

МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ПЕРИОД ГЛОБАЛИЗАЦИИ

С.К. Гураль, В.М. Смокотин

Аннотация. Рассматриваются факторы, воздействующие на беспрецедентный рост межъязыковой и межкультурной коммуникации в период глобализации. Глобализационные процессы, вызванные политическими и экономическими изменениями в мире и в значительной мере обусловленные прогрессом в области информационных технологий и возможностями всемирной связи посредством Интернет, способствовали обеспечению тесной связи народов мира и актуализации необходимости межъязыковых и межкультурных отношений. Показана роль возникновения общего для различных этносов культурного пространства в росте межъязыковых и межкультурных связей в современном глобализирующемся мире. К такому пространству можно отнести культуру новейших социальных структур, характерных для информационного общества, новых организационных объединений, международного туризма, ВТО, международного права и т.п.

Ключевые слова: глобализация; межъязыковая и межкультурная коммуникация; международный туризм; миграционные потоки.

Во второй половине XX в. экономическая глобализация, обусловленная важными политическими изменениями, значительно облегчившими международное сотрудничество, подготовила почву для распространения глобализационных процессов на другие сферы деятельности, включая культуру, науку и образование.

Научно-техническая революция, которая началась еще в довоенный период, превратилась в важный фактор становления нового информационного общества и возникновения новых ценностей, включающих отказ от языковой и культурной политики, основанной на одноязычии, монокультурности и этнокультурной изоляции. Если в период становления и развития государств-наций знание основных языков и возможность участия в международных культурных обменах путем зарубежных поездок и проживания за границей были уделом элиты и ограниченного круга лиц, чья деятельность была связана с дипломатическими и торговыми отношениями, то в ходе глобализации в процесс экономического, научного и культурного обмена включились массы людей, для которых прямые и опосредованные международные контакты и длительные периоды проживания в иноязычной и инокультурной среде стали реальностью.

Предпосылки экономической глобализации второй половины XX столетия, в ходе которой произошло слияние национальных экономик в единый мировой экономический рынок, появились еще в XIX в. как первые признаки интернационализации торговли и финансовой деятельности. К. Маркс и Ф. Энгельс уже в 1848 г. писали в «Манифесте

Коммунистической партии», представленном в качестве программы Союза коммунистов: «Потребность в постоянно увеличивающемся сбыте продуктов гонит буржуазию по всему земному шару. Всюду должна она внедриться, всюду обосноваться, всюду установить связи. Буржуазия путем эксплуатации всемирного рынка сделала производство и потребление всех стран космополитическим» [1. С. 95].

Интернационализация производства и капитала, о которой писали основатели марксизма, привела к образованию нового типа торгово-промышленных объединений – транснациональных компаний (ТНК), игравших важную роль в глобализации мировой экономики и других сфер деятельности в XX в. ТНК (корпорации) представляют собой компании, имеющие филиалы в двух и более странах, на зарубежную деятельность которых падает около 25–30% их общего объема [2. С. 24]. Почти неограниченные возможности сбыта продукции, преимущество использования относительно дешевой рабочей силы в развивающихся странах, высокая конкурентоспособность приводят к росту финансового могущества и политического влияния ТНК путем учреждения филиалов в принимающих странах и осуществления общего контроля над операциями из штаб-квартиры в стране базирования.

Одним из наиболее важных факторов, способствующих беспрецедентному росту международных контактов, являются увеличение и укрепление во всех развитых экономиках мира в послевоенный период среднего класса. Это привело к тому, что зарубежные поездки перестали быть роскошью, доступной лишь высшим слоям общества. Рост среднего класса можно рассматривать в качестве одной из характерных предпосылок и черт, обуславливающих и актуализирующих современные межкультурные коммуникации.

Межкультурные коммуникации вызывают необходимость формирования всемирного языка как средства общения в период глобализационных процессов. В исторические периоды, предшествующие индустриальному развитию общества, небольшая промежуточная прослойка, составляющая средний класс, имела ограниченный доступ к материальным и культурным ценностям, включая высшее образование. В ходе конкурентной борьбы произошло вытеснение средней прослойки в ряды пролетариата. Марксистская концепция классовой борьбы основных классов капиталистического общества – пролетариата и буржуазии – позволила К. Марксу, на основе своей теории о прибавочной стоимости, сформулировать в произведении «Наемный труд и капитал» тезис об абсолютном и относительном обнищании рабочего класса при капитализме и неограниченном обогащении буржуазии, движимой лишь только погоней за прибылью [3. С. 144–180].

К. Маркс не обратил внимания на культурную составляющую своей категоризации. Начавшиеся в конце XIX в. предпосылочные яв-

ления глобализации выявили эту недостаточность и привлекли внимание к фактору культуры и языка. Так, общественные изменения, произошедшие в капиталистических странах, поставили под вопрос теорию стратификации общества Маркса при описании общественных отношений и социальной иерархии.

М. Вебер, немецкий социолог и философ конца XIX – начала XX в., пришел к выводу о том, что категоризация Маркса уделяет исключительное внимание сфере производства и не учитывает классификацию общества на основе особенностей потребления, определяющих статус данных групп. При использовании критерия «статус» внимание обращается на стили жизни и уровень оценки и почта в отношении к данным группам в обществе [4. С. 226–227]. Разделение общества, введенное Вебером, при котором кроме четко различимых классов общество также разделяется на группировки и слои с отличными жизненными стилями, ценностями и взглядами на мир, заложило основы для понимания плюралистических форм социального конфликта в современном обществе и помогло объяснить, почему марксистская теория разделения общества на два антагонистических класса не смогла правильно предсказать изменения, которые произошли в ходе XX столетия.

Современное социологическое использование термина «средний класс», по которому отличительной характеристикой принадлежности к нему является владение значительным «человеческим капиталом», обычно приписывается статистику Т. Стивенсону, разделившему общество на высший, средний и рабочие классы. Концептуальная основа классификации социальных классов была предложена Стивенсоном в 1928 г. Стивенсон заявил, что при определении социального положения в обществе и классовой принадлежности более важной является культура, чем такие материальные факторы, как доход и состояние (цит. по: [5]). Он также предположил, что общество является градируемой иерархией профессиональных групп, и, соответственно, о культуре (которая, с его точки зрения, включает знания по вопросам здоровья и гигиены) каждого социального класса можно судить по роду профессиональных занятий членов данного класса. Отличия современной британской классификации от первоначальной заключаются в том, что кроме трех основных социальных классов введены два промежуточных, причем ведущим при определении принадлежности к классу является уровень умений и классификаций определенных групп [Там же].

Таким образом, при определении принадлежности к среднему классу учитываются, прежде всего, образование и профессиональные навыки, что составляет «человеческий капитал». Теория человеческого капитала была разработана американским исследователем Г. Беккером [6] еще в 60-х гг. XX в., хотя понятие человеческого капитала уже встречалось в более ранних работах. В книге «Человеческий капитал»,

опубликованной в 1964 г., он предложил свою концепцию человеческого капитала. Согласно концепции Г. Беккера, человеческий капитал является средством производства, добавочное вложение в которое приводит к добавочному доходу. В отличие от «физических средств производства» (заводы и машины), вложения в человеческий капитал осуществляются путем инвестиций в образование, профессиональное обучение, медицинское обслуживание и т.д. [Там же].

Принятие понятия «человеческий капитал» как экономической категории означает изменение отношения общества к воспитанию, образованию и охране здоровья, затраты на которые уже не рассматриваются как непроизводительные. Согласно определению американского экономиста С. Фишера [7], человеческий капитал есть мера воплощенной в человеке способности приносить доход. Человеческий капитал включает врожденные способности и талант, а также образование и приобретенную квалификацию. Способность человеческого капитала приносить доход, что превращает его в одно из средств производства, объясняет рост численности рядов среднего класса в XX в. в ходе научно-технической революции и заложения основ формирования информационного общества. Вместе с ростом образовательного уровня населения и, соответственно, ростом доходов среднего класса, последний в экономически развитых странах постепенно превращался в самую многочисленную социальную группу со своей системой культурных ценностей, оказывающей значительное влияние на национальную культуру.

В связи с ростом среднего класса и отсутствием четких критериев для его выделения, использование термина в средствах массовой информации не всегда совпадает с академическими определениями, даваемыми социологами и экономистами.

Так, с точки зрения экономики, представители среднего класса по своим доходам не обязательно занимают середину распределения доходов в данном обществе. Несоответствие социологической и экономической социальных иерархий, однако, еще раз подчеркивает важность учитывания культурных критериев при определении классовой принадлежности. Средний класс отличается от рабочего класса системой ценностей, в частности отношением к образованию, здоровому образу жизни, языковому и культурному наследию планеты.

Рост среднего класса за счет бедных слоев населения имеет место не только в самых развитых, богатых экономиках мира. Британский журнал «The Economist» [8] объявил в феврале 2009 г., что в результате «взрывного роста» среднего класса в развивающихся странах, свыше половины населения земного шара принадлежит именно к этому классу. Журнал предсказал, что в течение следующих 20 лет «массовое движение через линию бедности» и образование «глобального среднего класса» будет продолжаться быстрыми темпами.

Наиболее характерной особенностью периода глобализации, обусловленной действием фактора знания, является создание новых межкультурных структур, которые репрезентируют новейшую глобальную культуру и служат базой для ее развития. Новые межкультурные социальные структуры, классы, организационные объединения, не принадлежащие ни к одной стране, образующиеся в ходе глобализации, описываются в литературе как «оверстрат интеллектуалов» (особенная группа людей, обладающая способностями эффективно использовать информацию и знания в повседневной коммуникации) [9–11]; «креативный класс» [12]; «малые организационные группы» [13–16] и др. Оверстрат интеллектуалов отличается новой культурой, требующей для своего развития ключевых компетенций, которые включают, согласно данным доклада Совета культурного сотрудничества Европы (1996), способность ненасильственно решать конфликты, сотрудничать с людьми других культур, учиться в течение всей жизни, владеть письменной и устной коммуникацией, информационными технологиями [17].

Понятие «креативный класс» было введено Р. Флоридой [12] в 2002 г. для описания людей, творческая деятельность которых требует значительной независимости мышления, высокого уровня образования и человеческого капитала. Для тех, кто входит в креативный класс, все аспекты и все проявления креативности – технологические, культурные и экономические – взаимосвязаны и неразделимы. «Креативность, – писал Флорида, – это движущая сила экономического развития, и креативный класс к настоящему времени занял доминирующее положение. Только уяснив себе феномен роста этого нового класса и его характерные ценности, мы будем в состоянии понять природу масштабных... изменений в нашем обществе и более рационально планировать будущее» [Там же. С. 12]. Среди характерных ценностей креативного класса Флорида прежде всего выделял толерантность и подчеркивал важность создания толерантной среды для его формирования и успешной деятельности.

При определении понятия «малая группа», исследователи, как правило, выделяют среди ее характерных особенностей наличие групповой системы ценностей. Так, М. Шериф и Д. Фельдман [18] в определение малой группы включили признанные нормы и ценности относительно вопросов, релевантных для группы.

Среди международных организационных структур выделяются ТНК, представляющие собой интеллектуальные сообщества, обладающие не этническими, а межкультурными характеристиками. Принадлежность корпораций к сети создает условия для формирования сетевой – всемирной – культуры, в которой этнокультурные идентичности членов корпораций не приводят к возникновению межкультурных барьеров и к нарушениям в коммуникации.

Основными характеристиками всемирной культуры являются сетевая и информационная форма существования. Этнические языки в новых межкультурных интеллектуальных сообществах – сетевых корпорациях перестают быть критерием идентичности их членов, и в качестве такового начинает формироваться язык всемирного общения. В условиях глобализации всемирный язык развивается как язык интеллектуалов – новых стратификационных структур, которые формируют его для обеспечения интеллектуальной коммуникации. Язык всемирного общения, несмотря на воздействие на лексический состав языков этносов, не вытесняет их в функции выражения этнокультурной самоидентификации, что определяется отсутствием в нем этнокультурной составляющей и стойкостью национальных архетипов – коллективного этнического бессознательного. Поэтому язык всемирного общения и языки этнокультурных идентичностей могут существовать параллельно. Этнокультурные идентичности членов новых международных организационных структур не приводят к нарушениям в коммуникации, так как в качестве критерия идентичности в них начинает формироваться язык всемирного общения.

В XX в. заявила о себе и вторая отличительная характеристика ставших актуальными межкультурных и межъязыковых контактов – туризм. Современные международные контакты не ограничиваются ростом деловой и частной корреспонденции и культурным обменом в рамках деловой активности и специальных культурных, образовательных и спортивных программ, но включают в себя массовый туризм, превратившийся в важную часть экономики многих стран мира. Это привело в движение миллионы людей, для которых регулярные туристические поездки за границу больше не являются роскошью. Важность туризма в развитии мировой экономики и международных связей стала очевидной в начале 80-х гг. XX в., когда индустрия туризма вышла на одно из ведущих мест в мировой экономике на волне растущих глобализационных процессов. Авторы «Манильской декларации по всемирному туризму», принятой на Всемирной конференции по туризму в Маниле в 1980 г., писали: «Туризм является активностью, существенной для жизни наций из-за своего прямого воздействия на социальные, культурные, образовательные и экономические секторы национальных обществ и их международные отношения» [19].

В послевоенный период, как только европейские страны, участвовавшие в самой разрушительной войне в истории человечества, восстановили свои экономики, международные туристические обмены возобновились. Интернационализация национальных экономик и рост среднего класса значительно ускорили этот процесс, сделав международный туризм массовым. Глобализация сказалась на значительном увеличении потока иностранных туристов и на росте туризма как важного экономического фактора. Согласно данным ЮНВТО, в 2008 г. число зарубежных

поездок составило 922 миллионов, в то время как объем поступлений от иностранного туризма достиг 944 миллиарда долларов [20].

Преобразование туризма в массовое явление и самый прибыльный экономический сектор позволило разнообразить «туристский продукт» с целью удовлетворения весьма разных интересов и увлечений людей, предпринимающих туристические поездки, что привело к различию видов туризма, часто сочетающих отдых в свободное время с определенными целями. В средствах массовой информации вошли в обиход свыше 20 словосочетаний, используемых специалистами в области туризма в качестве терминов для описания видов туризма в зависимости от цели. Эти специализированные формы туризма являются нишами в индустрии туризма, которые позволяют значительно увеличить поток туристов за счет привлечения людей, чьи интересы выходят за рамки традиционного представления о туризме, согласно которому основной целью туристической деятельности является рекреационная.

Среди многочисленных видов туризма со специальными целями наиболее известными являются культурный туризм, экотуризм, медицинский туризм, религиозный туризм, экстремальный туризм и т.д.

Культурный туризм имеет целью знакомство с национальными культурами определенных стран и регионов, стилями жизни людей в данных географических местностях, историей народов, их искусством, архитектурой, религией. Популярность культурного туризма растет, и, согласно докладу Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР, OECD), культурный туризм играет важную роль в развитии различных регионов мира [21].

Изменение общественного самосознания в сторону более бережного отношения к окружающей среде породило «экотуризм» – осуществление «ответственных» поездок в охраняемые природные зоны с целью образования путешественника, для обеспечения фондов экологической поддержки и защиты окружающей среды, для высказывания уважения к различным местным культурам и правам человека. Значение экотуризма, как пишет исследователь М. Хани, заключается в том, что «будущие поколения будут сохранять доступ к окружающей среде, относительно нетронутой человеческим вмешательством» [22. С. 33].

Важным фактором, влияющим на международные языковые и культурные обмены, а также актуализирующим роль языка всемирного общения, является миграция населения, которая значительно ускорилась в период развития капиталистических отношений и после Второй мировой войны в результате распада колониальной системы и либерализации иммиграционной политики в экономически развитых странах мира. Миграционные потоки усилились в процессе послевоенного экономического роста в ведущих развитых экономиках. Кроме экономических причин, заставляющих миллионы людей покидать родину и иммигрировать в

страны с более развитой экономикой и лучшими возможностями найти хорошо оплачиваемую работу, причинами переселения мигрантов в другие страны могут быть природные катастрофы, политическая нестабильность в своих странах, политические и религиозные преследования.

В настоящее время, по данным Международной организации по миграции (МОМ) и Организации Объединенных Наций (ООН), общее число мигрантов в мире превышает 200 миллионов человек. Так, в 2008 г. число мигрантов в мире составило 214 миллионов человек, или 3,1% от населения нашей планеты. Европа и Северная Америка являются регионами, наиболее привлекающими иммиграционные потоки. Самое большое число иммигрантов (70,6 миллионов человек) в 2008 г. проживало в Европе [23].

О вкладе иммигрантов в экономики развитых стран можно судить по финансовым потокам в мире в результате денежных переводов иммигрантов в свои страны. По данным Всемирного банка, в 2008 г. потоки денежных переводов иммигрантов составили 444 миллиарда долларов, 338 миллиардов из которых были направлены в развивающиеся страны [24].

Массовые миграционные потоки, вызванные низким экономическим развитием, войнами, насилием и природными бедствиями, значительно увеличивают межъязыковые и межкультурные контакты, хотя по сравнению с туристами, неизменно рассчитывающими на доброжелательный прием как потребители «туристского продукта», культурные контакты иммигрантов, в особенности не имеющих легального статуса и вынужденных избегать привлечения к себе излишнего внимания, во многом ограничены. Иммигранты, как правило, поселяются в этнических анклавах, своего рода гетто, что замедляет их интеграцию в общественную жизнь страны. Однако глобализация и система образования ускорили процессы адаптации иммигрантов к новой окружающей среде, а изменение общественного сознания позволяет иммигрантам осваивать языки и культуры стран, в которых они поселились, и в то же время сохранять свои языки и культуры.

Так, в США, в отличие от официальной политики «плавильного котла» (melting pot) в прошлом, когда родные языки и культуры иммигрантов считались бременем, от которого нужно отказаться в процессе американизации, в настоящее время детям семей иммигрантов предлагают поддержать и сохранить домашние языки как языки наследия. В директивах по обучению языкам наследия Американский консорциум по обучению и преподаванию языков заявляет, что знание языков наследия является ценным ресурсом для индивидов, семей, общин и наций. В директивах отмечается недостаточный уровень знаний иностранных языков, необходимых для профессионального использования в экономике США, и подчеркивается, что носители языков наследия

«могут достигать уровня профессионального владения в языках лучше и быстрее, чем обучающиеся языкам как иностранным» [25].

Таким образом, глобализационные процессы, вызванные политическими и экономическими изменениями в мире и в значительной мере обусловленные новым этапом научно-технической революции, в особенности прогрессом в области информационных технологий и возможностями всемирной связи посредством Интернет, еще более ускорили рост многочисленного среднего класса в развитых странах. Высокий уровень образования, стабильные доходы, часть которых может быть потрачена по усмотрению, наличие свободного времени за счет сокращения рабочего времени и система культурных ценностей, включающая уважение и толерантность к другим культурам, интерес к языковому и культурному наследию планеты, позволили представителям самого многочисленного социального класса в развитых странах мира совершать регулярные зарубежные поездки, доступные в недавнем прошлом лишь представителям высшего класса и олигархической прослойке. Принятие понятия «международный туризм» в качестве экономической категории дало возможность ввести в круг целей туризма широкий диапазон деятельности, включая не только общее культурное обогащение и познание окружающего мира, но и деятельность, связанную с международным бизнесом, религиозными и политическими движениями, образованием, с поддержкой мер по сохранению и развитию местных культур и с защитой окружающей среды.

Наконец, весомый вклад в рост международных языковых и культурных обменов вносят миграционные потоки, ускорившиеся после Второй мировой войны в результате распада колониальной системы и либерализации иммиграционной политики. Массовая миграция, вызванная не только экономическими причинами, но и политической нестабильностью в развивающихся странах, политическими и религиозными преследованиями и природными катаклизмами, привела к значительному увеличению межъязыковых и межкультурных контактов. Глобализация и система образования ускорили процессы адаптации иммигрантов к новой среде, а изменение общественного сознания позволяет иммигрантам осваивать языки и культуры новых для них стран и сохранять свои языки и культуры.

Эти факторы обеспечили тесную связь народов мира и актуализировали необходимость межъязыковых и межкультурных коммуникаций.

Литература

1. *Маркс К., Энгельс Ф.* Манифест Коммунистической партии // Собр. соч. : в 50 т. М. : Изд-во полит. лит., 1955–1981. Т. 4. С. 95.
2. *Михайлушкин А.И., Шимко П.Д.* Экономика транснациональной компании. М. : Высш. шк., 2005.
3. *Маркс К.* Наемный труд и капитал // Избранные произведения : в 3 т. М. : Политиздат, 1966. Т. 1.
4. *Coser L.A.* Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context. 2nd ed. N.Y. : Harcourt Brace Jovanovich, 1977.

5. *Rose D.* Official Social Classifications in the UK // Social Research Update. 1995. № 9. URL: <http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU9.html>
6. *Becker G.S.* Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Chicago : University of Chicago Press, 1993.
7. *Фишер С.* Экономическая теория / пер. с англ. ; С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. М. : Юнити, 2002.
8. *Parker J.* Special report: Burgeoning bourgeoisie // The Economist. 2009. 12 Febr. URL: <http://www.economist.com/printedition/2009-02-14>
9. *Орехов А.М.* Бюрократия от традиционного общества к постиндустриальному // Социально-политический журнал. 1996. № 6. С. 108–121.
10. *Орехов А.М.* Интеллектуальная собственность (опыт социально-философского исследования) : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. М. : РУДН, 2009.
11. *Блейхер О.В.* Социокультурный механизм формирования оверстрата интеллектуалов : автореф. дис. канд. филос. наук. Томск, 2006.
12. *Флоруда Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. А. Константинова. М. : Классика-XXI, 2007.
13. *Bales R.F.* Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups. Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1950.
14. *McDavid J.W., Harari M.* Social Psychology: Individuals, Groups, Societies. N.Y. : Harper & Row, 1968.
15. *Homans G.C.* The Human Group. N.Y. : Harcourt Brace Jovanovich, 1950.
16. *Shaw M.E.* Group Dynamics. N.Y. : McGraw-Hill, 1981.
17. *Hutmacher W.* Key Competences for Europe. Report of the symposium (Berne, Switzerland, 27–30 March 1996). Strasbourg : Council of Europe, Council for Cultural.
18. *Sherif M., Sherif C.* An Outline of Social Psychology. N.Y. : Harper & Brothers, 1948. P. 143–180.
19. *WTO* Technical Manual № 2. Collection of Tourism Expenditure Statistics. World Tourism Organization, 1995.
20. *UNWTO* World Tourism Barometer. 2009. Vol. 7, № 2.
21. *The Impact of Culture of Tourism.* P. : OECD, 2009.
22. *Honey M.* Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? 2nd ed. Washington, D.C. : Island Press, 2008. (Cooperation, 1997).
23. *United Nations' Trends in Total Migrant Stock: The 2008 Revision.* N.Y. : United Nations, 2009. URL: <http://www.esa.un.org/migration>. Retrieved: 12.01.2011.
24. *World Bank's Migration and Development Brief 11: Migration and Remittance Trends 2009.* URL: <http://www.Worldbank.org>. Retrieved: 12.09.2010.
25. *University of California* Guidelines on Heritage Language Instruction. Davis, CA: US Consortium for Language Learning and Teaching, 2002.

INTERLINGUAL AND CROSS-CULTURAL COMMUNICATION DURING THE PERIOD OF GLOBALIZATION

Gural S.K., Smokotin V.M.

Summary. Factors affecting the unprecedented growth of interlingual and cross-cultural communication in the globalization period are considered. Globalization processes that have been caused by political and economic changes in the world and conditioned by progress in the field of information technologies and possibilities of the worldwide connection by means of the Internet, have contributed to closer ties of the peoples of the world and necessitated interlingual and cross-cultural communication. The role of the emergence of a cultural area common to various ethnicities in the growth of interlingual and cross-cultural links in the present-day globalizing world is shown. One may refer to this common cultural area the culture of new social structures characteristic of the information society new organizational associations, international tourism, the WTO, international law, etc.

Key words: globalization; interlingual and cross-cultural communication; international tourism, migration streams.