

ГЛАВА 7. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

ОБРАЗ США: ОСОБЕННОСТИ И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

Ермакова Е. А.

Соловьева Е. Г.

В статье дается определение понятия «образ страны» и рассматривается классификация образов стран, в основе которой лежит культурный потенциал государства. Исследуются культурно-исторические предпосылки создания современного образа Соединенных Штатов Америки, а также бытующие в мире стереотипы об американском народе и государстве.

Ключевые слова: образ страны, межкультурная коммуникация, американская культура, стереотип.

The article deals with the definition of the notion "a country image" and examines the classification of images, based on the cultural potential of a State. The historical and cultural formation conditions of the image of the United States and the most common American stereotypes are investigated.

Key words: country image, intercultural communication, American culture, stereotype.

Процесс глобализации, происходящий в современном мире, обостряет противоречия и конфликты, порожденные различиями культур. Многообразие культурных особенностей и традиций позволяет объяснить и познать сложность современного мира, важным условием существования которого является диалог самобытных культур, учитывающий ментальные, религиозные и социокультурные особенности разных стран. В современную эпоху изучение диалога культур, построенного на взаимном доверии, понимании и уважении культурных традиций, является довольно актуальным.

Немаловажное место во взаимодействии культур, в налаживании культурного диалога и межкультурной коммуникации занимает образ страны. В современной науке нет однозначного подхода к понятию и феномену образа, имиджа, стереотипа; их как отождествляют, так и противопоставляют, особенно когда речь заходит о политическом образе. В англоязычной литературе эти понятия отождествляются, в российской – дифференцируются. Под понятием образ в межкультурной коммуникации мы понимаем отраженные в сознании коммуникантов в процессе восприятия и познания действительности элементы реальности, имеющие разную степень адекватности, объективности и субъективности. На формирование образа страны влияет ряд факторов, среди которых – культурная среда, мировоззрение, образование, личный опыт человека и др. Образ может и отличаться от самого объекта. Очень часто образ страны, укоренившийся в сознании людей, несет в себе ложное представление о государстве и не соответствует реальности. Такие образы формируются на основе предыдущего опыта человека или группы лиц, а также ограниченной информации, которой они располагают, или в результате целенаправленных действий средств массовой информации и политической пропаганды. Образ формируется совокупностью представлений об объекте, существующих в культуре. Культура воспроизводит и транслирует образ, который воздействует на представление народа о себе и других, также как и о собственной стране и других странах.

Представим классификацию образов страны, предлагаемую российским политологом Э.А. Галумовым.

1. Политико-географический образ (основные географические знаки и символы страны, значимые в политическом отношении). Например: Финляндия-страна тысячи озёр, Литва-янтарный край, Чили-государство трех континентов.

2. Природно-ресурсный образ (основные особенности, символы национальных ресурсов, к которым можно отнести: климат, природа, ландшафт). Например, Норвегия – страна полярного солнца, Англия – туманный Альбион, Азербайджан-страна огней.

3. Цивилизационно-культурный образ (национально- культурные знаки и символы страны в историческом и цивилизационном измерении). США – Статуя свободы, Китай – Великая Китайская стена, Франция-Эйфелева башня.

4. Социально-ментальный образ (концентрация признаков, символов, особенностей характера народа и наиболее типичных социально-психологических признаков). Американцы деловиты, итальянцы эмоциональны, японцы трудолюбивы.

5. Производственно-экономический образ (концентрация основных экономических знаков, символов и возможностей в экономике, промышленной и научной сферах). Китай-чай, Израиль-медицина, Япония-высокие технологии.

6. Национально-целостный образ (концентрация знаков и символов, выражающих интересы государства; это определенные интересы, идеи государства и народа, сформированные исторически и отстаиваемые на международной арене). США – свобода и независимость, Европа – цивилизованность, Азия – уважение к традициям [1].

Важную роль в процессе создания образа государства играет культура. Каждая национальная культура, обладающая уникальным набором ценностей, оказывает непосредственное влияние на национальный характер носителей этой культуры и на народы, коммуницирующие с её носителями. Процесс формирования культурных ценностей очень длителен и сложен и зависит от целого ряда факторов: геополитического, исторического, экономического, национального и др.

Для определения основных принципов американской культуры, обратимся к истокам ее становления. Главную роль в зарождении американской культуры сыграли представители разных народов и рас: белые переселенцы, индейцы, а позднее и африканцы, насильно ввезенные в Америку и превращавшиеся в рабов. Разнообразный этнический состав колонистов оказал существенное влияние на развитие американской культуры, определив ее специфику и отличие от европейской. Тем не менее ведущую роль в процессе формирования американской культуры сыграли белые переселенцы, так как уровень развития их цивилизации намного отличался от уровня общественного развития индейского и африканского народов, что привело к утрате некоторых культурных традиций последних.

Несмотря на то, что белые переселенцы, выходцы из Англии, Франции, Голландии, и других европейских стран, были носителями разных культур, их многое объединяло. Во-первых, большинство из них были протестантами, покинувшими Европу, спасаясь от религиозного преследования. Во-вторых, первые переселенцы мечтали построить в Америке новое, совершенное общество, основанное на принципах свободы и божественной справедливости. Пилигримы ощущали себя избранными Богом для создания Нового Света в противоположность дискредитировавшему себя Старому, погрязшему в социальной несправедливости, разврате и роскоши.

Мечту первых переселенцев о построении идеального, справедливого общества принято называть «американской мечтой», принципы которой были положены в основу Декларации независимости (1776) и Конституции США (1787), которые являются основными документами раннего этапа американской истории. Их принятие известило мир о создании республики, в которой наиболее полно реализованы принципы демократии [4].

Постепенно развивалась система образования, которая была направлена на создание нового человека - свободного, образованного, активного, уважающего себя, свою свободу и свободу других людей.

Становление образовательной системы и наличие общей идеи, «американской мечты», способствовали «американизации» первоначально разобщенных переселенцев. Объединению послужила и необходимость защиты своей свободы и независимости от владычества Великобритании. Постепенно этнические и культурные различия стирались и на смену разрозненным переселенцам пришла новая американская нация, вобравшая в себя черты включавших в себя народов. В ходе российско-американской межкультурной коммуникации в XVIII-XIX веках транслировались следующие базовые принципы культуры США: идея «self-made man», принципы буржуазного этики и система либерально-демократических идей, включающих принципы аболиционизма и конституционализма. Идея «self-made man» заключалась в том, что любая активная личность способна добиться достатка и благосостояния вне зависимости от происхождения, национальной и религиозной принадлежности. Демократические принципы предоставляли всем гражданам США равные возможности для развития своих способностей и достижения успеха в профессиональной деятельности. Этому могла способствовать активность самого человека, его предприимчивость и огромный запас ресурсов, которым обладал североамериканский континент.

Буржуазный этикет представляет собой систему ценностей и обусловленных ею нравственных императивов и стереотипов поведения человека в капиталистическом обществе. Центральным элементом данной системы является стремление к пользе. Буржуазный этикет сформировался под влиянием протестантской трудовой морали в Европе и был перенесен переселенцами-протестантами. Основные положения буржуазного этикета занесены в «кодекс чести» известного американского просветителя Бенджамина Франклина [3]. Кодекс чести включал в себя тринадцать добродетелей, соответствие которым приведет человека к моральному совершенству и, тем самым, формированию «идеального человека». Среди этих добродетелей: воздержание, молчание, порядок, решительность, бережливость, трудолюбие, искренность и т.д. Франклин задумывал свой кодекс чести не как свод правил, а как этическую систему, следование которой должно принести практическую пользу-помочь разбогатеть и занять достойное положение в обществе. Тринадцать добродетелей были заложены в сознание американского народа и составили основу «американского характера», что позволяет рассматривать их как одного из базовых принципов культуры США.

В современной науке обычно рассматривают два типа представлений, возникающих в процессе межкультурной коммуникации. К первому относятся стереотипы и образы о самом народе, а ко второму – внешнеполитические образы, имиджи и стереотипы, отражающие не только внешнеполитические стратегии и положение государства на международной арене, но и особенности внутреннего государственного устройства. Кроме того, представления могут отличаться по способу формирования. В первом случае, это образы, которые создаются целенаправленно, при помощи политических и дипломатических средств, а также пропагандистских и манипуляционных действий. Во втором случае, образы, создаваемые в процессе коммуникаций народов, в рамках народной и культурной дипломатии.

Существует несколько положительных и отрицательных представлений об американском народе, укоренившихся в сознании представителей различных национальностей. Среди положительных образов и стереотипов можно отметить следующие: щедрый характер американцев, позитивный жизненный настрой, невероятное трудолюбие, активное участие в благотворительной и волонтерской деятельности. С негативной стороны, американцы могут быть стереотипизированы как люди с узким кругозором и безразличностью к другим культурам; как высокомерная и тщеславная нация; а также, как суеверный народ.

Внешнеполитические образы и стереотипы также играют огромную роль в развитии государства. Положительный образ государства способствует развитию туристической отрасли, привлечению иностранных инвестиций в экономику, в образовательную и научную сферы, налаживанию отношений в сферах общественной и культурной жизни, положительному психологическому настрою граждан и общества в целом.

Наиболее подробно природу внешнеполитических стереотипов, их особенности, функции и способы формирования рассмотрел отечественный ученый Л.А. Зак. Он привел такое определение внешнеполитического стереотипа: это явление, характеризующее наиболее важные черты государства. К ним ученый причислял: общепринятые границы; силу и могущество государства; способ ведения внешней политики; характер взаимоотношений с другими государствами; способы решения проблем; система культурных ценностей; характер общественного мнения.

Внешнеполитические стереотипы имеют неоднородный характер и обычно сочетают в себе пласты трех хронологических периодов-стереотипы предшествующих времен, реальное положение дел во внешней политике в настоящее время и предвидение возможных шагов в будущем.

Политическое сознание американцев восходит к миропониманию первых переселенцев-пилигримов, воспринимавших Новый Свет как «землю обетованную», на которой будет построен «Новый Израиль» – «град на холме» и «свеча всему миру». Религиозно-мессианская идея избранности и предназначенности Америки быть путеводной звездой, по которой должны сверять свой исторический маршрут другие народы, а Америка имеет моральное право корректировать его, стали основой политики Соединённых Штатов. Эти идеи нашли свое закрепление в генеральных принципах ведения внешней и военной политики Соединённых Штатов Америки, выработанные «отцами-основателями» США. Наиболее значимый вклад в формирование этих принципов внесли государственные деятели США XVIII-XIX веков: Джордж Вашингтон, Александр Гамильтон и Томас Джефферсон. Первый принцип заключался в идее о том, что основным и конечным способом разрешения внешнеполитических конфликтов является применение военной силы. Следующий принцип основывался на том, что США во внешней политике должны руководствоваться исключительно своими эгоистическими интересами, как и все государства. Третий принцип гласил, что Соединённые Штаты – это исключительное государство, которому свыше поручена миссия распространить свободу и демократию по всему миру. Последний принцип был следствием трех предыдущих принципов: экспансия – законно и морально оправданное средство демократизации мира.

Очевидно, что генеральные постулаты, выдвинутые «отцами-основателями» и являющиеся основой внешней политики Америки, имеют гегемонистскую и имперскую стратегию США в мире. В соответствии с внешней политикой США, проводимой на основе вышеперечисленных принципов, постепенно формировались образы и стереотипы, бытующие о США в разных уголках планеты. Среди них: Америка-флагман свободы и демократии; обладание мощным военным капиталом; широкое пользование американцев оружием; жестокость, присущая всем американцам и т.д.

В наши дни образы, имиджи, стереотипы заняли прочное место практически во всех сторонах общественной жизни, в том числе, в международных отношениях. В зависимости от сложившегося образа страны, имиджа государства определяются его отношения с другими странами, его авторитет и репутация. Негативные представления способны осложнять межгосударственные отношения, быть препятствием на пути установления выгодных контактов, могут создавать почву для конфликтов. Большинство государств в современном мире, в том числе и США, для создания позитивного образа страны активно спонсируют проведение имиджевых кампаний, а в некоторых случаях и целенаправленную имиджевую политику.

Сегодня все чаще в научном обороте появляется новое понятие «Государство-бренд». Он подразумевает продвижение на мировой арене, укрепление авторитета, фор-

мирование положительного образа в мире. В настоящее время лишь Соединенные Штаты Америки-государство, где зародился брендинг, строит коммуникацию по всем законам брендинга, используя технологии целенаправленного конструирования позитивного образа продвигаемого объекта в сознании целевой аудитории [2]. Это и является одной из ключевых причин того, почему именно американская культура завоевывает умы людей по всему миру.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боголюбова Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен: учеб. пособие / Ю.В. Николаева, Н.М. Боголюбова. – СПб.: СПбКО, 2009. – 416 с.
2. Запесоцкий Ю.А. Бренд как фактор межкультурной коммуникации / Ю.А. Запесоцкий // Диалог культур и партнерство цивилизаций: XIV Междунар. Лихачевские науч. чтения. – СПб.: СПбГУП, 2014. – С. 295.
3. Левшина О.Н. Буржуазный этос американской культуры и его рецепция в России в XVIII–XIX вв. / О.Н. Левшина // Вестник государственного университета им.А.С. Пушкина, 2015. – 4(1). – С. 287–295.
4. Левшина О.Н. Формирование базовых принципов американской культуры // О.Н. Левшина // Вестник русской христианской гуманитарной академии. – 2016. – 4(17). – С. 332–338.
5. Саяпина Т.С. Американизация массовой культуры / Т.С. Саяпина. – IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум», 2012.
6. Киселев И.Ю. Образ государства в международных отношениях и социальное познание / И.Ю. Киселев // Вопросы философии. – 2003. – № 5. – С. 3–13.

АКАДЕМИЧЕСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ В ВУЗАХ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

*Мингалиева А.
Шакирова А. А.*

Данная статья посвящена изучению особенностей организации академической мобильности в вузах Великобритании. В представленной работе приводится определение понятия «академическая мобильность», современные тенденции и опыт лучших вузов по развитию мобильности студентов, а также ряд механизмов, осуществляемых правительством Великобритании по развитию студенческой мобильности.

Ключевые слова: академическая мобильность, Великобритания, вуз, студент, интеграция.

This article deals with the study of academic mobility organization in the UK higher education establishments. The current work represents the definition of the main notion “academic mobility”, current trends, experience of the best British universities and the mechanisms of the British Government on mobility development.

Key words: academic mobility, the UK, higher education establishment, student, integration.

Интернационализация высшего образования активно развивается во множестве стран. Правительства и непосредственно вузы разрабатывают стратегии интернационализации, где указывают конкретные количественные и качественные показатели, к которым они должны стремиться: количество совместных образовательных программ с университетами-партнерами, количество иностранных студентов, программы академической мобильности, программы адаптации иностранных студентов, языковые курсы для потенциальных участников программ мобильности и другие.