

**БАЛТИЙСКИЙ РУССКИЙ ИНСТИТУТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
им. А.С. ПУШКИНА
ВИЛЬНЮССКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЯЗЫКОВ И КУЛЬТУР:
РУССКИЙ ЯЗЫК В КУЛЬТУРНО-КОММУНИКАТИВНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ НОВОЙ ЕВРОПЫ**

**LANGUAGE AND CULTURE INTERRELATION:
RUSSIAN IN CULTURAL-COMMUNICATIVE SPACE OF TODAY'S
EUROPE**

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

Под редакцией Ю.Е. Прохорова

ВЫПУСК 1

РИГА 2005

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Доктор педагогических наук, проф.	А. Бердичевский (Австрия)
Доктор филологических наук, проф.	Л. Богданова (Россия)
Доктор педагогики, ассоц. проф.	Л. Игнатьева (Латвия)
Доктор политологии, проф.	М. Кернер (Германия)
Кандидат филологических наук, доц.	Е. Костанди (Эстония)
Доктор филологических наук, проф.	Э. Лассан (Литва)
Доктор филологических наук, проф.	К. Люциньски (Польша)
Доктор педагогических наук, проф.	Ю. Прохоров (Россия)
Доктор филологических наук, проф.	И. Ухванова-Шмыгова (Беларусь)
Доктор филологических наук, проф.	Л. Чумак (Беларусь)

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Доктор педагогических наук, проф. Ю. Прохоров (Россия)

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА ВЫПУСК:

Доктор филологии, доц. Э. Архангельская (Латвия)

В сборник включены статьи, в которых исследуются проблемы, связанные с взаимодействием языков и культур в поликультурной среде. В первый выпуск вошли также материалы докладов Международной научной конференции «Взаимодействие языков и культур: русский язык в культурно-коммуникативном пространстве Новой Европы», которая была проведена Балтийским Русским институтом 28-30 апреля 2005 года в Риге при содействии Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина и Вильнюсского университета под председательством проф. Ю.Е. Прохорова. В ней приняли участие специалисты из России (Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Тольятти, Нальчика), Латвии (Риги, Вентспилса, Даугавпилса, Лиепая, Резекне), Эстонии, Литвы, Беларуси, Австрии, Польши (Жешува, Кельце, Люблина, Радома), Германии, Украины, Казахстана.

Статьи и публикации: авторы, 2005

Издательство БРИ

ISBN-9984-763-59-5

*Русский язык в культурно-коммуникативном пространстве
Новой Европы. – Рига: Балтийский Русский институт,
Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина,
Вильнюсский университет, 2005*

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Г. Зенталя

Институт русской филологии Жешувского университета, Польша

Письменные коммуникации в сфере как повседневной, так и профессиональной деятельности человека, являются одним из важнейших средств общения. Особенно на работе в фирме часто составляем и посылаем письма, ведем делопроизводство и т.д.

Письменные сообщения выполняют многие функции, среди которых: документальное фиксирование информации, отбор, представление и передача информации, ее накопление и хранение, планирование действий. Письменную коммуникацию, однако, ограничивают социальные и культурные барьеры, связанные с нормами, ценностями и линией поведения определенных групп людей. Поэтому, одной из важнейших задач преподавателя иностранного бизнес-языка является работа по устранению этих барьеров.

Умение составления письменных текстов в польских программах обучения иностранным языкам находилось на последнем месте в иерархии умений. Выдающийся польский методист Х. Коморовска писала, что [Komorowska 2002: 154], «умение письма менее всего, а по крайней мере, реже всего, нужно обычному пользователю языком». Тем не менее, в ситуации обучения спецязыкам ее мнение отличается [Komorowska 2002, s. 155]: «ситуация изменяется только в том случае, когда мы имеем дело с обучением иностранному языку для профессиональных целей, напр. на курсах секретарей, ведущих деловую коммерческую корреспонденцию при обучении людей, планирующих выезд за границу с целью работы в офисах или вузах – в таких случаях роль умения письма в иерархии целей обучения языку значительно

возрастает». В сфере письменной коммуникации для профессиональных целей упомянутая Коморовска [Komorowska 2000: 368] считает, что необходимо выработать следующие «микроумения» в области обучения письму: дать свои личные данные, заполнить простой бланк, написать краткое частное письмо, написать письменную информацию, характерную для своей профессиональной деятельности (напр. факс).

Авторы *Европейской системы описания языкового обучения* [Coste 2003] выделяют для уровня беглости C2 такие действия, связанные с письменной коммуникацией, как: заполнение бланков, составление статей, составление плакатов, написание отчетов, докладов, записывание передаваемой информации, творческое письмо, написание частных и деловых писем.

В сфере письменных высказываний учащийся/студент должен уметь писать сложные тексты, применяя соответствующий стиль и логическую компоновку. Творческое письмо – это умение писать захватывающие рассказы, описать собственные переживания. Учащийся/студент должен также уметь написать отчеты, статьи, в которых подробно излагает тему, подводит итоги. Учащийся/студент создавая письменный текст, должен уметь планировать свое высказывание, употреблять соответствующие термины, уметь плавно менять тему высказывания.

Во время обучения умению составления письменных текстов используются такие методы, как: буквальный перевод (специальные тексты – контракты), художественный перевод (повести, поэзия, пьесы), содержание статей из газет, парафразирование специальных текстов для лиц, которые не разбираются в специальной лексике и тематике.

В сфере письменной коммуникации особое внимание необходимо уделять таким элементам, которые не совпадают в разных странах и являются культурнообусловленными. Можно к ним отнести:

1. способы адресования писем,
2. обращение к адресату,
3. формулировки вежливости (вводная и заключительная),
4. запись даты составления письма,
5. расположение реквизитов (дата, отметка об приложении, место подписи,

б. перевод заимствованных слов-терминов и аббревиатур, обозначающих статус фирм, экономические понятия, наименования фирм, институтов ЕС и т.п.

Далее, выделяем те элементы, которые самые важные в процессе обучения иностранному языку и которые создают трудности из-за различий в культурах.

1). Адресование;

– написание и перевод наименования фирмы, состоящего из аббревиатуры, обозначающей юридический статус (S.A.-АО, Sp. z o.o. – ООО) + собственного наименования: в польских, немецких, английских и других западноевропейских странах в текстах такого рода аббревиатуры пишутся после собственного наименования фирмы, в русских – перед: «Euromeble» S.A., «NewLine» Ltd., «Haus» Gmbh – АО «Интеррос»;

– написание адреса на русском языке оформляется в следующей последовательности: улица (ул.), запятая, номер дома, запятая, город, запятая, почтовый индекс; в польских: улица (ul.) + номер дома, почтовый индекс + город; в английских: номер дома + улица, город, запятая, почтовый индекс; в немецких: наименование улицы + -Straße + номер дома, почтовый индекс + город.

2). Обращение к адресату:

– польские письма адресуются с употреблением формы «Szanowny (кто?) Pan (господин) Andrzej Kowalski/Szanowna Pani Teresa Nowicka»; возможна универсальная аббревиатура: Sz. P;

– в русских письмах обращаемся к адресату с помощью конструкции «господину (кому?) Петрову С.А; возможна аббревиатура: г-ну / г-же;

– в польском варианте допустимо полное имя адресата, в русском – аббревиатура имени-отчества, в английском – возможна аббревиатура имени;

– в английских и немецких письмах обращаясь к женщине нужно знать замужняя ли она (Mrs –Mistress; Frau) или незамужняя (Ms –Miss; Fräulein); существует и универсальное английское сокращение – Ms; в польском и русском языках есть такие различия, но их нельзя употреблять в официальных письмах.

3.1.). Вежливая вводная форма обращения:

– после обращения в США ставят двоеточие, в Англии и Польше – запятую, в России и Германии – восклицательный знак;

— в английской и немецкой культурах возможно обращение Mr./Herr + фамилия; в польской и русской такое обращение невозможно и следует добавить: Szanowny+Panie (звательный падеж)+фамилия (или без нее) Kowalski / Уважаемый+господин+(фамилия) Иванов; если в русском обращении указывается имя и отчество, а фамилия не называется, то обращение приобретает личный характер, включение в формулу обращения фамилии адресата в русском языке придает тексту документа вежливо-официальный оттенок;

3.2.). Вежливая заключительная форма вежливости:

— в немецком варианте в заключительной формуле возможно сокращение – MfG – mit freundlichen Grüßen;

— в немецких письмах после формулы ставят точку с запятой, а в польской, английской культурах ставят запятую; после заключительной формулы вежливости «С уважением» иногда в русских текстах замечаем запятую, как в английских, немецких или польских письмах. С точки зрения русской орфографии и правописания она излишняя и, как рекомендуют специалисты на сайте www.grammar.ru, нельзя ее ставить.

4). Запись даты:

— британский способ – словесно-цифровой, как в России и Польше: 15 Feb. 2005 / 15 February, 2005 / 15th February, 2005; в США перед числительными, обозначающими год, ставят запятую: February 15th, 2005 / February 15, 2005;

— лучше не писать дату цифрами, так как цифровое обозначение различно в разных странах, напр. в США – месяц день год, в Великобритании, Польше, России – день месяц год. В эпоху компьютеризации можно употребить цифровое обозначение даты в последовательности: «год-месяц-день» (2005-02-15) или «годмесяцдень» (20050215).

5). Размещение реквизитов:

Расположение реквизитов в польской, российской, немецкой и англоговорящей культурах представляет следующая таблица:

Реквизит	PL	RU	GER	USA/UK
Место составления	П	Л	П	П
Дата составления	П	Л	П	П

Регистрационный номер	Л	Л	С	П
Адресат	Л	П/Л	Л	Л
Вводная формула вежливости	Л	Л/С	Л	Л
Заключительная формула вежливости	Л	Л	Л	Л
Подпись	П	С	Л	Л
Наличие приложений	Л	Л	Л	Л

Л – левая сторона П – правая сторона С – середина

б). Составление письменных текстов, особо на спецязыке, требует овладения специальной лексикой, терминологией. Важное место занимает знание внеязыковых реалий, характерных для данной культурной и языковой среды. Особой проблемы не создают заимствования из английского языка, которые проникли во многие европейские языки, типа: dealer – дилер, clearing – клиринг, bank-outsider – банк-аутсайдер. Трудности появляются при переводе русских аббревиатур, так популярных в текстах, типа: МРОТ (минимальный размер оплаты труда), Промстройбанк (Промышленно-строительный банк). Как считает Л. Мазур-Межва [Mazur-Mierzwa 2003: 212], в таком случае необходимо дать перевод на родной язык и обязательно в скобках фонетический вариант наименования, напр. Sberbank. Особую проблему вызывают аббревиатуры, обозначающие международные организации и институты ЕС, наименования которых не совпадают в разных языках. К ним может отнести следующие аббревиатуры, указанные в таблице:

английский	русский	польский
EFTA – European Free Trade Association	ЕАСТ – Европейская ассоциация свободной торговли	Europejskie Stowarzyszenie Wolnego Handlu, используется только англ. аббревиатура

EU – European Union	ЕС – Европейский союз	UE – Unia Europejska
EMU – Economic and Monetary Union	ЕЭМС – Европейский экономический и монетарный союз	Unia Gospodarcza i Monetarna, используется только английская аббревиатура
VAT – Value-Added Tax	НДС – налог на добавленную стоимость	Podatek VAT (podatek od wartosci dodanej), используется только англ. аббревиатура
OECD – Organisation for Economic Cooperation and Development	ОЭСР – Организация экономического сотрудничества и развития	Organizacja Wspolpracy Gospodarczej i Rozwoju, используется только англ. аббревиатура

Также при переводе наименования СНГ (Содружество Независимых Государств) появляется польский вариант с заимствованным русским порядком предложения – WNP (Wspolnota Niepodleglych Panstw): в польском языке прилагательное должно стоять после существительного, а здесь исключение, что вызывает проблему для переводчиков и студентов.

Как при переводе, так и при составлении собственного текста на иностранном языке необходимо обладать огромными знаниями из области культуры, обычаев языковой территории. Верно замечает Й. Земска, [Ziemska 2003: 269], что это важный аспект даже в таких банальных вопросах, как формулы вежливости, а тем более в спецтекстах. Для умелого составления текста на иностранном языке нужно знание системы права, истории, экономики и других областей, касающихся культуры языковой территории, т.е. культурно-коммуникативного пространства [Архангельская 2004: 28]. Цитируемая раньше Земска обращает внимание, что при составлении текстов из области немецкого права переводчик в Польше имеет доступ только к таким словарям, в которых даются реалии Германии, а ведь в других странах, где официальным языком является немецкий, эти реалии сильно

отличаются. Отсюда возникает и необходимость пересмотра словарей и учебных пособий по иностранным языкам и включение в них разных региональных вариантов.

В подготовленном нами учебнике по бизнес-русскому *Межкультурная письменная коммуникация в польско-российской фирме*, который готовится к печати (и будет издан Издательством Жешувского университета в 2005 г.), учтены разные элементы, которые отличаются в польской и русской культурах. Они представлены в мини-темах: *Знаешь ли ты, что...; У нас так, а у соседей по-другому; Это интересно; Это надо знать; Сравните; Образец документа; Конструкции; Полезная информация; Веселое письмо* (см. примеры в приложении).

В процессе обучения бизнес-языку представляем некоторые решения этой проблемы:

1. приглашение на занятия по иностранным спецязыкам специалистов из-за границы, из данной языковой среды;
2. ведение на филологических отделениях курсов лекций по экономике, праву и другим специальным дисциплинам (эти лекции можно проводить на родном языке¹, хотя, лучше было бы на данном иностранном языке);
3. прохождение студентами практики в фирмах, бюро переводов²;
4. обязательные поездки студентов и преподавателей в данную языковую и культурную среду для повышения квалификаций и ознакомления с языковыми и культурными «новинками»³;
5. постоянное использование (на занятиях и дома) ресурсов Интернет с целью ознакомления с реалиями данной языковой и культурной среды;

¹ Студенты русской филологии Жешувского университета проходят курс лекций и практических занятий по основам экономики, краеведению, основам финансового и банковского дела, основам экономической географии, основам маркетинга, приемам переговоров и коммуникации в бизнесе.

² Наши студенты пройдут 150 часов практики в фирмах.

³ В нашем Институте такого рода обмен пока не обязателен, но реализуется каждый год. Студенты ездят в С.-Петербург, Москву, Воронеж, Одессу, Тромсё (Норвегию) и Ньиредьхазу (Венгрия). Преподаватели – в С.-Петербург, Воронеж, Одессу, Тромсё, Ньиредьхазу.

6. постоянная модификация и обновление программ обучения и дидактических материалов;
7. постоянное обращение к родному языку и другим иностранным языкам при составлении письменных текстов;
8. параллельные занятия по письменной коммуникации (что будет проводиться на специальности язык бизнеса в Жешуве, где студенты этой специальности пройдут курс русской и английской коммерческой корреспонденции, а также знакомятся с элементами терминологии на занятиях по практикуму русского и английского языков – общеэкономический модуль).

ЛИТЕРАТУРА

Архангельская Э., Игнатъева Л. 2004 – Лингводидактическая системность школьного учебника по русскому языку как иностранному. *Новое в теории и практике описания и преподавания русского языка*. Варшава.

Лагутина Т., Щуко Л. 2004 – *Деловое письмо. Справочник*. Москва. Санкт-Петербург.

Садохин А. 2004 – *Межкультурная коммуникация*. Москва.

Coste D., North B., Sheils J., Trim J. 2003 – Europejski system opisu kształcenia językowego: uczenie się, nauczanie, ocenianie. *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment*. Warszawa.

Komorowska H. 2000 – Nauczanie języków obcych w kształceniu zawodowym. Z. Kielar, T. Krzeszowski, J. Lukszyn (ped.), *Problemy komunikacji międzykulturowej. Lingwistyka. Translatoryka. Glottodydaktyka*. Warszawa.

Komorowska H. 2002 – *Metodyka nauczania języków obcych*. Warszawa.

Mazur-Mierzwa L. 2003 – Z problematyki tłumaczenia rosyjskich tekstów specjalistycznych na język polski. Mamet P. (ped.), *Języki specjalistyczne. Zagadnienia dydaktyki i przekładu*. Katowice.

Wiszniewski A. 2003 – *Sztuka pisania*. Katowice.

Ziemska J. 2003- Interkulturowe aspekty w tłumaczeniach tekstów fachowych i w nauczaniu języków specjalistycznych. Mamet P. (ped.), *Języki specjalistyczne. Zagadnienia dydaktyki i przekładu*. Katowice.

SUMMARY

Within this paper those principles of written business communications have been discussed, which differ in relation to the learners' cultural zone. The contribution focuses on such elements of formal writing as various ways of addressing formal letters, salutations, ways of writing the date, layouts of letters, borrowings and abbreviations designating a company's status, economic concepts, names of organizations belonging to the EU, etc.

ПРИЛОЖЕНИЕ

У НАС ТАК, А У СОСЕДЕЙ ИНАЧЕ

(1).

В русском тексте адрес указывается в следующей последовательности: улица, дом и номер дома, номер квартиры, город, район, область, почтовый индекс: *ул. Садовая, д. 4, кв. 3, г. Липки, Киреевский р-н, Тульская обл., 301264*. В русском тексте письма отправляемого иностранному получателю пишем: номер дома, улица, город, штат, почтовый индекс, страна: *12 Harrington Place Greenpoint, N.Y. 10020*. В польском тексте указываются: улица, номер дома, почтовый индекс и город; почтовый индекс пишется перед городом и в индексе после первых двух цифр дается дефис, а затем три цифры: *ul. Nowa 12 00-959 Warszawa*.

(2).

В русском языке просьба выражается с помощью конструкции «Просим + инфинитив». В польском языке – «Prosimy o (просим о кого? что?) + отглагольное существительное»: Просим прислать – Prosimy o przyslanie; Просим проинформировать – Prosimy o poinformowanie; Просим рассмотреть – Prosimy o rozpatrzenie

(3).

По-польски знак «@» в адресе электронной почты читаем «*talpa*» («обезьяна»), по-русски, это «собачка».

(4).

Цену указываем с помощью цифры и прописью, так как существуют различия в записи (точки и запятые). По-польски и по-русски сумму «одна тысяча сто» запишем: «1.100,00». В английском варианте это будет: «1,100.00». Если мы не укажем суммы прописью, можно по-разному толковать запись. Валюту USD (в польском и английском варианте) по-русски записываем: «американские доллары» или «доллары США».

СПРАВНИТЕ:

В польских письмах обращаемся к адресату в следующей последовательности: Формула вежливости – *Szanowny Pan* (Уважаемый г-н); Ученое звание – *mgr* (магистр); Полное имя и фамилия – *Jan Kowalski* (Ян Ковальски); Должность – *Dyrektor* (Директор); Наименование фирмы «ABC-Hurt» *Sp. z o.o.*; Адрес фирмы – *ul. Gleboka 12 35-959 Rzeszow*

КОНСТРУКЦИИ

Типичные конструкции, выражающие благодарность:

Благодарим	<u>Вас</u>	
Специально благодарить		
Мы благодарны	<u>Вам</u>	за то, что...
Мы признательны		за...