывают их очень строго, однако, при этом, не уделяют должного внимания (в нашем понимании). Вся любовь и ласка достаются домашним питомцам. Они каждый день едят мясо, в то время, как дети могут довольствоваться лишь супом из консервной банки. Жестокое или же просто неуважительное отношение к животным такой же «смертный грех», как не соблюдение очереди, а может быть, даже и ещё более страшный. Японец, живший в Англии принимавший как-то раз у себя дома сотрудников, был удивлён их холодным отношением к нему. Как выяснилось позже, причиной послужило то, что он «неуважительно» скинул кота со стула, чтобы позволить сесть одному из гостей.

Похожим образом обстоят дела в Германии и в других европейских странах. Для домашних питомцев там делают всё: педикюр, массаж, бассейн, модные

стрижки, укладки и костюмы. Предоставлен полный спектр услуг, включая «ритуальные» и свадебные. Причём, всё это не причуда богатых, как у нас. Все эти радости доступны, практически, любому обывателю, желающему позаботиться о своём любимце.

Говоря о Германии, нужно так же отметить не вполне привычное для нас отношение к детям. Ребёнок для немца — это что-то вроде дорогой куклы. Его красиво наряжают, покупают всевозможные игрушки, развлекают и балуют. Но как только ребёнок превращается в юношу или девушку, его всеми силами выталкивают в самостоятельную жизнь из родительского гнезда. Более того, дальнейшие отношения между родителями и детьми остаются холодными и отчуждённо-вежливыми.

В Таиланде нельзя погладить ребёнка по голове. Это обусловлено местными поверьями. И, как и во многих других странах, нельзя хвалить ребёнка, чтобы не сглазить (в нашей стране это правило тоже до сих пор соблюдается). А в России, нельзя показывать новорожденного другим людям, по тем же причинам.

Эмоциональные итальянцы же наоборот, нахваливают своё дитя, демонстрируют всем, как предмет гордости. Они целуют и ласкают его, откармливают вкусностями. К стати, в Италии именно пухлые дети считаются самыми симпатичными.

Имена

Интересны традиции разных стран в отношении имён.

Японское имя в наши дни, как правило, состоит из родового имени (фамилии), и следующего за ним личного имени. Это весьма распространённая практика для Восточной и Юго-Восточной Азии, в том числе для китайской, корейской, вьетнамской, тайской и некоторых других культур.

Современные японские имена можно сравнить с именами во многих других культурах. У всех японцев есть единственная фамилия и единственное имя без отчества, за исключением японской императорской семьи, у членов которой нет фамилии.

В Японии, а так же в Китае и Венгрии, последовательность имени и фамилии несёт жёстко фиксированный характер: сначала идёт фамилия, а потом имя. В то же время в западных языках (часто и в русском) японские имена записываются в обратном порядке имя — фамилия — согласно европейской традиции. Довольно часто это становится причиной путаницы.

Имена в Японии часто создают самостоятельно из имеющихся знаков, поэтому в стране имеется огромное количество уникальных имён. Фамилии более традиционны и чаще всего восходят к топонимам. Имён в японском языке значительно больше фамилий. Мужские и женские имена различаются за счёт характерных для них компонентов и структуры. Чтения японских имён собственных — один из самых сложных элементов японского языка. В Японии детей называют каким-нибудь словом (Юки — снег, Акира — блестящий, Хачиро — 8й сын, Касуми — туман).

Интересно отметить, что имена всех языков изначально были придуманы в честь какого-нибудь явления, качества, вещи, занятия и т.д., но затем значения забылись или утратились (в русском: Забава, Любава, Ярослав, Владимир) .

По китайским традициям нельзя назвать ребенка в честь любимого человека или старших в семье, как принято у русских. Это объясняется тем, что в древнем Китае запрещалось употребление не только имени, которое носил император, но и тех иероглифов, которые использовались в его имени. Подобный запрет вошел в культуру и простых людей.

В России же, да и во многих европейских странах, наоборот, принято называть детей в честь любимого родственника. А в Америке вообще очень часто отец и сын носят одно имя. Различают их при помощи слов *senior* (старший) и *junior* (младший). Так же непривычно для нас и то, что в Америке свободно к фамилии жены добавляются имя и фамилия мужа, а в свете современной политкорректности, к фамилии мужа можно добавлять фамилию и имя жены.

Все страны заимствуют имена из других языков. В Великобритании, к примеру, сейчас идёт мода на русские имена (Наталья — самое популярное). Причём многие из них имеют несколько вариантов или же употребляются только в краткой форме (Таня, Катя, Надя).

Знание некоторых особенностей, связанных с именами в других странах необходимо современному человеку. Причина в том, что при заполнении анкеты на международном английском языке, в частности графы с именем и фамилией, часто возникает непонимание. Отчества в английском языке нет. Но имя и фамилия есть. И как правило, в анкетах, бланках и т. п. пишут *first name* — имя, *last name* — фамилия. Но там, где по-русски два разных слова, по-английски одно и то же слово *name*, только имя — это «первое», а фамилия — «последнее». Англичанам легко, они знают, что в их языке и культуре первое и что последнее, у них порядок слов жесткий и фиксированный, и имя идет сначала, а затем фамилия. По-русски же порядок слов свободный, то есть *Иван Петров* звучит так же правильно, как *Петров Иван*. Поэтому русский человек, заполняя анкету по-английски и зная значения всех слов, не сразу понимает, какое из собственных имен *first*, а какое *last*.

Сложности коммуникации.

Человек, хорошо владеющий иностранным языком может легко впасть в искушение при разговоре с иностранцем украсить свою речь сравнениями, привычными ему в его культуре. Но очень часто такого человека не понимают: ведь в каждой культуре закрепились свои ассоциации, отличные от других культур. В Японии прекрасную женщину сравнивают с луной, что в России не очень лестно. В Германии баран — символ уверенности и силы, а в России — упрямства, а уж слово корова — вообще оскорбительно, тогда как в Индийской культуре корова — божественное существо, и сравнение с ней, наоборот — высокая похвала.

Есть так же проблема и с привычными нам качествами и понятиями. В Германии, к примеру, такое негативное, с нашей точки зрения, качество, как

жадность, считается достоинством. Жадный — значит экономный, деловой, не упускающий выгоду, и это хорошо. То, что для нас — жадность, для немца — нормальное поведение. Если мужчина приглашает девушку в ресторан, то она платит за себя сама. Причём оправдывается это высокой целью, не ущемить её денежную независимость и самостоятельность. Для русской культуры это — дико, невежливо, не «по-мужски». И по этой причине уже не раз имели место различные конфликты.

Смущает русского человека и европейская привычка говорить комплименты. В России с этим сложнее. Если женщины ещё как-то стараются сказать друг-другу что-то приятное (хотя и эти «приятности», в общем-то, порой, перетекают в двусмысленные фразы и язвительные замечания), то от мужчины вряд ли вообще дождёшься красивых слов. В России к комплинтам в течении долгого времени относились, да и сейчас относятся подозрительно: если кто-то сказал тебе комплимент, значит, чего-то от тебя хочет. В Европе же говорить комплименты — это элемент вежливости. К примеру, во время делового разговора американец может похвалить костюм партнёра, что неизменно приводит в замешательство русского делового человека.

Правила вежливости.

Здесь различий между культурами не так уж много, хотя тоже найдётся немало удивительного. Вызывает проблемы, к примеру, неприкосновенное правило очереди в Великобритании. Нарушение очереди — самый непростительный поступок. Как пишет Павловская: «лучше напейтесь и разбейте витрину — все решат, что проиграла ваша любимая футбольная команда, и даже посочувствуют».

В Европе и Америке принято открывать подарок при дарителе, в Азии же это считается невежливым, так как всё внимание должно быть уделено самому гостю.

В России число цветов несёт определённый смысл. Дарить можно только нечётное число, а чётное число цветов приносят только на похороны. В Европе число цветов не имеет значения.

В Германии гость должен предупредить о своём визите, как минимум, за неделю, при этом указав точные день и время. Непозволительно будет перенести это время, какой бы ни была причина. Если гостя угощают, то потом он платит за угощение.

Если вы идёте в гости в Италии, не стоит дарить вино: это обяжет хозяина тоже поставить на стол бутылку.

В Америке принято здороваться столько раз, сколько вы встречаете человека за день.

Во Франции, если вы хотите спросить что-либо, то необходимо в начале поздороваться, причём только на французском, иначе с вами просто не будут разговаривать.

В Голландии не принято пожимать руки при приветствии.

В Японии преподаватель, выступающий перед студентами, обязательно сидит. Кроме того, в Японии белый цвет — цвет смерти, поэтому необходимо

избегать чисто белого, не дополненного другими цветами. К примеру, нельзя дарить белые цветы.

Немного об отдельных странах.

Эта загадочная Япония.

Хотелось бы рассмотреть эту страну немного более подробно, так как Япония для большей части стран остаётся загадочной и непонятной. Японцы кажутся западному миру даже более загадочным народом, чем русские. Как и у русских западной культуре «не нравится» мимика японцев. Их постоянная вежливая полуулыбка на беспристрастном лице возбуждает у европейцев и американцев подозрения в неискренности, а особенность японцев никогда не смотреть прямо на собеседника принесла им печальную славу скрытного коварного народа. Причины всего этого так же кроются в культурных особенностях японцев. Японец улыбается даже когда сообщает скверные новости, что вызвано сложной культурной традицией. «Японец боится помешать собеседнику выражением своих чувств. Поэтому он улыбается, даже переживая горе. Японец не хочет проявить невежливость категоричностью своих суждений, а европеец сердится, что от японца никогда не услышишь «да» или тем более «нет», а всегда только неясный расплывчатый ответ. Это впечатление усугубляется привычкой японца проявлять уважение к собеседнику тем, что он постоянно в разговоре кивает головой, часто при разговоре по телефону. Кивание должно показывать собеседнику, что японец понимает, о чём ему говорят. Это элемент японского этикета. А американцу или европейцу этот жест сигнализирует, что собеседник согласен с ним. Когда же в конечном счёте выясняется, что это далеко не так, опять следуют сетования: что за непонятные и не заслуживающие доверия люди — японцы.» («Особенности речевой и неречевой коммуникации японцев» Неверов, С.В.)

Общение с японцами осложняется так же из-за лингвистических особенностей речи. К примеру, на вопрос, содержащий отрицание («Мне никто не звонил?») японец ответит утвердительно, чтобы подтвердить смысл вопроса («Да, не звонили»). Кроме того, вся речь японца состоит из полу-намёков и недомолвок, что считается хорошим тоном, и совершенно неприемлемо для европейца. Интересно то, что в Японии не принято оправдываться за провинности. Если человек опоздает на работу по причине поломки машины, то он скажет не «Я опоздал, потому что машина сломалась», а примерно следующее: «Машина сломалась, я опоздал», т.е. эти два события будут представлены как не связанные между собой.

Русские глазами иностранцев.

Выше было много сказано об особенностях иностранцев, непонятных нам, и немало о русской культуре. Но, всё же стоит остановиться немного подробнее на некоторых моментах, чтобы понять, почему к нашим гражданам часто относятся предвзято. Ведь говоря о западной культуре, мы не можем не сравнивать её со своей. Для нас культура нашей родины является эталоном.

Однако, если посмотреть глазами иностранца на самые обычные для нас вещи, то они выглядят не менее странными, чем непривычные особенности других стран для нас. Ниже мы отметим черты русского менталитета, непонятные иностранцам.

Шокирует иностранцев, в первую очередь, серьезность, неулыбчивость русских граждан. Отсутствие улыбки удивляет иностранцев больше всего. Это является одним из наиболее ярких примеров различного понимания вежливости в разных культурах. Точно так же русские люди недоумевают по поводу раскованного поведения американцев (к примеру, привычка класть ноги на стол), которое в нашей культуре выглядит невежливым.

В Америке, да и в остальном западном мире, принято улыбаться всем и везде. Это не только элемент вежливости, но и признак благополучия и уверенности в себе, открытости, чистоты намерений. Поэтому, неулыбчивые русские для них – угрюмые, враждебно настроенные люди.

В России улыбка – это выражение естественной симпатии, хорошего отношения. И, поскольку, в России улыбка в первую очередь – признак искреннего расположения, а не просто элемент вежливости, то и улыбаемся мы достаточно редко.

Это совершенно разные улыбки в разных культурах. В западном мире улыбка одновременно и формальный знак культуры, не имеющий ничего общего с искренним расположением к тому, кому ты улыбаешься, и, разумеется, как и у всего человечества, биологическая реакция на положительные эмоции; у русских — только последнее.

Периодически это становится причиной недоразумений как с той, так и с другой стороны. Тер-Минасова: «Автоматизм американской улыбки настолько велик, что жена президента Хилари Клинтон улыбается фотографам даже на траурной церемонии похорон принцессы Дианы». В России призыв Карнеги: «Улыбайтесь» приводит к реплике: «Чему улыбаться-то? Денег не платят, вокруг проблемы, а вы — улыбайтесь».

Из материалов профессора И.А. Стернина: «Американке в Петербурге старушка сказала: «Чего ты лыбишься?»

Сейчас, в новых условиях постоянных контактов, в том числе и деловых, проблема улыбки осложнилась. А. В. Павловская пишет по этому поводу в «Путеводителе для деловых людей»: «Поведение русских в общественных местах и на улице также требует особого пояснения. Часто пишут об особой «мрачности» русских, связанной с определенной традицией поведения. Причина здесь не в особенностях характера русских, а в особенностях их поведения. В России не принято улыбаться посторонним. В лучшем случае, это воспринимается как проявление глупости, но улыбка незнакомому человеку в определенной ситуации, в темном подъезде, например, может стать и опасной. В русском языке есть поговорка: «Смех без причины — признак дурачины». Когда в России открывался первый Макдональдс, его русских сотрудников учили постоянно улыбаться клиентам, что вызывало большое количество сложностей, ибо, как сказал один из молодых сотрудников, «люди подумают, что мы полные дураки». Серьезное, сосредоточенное выражение лица русских

на улице — не признак их особой мрачности, а лишь традиция, считающая улыбку чем-то сокровенным и предназначенным близкому и приятному человеку».

Кроме отсутствия улыбки, наша страна может ещё много чем удивить. Западный мир пребывает в недоумении от русских пододеяльников (у них эту функцию исполняет простыня). Настоящий шок вызывают следы собачьей жизнедеятельности на газонах. Приводит в уныние мизерное количество общественных туалетов, к тому же платных, даже в столичных городах (возглас в самолёте, следующем из России в США, при посадке: «Да здравствует страна бесплатных туалетов!»). Удручает грязь на улицах, имеющая всего два состояния: «уже подсохла, и уже подмёрзла». Абсолютно не понятна логика речевого мышления и активное цитирование (русские очень любят использовать в речи присказки и фразы из известных фильмов). А уж объяснить иностранцу, что значит заклеивать (утеплять) окна на зиму вообще оказывается невозможным.

Всё это приводит к забавным, неловким, а порой и к неприятным ситуациям. Легкомысленный иностранец в России может попасть в беду. А взяв на вооружения лишь стереотипы — выставить себя не в лучшем свете.

Здесь будет уместным привести пример из немецкого путеводителя «Russland in kleinen Geschichten» (Россия в маленьких рассказах). В нём описывается «ритуал хождения в гости» в России глазами иностранца:

«Вы идёте в гости к русским друзьям. Было бы неплохо купить цветы для хозяйки дома (обязательно нечётное число), коробку конфет или торт к чаю и бутылку хорошего вина или водки, а ещё лучше коньяка, для хозяина. Когда вас будут с кем-нибудь знакомить, то лучше выразить свою радость словами: «Очень приятно»

Не удивляйтесь, если ужин начнётся с водки. Приготовьтесь к тому, что она будет сопровождать всё застолье. Почти все иностранцы знают, что русские, поднимая бокалы, говорят: «На здоровье!» В действительности это не так. В крайнем случае, можно сказать: «Ваше здоровье!»

Но обычно русские пьют «за» что-нибудь: за знакомство, за встречу, за любовь, за женщин, за здоровье именинника или всех присутствующих. В кругу близких друзей можно обойтись без тостов, коротко сказав: «поехали!» Не отказывайтесь, когда вам наполняют рюмку: этим вы обидите хозяина дома.

Впрочем, отказываться почти бесполезно, Вам будут настойчиво предлагать до тех пор, пока Вы не согласитесь. То же самое с едой. Вас будут уговаривать, несмотря на ваши протесты («Спасибо, я не хочу», «Я уже сыт», «Я больше не могу» и так далее). Может быть поэтому считается не очень вежливым сразу соглашаться на предложение съесть что-то. Непременно похвалите хозяйку: «Очень вкусно!», «Бесподобно!», «Как вы это готовите?» и предложите тост за её мастерство.

Уходя, благодарят хозяев за прекрасный вечер и троекратно целуются»

В общих чертах эти советы отражают действительность, однако достаточно много в них и недостоверной или устаревшей информации. Сильно подчёркивается обязательность подарков, поскольку при «хождении в гости» в

Европе не принято ни дарить подарки, ни кормить гостей. Однако, необходимость такого большого количества подарков преувеличена. Ведь мы знаем, что если идём в гости не на какой-то праздник, а «просто так», то можно ограничиться коробкой конфет. Кроме того, согласитесь, что у нас не принято целоваться с друзьями и знакомыми при прощании, разве что с самыми близкими. Да и далеко не всегда вас будут старательно «пичкать» угощением и вряд ли обидятся на фразу «Спасибо, я не хочу».

Вообще, хлебосольство, празднование с размахом любого случая, а, иногда, вообще без повода, присущи, кажется, одним только русским. Для иностранца удивительна особенность русских людей делать из любого события праздник, и далеко не всегда приятный. «Только русский человек способен «обмыть» покупку на сумму, в 2-3и раза превышающую стоимость самой покупки», - М. Задорнов. В Англии, к примеру, если вы пришли в гости, то в лучшем случае, вас напоят чаем с молоком. Если же вы сами принесли угощение, то угощаться будут хозяева и другие гости, только после вашего приглашения. Если ваше угощение осталось, то вы его забираете с собой. Примерно так же дела обстоят и в других европейских странах.

Удивительна иностранцам и такая, уже упомянутая, русская черта, как «привычка» давать развёрнутые ответы на чисто формальные вопросы. Ведь, вообще, для русского менталитета характерно доброжелательное отношение к людям, искренность, эмоциональность, сентиментальность. В результате на самый распространенный вопрос общения: *How are you?* [Как поживаете?] русскоязычный, изучающий английский язык, как правило, начинает давать подробный, часто пространный ответ, описывая свое здоровье, семейные дела, успехи или неприятности на работе, в то время как английский язык, в соответствии с требованиями культуры, национального характера и менталитета, допускает практически только один ответ: «*Fine, thank you*» [Спасибо, хорошо], даже если говорящий глубоко несчастлив или на пороге смерти. *How are you?* — пустая формула общения, за ней не стоит реальный интерес к личности собеседника, это формальное признание контакта. Русские, работающие за рубежом, отмечают в англоязычной культуре и такую черту, как закрытость при общении. Видя плачущего американца русские подходят, начинают выспрашивать, что случилось. Но американец отвечает, что всё в порядке и уходит. Это обидно русскому человеку: ведь он искренне хочет помочь.

Проблема невербального общения.

Как уже было сказано выше, при общении в другой стране иностранец часто попадает в затруднительное положение из-за незнания языка. Казалось бы, находчивый общительный человек сможет объясниться и с помощью жестов, но и здесь неискушенного путешественника ожидают скрытые опасности. Одни и те же жесты у разных народов могут нести различный, и даже противоположный смысл.

Как вербальные языки отличаются друг от друга в зависимости от типа культур, так и невербальный язык одной нации отличается от невербального языка другой.

Каждый язык обладает своей жестовой системой, поэтому, если вы разговариваете с иностранцем, ваша жестикуляция может показаться ему непонятной или даже оскорбительной.

Иногда даже безобидные движения, не имеющие в одном языке символического значения, могут расцениваться как оскорбительные носителями другого языка. Так, например, русская девушка во время беседы с юношей-итальянцем вполне может дотронуться до мочки уха, чтобы поправить серёжку. Но в Италии прикосновение к мочке уха во время разговора с мужчиной (или о мужчине) показывает, что обсуждаемый человек, а возможно, и собеседник является гомосексуалистом.

Интересно и то, насколько активно жестикулируют представители разных культур. Психологи отметили, что в течение часового разговора финны в среднем делают один жест, итальянцы — 80, французы — 120, мексиканцы — 180. Русские сдержаны — примерно 40 жестов в час.

Любопытно проследить, как выражают своё *согласие с чем-либо* представители разных народов. Например, болгары, греки, турки, говорят «да», покачивая головой из стороны в сторону, что для большинства европейцев означает «нет», а кивают головой только в знак отрицания. Арабы, если с чем-то не согласны, откидывают назад голову и щёлкают языком; если же они хотят выразить полное неодобрение, то покусывают средний палец правой руки и резко вытягивают её вперёд. Турки в подобной ситуации вытягивают вперёд подбородок, прикрывают глаза и негромко щёлкают языком. Малайцы просто опускают глаза, испанцы и португальцы как бы что-то отталкивают от себя рукой. А североамериканские индейцы сопровождают свою речь особыми плавными жестами, которые могут обогащать сказанное дополнительным смыслом или придавать словам прямо противоположное значение. Так что индеец со связанными руками вообще затруднится в выражении своих мыслей. Отрицательный жест у современных неаполитанцев — вздёрнутая вверх голова, но при этом ещё надо неодобрительно оттопырить нижнюю губу.

Разнообразны жесты, означающие *приветствие*. В Китае друг друга приветствуют жестом, присущим так же актёрам и политикам: сцепленные, поднятые над головой руки. Эскимос, встречая знакомого, несильно стучит кулаком по его голове и плечам (правда этот жест использует лишь часть эскимосов). В Лапландии и Новой Зеландии существует обычай при встрече тереться носами. Аборигены, живущие на архипелаге Самоа, обнюхивают друг друга. Приветственные жесты у йеменцев и египтян немного напоминают военные — они прижимают ладонь ко лбу. У некоторых африканских народов встречающиеся дают друг другу какой-нибудь предмет (чаще всего тыкву); держа её в правой руке, левой рукой держат локоть правой. Это знак величайшего уважения. Африканцы приветствуют друг друга ещё и по-другому — обнимаясь и соприкасаясь щеками. В прежние времена китаец, встречая другого, пожимал руку самому себе, в наше время — делает лёгкий поклон или

кивок головой. Житель Андаманских островов садится к другому на колени и плачет.

Прощание. Во многих европейских странах, прощаясь, люди размахивают вытянутой вперёд рукой из стороны в сторону. В России характерен несколько иной жест: движение кисти руки сверху вниз. Жители Андаманских островов, прощаясь, поднимают руку партнёра к своему лицу и легонько дуют на неё. Итальянцы редко подают руку, но с удовольствием стукнут по спине при расставании. В Латинской Америке помахивают ладонью так, как мы это делаем, когда зовём кого-нибудь к себе. Как будто хотят сказать: «Нам жаль расставаться, приезжайте ещё!». В Финляндии же никогда не машут рукой при прощании. Жест, похожий на наше прощальное помахивание рукой, у итальянцев как раз означает «Иди сюда!» или «Внимание!».

Есть множество других необычных для нас жестов. Вращательные движения выставленным вверх большим пальцем означают в Саудовской Аравии «катись отсюда», «ты достоин лишь презрения».

Для испанца прикосновение к мочке уха считается оскорблением. Как обиду и вызов воспримет грек поднятие руки с открытой в его сторону ладонью, а американец — направленный на него палец.

Жест, которым русский сокрушенно демонстрирует пропашу или неудачу, у хорвата означает признак успеха, удовольствия. Если в Голландии вы повернёте указательным пальцем у виска, подразумевая какую-то глупость, то вас не поймут. Там этот жест означает, что кто-то сказал очень остроумную фразу. Говоря о себе, европеец показывает рукой на грудь, а японец на нос.

Довольно часто один и тот же жест имеет не только различное, но и противоположное значение. Так в США «ноль», образованный большим и указательным пальцами, означает «всё о'кей», т.е. всё нормально; в Японии — «деньги», а в Португалии и некоторых других странах этот жест воспринимается как неприличный.

Немцы часто поднимают брови в знак восхищения чьей-то идеей. Но то же самое в Англии будет расценено как выражение скептицизма.

Француз или итальянец, если считает какую-нибудь идею глупой, выразительно стучит себя по голове. Немец, шлёпая себя ладонью по лбу, как бы говорит: «Да ты с ума сошел». А британец или испанец этим же жестом показывает, как он доволен собой. Если голландец, стуча себя по лбу, вытягивает указательный палец вверх, то это означает, что он по достоинству оценил ваш ум. Палец же в сторону указывает, что у вас слегка «поехала крыша».

Наиболее экспрессивен язык жестов французов. Когда француз чем-то восхищён, он соединяет кончики трёх пальцев, подносит их к губам и, высоко подняв подбородок, посылает в воздух нежный поцелуй. Если же он потирает указательным пальцем основание носа, это означает, что он предупреждает: «здесь что-то нечисто», «осторожней», «этим людям нельзя доверять».

Близко к этому жесту постукивание итальянца указательным пальцем по носу, что означает: «берегись, впереди опасность, они что-то замышляют». Но этот же самый жест в Голландии означает отказ. Если надо жестом

сопроводить выговор, указательным пальцем водят из стороны в сторону около головы.

Мы в общении не придаём особой роли левой или правой руке. Но будьте осторожны на Ближнем Востоке: не вздумайте кому-либо протянуть деньги или подарок левой рукой. У тех, кто исповедует ислам, она считается нечистой, и вы можете нанести оскорбление собеседнику.

Вообще, в любой культуре жесты неискренности связаны с левой рукой. Причина такого разделения заключается в том, что правая рука у нас «окультурена», она делает то, что надо, а левая – то, что хочет, выдавая тайные чувства владельца. Поэтому, если в разговоре с вами ваш собеседник часто жестикулирует левой рукой, есть большая вероятность, что он говорит не то, что думает, или просто негативно относится к происходящему. Надо сменить тему разговора.

Жесты и мимика - это одновременно и культура и язык определённого народа, поэтому, в этой области стоит быть особенно осторожным.

Обратная сторона медали: политкорректность.

Всё имеет свою обратную сторону. Даже терпимость в современном мире может принимать гротескную форму. Имеется в виду такое популярное в последние дни понятие, как политкорректность. Безусловно, появление этой культурно-поведенческой и языковой тенденции, и её внедрение в массы вполне оправдано и целесообразно. Однако чрезмерное увлечение ею всё чаще приводит к абсурдным ситуациям.

К примеру, введём в современный электронный словарь безобидную фразу: «Кошка родила 3х белых котят и одного чёрного» и переведём на английский. В результате получаем: «The cat has born 3 white kittens and 1 Afro-American». Довольно странно звучит. Вряд ли кто-то хотел оскорбить чувства негроидной расы, говоря о чёрном котёнке, но бездушная машина, безусловно, оснащённая ультрасовременным политкорректным словарём, не знает об этом. К сожалению, люди, чрезмерно увлечшись эвфемизмами, могут порой разговаривать таким же абсурдным языком.

Тенденция к политкорректности родилась более 20 лет назад в связи с «восстанием» африканцев, возмущённых «расизмом английского языка» и потребовавших его «дерасиализации» — «deracialization».

Политическая корректность требует убрать из языка все те языковые единицы, которые задевают чувства, достоинство индивидуума, вернее, найти для них соответствующие нейтральные или положительные эвфемизмы. Неудивительно, что это движение, не имеющее равных по размаху и достигнутым успехам в мировой лингвистической истории, началось именно в США. Английский язык как язык мирового, международного и межкультурного общения, используется как средство коммуникации представителями разных народов и разных рас. Вот почему эти народы и расы предъявляют к нему свои требования. США же — особая страна, население которой состоит из представителей самых разных народов и рас, и поэтому

межнациональные, межкультурные и межэтнические проблемы здесь стоят особенно остро.

Итак, языковая корректность. В основе ее — весьма положительное желание не обидеть, не задеть чувства человека, сохранить его достоинство, хорошее настроение, здоровье, жизнь. Сама идея — замечательная, ее можно только всячески поддерживать. Термин *политическая корректность* представляется неудачным из-за слова *политическая*, подчеркивающего рациональный выбор по политическим (а значит, неискренним) мотивам в противоположность искренней заботе о человеческих чувствах, стремлении к тактичности, к языковому проявлению хорошего отношения к людям.

Попытка ввести термин *языковой такт* (*linguistic tact*), по понятным причинам, не имела успеха: мы подросли со своими поправками, когда движение достигло мирового размаха и термин стал привычным, УСТОЙЧИВЫМ и заимствованным другими языками.

И вот началась активная «перекройка» языка под политические взгляды. Так, обращение *Ms* по аналогии с *Mr* [мистер] не дискриминирует женщину, поскольку не определяет ее как замужнюю (*Mrs* [миссис]) или незамужнюю (*Miss* [мисс]). Оно успешно внедрилось в официальный английский язык и прокладывает себе дорогу в разговорный.

«Сексистские» морфемы, указывающие на половую принадлежность человека, вроде суффикса *-man* (*chairman* [председатель], *businessman* [бизнесмен], *salesman* [торговец]) или *-ess* (*stewardess* [стюардесса]), вытесняются из языка вместе со словами, в состав которых они имели неосторожность войти. Такие слова заменяются другими, определяющими человека безотносительно к полу:

chairman [председатель] > *chairperson*;
spokesman [делегат] > *spokesperson*;
cameraman [оператор] > *camera operator*,
stewardess [стюардесса] > *flight attendant*;
headmistress [директриса] > *headteacher*.

Слово *women* [женщины] все чаще пишется как *womyn* или *wimmin*, чтобы избежать ассоциаций с ненавистным сексистским суффиксом.

А дальше — больше. Корректность начинает приводить нас в недоумение, запутывает и сбивает. Покончив с женщинами и Афро-Американцами она с жадностью перекинулась на братьев наших меньших. Для того чтобы избежать антропоцентризма по отношению к живому миру и подчеркнуть наше биологически равноправное сосуществование на одной планете с представителями этого мира, слово *pets* [домашние животные], предполагающее человека как хозяина или владельца, заменяется словосочетанием *animal companions* [компаньоны-животные], *house plants* > *botanical companions* [домашние растения > компаньоны-растения], а предметы неодушевленного мира — *mineral companions* [компаньоны-минералы].

Стремительно распространяясь, политическая корректность доходит до крайностей (например, требуя заменить *history* [история] на *herstory*), становится предметом насмешек, развлечения, юмора. В результате эффект

«корректности» снижается, иногда получается обратный, прямо противоположный.

Джеймс Финн Гарднер, писатель и актер из Чикаго, переписал самые популярные сказки политически корректным языком, и его книга «Politically Correct Bedtime Stories», изданная одновременно в Нью-Йорке, Торонто, Оксфорде, Сингапуре и Сиднее, немедленно стала бестселлером номер один.

Отрывки из этих «политически корректных» сказок не нуждаются в комментариях, они иллюстрируют тенденцию последовательной политической корректности, доведенной до абсурда.

Snow White

*Once there was a young princess who was **not at all unpleasant** to look at and had a temperament that many found to be **more pleasant than most other people's**. Her nickname was Snow White, indicating of the discriminatory notions of associating pleasant or attractive qualities with light, and unpleasant or unattractive qualities with darkness. Thus, at an early age Snow White was an unwitting if fortunate target for this type of colorist thinking.*

Белоснежка

*Жила-была одна молоденькая принцесса, которая была **вовсе не неприятна на вид**, и характер у нее был такой, что многие признавали **его лучшим, чем у других**. Ее называли Белоснежкой, что указывает на укоренившееся дискриминационное предубеждение — ассоциировать приятные или привлекательные свойства со светом, а неприятные или непривлекательные качества — с темнотой. Таким образом, с раннего возраста Белоснежка была невольной, хоть и удачливой мишенью для подобного мышления — дискриминации по цвету кожи.*

Cinderella

*There once lived a young **wommon** named Cinderella, whose **natural birth-mother** had died when Cinderella was but a child. A few years after, her father married a widow with two older daughters. Cinderella's mother-of-step treated her very cruelly, and her sisters-of-step made her work very hard, as if she were their own personal **unpaid laborer**.*

*One day an invitation arrived at their house. The prince was celebrating his exploitation of the **dispossessed and marginalized peasantry** by throwing a fancy dress ball. Cinderella's sisters-of-step were very excited to be invited to the palace. They began to plan the expensive clothes they would use to **alter and enslave their natural body images** to emulate an **unrealistic standard of feminine beauty**. (It was especially unrealistic in their case, as they were **differently visaged enough to stop a dock**.) Her mother-of-step also planned to go to the ball, so Cinderella was working harder than a dog (an appropriate if unfortunately speciesest metaphor).*

Золушка

Жила-была молодая женщина по имени Золушка, чья **природная мать** умерла, когда Золушка была еще ребенком. Несколько лет спустя ее отец женился на вдове с двумя более взрослыми дочерьми. Мачеха Золушки обращалась с ней очень жестоко, а сводные сестры заставляли ее трудиться до седьмого пота, как будто она была их личным **неоплачиваемым работником**.

Однажды в дом прислали приглашение. Принц решил в честь **эксплуатации неимущего и маргинального крестьянства** устроить бал-карнавал. Сводных сестер Золушки очень взволновало это приглашение во дворец. Они стали обдумывать дорогие наряды, для того чтобы изменить свой **природный образ** в подражание **реально не существующему стандарту женской красоты**. (Это было особенно нереально в их случае, так как они были столь **нестандартной внешности**, что от их вида могли остановиться часы.) Ее мачеха тоже собиралась поехать на бал, так что Золушке пришлось вертеться как белке в колесе (**подходящая метафора, но, к сожалению, некорректная по отношению к виду животных**).

В подавляющем большинстве корректность английского языка вызвана **КОММЕРЧЕСКИМИ** мотивами. В центре идеологии Запада оказывается, таким образом, человек, рассматриваемый как потенциальный клиент, покупатель, пассажир, абонент. И этого клиента (покупателя и т. д.) надо привлечь, обласкать, не спугнуть, побудить сделать, купить, продать то, что нужно компании, магазину, организации.

Это **КОММЕРЧЕСКАЯ КОРРЕКТНОСТЬ** и коммерческая забота о человеке-клиенте. В этом вопросе английский язык достиг высокого мастерства. Так, пассажиры разных видов транспорта делятся на 1) *first class* [первый класс] — это престижно, *первый класс* возвышает человека в собственных и чужих глазах; 2) *business (club) class* [бизнес-класс (клуб)] — тоже избранные, но рангом чуть пониже, и билеты, соответственно, дешевле; 3) все остальные, но, конечно, не *второй класс*. *Второй класс* вообще не существует. Клиенту не нравится быть человеком второго класса или сорта. Поэтому у пассажиров самолета не первый и не бизнес-класс называется *economy class* [экономический класс] (экономным быть не зазорно, даже похвально), а у пассажиров железнодорожного транспорта — *standard class* [стандартный класс]. *Standard* — это хорошо, это, как все, стандартно. Однако в самолете, чтобы не задеть чувств пассажиров "не первого" класса и не потерять клиентов, на салоне первого класса пишут: *First cabin customers* [Пассажиры первого класса].

Для того чтобы привлечь, а вернее, не оттолкнуть покупательниц больших размеров, владельцы и директора магазинов проявляют изобретательность в придумывании приятных, комплиментарных, привлекательных вывесок: *BIB* — сокращенно от *Big Is Beautiful* [Большое — это великолепно]; *Renoir Collection* [ренуаровская коллекция]. Все точно продумано: ренуаровские женщины —

розовые, нежные, приятно округлые. «Рубенсовская коллекция» звучала бы гораздо менее привлекательно.

Стиральные порошки продаются в трех упаковках: *small* [маленькая], *medium* [средняя], но вместо пугающего *large* [большая] используется гораздо более «корректное» и приятное слово *family* [семейная] или *Jumbo* [Джамбо] — по имени милого мультипликационного слоненка.

Даже зубные щетки продаются очень деликатно: *for small teeth* — для маленьких зубов, *for standard teeth* — для стандартных зубов, а больших зубов у носителей английского языка не бывает — это не соответствует представлениям о красоте лица, поэтому следующий, последний размер называется *for regular teeth* — для *обычных, нормальных, правильных* зубов, именно так переводится слово *regular*.

И сигарет не бывает ни *big*, ни *large* — ни больших, ни крупных размеров. Это было бы как-то слишком прямолинейно. Сигареты бывают *King size* — королевского размера.

Все слова, которые могут привлечь покупателя при описании товара: *натуральная кожа* — *real, genuine, natural leather*, при описании обуви или одежды обязательно будут упомянуты. Однако не натуральная кожа только по-русски так будет называться: *искусственная, синтетическая, кожзаменитель*. Английский язык не допускает ни *artificial*, ни *synthetic*. Антоним натуральной кожи даже и не переводится на русский язык: *man-made* — буквально 'сделанный человеком'.

Русские продукты маркированы без всякой коммерческой корректности: *Годен до* и дальше дата. И подразумевается: а потом — негоден. И покупатель не купит этот продукт на следующий день после срока годности. Английский язык выражается очень аккуратно и не так категорично: *Best before* [Лучше всего употребить до] — и дата. Но это — *best*, превосходная степень, не исключаяющая годности, когда *better* [лучше], сравнительная степень, а потом еще некоторое время может быть просто *good* [хорошо] — положительная степень.

Итак, повышенная корректность английского языка, его вежливость и заботливое отношение к индивидууму обусловлены следующими факторами:

1) высоким уровнем социальной культуры и хорошими традициями общественного поведения;

2) идеологией и менталитетом общества, провозгласившего культ отдельной личности и устоев ее индивидуального мира (*privacy*) — в противоположность идеологии Советской России, сосредоточенной на общих интересах народа, коллектива;

3) коммерческим интересом к человеку как к потенциальному клиенту.

Всё это показывает, что политкорректность, при всей её необходимости, не решает межкультурных проблем, порой даже усугубляет их. Во всём нужна мера, и только разумное употребление эвфемизмов может принести пользу.

Послесловие.

На тему культурных различий можно говорить бесконечно долго. Но говоря о них необходимо помнить, что они обусловлены окружающей средой, историей, культурными контактами, повлиявшими на развитие общества. Население каждой страны уникально по-своему, и нетерпимое отношения к чужим особенностям — неразумное и нецивилизованное поведение. Не стоит торопиться обижаться на иностранца лишь потому, что он неверно обратился к вам, или же вёл себя не «так», как принято у нас. При этом лучше быть заранее готовым ко всем неожиданностям, которые могут встретиться в чужой стране. Никогда не стоит воспринимать фразу «чувствуйте себя как дома» буквально, ведь это грозит появлением неприятных стереотипов о всех ваших соотечественниках.

Список использованной литературы:

1. 1263516 26.890(4Гем) Б93 Бутаев, О.С. *Открой для себя Германию* / О.С. Бутаев. – Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2007. – 288 с. - (Клуб путешественников).
2. 1229979 65.9(2)-942 К89 Кузин, Ф.А. *Имидж бизнесмена* / Ф.А. Кузин. - М.: «Ось-98», 1997 — 304с.
3. 1245768 63.52(4) М14 Майол, Э., *Эти странные англичане.* / Э. Майол, Д.Милстед — М.: Эгмонт Россия Лтд., 2001. - 72с.
4. 806874 4и Н35 **Национально-культурная специфика речевого поведения** / под ред. Леонтьева — М.: «Наука», 1977. - 352с.
5. И-14926 26.89(2рос) 91с Н87 *Ну что, поехали?: Russland in kleinen Geschichten* / erz. von Natalija Nossowa; übers von Gisela und Michael Wachinger; ill. von Frieda Wiegand. - München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2006 – 144s.
6. 922531 63.3(4Вл) О35 Овчинников, В.В. *Корни Дуба: Впечатления и размышления об Англии и англичанах* / В.В. Овчинников. — М.: Мысль, 1980. - 300с.
7. 1247991 63.52(4) П12 Павловская, А.В. *Англия и англичане* / А.В. Павловская - М.: Издательство Московского университета; Триада, лтд, 2004 с. ил.
8. 1263532 88.53 Р93 Рыбалка, С.В. *Язык мимики, взглядов и жестов* / С.В. Рыбалка. – Ростов-на-Дону.: «Феникс»; Донецк: издательский центр «Кредо», 2007. – 223 с.: ил. - (Энциклопедии для всех).
9. Эл. книга Тер-Минасова, С.Г. *Язык и межкультурная коммуникация* / С.Г. Тер-Минасова — М.: Слово 2000. — 164с.
10. Зыкова, И.В. - *Культура и интеллект: к вопросу о разнообразии культур* / И.В. Зыкова // Вестник МГУ — 2009, №3 — с.100-111. (статья)

Список рекомендуемой литературы:

1. 1259692 81.Англ:26.8 А86 **Артемова, А.Ф. Великобритания. Книга для чтения по страноведению:** учебное пособие / А.Ф. Артёмова, О.А. Леонович, Г.П. Рябов. - М.: АСТ: Восток — Запад, 2006. - 499 с.
2. 1263521 81.2Нем:26.8 А87 **Архипкина, Г.Д. Страноведение. Германия: обычаи, традиции, праздники, этикет:** учеб. пособие / Г.Д. Архипкина, Н.,А.Коляда. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2004. - 288с.
3. И-1150 91(4) Б24 **Барановский Л.С. Страноведение. Великобритания:** учеб. пособие / Л.С. Барановский, Д.Д. Козикис. - Мн.: Выш. шк., 1990. - 343с.
4. 1263516 26.890(4Гем) Б93 **Бутаев, О.С. Открой для себя Германию** / О.С. Бутаев. – Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2007. – 288 с. - (Клуб путешественников).
5. 1263581 26.890(4) В31 **Веремчук А.А. Путеводитель по Монако** / А.А. Веремчук. – Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2007. – 208 с.: ил. - (Клуб путешественников).
6. 1263414 81.2Фр:26.8 В37 **Вершинина, Е.Г. Знакомьтесь: Франция! Учебное пособие по лингвострановедению. - на фр. яз.** / Е.Г. Вершинина, Ю.С. Калинкина. - М.: Высш. шк., 2007. — 287с.
7. 1254026 81.2Нем:26.8 Г38 **Варин, В.В. Германия: История. Культура. Контакты: уч. пособие** / В.В. Варин, Е.Г. Даванкова, и др. — М.: «Экзамен», 2004. — 256с.
8. 1263575 26.890(4Фра) Д96 **Дюпре, В. Путеводитель по Франции** / В. Дюпре. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2007. - 416 с.: ил. (Клуб путешественников).
9. 1243199 81.2Фр:26.8 З-14 **Загрязкина, Т.Ю. Франция сегодня** / Т.Ю. Загрязкина. - 2е изд., испр. — М.: Айрис-пресс, 2002. — 240 с.: ил.
- 10.1263514 81.2Нем:26.8 К62 **Коляда, Н.А. Страноведение. Германия** / Н.А. Коляда. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2002. - 320 с.
- 11.1263584 26.890 (5Кит) К80 **Колесникова, А.А. Путеводитель по Китаю** / А.А. Колесникова. – Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2007. – 304 с.: ил. - (Клуб путешественников).
- 12.1263528 26.890(5Туц) К80 **Крестовская, К.А. Открой для себя Турцию** / К.А. Крестовская. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2006. - 256 с. - (Клуб путешественников).
- 13.1263585 26.890(5) К80 **Крестовская, К.А. Путеводитель по Израилю** / К.А. Крестовская. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2007. - 224 с.: ил. - (Клуб путешественников).

- 14.1263587 26.890(4Ита) К80 **Крестовская, К.А. Путеводитель по Италии** / К.А. Крестовская. - Ростов-на-Дону: «Феникс», 2007. - 384 с.: ил. (Клуб путешественников).
- 15.1229979 65.9(2)-942 К89 **Кузин, Ф.А. Имидж бизнесмена** / Ф.А. Кузин. - М.: «Ось-98», 1997 — 304с.
- 16.1237088 26.890(4Гем) Л33 Лебедев, В.Б. Знакомьтесь: Германия! Учеб. пособие / В.Б. Лебедев. — М.: Высш.шк., 2000. — 287с.: ил.
- 17.1245768 63.52(4) М14 **Майол, Э. Эти странные англичане.** / Э. Майол, Д. Милстед — М.: Эгмонт Россия Лтд., 2001. - 72с.
- 18.1253991 81.2Англ:26.8 М69 **Михайлов, Н.Н. Лингвострановедение Англии:** учеб. пособие для студ. филол. фак. и фак. ин. яз. высш. учеб. заведений / Михайлов, Н.Н. - М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 208 с.
- 19.1263529 81.2 Англ-26.8 Н56 **Нестерова, Н. М. Страноведение: Великобритания** / Н.М. Нестерова. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006 – 368с. – (Высшее образование).
- 20.И-14926 26.89(2рос) 91с Н87 **Ну что, поехали?: Russland in kleinen Geschichten** / erz. von Natalija Nossowa; übers von Gisela und Michael Wachinger; ill. von Frieda Wiegand. - München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2006 – 144s.
- 21.1259532 81.2Англ: 26.8 О11 **Ощепкова, В.В., Шусилова И.И. О Британии кратко:** Книга для чтения на англ. яз. / В.В. Ощепкова, Шусилова И.И. - М.: ин. язык; КДУ, 2007. - 256с.
- 22.1259533 81.2 Англ: 26.8 О11 **Ощепкова, В.В. О США кратко:** Книга для чтения на англ. яз. / В.В. Ощепкова. - М.: Ин. язык; КДУ, 2007. - 192с.
- 23.922531 63.3(4Вл) О35 **Овчинников, В.В. Корни Дуба: Впечатления и размышления об Англии и англичанах.** / В.В. Овчинников — М.: Мысль, 1980. - 300с.
- 24.1239327 81.2Нем:26.8 О-35 **Овчинникова, А.В. О Германии кратко** / А.В. Овчинникова, А.Ф. Овчинников. — М.: «Иностранный язык»: «Оникс», 2000, — 208 с.
- 25.1247991 63.52(4) П12 **Павловская, А.В. Англия и англичане** / А.В. Павловская - М.: Издательство Московского университета; Триада, лтд, 2004 с. ил.
- 26.1249453 63.3(2)51 П12 **Павловская, А.В. Россия и Америка. Проблемы общения культур** / А.В. Павловская — М.: Издательство Московского университета: Триада, лтд, 1998 — 304с.
- 27.1263273 81.2Нем:26.8 П12 **Павлов, Н.В. Современная Германия:** учеб. пособие по страноведению. – М.: Высшая школа, 2005. – 567 с.: ил.

- 28.1259710 81.2Фр:26.8 П56 **Понятин, Э.Ю. Франция на рубеже тысячелетий: уч. пособие** / Э.Ю. Понятин. — М.: АСТ: Восток-Запад, 2006. — 297с.
- 29.И-12266 32и(англ) P-25 **Parker, J. The Queen** / J. Parker - London: Headline Book Publishing: 1991 — 406р.
- 30.1246774 63.3(4Вел) P76 **Россия и Британия. Вып. 3 В мире английской истории.** / Отв. ред. Давидсон; Институт всеобщей истории. - М.: Наука, 2002. - 409с.
- 31.1259469 81.Англ:26.8 P76 **Росс, Д. Уэльс. История нации: Книга по страноведению на английском языке** / Д. Росс, - Спб.: КАРО, New Lanark: Geddes & Grosset, 2006. - 312 с.: ил.
- 32.1259468 81.Англ:26.8 P76 **Росс, Д. Шотландия. История нации: Книга по страноведению на английском языке.** / Д. Росс, - Спб.: КАРО, New Lanark: Geddes & Grosset, 2006. - 384 с.: ил.
- 33.1263532 88.53 P93 **Рыбалка, С.В. Язык мимики, взглядов и жестов** / С.В. Рыбалка. — Ростов-на-Дону.: «Феникс»; Донецк: издательский центр «Кредо», 2007. — 223 с.: ил. - (Энциклопедии для всех).
- 34.1263576 26.890(6Еги) С79 **Степанов, В.Ю. Путеводитель по Египту** / В.Ю. Степанов. — Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2007. — 336 с.: ил. - (Клуб путешественников).
- 35.1263586 26.890(5Туц) С79 **Степанов, В.Ю. Путеводитель по Турции** / В.Ю. Степанов. — Ростов-на-Дону.: «Феникс», 2006. — 288 с.: ил. - (Клуб путешественников).
- 36.Эл. книга **Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация** / С.Г. Тер-Минасова — М.: Слово 2000. — 164с.
- 37.1263588 26.890(4) Т47 **Тищенко, Н.Я. Путеводитель по Греции** / Н.Я. Тищенко. — Ростов-на-Дону: «Феникс», 2007. — 256 с.: ил. - (Клуб путешественников).
- 38.1235737 81Англ:268 Т51 **Токарева, Н.Д. Америка. Какая она?: учебник по страноведению США.** / Н.Д. Токарева, В. Пеппард. - М.: Высш. шк., 1998. - 334с. с., ил.
- 39.1245756 81.2Англ: 26.8 Х17 **Халилова, Л.А. США: История и современность.** / Л.А. Халилова — М.: Рольф, 2001 — 256 с.
- 40.1254009 81.2Фр: 26.8 Х20 **Харитонов, И.В. Франция как она есть** / И.В. Харитонов, И.С. Самохотская. — М.: ВЛАДОС, 2003. — 360 с.
- 41.Бузоева, М. - **Изучение темы «Стереотипы и предрассудки»** / М. Бузоева // Библиотечка «Первого сентября», нем. яз. - 2009, №3 — 32с.
42. **Зыкова, И.В. - Культура и интеллект: к вопросу о разнообразии культур** / И.В. Зыкова // Вестник МГУ, Серия 19: лингвистика и межкультурная коммуникация — 2009, №3 — с.100-111.